



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**ANÁLISIS INTEGRAL DE
EL HERALDO DE LEÓN**

T E S I S
QUE PARA OBTENER LA LICENCIATURA DE
PERIODISMO Y COMUNICACION
COLECTIVA

P R E S E N T A :

JUAN RIVERA CAMPOS

ASESOR DE TESIS:
ROBERTO FERNANDEZ IGLESIAS

CIUDAD UNIVERSITARIA, MEXICO, D.F.

1988



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

INDICE

Introducción

1. Información masiva y periodismo	1
1.1. Sociedad, ideología e información.	1
1.2. Periodismo: concepto y funciones	9
1.3. Periodismo contra realidad	14
<u>Notas</u>	18
2. El periodismo en México	20
2.1. Evolución de la prensa en México	20
2.2. Panorama actual del periodismo	25
2.3. Presentación del caso	29
<u>Notas</u>	35
3. Análisis morfológico	37
3.1. Distribución del espacio	37
3.2. Géneros periodísticos, ¿más información, menos opinión?.	49
3.3. Fuentes: el anonimato, los periodistas y las agencias.	64
3.4. Origen: la fascinación de lo extranjero	72
3.5. Materia: nota roja, deportes, vida en sociedad	77
<u>Notas</u>	90
4. Análisis estructural	92
4.1. Recursos tipográficos o paralingüísticos: emplazamiento, titulado y presentación	93
4.2. Recursos icónicos: la imagen fotográfica	99
4.3. Recursos lingüísticos: el habla	101
4.4. Análisis de temas clave: notas principales de cada día	110
<u>Notas</u>	124
5. Valoración ideológica	126

5.1. Semantización	126
5.2. Sucedió y no se dijo	134
5.3. Relación social	141
<u>Notas</u>	151
Conclusiones	153
Bibliografía	158

I N T R O D U C C I O N

El presente trabajo tiene como objetivo dar a conocer qué es El Heraldo de León, cotidiano al que se considera el periódico de mayor circulación y por consiguiente el de mayor influencia en la opinión pública guanajuatense.

De inmediato surgen preguntas de cómo es posible conocer la realidad en tan sólo 30 o 32 páginas, cuando un poco más de la mitad de ellas se destina a la publicidad, achicando aún más, el espacio noticioso. A priori, surgen respuestas ciertas y falsas. No obstante ello, fue menester conocer a fondo El Heraldo de León, para observar los mecanismos que sigue en la elaboración de las noticias, así como su papel mediatizador con base en la ideología dominante.

De esta manera y partiendo de que el periodismo sensacionalista pertenece al universo de la información masiva en los países capitalistas; y buscando comprender su papel como transmisor de ideología, fue necesario hacer una revisión de la información masiva y del periodismo en general: su concepto y funciones, así como la vinculación o no con la realidad. A tal caso está dedicado el primer capítulo de este trabajo.

En el capítulo segundo se hace una breve sinopsis histórica de la prensa mexicana, desde la introducción de la imprenta en tiempos de la Colonia, pasando por la aparición del primer periódico en Guanajuato en 1812, hasta llegar a nuestros días. Ya dentro de este marco, el objeto de estudio tenía antecedentes y conexiones que permitían una visión somera del fenómeno. Para profundizar en su conocimiento, en este mismo capítulo se analizaron las características de la empresa periodística; se elaboró el registro de identificación y el expediente de identidad.

A estas alturas, la investigación presentaba ya datos acerca de la Compañía Editorial, S.A., sin embargo, estábamos todavía en la superficie; era necesario profundizar. Se procedió a realizar el análisis morfológico y estructural del contenido, aparecido en los diarios del 20 al 26 de abril de 1986.

El tercer capítulo presenta las disecciones de que fue objeto El Heraldo de León, que permitieron identificar el contenido manifiesto del mismo. Con base en lo anterior, era menester saber cómo se emplea el lenguaje periodístico, lenguaje que abarca tres sistemas de signos: paralingüísticos o elementos tipográficos, -- icónicos y lingüísticos. Estos signos, al ser empleados, responden a criterios de selección y combinación, y a intereses específicos. El capítulo cuarto, análisis estructural, se encargó de -- identificar estos mecanismos.

Al quedar al descubierto la estructura que presenta el contenido manifiesto, era imprescindible ubicar al objeto de estudio, en el contexto social, para lograr entender la estrecha vinculación que guarda la ideología dominante en nuestro país con El Heraldo de León. A ello está encaminado el quinto capítulo.

El trabajo continúa vigente, no obstante el tiempo transcurrido (año y medio: 20 de abril de 1986, a 30 de octubre de 1987); llamando la atención el hecho de que El Heraldo de León siga afeerrado a no presentar la realidad tal cual es, sino persistiendo en su actitud de semantizar la realidad que se torna cada vez más confusa, incierta y llena de injusticias. Esa perseverancia por asir la realidad acorde a la ideología dominante, llega al extremo de -- no permitir siquiera el cambio en su formato, formato que aún sigue vigente desde que entré a laborar en esta empresa a mediados -- de 1974.

El Heraldo de León, pues, sigue siendo el mismo, a diario se

le ve en las mañanas alrededor de las 7 horas, por todos los rumbos de la ciudad y la región, pregonando ser una voz independiente, tal y como lo anunciara en el editorial de su primer número; independencia, por cierto, que no se ve clara ante qué o quiénes, pero eso sí, quedando evidente que es un auténtico vocero de la clase en el poder.

1. INFORMACION MASIVA Y PERIODISMO

Los términos información masiva y periodismo, tan en boga da da su creciente utilización, requieren, para su mejor comprensión, ser vistos a través de sus funciones, clasificación y aspectos generales. Sólo así será posible emprender el análisis de un fenómeno específico dentro del periodismo.

El primer tema comprende: sociedad, ideología e información, conceptos estrechamente vinculados y determinantes uno del otro. En el segundo se analizará el periodismo, su concepto y funciones. Finalmente serán expuestas ciertas consideraciones sobre la actividad práctica del periodismo.

1.1. Sociedad, ideología e información

Sociedad, ideología e información se relacionan entre sí. - Una sociedad se conforma por grupos de individuos heterogéneos, - cuya organización se determina por la estructura económica que -- prevalece. La estructura económica se forma por la conjunción entre los medios de producción y las relaciones sociales de producción. Los medios de producción se integran tanto por las fuerzas humanas como por los instrumentos de producción.

Las relaciones de producción se refieren a los lazos que se establecen entre los individuos en el proceso de producción, y -- pueden ser de cooperación y ayuda mutua o de explotación. Para -- perpetuar las relaciones de producción -más aún si son de explotación-, "La sociedad dispone de la superestructura, conjunto de -- conceptos políticos, filosóficos, jurídicos, artísticos y religiosos que imperan en una sociedad y permiten la subsistencia de la base económica." (1)

Tales elementos, que forman parte de la ideología dominante, son "pura y netamente ideológicos, tanto en el sentido amplio co-

mo en el estricto del término." (2) De lo anterior se desprende - que ideología no es otra cosa que un conjunto de ideas, y por con siguiente, ideología dominante se puede definir como el conjunto de ideas que predominan en una sociedad determinada.

Para la clase en el poder es de vital importancia que exista una ideología, una conciencia común y colectiva que no permita - que los individuos cuestionen, aisladamente o en grupo, las condi ciones de vida. A esta pérdida de la conciencia individual -mu- chas veces sin siquiera haberla obtenido-, a esta aceptación sumi sa de la realidad, se le conoce como enajenación: "Durante cierto número de horas al día, el hombre del siglo XX deja de pensar por sí mismo, y se somete a una forma de conciencia o de pensamiento colectivo. Es ésta una verdad absoluta y, en cierto modo, aterradora." (3)

No se pretende adoptar una actitud pesimista ni se afirma - que no existe alternativa. La enajenación se presenta en diversos grados, desde los individuos que nunca cuestionan su existencia - hasta aquéllos conscientes de que algo puede hacerse y lo hacen. Y lo hacen en la medida que se alejan de esa masificación, de esa conciencia colectiva, cuando comprenden que, más allá de ese cuer po de ideas dominantes, ellos pueden y tienen el derecho de reali zar su propia concepción del mundo.

En este fenómeno de la enajenación, la información se ha con vertido en un elemento imprescindible. Para comprender mejor el - concepto de información, se explica la relación que guarda con la comunicación, ya que es muy común emplearlos como sinónimos, aun- que no lo sean. (4) Para explicar la diferencia es conveniente re ferirse al desarrollo que ha sufrido la comunicación hasta ser -- parcialmente sustituida, a nivel masivo, por la información.

No se concibe una sociedad sin comunicación, actividad mediante la cual los hombres transmiten sus ideas, emociones, necesidades o sufrimientos a sus semejantes, con base en un código común. La palabra comunicación proviene de comunis (común), realizar una actividad de igual a igual. A través de las etapas por las que ha atravesado la humanidad -comunidad primitiva, esclavismo, sociedad feudal, capitalismo y socialismo-, la comunicación ha sufrido, al igual que los demás elementos de la superestructura, una evolución determinada por el cambio en el modo de producción.

En la primera formación social, donde todos eran iguales, y los medios de producción eran de la comunidad, se podía hablar de una auténtica comunicación.

Poco a poco los medios de producción pasan a propiedad de unos cuantos, sucede la primera gran división de clases en la sociedad: el esclavismo. Con esta alteración sustancial de las relaciones de producción, la información será de dominadores a dominados.

En la sociedad feudal, la base era la propiedad privada de unos cuantos sobre el principal medio de producción: la tierra, y la libertad parcial de quienes la trabajan. Se inventa la imprenta y aparecen los primeros periódicos. Sin embargo, la prensa escrita no ejerce aún la influencia decisiva como aparato ideológico; en este sentido, la religión y el derecho poseían mayor importancia.

El desarrollo tecnológico propiciado por los avances científicos originó profundos cambios en la estructura económica. Al evolucionar las fuerzas productivas, otro tanto sucedió en las -

relaciones de producción. Consecuentemente, la superestructura hubo de sufrir un desarrollo: "Desde la época del mercantilismo económico se produjeron tales desórdenes en todas las sociedades que se hizo indispensable introducir correctivos en el sistema. Se requería que fuesen más eficaces y más sutiles que la policía y que hiciesen frente a desórdenes como la crisis económica, que se dieron tanto al nivel de la empresa como al de la comunidad (...) En esa tarea, el sistema de comunicación de masas cumplió un papel decisivo." (5)

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

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

Aunque a nivel interpersonal la comunicación no ha desaparecido, con el surgimiento de los medios masivos se ha observado que tiende a restringirse. "La comunicación, creemos, es algo más que información o transmisión de mensajes, es sobre todo comunión, identificación en sí mismo y en las relaciones con los demás, y -

esta comunicación va faltando en la misma proporción en que aumentan las comunicaciones tecnificadas." (7)

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

El proceso mediante el cual se informa a las grandes masas - consta de los siguientes elementos: (8)

emisor: quien transmite algo;

código: conjunto de señales que elige el emisor;

mensaje: información que se transmite;

medios y recursos: elementos técnicos y económicos del emisor;

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

receptor; quien recibe el mensaje;

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

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

El conjunto de estos elementos implican tres actividades básicas: elaboración, difusión y consumo del mensaje.

La elaboración de los mensajes es una actividad cada vez más monopolizada por las clases en el poder: "La elaboración queda en manos de especialistas cuya función es diseñar mensajes para que logren un máximo de impacto en el público con la consiguiente mínima cantidad de información sobre datos de la realidad en sus -- cuestiones esenciales." (9)

De la cita anterior se desprende que la elaboración no es -- una actividad espontánea; por el contrario, quienes la llevan a -- cabo se guían por los principios de supervivencia de la clase do-- minante, por el control que necesita ejercer. Este concepto de -- control se refiere a la selección previa del material antes de -- darlo a conocer, lo cual no es una práctica aislada en el contex-- to social. De hecho, la información tiene por objeto perfeccionar el control de la clase dirigente sobre las multitudes. Conviene a nalizar el término perfeccionar: es común suponer que los medios de información pueden por sí mismos ejercer un control. Tal idea minimiza la existencia , para fines idénticos, de otros aparatos ideológicos de Estado como son la religión, la escuela, la fami -- lia, lo jurídico, que contribuyen en gran medida a imponer la --- ideología dominante.

La clase en el poder, pues, da forma a la realidad. En infor mación masiva, "el derecho a conocer, que en su acepción más sim-- plemente consiste en el derecho a conocer aquellas cosas que son neces-- sarias para la supervivencia y para la búsqueda de la felicidad, no radica en el pueblo, en la sociedad de clases, sino en la bur-- guesía." (10)

El monopolio aparece en la fase de la elaboración de mensa-- jes y en la etapa de difusión. Para la información masiva este -- aspecto reviste particular importancia; le resulta necesario atraer gran cantidad de receptores. Para ello, cuenta con canales de di-- fusión, cada vez más impresionantes: mediante la televisión, es -- posible llegar simultáneamente a gran número de receptores; los diarios cuentan con rotativas que les facilitan la impresión de miles de ejemplares en poco tiempo.

El monopolio que la clase en el poder ejerce en la elabora--

ción y difusión de los mensajes desaparece totalmente en el consumo: a él sí tienen acceso las clases explotadas. Privilegio poco afortunado si se considera que el consumo, en la inmensa mayoría de los casos, lleva a una "aceptación generalizada, postura acrítica, incapacidad de indagar en profundidad, en totalidad." (11)

Tal situación es justificada por la clase en el poder como - si se tratase de algo indispensable: "Imposibilitado como está nuestro 'hombre masa' de comunicarse con otros, exige que ese alguien impersonal llamado medio de información le ratifique niveles de confianza en sus creencias, valoraciones, actuaciones, elecciones de forma de vida, etc." (12)

La información, además de contribuir a perfeccionar el control ya existente, paulatinamente desplaza a la comunicación: la televisión reemplaza a la plática familiar; leer una fotonovela o un cuento en un camión es más común que platicar con el vecino de asiento... Ello es comprensible -aunque no deseable- si se recuerda que, en una sociedad tan llena de contradicciones, lo menos que puede desearse la clase en el poder son las protestas de los demás, protestas que se vuelven menos agresivas en tanto no puedan compartir puntos de vista con sus semejantes. Este tipo de pautas de conductas que transmite la información, obedece a la existencia de un conjunto de normas que implican la aceptación sumisa ante la explotación.

El modo de vida así impuesto no es precisamente el más congruente con la existencia o intereses del sujeto: "Se informa, en definitiva, para dirigir (...) se perfeccionan hasta límites inauditos los medios para imponer esta aceptación, mientras paralelamente disminuyen y se anulan las defensas de quienes deben conocerla." (13)

La información desempeña funciones no sólo como aparato trans-

misor de ideología. Reviste también una importancia vital para la base del sistema capitalista: la comercialización de mercancías. "La información capitalista unitaria aparece entonces como un nuevo sector de la inversión, autónomo y muy rentable, cada vez más ligado al avance de la monopolización y al desarrollo de la publicidad." (14)

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

Mediante la información, los países imperialistas logran ejercer control sobre aquéllos en vías de desarrollo. Es el mismo esquema de dominados y dominadores; esta vez los personajes serán -- los países. El sistema transnacional de información cuenta con -- empresas de publicidad, bancos de datos, suministro de información, agencias de noticias, programas de radio y televisión, películas, revistas, libros. En suma, algunos medios masivos políticamente de fienden el statu quo cuando éste apoya sus propios intereses.

En fin, la información posee una doble intencionalidad: propagandística, como transmisora de ideología; mercantil, como instrumento eficaz en la comercialización. Para desempeñarla, ofrece un control sutil, y hasta inadvertido, encubierto con las funciones -- tradicionalmente asignada a cualquier medio de información masiva: informar, orientar, divertir y entretener siempre desde la perspectiva de los intereses de la clase dominante. "Estas funciones deben tomar en cuenta las normas y valores sociales existentes, que son medios de control social." (15)

A continuación se expondrá qué es el periodismo, su concepto y funciones. Como es del dominio público, el periodismo es una manifestación típica de la información masiva.

1.2. Periodismo, concepto y funciones

Los individuos que conforman una sociedad se interesan, en mayor o menor medida, por conocer lo que sucede a su alrededor. La clase en el poder asume, casi íntegramente, tal tarea, sin dejar de tomar en cuenta, claro está, sus propios intereses. Dar noticias o entretener son el caballo de Troya dentro del cual se --cuela la influencia hegemónica de quienes detentan el poder." (16)

Comencemos por definir el concepto de periodismo. Este término no podemos definirlo como la actividad mediante la cual un emisor informa a la comunidad hechos que considera trascendentales; o para emplear la jerga periodística, hechos que posean actualidad, universalidad (geográfica, temática y social), periodicidad y --acceso público.

Implícitamente se da el concepto de noticia, básico para el periodismo. Fraser Bond, en Introducción al periodismo, tras enunciar varias definiciones concluye: "Noticia es un informe oportuno de todo aquello de interés para la humanidad, y la mejor noticia es aquella que interesa al mayor número de lectores." (17)

La materia prima esencial para el periodismo es el acontecimiento, el cual, una vez procesado, se convierte en noticia. La definición anterior de noticia lleva a la conclusión de que el periodismo es una de las manifestaciones de la información con mayor interés, es "no sólo la forma de comunicación dominante entre las destinadas a las grandes multitudes, sino la forma determinante --por sus contenidos-- dentro de todo el sistema de comunicación social." (18)

El periodismo, además de informar, orienta, entretiene, politiza, proporciona cultura... Recurre a los medios de información: prensa, radio, televisión y cine para cumplir con tales objetivos.

Prensa son los medios impresos, constituidos tanto por elementos gráficos (escritura) como por elementos icónicos (foto--graffas, dibujos). La prensa abarca impresos periódicos y no pe--riódicos. Ejemplos de los primeros son diarios, semanarios, etc. Del segundo caso, tenemos a los libros y boletines, entre otros. El periodismo surge por vez primera a través de la prensa.

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

La televisión, no obstante ser el medio de información más - reciente, se ha convertido en importante medio periodístico, por la instantaneidad que le permite competir con la radio, a la cual inclusive supera por su carácter audiovisual.

El cine como medio periodístico tiene un empleo más reducido que los otros medios masivos, pues carece de instantaneidad. En - compensación, ofrece recursos técnicos propios que le permiten -- dar a la noticia un mejor tratamiento.

Se mencionaron suscitadamente los distintos canales de difu--sión del periodismo, pues la actividad periodística no se ejerce de manera aislada: la difusión de los hechos se realizará a tra--vés de alguno de los medios, casi siempre con miras a reforzar el control de la clase en el poder. No se puede hablar de una diso--ciación entre prensa y televisión, cuando ambas están en manos, - en muchos casos, del grupo dominante.

Para los fines de este análisis, interesan primordialmente las características del periodismo impreso. El máximo exponente son los diarios, los periódicos por excelencia; afirmación nada novedosa, pues precisamente la palabra periodismo proviene de periódico. Para una mejor comprensión de la actividad periodística en la actualidad, se ofrece un breve panorama histórico (19):

Ya antes de Cristo, los romanos colocaban en sitios públicos algunas hojas con noticias denominadas acta diurna. En China y Corea se imprimía en papel con tipos móviles mucho antes que en Europa. En el siglo XVI, en Venecia, se imprimía una pequeña hoja de noticias que se vendía por una gazeta (moneda de escaso valor). En Alemania, a comienzos del siglo XVII, apareció el primer periódico con muchas características del periódico moderno. En Inglaterra, en 1621, surgieron los corantos, antecesores del periódico actual. A raíz de la Revolución Industrial y de la comercialización en aumento, el periodismo tuvo mayor auge, sobre todo en Inglaterra y posteriormente en los Estados Unidos. En 1850, la prensa para el público en general era ya una realidad; el telégrafo y el ferrocarril, al igual que otros avances tecnológicos, contribuyeron a su desarrollo. En 1880 aparece la primera fotografía en un diario, el Daily Herald de Nueva York. Este mismo año se entabló una competencia entre las principales cadenas periodísticas -Hearst y Pulitzer- que tuvo como resultado el advenimiento del llamado "periodismo amarillo", prensa sensacionalista, alarmante; a través de la prensa, una vez logrados avances tecnológicos, se iba en pos del mayor número de lectores.

La actividad periodística se ha desarrollado paralelamente a los avances tecnológicos: los países más evolucionados son los que tienen mayor número de periódicos y con tirajes cada vez mayores y de cobertura más amplia.

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

- 1) Impresos
- 2) Editados en el país
- 3) Ofrecidos al público
- 4) Publicación en serie continuada y bajo un mismo título
- 5) Periodicidad regular o irregular
- 6) Cada ejemplar de la publicación debe constar de fecha, y generalmente de numeración (20)

De todas las características que deben reunir los periódicos, sólo una es la que se objeta, y es precisamente la que deben ser editados en el país, ya que es común encontrar en otros países, periódicos extranjeros puestos a la venta el mismo día de su publicación; son, en el estricto sentido del término, periódicos.

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

Los géneros informativos se caracterizan por proporcionar sólo los hechos principales: qué, quién, cuándo, dónde y cómo; todo ello de manera subjetiva. Ya más adelante, en los capítulos 3 y 4 se verá cómo en realidad no se puede hablar de objetividad en el estricto sentido de la palabra.

La objetividad -a pesar de su utópica existencia- se considera como el eje de los géneros informativos; sin embargo, se puede desmitificar fácilmente. Para ello, se cita una sugerencia contenida en un tratado sobre géneros periodísticos informativos: "Sin embargo, cuando un reportero se sienta ante su máquina de escribir, rara vez escribe todo lo que sabe sobre una situación desagradable. Aunque disponga de abundante espacio y esté protegido por las leyes, procura suprimir los hechos ofensivos y las frases hirientes. Cuando lo olvida, tales hechos y frases son despiadadamente eliminados por los correctores y los jefes de sección. En síntesis, todo se adecúa (sic) a las prohibiciones omnipotentes de quienes --ejercen la dirección." (21)

Los géneros interpretativos -cuya clasificación suscita aún polémicas- comprenden el reportaje y la entrevista -esta última como género y no como técnica para obtener información-.

Los géneros de opinión, además de proporcionar información, -incluyen la opinión de quien escribe o de la empresa periodística, en el caso del editorial. Comprenden el editorial, el suelto, la columna, la crítica, el ensayo y la caricatura política. A través de ellos, se busca "emitir juicios de valor acerca de la importancia y trascendencia de los acontecimientos que son noticia (interpretar los datos para orientación de los lectores)." (22)

Cabe señalar que existe gran discrepancia en la taxonomía de los géneros periodísticos, complicada aún más por la denominación de los mismos; a ello en gran medida contribuye la traducción de manuales periodísticos extranjeros. En el periodismo, ese tipo de malentendidos puede producirse cuando los lectores toman como informaciones lo que son opiniones. Caso típico se da en las emisiones televisivas. Roberto Fernández Iglesias apunta que la diferen

ciación de los géneros periodísticos es todavía más notoria en los géneros de opinión; para éstos, los manuales periodísticos emplean diversos nombres: artículo, artículo de fondo, artículo editorial, columna editorial, etc., con gran imprecisión. (23)

Luego de proporcionar las características elementales de un periódico, pertinentes para el objeto de la presente investigación, en seguida se hará una exposición de la conexión que prevalece entre noticia y realidad, entre periodismo y realidad.

1.3 Periodismo contra realidad

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

"Por lo general, los asuntos que comportan en sí la posibilidad de ser noticias pasan por una serie de tamices." (24) Según lo mencionado antes sobre lo que es una noticia, habrá que aclarar -- que la clase en el poder no puede darse el lujo de permitir una libre difusión de las noticias; la realidad antes de ser canalizada a través de los medios de información, será sujeta a mecanismos de control o de manipulación. Tales mecanismos consisten en ocultar - todo aquello que resulte perjudicial al sistema; si no es posible ocultar, presentar de otra forma a los hechos, matizarlos; difun--dir hechos que, aunque no afecten a la sociedad, resulten coadyu--vantes a la supervivencia del sistema; por último, el periodismo - puede servir no sólo para dar a conocer la realidad, sino para in--ventarla. Al respecto, existe una cita clásica atribuida a Hearst, magnate del periodismo: "Ponga usted los grabados, yo pondré la -

la guerra." (25)

Mas allá de los manuales de redacción periodística, de la ética profesional del periodista, de un estricto apego a la verdad, se extiende una innegable situación: "el periodismo libra día a día una batalla contra la realidad, sus contradicciones, sus injusticias; el periodismo también fabrica mentiras." (26)

Es oportuno hablar un poco sobre la fetichización de los medios de información. Esta consiste en atribuir a los objetos vida propia; en el caso de los medios de información, considerarlos como entes autónomos, que presentan hechos, realidades dignas de créditos. ¿Quién puede desconfiar de un inocente periódico? Al hacer caso omiso de los intereses ocultos detrás de un mensaje difundido por un medio de información, olvidamos que éstos no mienten ni son sinceros; ellos no. Es indudablemente, la clase en el poder la que se encarga de tal situación. El inocente periódico es, por tanto, nuestra ventana hacia la realidad; ventana cuyo paisaje la clase en el poder dispone a su conveniencia.

A través de los medios de información, concretamente de la actividad periodística, se puede ejercer considerable influencia en la visión del mundo, así como en el entretenimiento, el tiempo de ocio, los hábitos.

Se distrae a los hombres de su realidad cotidiana, se ofrece a cambio una vida más placentera; aunque falsa. Para ello, la gran prensa presenta la historia de amor de gente célebre, así como la vida íntima de los principales personajes del mundo artístico, etc. Sin embargo, la prensa no se conforma con presentar exclusivamente noticias sensacionalistas; no se puede guardar silencio absoluto respecto a la absurda y contradictoria realidad, Y no se guarda silencio; en ello radica el poder de la palabra.

Al caos mundial, el diario le pone orden, lo simboliza; lo encuadra en secciones. De ahí la expresión popular tan difundida: "del dicho al hecho hay mucho trecho"; la prensa presenta en la mayoría de las ocasiones versiones totalmente distintas de un solo hecho.

Según los elementos del proceso de la información que se enumeraron anteriormente, se puede apreciar que en periodismo, paradójicamente, se hace en ocasiones caso omiso de la realidad. Y se dice paradójico pues es precisamente del periodismo del que se espera mayor apego al referente. A esto se llama empobrecimiento referencial o descontextualización. "Lo que se presenta de la realidad aparece en forma puntual, aislado de otros elementos, como algo en sí mismo, válido hasta sus límites." (27)

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

Esta re-creación de la realidad, con fines de ser difundida masivamente, se identifica como un proceso de semantización. La -

semántica se encarga de estudiar la relación entre los signos y sus respectivos significados: la semantización implica, por lo tanto, la forma en que la realidad es presentada mediante signos. "Hacer periodismo es semantizar las señales socioculturales que se revierten por los conductos de las fuentes de información."(28)

Aparte de lo que se ha dicho sobre noticia, es necesario -- constatar que ésta no ha podido sustraerse a los efectos de la sociedad capitalista. La noticia constituye también una mercancía - que se vende de acuerdo a la ideología del mercado dominante.

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

La información ayuda a reforzar y perpetuar las estructuras vigentes. No obstante lo pesimista que pudiera parecer este capítulo, es un hecho innegable que la sociedad sigue su marcha, que las contradicciones que se gestan en su interior llevan a un desarrollo, a un inevitable cambio de estructuras, que se reflejarán indudablemente en la praxis de la comunicación. Cambios empeñados en aplicar al ámbito de la comunicación comunicativa modelos distintos a los que operan normalmente en el campo hegemónico de los mass media en una sociedad industrial y tecnológicamente avanzada.

Notas

- (1) Luis Althusser. "Ideología y aparatos ideológicos de Estado", en La filosofía como arma de la revolución, p. 103
- (2) Ludovico Silva. Teoría y práctica de la ideología, p. 53
- (3) Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 37
- (4) Aunque en lo sucesivo, para los fines de la presente investigación se habrá de usar el término información, en las citas bibliográficas se respeta el criterio del autor: comunicación masiva, comunicación social, medios masivos de comunicación, etc.
- (5) Punto de vista de Gustavo Esteve, en su obra El Estado y la comunicación, que es citado por Eva Salgado Andrade en EVASIONES, 2a. edición, Semantización periodística de la realidad, pp. 4-5
- (6) Camilo Taufic. op. cit., p. 63
- (7) Raúl Rivadeneira. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, p. 237
- (8) cfr. Daniel Prieto. Elementos para una teoría de la comunicación, pp. 16-32
- (9) Daniel Prieto. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 12
- (10) Camilo Taufic. op. cit., p. 162
- (11) Daniel Prieto. op. cit., p. 12
- (12) Raúl Rivadeneira. op. cit., p. 237
- (13) Camilo Taufic. op. cit., p. 164
- (14) Jaime Goded. "Dos ensayos sobre comunicación", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, p.84
- (15) Ricardo Amann y Nicole Pianet de Amann. "Conformismo y comunicación colectiva", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, p. 61
- (16) Camilo Taufic. op. cit., p. 55
- (17) F. Fraser Bond. Introducción al periodismo, p. 98
- (18) Camilo Taufic. op. cit., p. 52

- (19) cfr. Melvin L. de Fleur. Teorías de la comunicación masiva,
pp. 55-56
- (20) cfr. Jacques Kayser. El diario francés, p. 24
- (21) Carl N. Warren. Géneros periodísticos informativos. p. 246
- (22) José Luis Martínez Albertos. Curso general de redacción pe-
riodística, p. 383
- (23) cfr. Roberto Fernández Iglesias. Para una caracterización -
genérica de la nota informativa, la crónica noticiosa y la
entrevista (inédito)
- (24) Silvia Molina, "Control y opinión pública", en Revista Mexi-
cana de Ciencia Política, No. 69,p. 88
- (25) Respuesta que dio William Randolph Hearst a Frederic Reming-
ton, dibujante y grabador, en la guerra de 1898 entre Esta-
dos Unidos y España. Citado en Ibracio Guajardo, Elementos
de periodismo, p. 8
- (26) Ibidem, p. 8
- (27) Daniel Prieto. Discurso autoritario y comunicación alterna-
tiva, p. 122
- (28) Raúl Rivadeneira. op. cit., p. 239

2. EL PERIODISMO EN MEXICO

En este capítulo se ofrecerá una visión global del periodismo a través de la historia de México, haciendo a un lado datos y fechas que generalmente son difíciles de retener, centrándonos en los aspectos sociales que los determinan; como se sabe, prensa y sociedad siempre van enlazadas. Asimismo, se presentará un panorama general del periodismo en nuestro país; para finalmente presentar el caso de El Heraldo de León, diario de mayor circulación en el estado de Guanajuato y objeto central de esta investigación.

2.1. Evolución de la prensa en México (1)

Algunos autores coinciden en que la prensa en México prácticamente inició con la introducción de la imprenta, en 1537, obra de Fray Juan de Zumárraga. Al poco tiempo aparecieron las hojas volantes, la de Juan Pablos fue la primera que circuló, informaba lo referente a un temblor en Guatemala (1541).

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

Se avecinaba el cambio. La expansión industrial a nivel mun-

dial habría de ejercer su influencia en México, a la par que las ideas independentistas. Ambos procesos, encontraron eco en los rudimentarios medios de información.

La materia del periodismo sufrió una importante transformación: la divulgación de ideas revolucionarias cobraron auge a nivel internacional. En la Nueva España, insurgentes y realistas se dieron cuenta del papel movilizador que puede ejercerse a través del periodismo. Hidalgo, en El Despertador Americano, logró dejar testimonio de los principales objetivos de la lucha. Ya para entonces, el promedio de tiraje en un periódico era de 500, los mayores llegaban hasta 2 mil ejemplares.

A partir de entonces, el periodismo en México representaba los intereses políticos de los diversos grupos: monarquía o república, república federal o unitaria, liberalismo o conservadurismo. Durante la República, el periodismo adquiere un matiz que le haría destacarse: se combinan en él tanto la política como la literatura; los periódicos enriquecían su contenido con colaboraciones de distinguidos intelectuales. Así, en El Correo de México, destacan las plumas de Ignacio Ramírez, Guillermo Prieto e Ignacio Manuel Altamirano.

No obstante lo convulsionado del país, Guanajuato tiene la gloria de haber sido uno de los primeros estados de la Nueva España que vieron nacer en su seno un periódico. Según el historiador D. Fulgencio Vargas: "debe hacerse constar que un periódico insurgente intitulado Gazeta del Gobierno Americano en el Departamento del Norte, se imprimió en una pequeña prensa de mano y con tipos de madera, en el Islote de Liciaga de la Laguna de Yuriaria, números 1 y 2 correspondientes al mes de septiembre de 1812, cuando aún no se fundaba la imprenta en la capital del estado." -

Suceso este último que se da en 1824, año en que circula el periódico en la ciudad de Guanajuato, Gto., que llevó el nombre La Sombra de Mina. Sin embargo, es hasta 1860, cuando aparece el primer periódico en esta ciudad de León, denominado El Conciliador.

En su análisis Principios del periodismo leonés, D. Fulgencio Vargas señala: "Ha sido en verdad la ciudad de León de los Aldama, terreno fecundísimo para las publicaciones periodísticas, principalmente para las de carácter católico; lástima que se haya mostrado bastante estéril para darles larga duración; porque exceptuando El Pueblo Católico, en el siglo pasado y principios del presente, y actualmente El Sol de León y El Herald de León, que debido a la competencia que están haciendo, parece que alcanzarán largos años de vida, de las demás en su mayoría, podemos decir que nacieron para luego expirar, después de un año y aún menos de precaria y desdichada existencia."

Volviendo al contexto nacional, y ya en los primeros años del porfiriato, surgen importantes periódicos obreros: El Hijo del Trabajador, La Abeja, La Huelga, El Desheredado. La libertad de prensa era prácticamente irrestricta; sin embargo, a finales del siglo pasado, los periódicos opositores al régimen comenzaron a ser censurados. Poco a poco el gobierno comenzó a tomar el financiamiento de la prensa, por lo que esta comenzó a burocratizarse.

La inconformidad hacia el porfiriato comenzó a hacerse cada vez más notoria a principios de este siglo. En 1900, los hermanos Flores Magón publican Regeneración, semanario que primero fue de tipo jurídico y después se convirtió en una publicación de combate.

Cuando estalla el movimiento armado (1910), las facciones en pugna recurrieron al poder politizador del periodismo. Así, la prensa escrita contribuyó a acaudillar y defender una y otra postura. Existían diarios maderistas y otros a favor del porfiriato.

Al pronunciarse Carranza en contra del usurpador Huerta: La República, El Progreso, La Voz de Sonora, El Paso del Norte y muchos más tendrán tendencia constitucionalista. Al presentarse el

divisionismo entre carrancistas, zapatistas y villistas aparecen periódicos que defienden o atacan a tales bandos. Al triunfar Carranza, la prensa constitucionalista tendrá carácter oficial.

Surgen en Plena Revolución periódicos de circulación diaria que a la fecha aún son publicados: en 1916 sale El Universal, y un año más tarde Excelsior. Con la llegada al poder de Plutarco Elías Calles (maximato), la aparente calma, de consolidación, se refleja en la prensa. Esta pierde en gran parte la libertad de expresión que le caracterizaba. Poco a poco se daría mayor impulso a la prensa oficial; en tanto, sería cada vez más censurada la prensa de los pequeños bandos.

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

A través del periodismo de este siglo puede seguirse la tendencia observada por el gobierno. Por ejemplo, alrededor de los años de 1924-1929, los periódicos se convierten, en su mayoría, en enemigos del catolicismo. Habrá que recordar que en esta época, cuando Calles se encontraba en el poder, el gobierno inició varias campañas de persecución religiosa.

Las características técnicas de producción también tuvieron injerencia en los destinos del periodismo: al contar con maquinaria cada vez más automatizada y rápida, se incrementa, lógicamente, el tiraje de los diarios; lo mismo sucede con los lectores. -

El periodismo como industria registró una creciente división del trabajo: las especialidades fueron más diferenciadas: desde el fotógrafo, corrector de estilo, prensista, formador, reportero...

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

La existencia de un organismo como PIPSA resulta muy conveniente para el bloque formado por la prensa oficial: le asegura - protección, por parte del gobierno, en contra de las actividades periodísticas al margen de la tendencia oficial.

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

función, la prensa oficialista ofrece gran ayuda.

No sería exagerado afirmar que, a lo largo de la historia, el periodismo ha constituido un elemento vital, capaz de movilizar o reprimir a grandes grupos; todo ello, claro está, en función de los intereses de quienes detentan la propiedad.

2.2. Panorama actual del periodismo

El apartado anterior ha permitido observar cómo la prensa ha evolucionado grandemente en nuestro país, hasta llegar a la actualidad en que el diarismo nacional alcanza tirajes de varias decenas de miles de ejemplares. Algunos, incluso, superan los 400,000 ejemplares diarios (Ovaciones y Esto).

Dada la vertiginosidad con que avanza la actividad periodística, es prácticamente imposible que se pueda obtener información al día que aporte datos altamente confiables. En el periodismo todo sucede a pasos acelerados. Lo mismo que en la capital del país, en la provincia, un periódico puede aparecer o desaparecer, o bien incrementar o disminuir la circulación, en un lapso relativamente corto.

Además, "es paradójico, pero no sorprendente, el que los --- 'órganos públicos de información' se aferren a una privacidad o a una simulación tales que impiden confiar racionalmente en la veracidad de los escasos datos que dan a conocer sobre sí mismos", (2) lo cual es comprensible, puesto que, como se ha mencionado, los periódicos -contra lo que pudiera pensarse-, no se apegan siempre y completamente a la realidad; por extensión, el tratamiento que le conceden a las noticias lo aplican a su número de circulación, empleados, reporteros, etc.

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

En esta ciudad guanajuatense circulan periódicos y revistas diferenciados, en primer lugar, por la frecuencia de su aparición: diarios, semanarios, quincenales y mensuales. Los principales diarios matutinos según el tiraje son: El Heraldo de León, El Sol de León, A.M. y Contacto de León; el contenido es información general, económica, nota roja, deportiva.

Todos los diarios principales requieren de organizaciones formales complejas, su contenido está abierto a todos, distantes de las fuentes y distantes unas de otras, y mantienen una relación impersonal entre el emisor y el público. (3)

El objetivo básico de un periódico debiera ser informar; sin embargo, la realidad muestra que los objetivos se enfocan hacia otros destinos: "Una vez cubierto el objetivo para el que fue fundado, el periódico permanece y se mantiene normalmente por el auspicio gubernamental en dinero o en especie (...) Surge un segundo momento político que o lo revitaliza o lo convierte en periódico de segundo orden (...) Una tercera posibilidad es que permanezca en simbiosis con algún grupo económico que lo mantenga como una empresa más o como su tribuna para protestar o presionar ante alguna contradicción secundaria con el aparato burocrático." (4)

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

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 e información, sino por simple y llana pu blicidad o propaganda. El carácter publicitario o propagandístico se encuentra también en el contenido supuestamente informativo, -- donde se apoya o promociona a diversas empresas de la iniciativa privada u organismos del sector público debido a que el grueso de los anuncios proviene de ambos sectores.

Se ha observado una conexión muy estrecha entre una empresa periodística con algún o algunos grupos de poder económico o político; relación que se pone de manifiesto cuando ellos ejercen -- cierta influencia ante un conflicto determinado, o bien tienen -- participación directa cuando son propietarios del periódico.

Una forma de entender más claramente el problema consiste en considerar que los periódicos pueden organizarse de dos formas -- distintas: sociedad anónima y sociedad cooperativa. En sociedad -- anónima, un reducido número de socios aporta cantidades considera**ble**s. Aunque sea difícil conseguir los datos, hay evidencias de -- estrechas relaciones entre altas figuras de la política y las finanzas y las empresas periodísticas. Como ejemplo, basta tan sólo ver el directorio del periódico Novedades.

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

de interés ajeno a los de la cooperativa.

El propio Estado tiene también una amplia injerencia en las empresas periodísticas. Como es del dominio público, la totalidad del papel que emplean los diarios es controlado y distribuido por PIPSA, órgano estatal a través del cual el Estado es capaz de -- exterminar, si así le conviniere, a cualquier periódico o, en cambio, favorecer a otro. El control también se manifiesta por la regulación de la publicidad oficial y por medio de la compra de -- acciones de las empresas periodísticas, entre otras.

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

Además, el Estado logra un eficaz control sobre la información referente a sus actividades mediante las oficinas de prensa en cada una de las Secretarías. En ellas se elabora y distribuye diariamente un boletín, del cual obtienen copia todos los periódicos. En muchos casos, según la política interna del diario, tales boletines serán incluidos tal como se reciben. Éste es un claro -- caso de propaganda, de difusión de ideas.

Los periodistas no pueden dejar de resentir las características de la producción capitalista: la división del trabajo, la explotación de la mano de obra. En el caso de los periodistas, lo que producen es más bien de tipo intelectual; sin embargo, ellos se ven coartados en su actividad. La poca formación profesional -- de los periodistas hace que su labor se reduzca a sujetarse a los

boletines que recibe o a las simples declaraciones de los funcionarios.

Es bueno recordar que en el periodismo existen tanto los géneros informativos como los géneros de opinión; en éstos, "el escritor, el llamado editorialista, salvo excepciones, se sitúa a su mesa y produce un artículo en el que falta la indagación: no informa, opina. Dice que está bien y que está mal sin construir con información el análisis y sin extraer así, con el ofrecimiento de datos, las conclusiones." (5)

La actividad periodística en México no ha dejado también de sufrir la influencia de la dominación transnacional. Gran cantidad del contenido de los diarios se ve plagada por servicios de las agencias de noticias, publicidad de productos de las transnacionales; publicación de cómics. Colaboraciones que contribuyen a la desvinculación cada vez más alarmante entre el periodismo y la realidad nacional. La prensa se nutre de noticias que favorecen a la clase en el poder, que favorecen a las empresas transnacionales, y, paradójicamente, favorecen menos a la inmensa mayoría de sus lectores. "Cuartillas y cuartillas logomáquicas, en discursos, afirmación, señalamientos, denuncias, imputaciones, polémicas en entrecomilladas sin fin, componen las planas del periodismo nacional." (6)

La distribución de los diarios se realiza a través de la venta directa o de la suscripción. Así, los voceadores y expendios se encargarán de que en pocas horas la información recién elaborada quede en manos de miles de ávidos lectores. Pasamos ahora, a la presentación del caso.

2.3. Presentación del caso.: El Herald de León

Eva Salgado Andrade establece que el análisis de cualquier medio de información implica un conocimiento de las características del mismo: quién se encarga de su elaboración, cuál es su sistema de distribución, desde cuando apareció, tiraje, etc. (7) En este trabajo de investigación también habremos de observar las pautas que ofrece José María Casasús, en Ideología y análisis de los medios de comunicación, quien desarrolla ampliamente la técnica que se conoce como hemerografía estructural o análisis estructural hemerográfico. (8)

Para recabar y exponer tales características previas, se propone la elaboración de un registro de identificación, datos esenciales que caracterizan al periódico o revista, así como un expediente de identidad, que agrupa los datos sobre la empresa responsable de la publicación.

Se procede a continuación a exponer los datos correspondientes de El Heraldo de León y de la empresa responsable, Compañía Editorial, S.A.

Registro de identificación

- 1.- a) Nombre del periódico: EL HERALDO DE LEON, en letra mayúscula, blanco y negro. No se han registrado cambios de nombre. La razón de que lleve el nombre de EL HERALDO DE LEON estriba en que desde su creación, y hasta la fecha, fue concebido como el pregonero de la ciudad.
- b) Indicaciones que acompañan al nombre: Año XXIX, No. 9,997, Director General: Mauricio Bercún; fecha: domingo 20 de abril de 1986; Gerente: Juana P. de Orozco; Registrado como Artículo de Segunda Clase el día 10 de febrero de 1958.
- c) Indicaciones administrativas en otro lugar del diario: Ge-

neralmente, en la página 4 de la primera sección, aparece un pequeño espacio en la parte superior derecha que contiene datos sobre la empresa Compañía Editorial, S.A.

- 2.- Sede de la administración y de la redacción: Hermanos Aldama 222, zona centro, León, Gto.
- 3.- Periodicidad: Diario.
- 4.- Momento de aparición: Matutino, más o menos a partir de las 7 de la mañana.
- 5.- Fundación: León, Gto., el 3 de octubre de 1957.
- 6.- Zona principal de difusión: Ciudad de León.
- 7.- Tirada: Manifiesta poco más de 63,000 ejemplares vendidos al día. (9)
- 8.- Precio: En el momento de recabar la información (20-26 de abril de 1986): \$100.00 entre semana y \$120.00 los domingos.
- 9.- Formato: Estándar; 52.5 cms. X 35 cms.
- 10.- Características de impresión y confección: Blanco y negro; sin embargo; la primera plana de la segunda sección (información local) generalmente se imprime en color. Los domingos, la primera plana de la sección de sociales, también aparece con selección de color; caso similar se presenta con la primera plana de deportes, los lunes.
- 11.- a) Número habitual de páginas, máximo y mínimo: Entre semana de 30 a 32 páginas; sábado y domingo, de 34 a 46 páginas.

- b) Número de columnas por página: Generalmente es mixto; don de suele variar es en la sección de sociales, ya que aparecen al día una o dos planas diseñadas en cuerpos de 4 - columnas.
- 12.- Nombre y dirección del impresor: la misma citada en el punto 2, Compañía Editorial, S.A. La empresa cuenta con departamento de publicidad, que funciona en el mismo local.
- 13.- Número de ediciones: Una; la que se analizará.
- 14.- Zona cubierta por la edición: principalmente local, pero también se distribuye en un gran número de los 46 municipios del estado de Guanajuato.
- 15.- Idioma en que se expresa: Español.
- 16.- Características excepcionales: es el matutino de mayor tiraje en la región. (10)
- 17.- Lugar donde se conservan las colecciones: Hemeroteca Municipal (de 1975 a 1979 en forma irregular; de 1980 a 1987, están todos). Existe en la sede del periódico un archivo, desafortunadamente no está abierto al público.

Expediente de identidad

1.- Estructura jurídica y financiera.

La empresa editora es Compañía Editorial, S.A. Con fecha 30 de abril de 1957, la escritura 5076, hecha ante notario, señala que tal empresa cuenta con capital social de : --- \$ 700,000.00 representado por 700 acciones con valor de : ---

\$ 1,000.00 cada una. (11) Los principales accionistas eran -- Mauricio Bercún, Guadalupe López de Bercún, Rodrigo Villasana, Joaquín Sánchez Aldana y Enrique Othón González, quienes al mismo tiempo, integran el consejo de administración. Los socios han delegado sus funciones en el señor Mauricio Bercún, con el acuerdo siguiente: El Heraldo de León, El Heraldo de Tampico, El Heraldo de Aguascalientes y El Heraldo de Irapuato, pasan a manos del señor Bercún; en tanto que El Heraldo de San Luis Potosí y El Heraldo de Zacatecas son para los socios restantes. (12) La empresa cuenta con departamento de publicidad, que se encarga de organizar todo el material publicitario del diario.

2.- Condiciones de fabricación

Se cuenta con rotativa offset, perteneciente a Compañía Editorial, S.A. Se imprime también El Heraldo de Irapuato. El personal se renueva constantemente; está integrado por muchos jóvenes; en su mayoría con estudios medio y de preparatoria.

3.- Condiciones de distribución.

Depende directamente de la Unión Nacional de Voceadores. La venta es básicamente a través de voceadores y expendios. - El porcentaje de ejemplares no vendidos es mínimo, si se toma en cuenta que no se aceptan devoluciones. (13)

4.- Organización de la redacción.

Existen 16 redactores y colaboradores, y, aproximadamente, 32 corresponsales en el estado, que se concretan a pasar datos, ya que ninguno de ellos sabe redactar una nota informativa. (14)

5.- Línea y acción política.

Generalmente resaltan las informaciones que emite el go
bierno mexicano y simpatiza con la política gubernamental. -
Censura las corrientes socialistas. (15)

Posteriormente se procederá a exponer e interpretar los
resultados derivados de la investigación del mensaje.

Notas

- (1) Para elaborar este apartado se consultaron:

Julio del Río Reynaga. "Anotaciones sobre los medios de información en México", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69;

Fátima Fernández Christlieb. "La prensa en México", en Prensa y radio en México, Cuadernos del Centro de Estudios de la comunicación, No. 1;

Miguel Ángel Granados Chapa. Examen de la comunicación en México;

Miguel Ángel Granados Chapa. "Aproximación a la prensa (notas sobre el periodismo diario)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69;

María del Carmen Ruiz Castañeda. Anotaciones en clase de la materia Desarrollo de los Medios de la Comunicación Colectiva en México (seminario), 1970, 2º semestre.

Fulgencio Vargas. "Principios del periodismo leonés", cuadernos del Archivo Histórico Municipal de León, Gto.

- (2) Miguel Ángel Granados Chapa. "Aproximación..." p. 47
- (3) Características que debe reunir un medio de información masiva, citadas por Eva Salgado Andrade en su tesis EVASIONES, 2a. edición. Semantización periodística de la realidad, p. 66
- (4) Fátima Fernández Christlieb. "La prensa en México", en Prensa y radio en México, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, No. 1, p. 20

- (5) Manuel Becerra Acosta. "Situación de los medios en México: -- prensa", en Prensa y radio en México, Cuadernos del Centro de Estudios de la comunicación, No. 1, p. 16
- (6) Ibidem, p. 16
- (7) cfr. Eva Salgado Andrade. Guía de análisis de periódicos o revistas (inédito)
- (8) José María Casasús. Ideología y análisis de los medios de comunicación, p. 82
- (9) Cifra proporcionada por el periódico mismo
- (10) Información proporcionada por los jefes de circulación de -- El Heraldo de León, A.M. y Contacto de León. Por lo tanto, se considera objetiva
- (11) Registro número 118. Primera inscripción del Registro Público de la Propiedad de esta ciudad de León de los Aldama, Gto.
- (12) Información suministrada por Juana P. de Orozco, Gerente de -- El Heraldo de León
- (13) Información proporcionada por el jefe de circulación de El Heraldo de León
- (14) Experiencia directa, ya que fui jefe de corresponsales de -- El Heraldo de León
- (15) Según información confidencial proporcionada por un ejecutivo de la empresa.

3. ANALISIS MORFOLOGICO

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

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

La segunda etapa, valoración ideológica, consiste en interpretar los resultados a la luz de la realidad nacional. (1)

En este capítulo se expondrán los resultados de la primera fase, análisis morfológico, de El Herald de León. Se eligieron para el análisis los números correspondientes a una semana; la elección de las fechas que debían comprender el análisis fue completamente casual; sólo se tomó en cuenta que no atravesara ningún día festivo ni hecho sobresaliente. Tal semana fue la del 20 al 26 de abril de 1986.

3.1. Distribución del espacio (2)

Esta fase consiste en una disección de la superficie impresa de los diarios analizados; se puede definir como un análisis cuantitativo del contenido. Si bien está contemplada dentro de la técnica del análisis estructural hemerográfico, se apega, en gran medida, al análisis de contenido propuesto por Berelson en Análisis de contenido, editado por la UNAM. De tal manera que a través de ella también se conoce, en primera instancia, el contenido manifiesto. Los pasos a seguir son:

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

<u>Día</u>	<u>No. de páginas</u>
Domingo 20	34
Lunes 21	32
Martes 22	30
Miércoles 23	32
Jueves 24	30
Viernes 25	34
Sábado 26	46

El número de páginas se mantiene constante en todos los periódicos de la misma época, los cuales sin ser empleados específicamente para el análisis sí fueron revisados: de 30 a 32 páginas diariamente, excepto sábados y domingos, donde el número es de 34 a 46.

Conocer sólo el número de páginas no aporta, de manera individual, conclusiones importantes; sin embargo, en la siguiente fase, evaluar las subunidades -columnas-, se aprecia un formato más

o menos flexible, sin embargo, casi idéntico. Existe, posiblemente, una relación entre un periódico que sigue un formato sin cambio y una sociedad en la que trata de evitar el cambio.

Se aprecia la misma flexibilidad mencionada para el número de páginas. Es preciso señalar los factores principales que determinan alteraciones en la disposición por columnas:

- a) En la primera plana, de 1a. y 2a. sección, las noticias consideradas principales son dispuestas hasta en cuatro o cinco columnas; hay uniformidad entre los encabezados y los textos; - uniformidad que se rompe en los titulares de ocho columnas, -- donde el cuerpo de la noticia baja a tres columnas.
- b) El material publicitario o propagandístico ocupa en 75 ocasiones planas completas -no siempre en una página fija-; se rompe, así, la rigidez que pudiera haber en aras de quienes compran - espacio.

3) Aislamiento de las secciones

Página	1a. Sección
1	Información nacional e internacional
2	Editorial, excepto el domingo que es columna política "Línea privada"
3	Varía: información nacional o internacional
4	Aviso económico
5	Aviso económico
6	Aviso económico
7	Aviso económico
8	Aviso económico
9	Aviso económico
10	Varía: aviso económico o información internacional

Página	1a. Sección
11	Varía: información internacional, cines, comics
12	Varía: información internacional, cines, policía
13	Información internacional y nacional
14	Varía: información internacional o policía
15	Información internacional
16	Policía
Página	2a. Sección
1	Información local
2	Información local
3	Varía: información local, íntegramente publicitaria o información de la ciudad capital Guanajuato
4	Varía: cines o información de la ciudad de Guanajuato
5	Varía: cines, regional o información de la ciudad de Guanajuato
6	Varía: información regional o de la ciudad de Guanajuato
7	Varía: información de la ciudad de Guanajuato o local
8	Varía: policía, regional, comics o sociales
9	Varía: local, información de la ciudad de Guanajuato o sociales
10	Varía: íntegramente publicitaria o sociales
11	Varía: íntegramente publicitaria o sociales
12	Varía: información local o regional
Página	3a. Sección
1	Deportes local, nacional e internacional. Encabezados

Página	3a. Sección
2	Varía: deportes local, nacional o internacional
3	Deportes local
4	Varía: deportes local, internacional o cines
5	Varía: deportes local, internacional o espectáculos
6	Varía: deportes local o internacional
7	Deportes local
8	Deportes local o nacional
9	Deportes local
10	Comics
11	Íntegramente publicitaria
12	Deportes local

Página	4a. Sección
1	Sociales
2	Varía: sociales o íntegramente publicitaria
3	Sociales
4	Varía: íntegramente publicitaria, comics o sociales
5	Varía: sociales o íntegramente publicitaria
6	Varía: sociales o comics
7	Sociales
8	Varía: íntegramente publicitaria o sociales
9	Íntegramente publicitaria
10	Sociales

En esta primera evaluación de la superficie de los siete números del diario se aprecia una tendencia a la repetición en el formato; salvo excepciones -generalmente cuando la página se destina íntegramente a fines publicitarios o propagandísticos- el -

número de páginas y de columnas tiende a ser uniforme. Las secciones se presentan de manera casi uniforme en las nueve primeras páginas. A partir de la página diez existen variaciones en el contenido. Interesa destacar que la información internacional no ocupa un lugar fijo y es desplazada por las secciones de cines, policía o información nacional.

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

4) Clasificación de la superficie impresa

Aquí se clasificará a la superficie impresa en tres divisiones: redaccional, administrativa y publicitaria. Superficie redaccional es la propiamente periodística, se conforma por las informaciones -notas informativas, reportajes, columnas- que dan cuenta de la evolución de la realidad. Superficie administrativa es aquella en la cual la empresa encargada de la publicación del diario inserta información sobre su personal, directorio, promociona suscripciones. Para la superficie publicitaria se requiere aclarar una ambigüedad en el uso del término, pues se suele emplear indistintamente para designar dos actividades: publici-

dad y propaganda.

Publicidad es la actividad mediante la cual se ofrecen productos o servicios con fines de lucro. La propaganda consiste en la venta de ideas o actitudes, a favor o en contra de organismos políticos, sociales, religiosos y económicos.

Una característica común en ambas actividades es que su inserción en el periódico se hace a través de la compra de espacio. Son la principal fuente de financiamiento con que cuentan to dos los medios de información, incluidos los periódicos.

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

<u>Superficie</u>	cm ²	%
Redaccional	195,109.5	46.28
Publicitaria	224,073.0	55.15
Administrativa	<u>2,416.0</u>	<u>0.57</u>
	421,598.5	100.00

Los resultados para cada día fueron:

Día		Redaccional	Publicitaria	Administrativa
Domingo	cm	25,684.5	36,172.0	619
	%	41.11%	57.90%	0.99%
Lunes	cm	23,242.0	29,167.0	291
	%	44.21%	55.24%	0.55%
Martes	cm	27,063.0	18,140.0	295
	%	59.48%	39.87%	0.65%
Miércoles	cm	31,639.0	26,846.0	315
	%	53.81%	45.66%	0.53%
Jueves	cm	27,591.0	27,259.0	275
	%	50.05	49.45%	0.50%

Día		Redaccional	Publicitaria	Administrativa
Viernes	cm	29,438.0	52,711.0	326
	%	47.12%	52.36%	0.52%
Sábado	cm	30,452.0	53,778.0	295
	%	36.03%	63.62%	0.35%

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

5) Clasificación de la superficie redaccional

La siguiente fase consiste en evaluar la superficie redaccional destinada al texto, encabezado o titulado e ilustraciones. El fin de esta etapa es determinar la importancia que poseen en la superficie del periódico los elementos textuales, paralingüísticos e icónicos. Medir la superficie redaccional en todas las páginas de los siete periódicos de la muestra habría resultado repetitivo; se limitó la muestra a las notas que en cada uno de los siete días correspondieron al encabezado principal y al cintillo de la parte superior de la primera plana de la Sección. Se eligió precisamente éstas pues de ellas depende, en primera instancia, la venta del periódico.

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

Día	Nota principal	Encabezado		Texto		Ilustración		Total
		cm ²	%	cm ²	%	cm ²	%	
Domingo	La deuda no se resuelve con mayores plazos: J.S.H.	118.5	56.29	92.0	43.71	-	-	210.5
Lunes	El paso de la deuda oprime el desarrollo de AL.	106.0	46.70	121.0	53.50	-	-	227.0
Martes	Japón tiene gran confianza en México: Silva H.	124.5	45.60	148.5	54.40	-	-	273.0
Miérc.	Ayudará Japón a reactivar la economía mexicana	112.5	36.89	192.5	63.11	-	-	305.0
Jueves	Pidió MHI un ajuste al servicio de la deuda externa	128.5	36.87	220.0	63.13	-	-	348.5
Viernes	Sufre la educación los embates de la crisis: SEP	118.5	54.73	98.0	45.27	-	-	216.5
Sábado	Eficiencia escrupulosa en el manejo de los recursos: MHI	123.5	50.51	121.0	49.49	-	-	244.5

Día	Segunda nota principal	Encabezado		Texto		Ilustración		Total
		cm ²	%	cm ²	%	cm ²	%	
Domingo	"Elevar la enseñanza media superior de acuerdo a las necesidades del país"	112.5	46.78	128.0	53.22	-	-	240.5
Lunes	Irán, Libia y Argelia se oponen a reducir la producción petrolera	102.5	41.25	146.0	58.75	-	-	248.5
Martes	Impagable la deuda externa en las condiciones actuales: CEPAL	112.5	48.39	120.0	51.61	-	-	232.5
Miérc.	Los subsidios continúan carcomiendo a la economía: CONCAMIN	106.5	59.33	75.0	40.67	-	-	179.5
Jueves	Instó Silva Herzog a deudores y acreedores a compartir esfuerzos	111.5	43.98	142.0	56.02	-	-	253.5
Viernes	Urge reestructurar las relaciones económicas mundiales: JSI	100.5	55.07	82.0	44.93	-	-	182.5
Sábado	Promoverán la cooperación técnica y económica entre los países en desarrollo	112.0	48.28	120.0	51.72	-	-	232.0

ferir. En dicha zona caben como componentes el título, sobretítulo y subtítulo." (3)

En los resultados de esta evaluación se aprecia una gran proporción entre la superficie destinada a los encabezados y aquella del texto. En cuatro días, la superficie de encabezados, en la nota principal, representó menos de la mitad de la superficie, lo cual es lógico ya que éstos no son más que el resumen de la nota informativa. En tres días, la superficie de encabezados casi fue uniforme.

En la segunda nota principal, en cinco días se observó una tendencia similar al caso anterior; en tanto que en el resto de los ejemplos, la superficie de encabezados y textos presentan un equilibrio físico.

"Los títulos son lo primero que el lector nota al mirar un periódico." (4) De allí la importancia inicial de cuantificarlos; revela la desproporción entre la información resumida en tres o cuatro palabras y el texto propiamente dicho. Ya ni siquiera se puede hablar de comprar el periódico por una noticia; se compra, las más de las veces, por una frase, o hasta por una palabra.

En ninguna de las catorce notas aparecieron fotografías, lo que resulta sorprendente en vista, sobre todo, del abundante material gráfico en el resto del diario, y dado que no existe en un periódico otro factor que atraiga y retenga mayor número de lectores que las fotografías. Resulta inimaginable, pues, en virtud de que las fotografías deben ser siempre los fuertes pilares en que se apoya la palabra escrita.

Cabe aquí citar nuevamente a Edmund C. Arnold, quien afirma en Tipografía y diagramado para periódicos que "la combinación de

información con fotografía tiene mayor atracción para el lector. - Cuando se las separa, su efecto, no es nunca igual al del conjunto. Creo que es mejor publicar las dos juntas, aunque tengan que ir en una página interior." (5)

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

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

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

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

3.2. Géneros periodísticos: ¿más información, menos opinión?

El siguiente paso en el análisis morfológico consiste en sepa

rar los distintos géneros periodísticos que integran la superficie redaccional. Para ello, se sigue la clasificación de géneros periodísticos en informativos, interpretativos y de opinión.

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

a) Géneros informativos:

Se localizaron notas informativas, crónicas y fotografías. Si bien pudiera suponerse que la superficie redaccional está formada únicamente por lo escrito, se incluyó a las fotografías pues en el periódico es común que representen por sí solas el total de la información; no acompañan a ninguna nota, sólo aparece la imagen y el pie de la foto. En el periódico es de particular importancia este género: incluso las páginas de sociales y deportivas, que son consideradas de las más populares, se integran en su mayor parte con fotografías.

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

b) Géneros interpretativos:

Se localizaron reportajes, entrevistas y entrevistas múltiples o encuestas. La entrevista sufre un proceso previo de redacción, en su formato se suprime la presentación pregunta-respuesta. La entrevista múltiple o encuesta se emplea como medio para obtener la información; en vista de que su presentación final es similar a la del reportaje, se le incluyó como género interpretativo.

c) Géneros de opinión:

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

Para subsanar en parte las desventajas de tan híbrida clasificación, se optó por designar una categoría especial a la columna editorial firmada; Fraser Bond la define como "lo que parece, por su forma un editorial, pero que palpita con el elemento personal, pues expresa las opiniones e ideas que sostiene a la sazón el propio columnista" (7)

No se localizaron cartones políticos; sin embargo, existe una columna, "línea privada", donde aparecen pequeños dibujos que pudieran considerarse, por el estilo y el contenido, cartones políticos. Dentro de este apartado figuran, pues, columnas estándar, de revoltillo, de chismografía y de los colaboradores.

d) Géneros de entretenimiento:

Horóscopos, crucigramas y comics reúnen los requisitos necesarios para ser incluidos en la división de columnas: aparecen en lugar fijo, con un logotipo que las identifica. Sin embargo, para la evaluación final de los resultados, tal clasificación habría sido limitante, pues no son informativas. Por ello, para tales secciones se formó un apartado especial: géneros de entretenimiento.

En las tablas siguientes, igual que en las demás, los resultados obtenidos para las superficies proporcionadas en centímetros cuadrados fueron aproximados hasta un decimal, con el fin de evi-

tar complicadas cifras que, a fin de cuentas, no contribuirían a enriquecer por sí mismas el análisis. Cada tabla consta de cuatro columnas: en la primera, total de las superficies en centímetros cuadrados; en la segunda, cantidad de notas que abarca cada clasificación; tercera y cuarta, los respectivos porcentajes.

Domingo 20 de abril

	sup.	cant.	%sup.	% cant.
Nota informativa	13,275.5	115	51.69%	63.19%
Fotografía	9,392.0	63	36.57%	34.61%
Encuesta	269.0	1	1.04%	0.55%
Crónica	270.0	1	1.05%	0.55%
Columnas	<u>2,478.0</u>	<u>2</u>	<u>9.65%</u>	<u>1.10%</u>
	25,684.5	182	100.00%	100.00%

Se asienta que en la edición dominical aparece un suplemento de tiras cómicas de ocho páginas, siendo el tamaño de la plana de 35 cms. de alto X 24.5 cms. de ancho; lo que da una superficie de 6,860.0 cms.; misma que no se contabilizó, dado que entre semana no vuelve a aparecer; aunque se aclara que la página de entretenimiento que presenta el periódico en su edición diaria sí se tomó en cuenta en virtud de que viene intercalada.

Lunes 21 de abril

	sup.	cant.	%sup.	% cant.
Nota informativa	11,842.0	92	50.95%	57.14%
Fotografía	6,719.0	54	28.91%	33.55%
Crónica	446.0	2	1.92%	1.24%
Entrevista	148.5	1	0.64%	0.62%
Editorial	220.0	1	0.95%	0.62%
Columna ed. firmada	1,091.0	4	4.69%	2.48%
Columna	938.0	6	4.04%	3.73%
Entretenimiento	<u>1,837.5</u>	<u>1</u>	<u>7.90%</u>	<u>0.62%</u>
	23,242.0	161	100.00%	100.00%

Martes 22 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	14,444.0	111	53.37%	58.73%
Fotografía	6,867.5	64	25.38%	33.85%
Reportaje	592.5	2	2.19%	1.06%
Crónica	262.5	1	0.97%	0.53%
Editorial	220.0	1	0.81%	0.53%
Columna ed. firmada	1,310.0	4	4.84%	2.12%
Columna	1,529.0	5	5.65%	2.65%
Entretenimiento	<u>1,837.5</u>	<u>1</u>	<u>6.79%</u>	<u>0.53%</u>
	27,063.0	189	100.00%	100.00%

Miércoles 23 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	18,034.5	109	57.00%	62.64%
Fotografía	7,394.5	47	23.37%	27.01%
Entrevista	325.0	1	1.03%	0.57%
Reportaje	144.0	1	0.46%	0.57%
Crónica	280.5	1	0.89%	0.57%
Editorial	192.0	1	0.60%	0.57%
Columna ed. firmada	1,341.0	4	4.24%	2.30%
Columna	2,090.0	9	6.60%	5.20%
Entretenimiento	<u>1,837.5</u>	<u>1</u>	<u>5.81%</u>	<u>0.57%</u>
	31,639.0	174	100.00%	100.00%

Jueves 24 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	13,284.0	108	48.15%	56.54%
Fotografía	8,024.5	65	29.08%	34.03%
Reportaje	216.0	1	0.78%	0.52%
Crónica	264.0	1	0.96%	0.52%
Editorial	220.0	1	0.80%	0.52%
Columna ed. firmada	1,428.0	5	5.17%	2.63%
Columna	1,636.5	7	5.93%	3.67%

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Ensayo	680.5	2	2.47%	1.05%
Entretenimiento	<u>1,837.5</u>	<u>1</u>	<u>6.66%</u>	<u>0.52%</u>
	27,591.0	191	100.00%	100.00%

Viernes 25 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	14,907.0	120	50.64%	60.91%
fotografía	8,535.5	62	28.99%	31.47%
Reportaje	210.0	1	0.71%	0.51%
Crónica	363.0	1	1.23%	0.51%
Editorial	244.0	1	0.83%	0.51%
Columna ed. firmada	1,338.0	4	4.55%	2.03%
Columna	1,483.0	6	5.04%	3.04%
Ensayo	520.0	1	1.77%	0.51%
Entretenimiento	<u>1,837.5</u>	<u>1</u>	<u>6.24%</u>	<u>0.51%</u>
	29,438.0	197	100.00%	100.00%

Sábado 26 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Nota informativa	17,340.0	131	56.94%	65.50%
Fotografía	7,635.5	55	25.07%	27.50%
Reportaje	285.0	1	0.94%	0.50%
Crónica	297.0	1	0.98%	0.50%
Editorial	240.0	1	0.79%	0.50%
Columna ed. firmada	1,118.0	3	3.67%	1.50%
Columna	1,699.0	7	5.58%	3.50%
Entretenimiento	<u>1,837.5</u>	<u>1</u>	<u>6.03%</u>	<u>0.50%</u>
	30,452.0	200	100.00%	100.00%

Promedio de porcentajes totales de la semana:

	superficie	cantidad
Nota informativa	52.68%	60.66%
Fotografía	28.20%	31.72%
Encuesta	0.14%	0.08%
Crónica	1.14%	0.63%
Columna	6.07%	3.27%
Entrevista	0.24%	0.17%
Editorial	0.68%	0.47%
Columna ed. firmada	3.88%	1.87%
Reportaje	0.73%	0.45%
Ensayo	0.61%	0.22%
Entretenimiento	5.63%	0.46%
	100.00%	100.00%

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

Entre los géneros, el más abundante es la nota informativa; alcanza el 52.68% por superficie y 60.66% por cantidad del total de la semana. Alcanza frecuencias hasta de 57.00% (miércoles) y 56.94% (sábado). La nota informativa representa la forma más sencilla de dar a conocer una noticia. Para que un acontecimiento se convierta en noticia debe reunir los siguientes requisitos: a) lo significativo, que eleva, hunde, lesiona o fomenta; b) lo extraordinario; c) la actualidad; d) la proximidad; e) factores como la expectación, el conflicto, la amenidad, el servicio. (8)

Si un acontecimiento reúne alguno de los requisitos anteriores, se le considera periodístico y, por lo tanto, publicable; la forma más sencilla: la nota informativa. Dada la velocidad con que a través del periódico se publican las noticias, se recurre cons-

tantemente a la nota informativa. La brevedad de los datos, la poca información que se ofrece de un acontecimiento, se ve justificada con opiniones como la siguiente: "Felizmente (para el reportero) la mente humana es capaz de hacer sólo un número limitado de preguntas, no obstante la impresión contraria que causan los niños pequeños. La curiosidad humana tiene solamente seis colmillos o garras para desentrañar lo desconocido. Estas son las cinco preguntas: ¿quién?, ¿qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿cómo?, que se complementan con una sexta, ¿por qué?" (9)

En la cita anterior es claro el criterio que impera entre quienes manipulan los medios de información: si la gente pide enterarse de lo que acontece, basta con ofrecerle unas pequeñas nociones y su curiosidad de niño pequeño quedará satisfecha.

La labor periodística ejerce una influencia ideológica, constituye un reflejo del acontecer diario. La gente supone que el mundo cambia diariamente, que está plagado de noticias; a través de los periódicos no se le niega tal cambio, tiene derecho a conocer muchos acontecimientos diariamente. El acontecimiento se entrega al lector de la forma más breve posible. Brevedad que implica una posición ideológica: "La información de prensa debe expresar lo que no dice, si se puede decir así, tan rápida y claramente como aquello que dice." (10) ¿Qué dice?: Qué, quién, cuándo, dónde, cómo; rara vez, por qué.

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

Esta situación es particularmente notoria en los diarios ves-

pertinos; no bien ocurre algo que representa un acontecimiento cuando se inicia un vertiginoso proceso por lanzar a la venta, si se puede, a ocho columnas, tal suceso. El proceso de impresión, fotocomposición, no puede rechazarse, no hay tiempo de indagar más, de ofrecer al lector elementos de juicios.

La realidad es aprehendida vertiginosamente: "La prensa tiene cada vez más a presentar el acontecimiento en caliente, como si ocurriera en el mismo momento en que es leído en el diario." (11) Para tal efecto, presenta lo mínimo posible de los acontecimientos, la elaboración se convierte en un proceso casi automático; no hay tiempo de reflexionar ni de emitir opinión, se pretende informar de manera supuestamente objetiva. Sin embargo, "su objetivismo precipitado la empuja a huir tanto de la expresión demasiado directa de su opinión, como de los sobreentendidos excesivamente indirectos; correría el peligro de no decir 'rápidamente' 'todo' a 'todos'." (12)

Es importante señalar que aun cuando predominen los géneros informativos, ello no significa que no subsista una tendencia ideológica o propagandística. "El llamado periódico de información es distinto, pero, de todos modos, es un periódico de opinión. Si bien tiene el deber de liberarse de sus prejuicios, no puede salirse de la escala de valores que ha heredado de su patrón, de sus predecesores, de su historia. El periodista no es una máquina registradora. La distorsión debe ser lo menos fuerte posible, pero es inevitable." (13)

La cita anterior alude, al referirse al deber que el periodista tiene de liberarse de sus prejuicios, a la supuesta objetividad que el periodismo está obligado a imponer al elaborar las noticias. Tal objetividad es prácticamente imposible; desde el punto de vista del reportero, éste imprimirá, indudablemente, su enfoque, par-

ticular y subjetivo, al acontecimiento; "siempre es posible orientar la información hacia lo trivial, lo intrascendente." (14)

El grado de información no se determina por la cantidad, sino por la calidad. A mayor cantidad de acontecimientos revelados no corresponde un lector más informado.

Al revisar las notas informativas se detectó que provienen principalmente de reporteros y agencias informativas; los primeros cubren exclusivamente noticias locales y regionales, y las segundas abarcan el ámbito nacional e internacional. Los temas con mayor frecuencia son vida cotidiana, deportes, vida social y entretenimiento.

La crónica, al contrario de la nota informativa, ocupa uno de los lugares más bajos en la escala de frecuencias: una por día, salvo el lunes 21 de abril en que aparecen dos, con un promedio de porcentaje total de la semana de 1.14% en su superficie y 0.63% por cantidad. En esencia, la crónica difiere de la nota informativa por presentar los hechos que integran un acontecimiento de manera cronológica. Requiere de un procedimiento más laborioso; quizás a ellos se deba que sea reemplazada casi por completo por las notas informativas. Las crónicas localizadas fueron de deportes, nacional e internacional, y aparecieron en la primera página de la sección deportiva.

La fotografía ocupa el segundo lugar en importancia dentro de los géneros informativos, e igual posición en toda la superficie redaccional: 28.20% por superficie y 31.72% por cantidad. La objetividad tan buscada por los periodistas pareciera alcanzar su meta con la fotografía: "Modo de transmisión ideal, la fotografía da, cualesquiera que sean los montajes o trucajes, una visión objetiva del acontecimiento: da calor a la indiferencia o acrecienta el placer de cada uno (...), establece un contacto de intimidad en -

tre el lector que ve y la realidad vista." (15)

También en la fotografía la objetividad es un mito. No se debe olvidar que una fotografía constituye una manera muy subjetiva de reflejar el mundo. Todo depende del ángulo, el encuadre. Además, para disminuir el riesgo que implica el que una fotografía sea altamente polisémica, que posea muchos significados, siempre se la presenta con un extenso pie de foto, que en no pocos casos va precedido de un pequeño encabezado; con estos elementos se lleva a cabo la función de anclaje (cfr. infra. cap. 4.2.)

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

b) Géneros interpretativos

A éstos pertenece el reportaje, la entrevista y la encuesta o entrevista múltiple. El reportaje ocupa el séptimo lugar en importancia: alcanza 0.73% por superficie y 0.45% por cantidad. La entrevista se encuentra un poco más abajo en la escala: 0.24% por superficie y 0.17% por cantidad. La encuesta, en cambio, ocupa el último lugar; sólo se registró un caso durante la semana.

Ya en el capítulo 1.2. se destacó a los géneros interpretativos -sobre todo el reportaje- como los más híbridos. Sin embargo, la relativamente baja frecuencia de los porcentajes del reportaje y la entrevista indican la nula tendencia por superar la labor periodística del propio diario. Aunado a ello, basta observar el origen y temática de los cinco reportajes que presenta el diario en la semana. Uno proviene del extranjero y trata sobre el narcotráfico; el resto son locales y se ocupan de vida cotidiana y arte. las entrevistas son de asuntos locales y versan sobre tópicos sociales y deportes.

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

De no ser por la columna, los géneros de opinión se situarían en los lugares más bajos de frecuencia: el ensayo apenas rebasa el 0.60% por superficie y el 0.20% por cantidad. En cambio, la columna se coloca en el tercer lugar -después de la nota informativa y fotografía- con 6.07% por superficie y 3.27% por cantidad. Ya al principio de este apartado se explicó la conveniencia de asignar a la columna editorial firmada un inciso aparte: su porcentaje fue de 3.88% por superficie y de 1.87% por número de unidades.

En su mayoría, los ensayos se refieren a la vida cotidiana o asuntos de interés humano. Lo que se identificó como columna editorial firmada -referido, por consiguiente, a temas de trascendencia, bien sea económicos, políticos y sociales- está casi monopolizado por fuentes extranjeras, agencias informativas. Los demás tipos de columnas, en cambio, son privilegio exclusivo de los colaboradores locales del diario; los temas son, obviamente, fijos -al igual que las columnas- y son sobre política nacional, vida social, asuntos judiciales y vida cotidiana.

En la columna, como ya se mencionó: "El contenido, pues, no es restringido, sino que prácticamente todo lo que concierne a todos, todo lo que interesa al público y que encuentra acomodo en las páginas de los periódicos, puede también encontrar lugar en las líneas de una columna." (16) Conviene detenerse un poco en aquellas columnas que ocupan el mayor espacio: políticas y de sociales. Según Granados Chapa, existen tres tipos de columnas políticas (17):

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

En las columnas políticas de El leraldo de León resulta evidente la tendencia ideológica de derecha, pues apoyan al sector empresarial y grupos conservadores. Con la columna, los diarios justifican su escasa información; el lector puede sentir que a través de las columnas se enteran de todo cuanto sucede en su alrededor.

Las columnas representan uno de los canales más evidentes para que el gobierno difunda planes, metas -aun cuando no lleguen a cumplirse-, postura democrática, etc. "La mayor parte de las columnas políticas sirven para filtrar informaciones procedentes del gobierno federal que no encuentran cauces normales para salir."
(18)

Entre las columnas realizadas por los colaboradores locales del diario destaca la de "huya...huya...la patrulla", donde se presentan notas pequeñas referentes principalmente a sucesos policíacos, nota roja. Esta columna pretende ser de denuncia. Sin embargo, es claro que, si bien expone constantemente quejas contra el sistema, las enfoca parcialmente: policías y similares. En este caso, la crítica no sería suficiente y la columna amenaza con convertirse en mera chismografía, donde se ponen en evidencia los defectos, vicios y delitos de unos cuantos "servidores del Estado".

Se ataca sólo a individuos aislados, no hace peligrar realmente al sistema.

Por último, se encuentra la columna de chismografía, a la que también se dedica gran superficie. Al respecto, impera un criterio de que "el interés por los seres humanos -en sus virtudes y más a menudo en sus vicios- nos hace aguzar los oídos apenas se menciona el chisme. (...) Aquí el lector se entera de las flaquezas y destinos de quienes forman la crema y nata y de los que allí se encaminan." (19)

Así pues, dentro de la clasificación de géneros de opinión, la columna ocupa casi la superficie total. Dada la mezcla entre información y opinión, así como la poca investigación periodística que lleva esta última, no puede afirmarse que el periódico se distinga por ofrecer al lector gran cantidad de análisis, criterios u opiniones serios y fundamentados.

ch) Entretenimiento o diversión

Esta división dio cabida a todas aquellas unidades que no pertenecen ni a la superficie publicitaria ni administrativa; que da, pues, ubicarlas en la superficie redaccional. Sin embargo, no son periodísticas en el estricto sentido de la palabra; comprenden horóscopos, comics y crucigramas. Ocupan un lugar nada despreciable: alrededor del cuarto lugar -casi a la par de las columnas: 5.63% por superficie y 0.46% por cantidad-.

La aparición de géneros de entretenimientos pone a la luz el que la función del periodismo dista mucho de meramente informar; también proporciona diversión. No es censurable que un diario pro cure entretenimiento a sus lectores; de hecho, resolver un crucigrama puede resultar educativo. Sin embargo, qué puede resultar de la lectura del horóscopo. No está en los fines de esta investigación detenerse en el contenido de los horóscopos o de los comics, pero sí se puede afirmar que son transmisores ideológicos de pautas

de conducta -en los horóscopos se trataría de pautas de conducta para plazos de veinticuatro horas-.

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

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

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

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

A continuación se presentan los resultados de la división de

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

3.3. Fuentes: el anonimato, los periodistas y las agencias

La siguiente fase del análisis morfológico consiste en determinar y cuantificar cada una de las unidades según la fuente de donde procedan. Se entiende por fuente a la persona, institución o agencia a través de la cual se conoce una noticia. "En la clasificación por fuentes informativas hay que atender a este repertorio: trabajos firmados por corresponsales, despachos o reportajes de agencias informativas (a su vez subdivididos por cada una de las agencias presentes en el medio), comunicados oficiales, comunicados privados, extractos y boletines de otros medios y cartas de los lectores." (20)

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

Fuentes humanas:

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

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

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

Agencias de noticias: recaban noticias y mediante un contrato con el medio informativo le venden periódicamente la información. En el diario aparecen agencias nacionales e internacionales. Son nacionales: ADI (Asociación de Diarios In-

dependientes) e INFORMEX, curiosamente ésta emite pequeñas colaboraciones de carácter internacional, más nunca del ámbito nacional. El servicio internacional es cubierto por UPI, AP y REUTER.

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

Los resultados obtenidos fueron:

Domingo 20 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Reportero	210.0	1	0.82%	0.55%
Colaborador	101.0	1	0.39%	0.55%
Agencia ADI	3,567.0	24	13.89%	13.19%
INFORMEX	128.0	2	0.49%	1.10%
Agencia UPI	2,608.5	21	10.16%	11.54%
Agencia AP	671.0	5	2.61%	2.75%
REUTER	2,223.5	13	8.66%	7.14%
Sin fuente	16,175.5	115	62.98%	63.18%
	<u>25,684.5</u>	<u>182</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Lunes 21 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Colaborador	3,419.5	8	14.71%	4.97%
Agencia ADI	2,660.5	20	11.45%	12.42%
Agencia UPI	3,369.5	28	14.50%	17.39%
Agencia AP	1,309.0	10	5.63%	6.21%
Agencia Reuter	1,454.5	9	6.26%	5.59%
Sin fuente	11,029.0	86	47.45%	53.42%
	<u>23,242.0</u>	<u>161</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Martes 22 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Reportero	360.0	1	1.33%	0.53%
Colaborador	2,012.0	7	7.43%	3.70%
Agencia ADI	3,195.5	26	11.81%	13.76%
Agencia UPI	3,462.5	21	12.79%	11.11%
Agencia AP	64.0	1	0.24%	0.53%
Agencia Reuter	1,304.0	9	4.82%	4.76%
Sin fuente	16,665.0	124	61.58%	65.61%
	<u>27,063.0</u>	<u>189</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Miércoles 23 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Colaborador	2,497.5	10	7.89%	5.75%
Agencia ADI	4,354.5	33	13.76%	18.97%
Agencia Informex	80.0	1	0.25%	0.57%
Agencia UPI	2,982.0	20	9.43%	11.49%
Agencia AP	868.0	7	2.74%	4.02%
Agencia Reuter	1,403.0	12	4.44%	6.90%
Sin fuente	19,454.0	91	61.49%	52.30%
	<u>31,639.0</u>	<u>174</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Jueves 24 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Colaborador	2,268.5	8	8.22%	4.19%
Agencia ADI	4,731.0	35	17.15%	18.32%
Agencia UPI	2,125.0	16	7.70%	8.38%
Agencia AP	1,157.5	6	4.20%	3.14%
Agencia Reuter	1,862.0	14	6.75%	7.33%
Sin fuente	15,447.0	112	55.98%	58.64%
	<u>27,591.0</u>	<u>191</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Viernes 25 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Reportero	210.0	1	0.72%	0.51%
Colaborador	1,962.0	7	6.66%	3.55%
Agencia ADI	3,698.0	24	12.56%	12.18%
Agencia UPI	3,392.0	30	11.18%	15.23%
Agencia AP	232.0	2	0.79%	1.01%
Agencia Reuter	1,351.5	10	4.59%	5.08%
Sin fuente	18,692.5	123	63.50%	62.44%
	<u>29,438.0</u>	<u>197</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Sábado 26 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Colaborador	1,993.0	7	6.54%	3.50%
Agencia AII	4,709.0	32	15.46%	16.00%
Agencia Informex	254.0	5	0.83%	2.50%
Agencia UII	1,731.0	10	5.69%	5.00%
Agencia AP	1,535.0	12	5.05%	6.00%
Agencia AFP	54.0	1	0.18%	0.50%
Agencia Reuter	1,081.0	7	3.55%	3.50%
Sin fuente	19,092.0	126	62.70%	63.00%
	<u>30,452.0</u>	<u>200</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Promedio de porcentajes totales de la semana

	superficie	cantidad
Reportero	0.96%	0.53%
Colaborador	7.41%	3.74%
Agencia ADI	13.73%	14.98%
Agencia Informex	0.52%	1.39%
Agencia UII	10.21%	11.45%
Agencia AP	3.03%	3.38%
Agencia AFP	0.18%	0.50%
Agencia Reuter	5.58%	5.76%
Sin fuente	58.38%	58.27%
	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

} 19.52% } 22.48%

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

El porcentaje más alto fue el de las notas sin fuente constatada: 58.38% por superficie y 58.27% por cantidad. En cuatro días superó el 60% del total, poco más de la mitad del diario es, literalmente, anónimo. "El anonimato de la mayor parte de los artículos los hace más manejables, más ligeros en su propagación. Pero, aparte los diarios netamente politizados y, en éstos, las firmas conocidas de los artículos de fondo, la gran masa de informaciones llega al lector en el anonimato." (21)

Las noticias anónimas provienen de varias fuentes: oficinas de prensa, boletines, rumores, refritos, etc. A través del anonimato se pueden insertar informaciones sobre cualquier tema, incluidos los políticos y sociales. Se convierten en discretos voceros de la clase en el poder, en portavoz de banqueros, funcionarios, empresarios.

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

Dentro de esta agrupación se localizaron la mayor parte de las fotografías, referidas a vida social, deportes, vida cotidiana y policia; es muy probable que, en estos casos, se trate de inserciones pagadas.

El porcentaje alcanzado por notas suministradas por reporteros fue de 0.96% por superficie y de 0.53% por cantidad. Nada más en un solo día el porcentaje sobrepasó el 1.00%. Todas las noticias de reporteros son locales y son proporcionadas como nota informativa o entrevista. Los temas son de espectáculos o de interés humano.

La labor de los reporteros es, pues, la de enterarse de los datos elementales de un hecho, para divulgarlos posteriormente a través de la nota informativa. En este procedimiento se enfrentan al problema de la objetividad que les es recomendada y hasta exigida para el desempeño de su profesión, no obstante ser imposible de lograr.

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

La información suministrada por colaboradores cubre el 7.41% de la superficie y representa el 3.74% por cantidad. Los colaboradores estarán a cargo de proporcionar la mayor parte del material que se ubica dentro de los géneros de opinión -excepto los anónimos-, principalmente columnas. Estas son acerca de política nacio

nal, vida social y asuntos judiciales.

En la labor de los colaboradores puede encontrarse también la influencia del sistema, bien se trate de los columnistas de las secciones de sociales, donde estará patente la admiración y la exaltación de las costumbres de la clase en el poder, como de los columnistas de política.

El columnista se enfrenta al problema de contar con información deficiente y manipulada. Con frecuencia, el columnista se nutre de fuentes a las que se apega de manera excesiva: boletines de prensa, declaraciones de funcionarios públicos y privados, etc., de donde se infiere que los medios de información se convierten en los canales mediante los cuales los políticos o empresarios difunden lo que les conviene, a ellos les interesa sólo que el lector se forme una opinión, aunque tal opinión no quede plenamente sustentada por la información proporcionada.

La situación entre quienes elaboran los géneros de opinión es paralela a la de los reporteros; sólo que en este caso resulta más lamentable. El lector acude a ellos para saber qué sucede y, además, para obtener opiniones. "La obligación profesional de elaborar textos de tal manera que no se fuerce la respuesta libre de los receptores (...) de modo particularmente notable recae sobre los editorialistas, en cuanto que son los responsables materiales, los ejecutores lingüísticos de estos textos particulares." (22) A la cita anterior habría que añadir que los editorialistas, además de ejecutores lingüísticos, son obreros ideológicos de intereses particulares.

La clase en el poder ha encontrado un instrumento en la necesidad de los lectores de encontrar opiniones, no sólo informaciones, en los diarios; opiniones que serán válidas si quien las emi-

te es un sujeto ya conocido, con un prestigio que pueda respaldar sus juicios. "Todos preferimos la personalidad a la anomia, los lectores de aquellas primeras hojas anónimas, probablemente las consideraban frías e impersonales; carecían del calor y vigor del individuo. En consecuencia, dieron buena acogida a la vuelta de lo 'personal' en el columnista." (23)

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

c) Agencias de noticias

Existe discrepancia entre los porcentajes alcanzados por la información de las agencias: 19.52% por superficie y 22.48% por cantidad; porcentajes que corresponden a noticias extranjeras; en tanto que el servicio nacional por ADF, alcanza el 13.73% por superficie y 14.98 por cantidad.

De lo anterior se desprende que generalmente las notas se publican de manera escueta, tal y como se reciben: son sólo cápsulas informativas sobre algunos hechos. Así pues, la cantidad de información supera a la calidad.

Se palpa, a simple vista, que las agencias de noticias emplean los acontecimientos como materia prima, y con ellos elaboran la información que venderán a clientes esparcidos por el país, o por todo el mundo, según sea agencia nacional o internacional.

Las noticias extranjeras son proporcionadas en un 99% por agencias transnacionales, lo cual representa un grave problema de dependencia informativa.

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

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

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

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

3.4. Origen: la fascinación de lo extranjero

La información de El Heraldo de León tiene tres diferentes

origenes: local, referido a lo que acontece en la ciudad de León de los Aldama y sus alrededores; nacional, todo lo que se refiera al país en general, y a los estados en particular; extranjero, que no se refiera a México.

Para reafirmar un poco, se consideró como locales sólo a aquellos hechos noticiosos que no tuvieran trascendencia más allá de la zona de influencia de León; por ejemplo, accidentes, robos, fiestas, competencias deportivas y vida cotidiana.

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

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Domingo 20 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	13,632.0	112	59.48%	63.28%
Nacional	3,657.0	24	15.96%	13.56%
Internacional	5,631.0	41	24.56%	23.16%
	<u>22,920.0</u>	<u>177</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Lunes 21 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	10,859.0	92	55.26%	57.86%
Nacional	2,660.5	20	13.54%	12.58%
Internacional	6,133.0	47	31.20%	29.56%
	<u>19,652.5</u>	<u>159</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Martes 22 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	15,496.0	129	65.88%	69.35%
Nacional	3,195.5	26	13.59%	13.98%
Internacional	4,830.5	31	20.53%	16.67%
	<u>23,522.0</u>	<u>186</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Miércoles 25 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	12,863.0	96	57.04%	56.80%
Nacional	4,354.5	33	19.31%	19.53%
Internacional	5,333.0	40	23.65%	23.67%
	<u>22,550.0</u>	<u>169</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Jueves 24 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	12,086.0	96	55.03%	57.49%
Nacional	4,731.0	35	21.54%	20.96%
Internacional	5,144.5	36	23.43%	21.55%
	<u>21,961.5</u>	<u>167</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Viernes 25 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	14,446.0	109	62.76%	62.29%
Nacional	3,698.0	24	16.06%	13.71%
Internacional	4,875.5	42	21.18%	24.00%
	<u>23,019.5</u>	<u>175</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Sábado 26 de abril

	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Local	15,519.0	113	62.37%	62.78%
Nacional	4,709.0	32	18.92%	17.78%
Internacional	4,655.0	35	18.71%	19.44%
	<u>24,883.0</u>	<u>180</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Promedio de porcentajes totales de la semana</u>		
	<u>% sup.</u>	<u>% cant.</u>
Local	59.69%	61.41%
Nacional	16.99%	16.01%
Internacional	23.32%	22.58%
	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

De acuerdo con los resultados, puede apreciarse que el porcentaje más alto, tanto en cantidad como en superficie, corresponde a noticias referidas al ámbito local, con 59.69% por superficie y -- 61.41% por cantidad. En segundo lugar, se encuentran las noticias internacionales: 23.32% por superficie y 22.58% por cantidad. Las noticias nacionales ocupan el menor porcentaje: 16.99% por superficie y sólo 16.01% por cantidad.

Resulta un tanto lógico el predominio de la información local sobre la extranjera, sobre todo cuando varios manuales de redacción periodística consideran que la proximidad es uno de los factores de interés de la noticia. Sin embargo, causa extrañeza el hecho de que los diarios analizados (del 20 al 26 de abril de 1986) llegaran a ser conformados casi en un 10% más por noticias extranjeras, que nacionales, rompiendo así, con el principio de cercanía o proximidad que debe guardar una noticia con respecto al público en -- que circula el diario.

No debe olvidarse que la totalidad de las noticias internacionales proviene de las agencias transnacionales de información; en el caso del diario, sólo de cuatro: UPI, AP, Reuter y AFP; en la aclaración que la agencia noticiosa Informex hace llegar en tres días de la semana información extranjera aunque en mínima cantidad: 0.52 en cantidad. Así, el diario se ve presionado a depender de la información que le suministran las agencias informativas.

No es cuestión de adoptar una postura nacionalista y censurar una exagerada inclusión de noticias en cierta forma ajenas a nuestra realidad. El problema se presenta cuando se considera que la mayor parte de cuanto acontece en el mundo y que afecta o influye en los demás países, es difundido por unas cuantas agencias.

Sobre todo en la actualidad, es de suma importancia saber qué pasa en el mundo, en América Latina, pues todos los procesos pueden reproducirse en nuestro país o incluso afectarle desde ahora. En vista de la trascendencia de tal acontecimiento para asegurar la perpetuación del sistema vigente, sobre todo para los países imperialistas, éstos han tomado en sus manos la difusión de la realidad.

Es evidente lo conflictivo que resultaría para los países imperialistas que los países dependientes se conociesen mejor entre sí; para evitarlo, toma en sus manos la tarea de informar a unos sobre lo que sucede en otros.

Las noticias que se refieren al extranjero se convierten en mercancía vendible; la forma en que son elaboradas, los temas a que se refieren, por muy intrascendentes que pudieran ser, son impuestos al gusto masivo. Así, mientras el lector siente el latido del mundo exterior, puede no sentir siquiera su propio latir; y por seguir al corresponsal a través del mundo, se olvida de seguir el curso de su propia realidad.

La invasión de noticias extranjeras en los medios informativos posee una doble significación o intencionalidad: mercantil e ideológica. Ideológica pues pretende reelaborar la realidad para que al supuestamente conocerla se eviten por parte de los dominados las muestras de justa inconformidad. Además, nunca está por demás mostrarse ante los oprimidos como los fuertes y poderosos, como los dueños de la ciencia y la tecnología.

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

Menos de la quinta parte (16.01) de la cantidad de información queda adscrita bajo la categoría de nacional. Puede concluirse que a través de la práctica periodística no se persigue difundir aspectos vitales o trascendentales para la mayor parte de los lectores. Los lectores locales deberán conformarse con conocer lo que sucede fuera de sus fronteras, o bien tener acceso a hechos aislados que tienen lugar en su ciudad o en el país. Para los lectores de la región -a donde también llega el diario- el horizonte es aún más estrecho.

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

3.5. Materia: vida cotidiana, deportes, sociales y nota roja

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

En El diario francés, Kayser, consciente del problema anterior, señala: "Cada investigador tiene su propio objetivo a alcanzar. Olvidará ciertos objetivos tratados por el diario, para volcarse en otros, y a tal efecto, los dividirá en un número limitado de temas. Así, construirá él mismo, según sus necesidades, la clasificación por temas que le sea más útil." (24)

Para El Heraldo de León, la información se clasificó en las siguientes materias: (25)

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

Para llegar a la clasificación anterior, se realizó un análisis previo de la superficie redaccional del diario; una vez aisladas las materias de cada noticia, se procedió a agruparlas para poder obtener así una clasificación que no cayese en los errores que señala Kayser: "El exceso de generalización, que asocia materias muy dispares, y la descomposición minuciosa, que impide la visión de conjunto y donde la arbitrariedad conduce a determinaciones peligrosas." (26)

A continuación aparecen las tablas con los respectivos resultados.

<u>Domingo 20 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Economía y pol. internal.	1,365.0	10	5.31%	5.49%

<u>Domingo 20 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Economía y pol. nacional	3,387.10	17	13.19%	9.34%
Rel. de Méx. con otros países	72.0	1	0.28%	0.55%
Religión	244.0	2	0.95%	1.10%
Educación	571.0	2	2.22%	1.10%
Turismo	508.0	1	1.98%	0.55%
Asuntos judiciales	1,190.0	11	4.63%	6.04%
Deportes	4,347.5	30	16.93%	16.48%
Vida social	4,129.5	31	16.08%	17.03%
Vida cotidiana	7,262.0	58	28.27%	31.87%
Entretenimientos	1,226.5	11	4.78%	6.04%
Calamidades	472.0	2	1.84%	1.10%
Hechos insólitos	144.0	1	0.56%	0.55%
Actividades artísticas	96.0	1	0.37%	0.55%
Ciencia y medicina	200.0	2	0.78%	1.10%
Personalidades	260.0	1	1.01%	0.55%
Interés humano	210.0	1	0.82%	0.55%
	<u>25,684.5</u>	<u>182</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Lunes 21 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Economía y pol. internal.	2,050.5	16	8.82%	9.94%
Economía y pol. nacional	1,243.5	11	5.35%	6.83%
Rel. de Méx. con otros países	96.0	1	0.41%	0.62%
Religión	141.0	2	0.61%	1.24%
Educación	128.0	1	0.55%	0.62%
Turismo				
Asuntos judiciales	994.0	10	4.28%	6.21%
Deportes	6,650.0	47	28.61%	29.19%
Vida social	2,966.0	18	12.76%	11.18%
Vida cotidiana	4,087.0	27	17.59%	16.77%
Entretenimientos	3,239.5	16	13.94%	9.94%

<u>Lunes 21 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Calamidades	518.0	3	2.25%	1.87%
Hechos insólitos	168.0	1	0.72%	0.62%
Actividades artísticas	960.5	8	4.13%	4.97%
Ciencia y medicina	—	—	—	—
Personalidades	—	—	—	—
Interés humano	—	—	—	—
	<u>23,242.0</u>	<u>161</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Martes 22 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Economía y pol. interna.	2,357.0	12	8.71%	6.35%
Economía y pol. nacional	2,223.0	17	8.21%	8.99%
Rel. de Méx. con otros países	64.0	1	0.24%	0.53%
Religión	204.0	1	0.75%	0.53%
Educación	1,098.0	9	4.06%	4.76%
Turismo	1,931.0	5	7.14%	2.64%
Asuntos judiciales	1,558.0	14	5.76%	7.41%
Deportes	5,107.0	30	18.87%	15.87%
Vida social	2,412.5	26	8.91%	13.76%
Vida cotidiana	4,254.5	54	15.72%	17.99%
Entretenimientos	2,690.0	27	9.94%	14.29%
Calamidades	384.0	3	1.42%	1.59%
Hechos insólitos	—	—	—	—
Actividades artísticas	678.0	3	2.51%	1.59%
Ciencia y medicina	624.0	5	2.30%	2.64%
Personalidades	—	—	—	—
Interés humano	1,478.0	2	5.46%	1.06%
	<u>27,063.0</u>	<u>189</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Miércoles 23 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Economía y pol. internal.	3,247.5	17	10.26%	9.77%
Economía y pol. nacional	2,168.0	7	6.85%	4.02%
Rel. de Méx. con otros países	516.0	3	1.63%	1.72%
Religión	90.0	1	0.28%	0.58%
Educación	188.0	2	0.59%	1.15%
Turismo	540.0	1	1.71%	0.57%
Asuntos judiciales	1,424.0	10	4.50%	5.75%
Deportes	5,059.5	36	15.99%	20.69%
Vida social	3,839.5	30	12.14%	17.24%
Vida cotidiana	9,216.5	36	29.13%	20.69%
Entretencimientos	3,215.0	19	10.16%	10.92%
Calamidades	144.0	1	0.45%	0.58%
Hechos insólitos	176.0	1	0.56%	0.58%
Actividades artísticas	1,122.0	5	3.55%	2.87%
Ciencia y medicina	549.0	4	1.74%	2.30%
Personalidades				
Interés humano	144.0	1	0.46%	0.57%
	<u>31,639.0</u>	<u>174</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>
<u>Jueves 24 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Economía y pol. internal.	4,549.5	24	16.49%	12.56%
Economía y pol. nacional	2,458.0	17	8.91%	8.90%
Rel. de Méx. con otros países	358.5	2	1.30%	1.05%
Religión				
Educación	425.0	3	1.54%	1.57%
Turismo	544.0	1	1.96%	0.52%
Asuntos judiciales	1,282.5	11	4.65%	5.76%
Deportes	5,370.0	39	19.46%	20.42%
Vida social	2,989.0	25	10.83%	13.09%

<u>Jueves 24 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Vida cotidiana	6,160.0	37	22.33%	19.37%
Entretenimientos	2,606.5	28	9.45%	14.66%
Calamidades	—	—	—	—
Hechos insólitos	—	—	—	—
Actividades artísticas	488.0	2	1.77%	1.05%
Ciencia y medicina	360.0	2	1.31%	1.05%
Personalidades	—	—	—	—
Interés humano	—	—	—	—
	<u>27,591.0</u>	<u>191</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>
<u>Viernes 25 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Economía y pol. internal.	5,076.0	27	17.24%	13.71%
Economía y pol. nacional	1,106.0	9	3.76%	4.57%
Rel. de Méx. con otros países	259.0	2	0.88%	1.02%
Religión	—	—	—	—
Educación	485.0	2	1.65%	1.01%
Turismo	484.0	1	1.64%	0.51%
Asuntos judiciales	1,267.0	10	4.30%	5.08%
Deportes	5,428.5	34	18.44%	17.26%
Vida social	3,643.0	24	12.38%	12.18%
Vida cotidiana	8,603.0	48	29.23%	24.37%
Entretenimientos	2,008.5	36	6.82%	18.27%
Calamidades	—	—	—	—
Hechos insólitos	—	—	—	—
Actividades artísticas	850.0	2	2.89%	1.01%
Ciencia y medicina	228.0	2	0.77%	1.01%
Personalidades	—	—	—	—
Interés humano	—	—	—	—
	<u>29,438.0</u>	<u>197</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

<u>Sábado 26 de abril</u>	sup.	cant.	% sup.	% cant.
Economía y pol. internal.	2,421.0	12	7.95%	6.00%
Economía y pol. nacional	2,086.0	14	6.85%	7.00%
Rel. de Méx. con otros países				
Religión	80.0	1	0.26%	0.50%
Educación	744.0	7	2.44%	3.50%
Turismo	784.0	4	2.58%	2.00%
Asuntos judiciales	1,515.0	10	4.32%	5.00%
Deportes	8,436.0	46	27.70%	23.00%
Vida social	2,646.0	19	8.60%	9.50%
Vida cotidiana	5,609.0	46	14.42%	23.00%
Entretenimientos	3,573.5	32	11.73%	16.00%
Calamidades	144.0	1	0.47%	0.50%
Hechos insólitos	125.0	1	0.41%	0.50%
Actividades artísticas	1,984.5	4	6.52%	2.00%
Ciencia y medicina	504.0	5	1.66%	1.50%
Personalidades				
Interés Humano				
	<u>30,452.0</u>	<u>200</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>

Porcentaje total de la semana (por orden de importancia)

	superficie	cantidad
1) Vida cotidiana	22.51%	22.01%
2) Deportes	20.98%	20.42%
3) Vida social	11.75%	13.43%
4) Economía y pol. internacional	10.75%	9.12%
5) Entretenimientos	9.60%	12.87%
6) Economía y pol. nacional	7.65%	7.09%
7) Asuntos judiciales	4.66%	5.89%
8) Actividades artísticas	3.12%	2.01%
9) Turismo	2.44%	0.97%

Porcentaje total de la semana (por orden de importancia)

	superficie	cantidad
10) Educación	1.88%	1.96%
11) Ciencia y medicina	1.23%	1.37%
12) Interés humano	0.97%	0.31%
13) Calamidades	0.92%	0.81%
14) Rel. de Méx. con otros países	0.68%	0.78%
15) Religión	0.41%	0.56%
16) Hechos insólitos	0.32%	0.32%
17) Personalidades	0.15%	0.08%
	<hr/> 100.00%	<hr/> 100.00%

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

No es tan importante destacar la variedad temática; más bien, es de interés apreciar cómo existe una diferencia considerable entre unas y otras materias. Por ejemplo, mientras la economía y política internacional y nacional se colocan en cuarto y sexto lugares respectivamente, con porcentajes entre el 7% y 10%, vida cotidiana, deportes y vida social se encuentran a la cabeza, con porcentajes hasta de 20% y 22%. Este fenómeno se encuentra explicado claramente por Taufic: "El periodismo burgués parte de la base de que no puede volver a las masas contra sí mismas, es decir, no puede pretender que los propios trabajadores demanden peores condiciones para ellos a fin de que aumenten su ganancia los capitalistas. Por lo mismo, sabe que lo más-puede encauzar las --

inquietudes de los asalariados -enfilados contra la burguesía- hacia otros terrenos, con el objeto de diluirlas. Esto es, hacia la actualidad deportiva, los espectáculos artísticos ligeros, la crónica policial, etc., con lo que debilita la imagen de 'lo político', y puede, luego alterarla de acuerdo con sus intereses." (27)

Una interpretación de cada una de las tres materias sobresalientes lleva a percatarse de que su presencia en el periodismo burgués es un fuerte elemento ideológico. Por ejemplo, vida social o notas de sociales como suele llamársele, contienen abundante información para los grupos interesados en las convenciones sociales, al tocar aspectos del comportamiento de una persona respecto a sus allegados. Porta también publicidad (propaganda) de los actos considerados por el grupo como acontecimiento de interés social, por una trasmutación de los niveles de afectabilidad personal (el matrimonio, por ejemplo) a los niveles de afectabilidad grupal: ¿Se toma o no en cuenta a los demás -amigos, parientes, familiares- en la realización de un hecho como el bautizo, el cumpleaños o el matrimonio? De la respuesta a esta pregunta -- surgen situaciones de coparticipación, sociabilización o indiferencia e insociabilización, dentro de códigos y sistemas de códigos definidos previamente por el grupo. La jerarquía social se mide en algunos universos por la frecuencia con que el nombre de la familia zeta aparece en los diarios. Las notas de sociedad son el terreno más apetecido.

Es patente la intención de perpetuar el sistema a través de la aleccionadora sección de sociales: "A través de ella se dictan normas de trato social, comportamiento, usos protocolares, modas, etc. Todo cuanto rodea a un hecho de este tipo es 'de la mejor calidad', que significa en los niveles semántico y pragmático: los sujetos de una nota social saben lo que es tener buen gusto, conocen las buenas maneras, el decoro, la elegancia, el buen vivir..." (28)

En las notas sobre deportes hay que considerar, en primer lugar, que se trata de una actividad evidentemente vital para el ser humano; para nadie es sorpresa que el deporte ha sido desprovisto en gran parte de su carácter inicial, para incluirlo en uno más de los elementos de control de la sociedad.

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

A excepción de las programaciones de ligas y clubes de la lo calidad, así como de "El Torneo de los Barrios" que organiza el propio periódico año con año, que pudieran considerarse como divulgación de actividades deportivas ciudadanas -aunque también se logra con ello la promoción comercial del diario-, el resto de la información es de deportes como competencia profesional: fútbol, tenis, box, toros. Por ende, sigue los lineamientos de difundir el deporte como forma de evasión y de promoción mercantil.

"En muchos casos, el deporte profesional (espectáculo de masas) es un incentivo para la neutralización de opiniones y actitudes políticas; 'una técnica de estereotipado de las formas de interacción' y con un contenido semántico de ritualización de símbolos como la 'supremacía nacional', 'honor nacional', 'prestigio del país', etc. En otros sentidos, es la estimulación de -

la capacidad emuladora de las personas y, en otros, vehículo de compensación a las tensiones psicosociales con el valor de estímulo para el relajamiento del sistema nervioso de la sociedad cargada de conflictos." (29)

Destaca sobremedida el porcentaje tan elevado que alcanza vida cotidiana: 22.51% por superficie y 22.01% por cantidad; así como los temas sobre política y economía. Sin embargo, ello no es índice confiable sobre una auténtica intención de informar. Ya se verá en el siguiente capítulo los recursos mediante los cuales los acontecimientos de tal naturaleza pueden ser disfrazados, minimizados o incluso ignorados a través del lenguaje. En estos casos cobra mayor fuerza la importancia de desentrañar el contenido latente, los mecanismos adicionales de tematización. Por último, se localizan también notas que responden a temas como ciencia, hechos insólitos. Al respecto, se aprecia de inmediato que el espacio que se les dedica es mínimo y en ocasiones ni siquiera se les incluye.

Aunque pareciera una apreciación acelerada, es necesario decir que sí influye el que la cantidad de notas y la superficie -- sean mínimos, para poner de manifiesto el poco interés que se tiene para que los lectores en realidad queden bien informados, que se trata de un diario, al igual que la mayoría de la prensa burguesa, meros ratificadores de niveles de confianza del "hombre masa" que aspira a determinada forma de vida, con base en sus creencias, valoraciones y actuaciones.

Queda concluido el análisis morfológico del diario. A través de él se realizó un análisis de contenido múltiple que permite -- una visión del contenido manifiesto. A la vez, fueron expuestas algunas consideraciones que se desprenden de cada fase que integró esta primera etapa del análisis, mismas que pueden resumirse

de la siguiente manera: Primera fase. Distribución del espacio: Repetición y flexibilidad en el formato, así como la capacidad de la publicidad y la propaganda para alterarlo. Se develó también el carácter mercantil al apreciarse que casi la mitad del diario se destina a la publicidad y la propaganda.

Segunda fase. Géneros periodísticos, ¿más información menos opinión?: Se observó que el género más abundante es la nota informativa. El acontecimiento se entrega al lector de la forma más breve posible y de manera supuestamente objetiva, queda evidente la ideología que determina la elaboración de los géneros periodísticos. No hay tiempo, pues, de reflexionar ni de emitir opinión.

Tercera fase. Fuentes: el anonimato, los periodistas y las agencias: Más de la mitad de la superficie está conformada por notas en las cuales no se constata la fuente, en tanto que los reporteros se concretan a recopilar la información de sus fuentes, para hacer posible el contenido estereotipado que presenta el periódico a sus lectores. Las noticias extranjeras son proporcionadas en un 99% por las agencias transnacionales, lo cual representa un grave problema de dependencia.

Respecto a la cuarta fase (Origen: la fascinación de lo -- extranjero), se concluye que resulta ilógico que los diarios analizados estén conformados casi un 10% más por noticias extranjeras, que nacionales, rompiendo así, con el principio de cercanía o proximidad que debe guardar con respecto al público en que -- circula el diario.

Finalmente, la quinta etapa referente a la variedad temática, muestra que no es tanto destacar la variedad, sino hacer -- constar que existe una diferencia considerable entre una y otras materias. Destacan vida cotidiana, deportes y vida social. Se en

cuentran a la cabeza muy por encima de economía y política internacional y nacional, que ocupan el 4o. y 5o. lugares respectivamente. Hasta aquí ya se sabe de qué se trata la información contenida, quién la suministra, cuánta opinión manifiesta existe.

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

Notas

- (1) cfr. José María Casasús. Ideología y análisis de los medios de comunicación, p. 89
- (2) cfr. Eva Salgado Andrade. Guía de análisis de periódicos y revistas (trabajo inédito)
- (3) Raúl Rivadeneira. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, p. 151
- (4) Edmund C. Arnold. Tipografía y diagramado para periódicos, p. 20
- (5) Ibidem, p. 116
- (6) Miguel Angel Granados Chapa. Examen de la comunicación en México, p. 17
- (7) Fraser Bond. Introducción al periodismo, p. 275
- (8) Hbracio Guajardo. Elementos de periodismo, p. 51
- (9) Stanley Johnson y Julian Ihrris. El reportero profesional, p. 66
- (10) Violette Morin. Tratamiento periodístico de la información, p. 148
- (11) Ibidem. p. 16
- (12) Ibidem. p. 148
- (13) Las noticias y la información. Biblioteca Salvat de Grandes Temas, p. 14
- (14) Daniel Prieto. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 14
- (15) Violette Morin. Op. cit., p. 36
- (16) Miguel Angel Granados Chapa. Op. cit., p. 276
- (17) cfr. Ibidem. pp. 28-30

- (18) Ibidem, p. 176
- (19) Fraser Bond. op. cit., 276
- (20) José María Casasús. op. cit., p. 96
- (21) Violette Morin. op. cit., p. 96
- (22) José Luis Martínez Albertos. Curso general de redacción periodística, p. 247
- (23) Fraser Bond. op. cit., p. 274
- (24) Jacques Kayser. El diario francés, p. 137
- (25) Eva Salgado Andrade. Evasiones, 2a. edición. Semantización periodística de la realidad, pp. 128-129
- (26) Jacques Kayser. op. cit. pp. 137-138
- (27) Camilo Taúfic. Periodismo y lucha de clases, p. 108
- (28) Raúl Rivadeneira. op. cit., p. 261
- (29) Ibidem, p. 256

4. ANALISIS ESTRUCTURAL

En este capítulo se presentará la segunda fase del análisis estructural hemerográfico del diario: análisis estructural del contenido. Casasús describe esta fase como "aislar y examinar todos los elementos que intervienen en el proceso de semantización del mensaje y que constituyen el contenido manifiesto del medio." (1)

Eliseo Verón, en "Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política", define semantización como "el proceso por el cual un hecho 'x' ocurrido en la realidad social es incorporado, bajo la forma de significaciones, a los contenidos de un medio de comunicación de masas." (2) La semantización se logra a través de dos operaciones básicas: selección y combinación de signos.

Pierre Guiraud, citado por Eva Salgado Andrade en EVASIONES, 2a. edición, Semantización periodística de la realidad, señala que en el lenguaje existen cuatro grandes sistemas de signos: naturales, de representación o fonos; icónico simbólicos; de comunicación o símbolos asociados convencionalmente a las cosas que designan. (3) De aquí se derivan los demás sistemas de signos, entre ellos, los periodísticos.

Raúl Rivadeneira se refiere de manera concreta a los signos periodísticos: "Los códigos periodísticos pertenecen a la categoría de sistemas de significación de señales/signos que estimulan el órgano de la vista. En primer lugar, entonces, señales/signo del lenguaje escrito, tipográfico y gráfico." (4) Eliseo Verón, al hablar sobre los medios impresos, encuentra que sobre la base de una sola materia significante (visual) se constituyen varias series informacionales: La serie visual lingüística, la serie visual paralingüística y las series visuales no lingüísticas. (5) En este caso, la se -

rie visual lingüística equivale al lenguaje escrito, la serie visual paralingüística a la bastardilla, los titulares y su tamaño, etc., y las series visuales no lingüísticas a las imágenes fotográficas, dibujo, color, etc.

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

4.1. Recursos tipográficos o paralingüísticos: emplazamiento, titulado y presentación

En el lenguaje periodístico todos los signos adquieren igual importancia: tan importante es lo que se dice como la forma en que se presenta; asimismo, es de interés que la información vaya o no acompañada de imágenes.

Quienes se encargan de la elaboración de los mensajes periodísticos están conscientes de que éstos deben ser presentados en una envoltura conveniente. Colocarle a una nota un encabezado a ocho columnas indicará al lector, de antemano, que ésta es más importante que si se presentara a una columna. En el caso de El Heraldo de León, antes de que el lector pueda formarse un juicio sobre cuál es la noticia más importante, ya habrán tomado la decisión por él: con un encabezado a ocho columnas le indicarán que debe preocuparse por los embates de una deuda externa impagable y lo que ello conlleva, un asalto o un partido de fútbol. "El significado no se transmite sólo por las palabras de una noticia, sino también por el tamaño de un titular, su posición en la página y la de la página en el periódico, su asociación con fotografías, el uso de la letra cursiva y otras características tipográficas." (6)

Los recursos tipográficos comprenden: emplazamiento, titulado y presentación.

Emplazamiento

Se ocupa de:

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

La compaginación se refiere tanto a la página como al lugar específico dentro de la página. No existe un criterio general para valorar la importancia de una página con relación a otra: "Si la 'primera' es la página de las prioridades, ¿qué jerarquía establecer a continuación? ¿Conviene atribuir una prioridad, en segundo lugar, a la última página? ¿Seguir el orden aritmético de las páginas? ¿Dar una ventaja a las impares, llamadas 'páginas -- buenas?'" (7) Para resolver estas interrogantes, Kayser, en El diario francés, propone: "Sin duda, cada diario, cada tipo de diario presenta una jerarquía entre sus páginas que le es propia y que es, implícitamente, aceptada por el lector habitual." (8)

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

Las secciones que permanecen siempre inalterables son información nacional e internacional (p. 1 de la 1a. secc.), editoriales (p. 2 de la 1a. secc.), avisos económicos (pp. 4-9 de la 1a. secc.), información local (pp. 1 y 2 de 2a. secc.), deportes (p. 1 de la 3a. secc.), y sociales (p. 1 de 4a. secc.).

En la colocación de las columnas, el diario asume una conducta que pudiera llamarse normal: algunas aparecen en el mismo lugar, tal es el caso de "línea política" (columna que reúne comentarios y escuetas notas informativas, sobre aspectos políticos); "haya... haya... la patrulla" (columna de información y de opinión, referida a temas de policía local). En las páginas de sociales aparecen casi a diario "Ayer ... hoy... y mañana", "Un granito de sal" y "Aeropuerto", todas ellas sin lugar fijo, el emplazamiento depende de la inserción de publicidad. En las páginas de información regional aparecen "Callejoneando", "Scrip social", "Línea directa" y "Antesala".

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

Generalmente, se destina una superficie casi siempre uniforme para las distintas secciones. En el caso de las notas, si alguna es demasiado escueta, literalmente hablando, se recurre al procedimiento de dejar mayores espacios en blanco entre palabra y palabra.

Titulado

Los titulares se encuentran entre los principales elementos de significación en el mensaje periodístico: "Todos los titulares tienen a ser tan completos, tan límpidos en sus resúmenes informativos que el 'abrir y cerrar de ojos' basta. Se sabe todo antes de haber comprendido. Se vive un suspenso de Serie Negra, pero en sentido inverso: se conoce el 'qué' o el 'quién' antes del 'cómo', el desenlace antes que la explicación." (9)

Al analizar los titulares surge una situación ambigua: si bien constituyen un elemento tipográfico, también se acercan a los signos

lingüísticos; de allí que a los elementos tipográficos se les denomine también como paralingüísticos. De acuerdo con lo anterior, los factores de importancia de los titulares toman en cuenta los aspectos tipográficos y los lingüísticos; tales factores son:

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

El titulado o encabezado se divide en los siguientes elementos:

- a) Cintillo.- Títulos que se publican cuando existen dos o más noticias sobre el mismo tema; actúan como un lazo de unión entre todas ellas.
- b) Sobretítulo.- Como su nombre lo indica, su colocación es arriba del título; generalmente presenta una aclaración sobre el tema al que se refiere el título.
- c) Título.- Es la frase u oración aparentemente de más importancia en la nota, la que resume en dos o tres frases el hecho, la declaración, la tragedia, etc.
- d) Subtítulo.- Colocado bajo el título, generalmente añade alguna información complementaria. (10)

Tras una revisión del diario, se desprende lo siguiente: la primera plana (en una actitud bastante normal entre los periódicos no sensacionalistas), presenta una gran proporción entre la superficie destinada a los encabezados y aquélla del texto; este equilibrio físico también se presenta en el sentido de que a notas de dos o tres columnas, etc., corresponden encabezados de dos, tres, etc., según sea su presentación; la misma situación se aprecia en todas las páginas.

El lenguaje de los encabezados es en su mayoría moderado; sin embargo, existe una tendencia a mezclar el estilo; por ejemplo, explicativo con indicativo: "La deuda no se resuelve con mayores plazos: J.S.H.", "Debemos encontrar mecanismos que permitan aligerar el costo del servicio", "Sólo mediante la concertación de nuevos créditos podremos lograr salir adelante, dijo el titular de Hacienda antes de partir a Japón." Si una de las metas fundamentales, aunque utópicas, de la nota informativa es la objetividad, ésta queda anulada desde el principio: la mayor parte de los encabezados son elaborados con una alta dosis de opinión; el lector, aún antes de llegar a la primera línea, ya se encuentra con un juicio, a manera de resumen, sobre lo que debiera pensar de una nota, sobre los beneficios de alguna actividad, sobre lo reprochable de una conducta. Aunque estas consideraciones aparentemente se refieren a la significación lingüística, se encuentra implícita la importancia que en el contenido lingüístico del titular posee el tamaño, el tipo de letra, los recuadros; en fin, va indisolublemente ligado a los recursos tipográficos.

Presentación

Este aspecto alude a:

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

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

El tamaño de letra empleado en los textos es uniforme en todo el diario, casi siempre se emplea de nueve puntos. La variación se presenta en el tamaño, cuando se quiere resaltar alguna nota, o bien cuando se quiere llenar un hueco y la superficie de la nota no alcanza. Así, para cubrir la superficie, se emplea el tamaño de diez puntos, o se separan las palabras y las líneas.

La estructura puede considerarse como uniforme en los diarios analizados, principalmente en las nueve primeras páginas, donde todos los días se presentan las mismas secciones en igual superficie. De la página diez en adelante predominan la publicidad, las notas parecieran ser relleno.

La fragmentación de las notas no es práctica diaria en El Heraldo de León, la política de la dirección consiste en presentar el mayor número de notas en la primera página de cada una de las secciones; de allí que las notas sean sintetizadas en dos, tres o cuatro párrafos; se excluyen de esta norma la nota de ocho columnas que llega a ser presentada generalmente en ocho a 12 párrafos. Así, pues, no es común ver pasas, la nota aparece completa en una sola página.

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

El origen de la noticia figura cuando proviene de una agencia de noticias; en las notas locales no se cita, se deduce de la lectu

ra. La fuente (cfr. supra. cap. 3.2.) no es constatada en un alto porcentaje.

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

4.2. Recursos icónicos: la imagen fotográfica

Otro de los códigos que se hayan presentes en el lenguaje de El Heraldó de León -y de casi todos los diarios sin excepción- es el icónico. Se refiere específicamente a las imágenes; comprende fotografías, grabados y dibujos.

La introducción de fotografías a la prensa es ya una práctica que data de largo tiempo, casi desde que surge la prensa a nivel masivo. "Hoy, las fotografías y demás ilustraciones son elemento importante para dar colorido a cualquier periódico. Es más, ningún periódico puede cumplir bien su cometido a menos que la información escrita se complementa con notas gráficas." (11)

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

En la primera plana, se incluyen dos o más fotografías, sin que tengan relación alguna con las noticias que allí aparecen. Generalmente sólo se presenta la fotografía, sin mayor información adicional que el pie de foto.

En las páginas siguientes, de información nacional e internacional, aparecen fotografías cuya temática suele ser de desastre, tragedia o violencia, o fotografías con supuesto interés humano, por ejemplo, de animales. Es importante señalar que las fotos provienen en su gran mayoría de países europeos, con marcada predilección

ción por Inglaterra. Esto se debe, quizás, a que la agencia de noticias REUTER proporciona en exclusiva el servicio fotográfico internacional.

En las páginas de la sección deportiva, las fotografías suelen acompañar a las notas principales; aunque, en ocasiones, como género aislado.

En las páginas de sociales, espectáculos y nota roja existe gran cantidad de fotografías. Muestran a mujeres guapas, apuestos galanes, o bien a actores y actrices del cine nacional e internacional; la sección policiaca incluye fotos de trágicas volcaduras y de cruentos asesinatos, entre otros temas.

Por último, hay que considerar que en algunos casos la publicidad viene complementada con fotografías, sobre todo en la publicidad de cines y espectáculos. En fin, los mensajes icónicos periodísticos son imágenes que en su mayoría mezclan la identidad nacional con los mecanismos de consumo que la sociedad maneja.

La fotografía ejerce, en determinados momentos, una fascinación mayor que el lenguaje; sobre todo en un diario como el analizado, cuya brevedad supone una rápida lectura; la existencia de imágenes es un elemento que contribuye a la aceptación del diario, de su cuasilectura. "El lenguaje de las imágenes impone su objetividad más allá de la artificiosa red de las palabras; seduce al recuerdo presente y activo, aunque reprimido, de la unidad del mundo contemplada en la simbología pre-verbal." (12)

A la fotografía se le ha atribuido -falsamente- la capacidad de dar a conocer los hechos sin la mínima tergiversación: suele decirse que una fotografía no puede mentir. Nada más erróneo, pues una de las características de la fotografía, a nivel de significación, es ser altamente polisémica, puede evocar una cantidad ilimi-

tada de significados: tanto -o más- como receptores haya. Esta característica no puede ser ignorada por los informadores; de allí la importancia que posee para la imagen fotográfica periodística el pie de foto, pequeño texto que aclara, amplía, confirma, explica o incluso contradice los múltiples significados que pudiera poseer una foto. A esta función se le conoce como anclaje, pues hace evidente una dispersión de significados para el receptor.

Otras manifestaciones del lenguaje icónico presentes en el diario, aunque no de manera constante, son los grabados que acompañan a algunos anuncios publicitarios. Al lenguaje icónico también pertenecen las tiras cómicas, los horóscopos y los crucigramas, que son aglutinados en la sección de entretenimiento.

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

4.3. Recursos lingüísticos: el habla

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

Según Roman Jakobson, el lenguaje desempeña seis funciones, cada una determinada por aquel elemento del proceso de comunicación al que se brinde más importancia en un acto comunicativo -o informativo-. Tales funciones son: emotiva (emisor), conativa (destinataria), fática (canal), metalingüística (código), poética (mensaje) y referencial (contexto). (13)

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

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

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

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

La primera dicotomía es lengua/habla. La lengua que es punto de partida para los mensajes del diario es el español. Si se quiere enfocar de manera más precisa el análisis, cabría decir que la len gua es el mensaje periodístico en general. El habla serían las mani festaciones particulares y peculiares del propio diario. Saussure define el acto de habla como "un acto individual de voluntad y de inteligencia, en el cual conviene distinguir: 1o. las combinaciones por las que el sujeto hablante utiliza el código de la lengua con miras a expresar su pensamiento personal; 2o. el mecanismo psicoffi sico que le permita exteriorizar esas combinaciones." (14)

En la definición anterior están implícitas dos funciones bási

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

Para ejemplificar tal situación, se toma como modelo una de las notas aparecidas en el diario, titulada "La deuda no se resuelve con mayores plazos: J.S.H." (15) Para dar a conocer el problema de la deuda externa, el reportero debió partir del código de la lengua periodística, de recomendaciones abstractas acerca de la redacción periodística, qué es una nota informativa, cuáles son los factores de interés de la noticia, así como la utópica y no menos nombrada objetividad. A partir de tal lengua abstracta, seleccionó y combinó signos a los cuales se añadieron elementos de significación al colocar la nota en primera plana y a ocho columnas. Esto constituyó un acto de habla.

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

La dualidad paradigma/sintagma se encuentra siempre presente en el contenido lingüístico. Por ejemplo, en la nota titulada: "¿Usted qué cree? Jamás ha habido consignas o presiones del ejecutivo al poder judicial: Iñarritu" (16), para los primeros signos, "¿Usted qué cree?" lo mejor es no externar ninguna señal de interrogación, ya que contradice claramente una de las metas fundamentales, aunque utópicas, de la nota informativa que es la objetividad, la cual queda anulada desde el principio: la mayor parte de los encabezados son elaborados con una alta dosis de opinión.

Una vez estructurado un mensaje, se obtiene un conjunto orde-

nado de signos. Aquí se presenta otra gran dualidad: significado/significante. Cada signo se descompone en los dos elementos: significante (objeto o acción que estimula los sentidos), significado (representación mental que evoca el significante). Junto a esta dicotomía se presenta otra, íntimamente ligada: denotación/connotación, referida al significado, el cual puede ser, por tanto, denotativo o connotativo.

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

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

En cualquiera de las notas del diario pueden apreciarse significados connotativos. Por ejemplo, en "Eficiencia escrupulosa en el manejo de recursos: MMH" (17) que describe la necesidad de manejar con honradez los recursos públicos, se advierte una tendencia a connotar decencia, recato en las acciones o palabras, con frases como las siguientes: "emplearlos con eficiencia, honradez y honestidad", "obligación de primer orden ante la escasez que de ellos priva en México", "llamado del presidente a gobernadores y alcaldes para que cumplan con esta medida política de la mayoría de los mexicanos."

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

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

Se llega así a algo fundamental en este análisis: las operaciones de seleccionar y combinar signos que proporcionen al receptor el conocimiento, o el significado de su realidad; la realidad se semantiza. El principal elemento de que se dispone para tales operaciones será el lenguaje.

De esta manera y con base en que la sociedad no es, ni con mucho, un conjunto homogéneo de sujetos unidos por fines comunes, si no un grupo integrado por dominantes y dominados, se desprende lo siguiente: cada grupo social contará con un léxico que elige y combina para dar a conocer la realidad según motivaciones especiales. Así, el emisor adecuará la lengua y el habla, a sus intereses.

Dentro de tal léxico existen partículas, a las que Casasús denomina "items", las cuales "juegan un papel primordial en la semantización de los acontecimientos, pues son la unidad mínima y la que primero se elige para combinarla posteriormente." (18) Un ejemplo de ítem -por cierto, altamente difundido en las esferas de los in-

formadores- es la palabra "terrorista", cuyo uso confiere un significado profundamente distinto que si se empleara "activista". El uso de uno u otro ítem puede provocar que la realidad se semantice de distinta manera.

Para semantizar la realidad, el informador dispone de un repertorio de posibles ítems, que le permiten afinar sus objetivos concretos. Así, en la columna "huya... huya... la patrulla" (19) se encuentran los siguientes ítems para designar a los policías: "tecolotes", "cuicos", "jenizaros", "esbirros" y "azules"; aunque todos estos términos apuntan hacia una dirección similar, existen matices en sus significados.

Los ítems no son sólo palabras aisladas, también representan ítems los símbolos, estereotipos, slogans, temas, silencios. Todos estos elementos juegan un papel primario de selección y combinación. "Cuando digo algo, el modo en que lo digo, lo que no digo y podría haber dicho son aspectos inseparables de lo que digo." (20)

El empleo de los ítems representa una primera etapa en el proceso de semantización, la cual en la actividad periodística lleva a otras etapas, como la contextualización, temporalización, personalización, clasificación, descripción, circunstancialización. (21) Aunque la forma en que tal semantización se lleva a cabo varía de un acto de comunicación -o información- a otro, es posible generalizar que ellos se rigen por las llamadas macrorreglas.

El concepto de macrorreglas es abordado por Teun A. van Dijk, quien señala que la forma en que se estructura un discurso recurrirá a tres reglas básicas: supresión, generalización y construcción. (22) A través de la supresión se eliminan aquellas proposiciones que no son textualmente pertinentes para los fines del emisor. En la etapa de generalización, dada una secuencia de proposiciones,

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

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

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

Lo anterior se refiere primordial y casi exclusivamente a los mensajes dominantes o de estructura autoritaria, "en los cuales pueden ser rastreadas ciertas formas constantes que se reiteran en unos y otros, formas que tienden a asegurar su éxito." (23)

Se mencionó anteriormente el concepto de codificador; en pe-

riodismo, emisor y codificador no son lo mismo. Emisor es quien determina la propiedad de los medios de información, quien determina el carácter que deben asumir los mensajes divulgados. Para su elaboración, dispondrá de codificadores. "Codificador es el elemento que tiene la función de traducir los signos y señales de la fuente, o lo que, en este caso, el conjunto de signos y señales de la noticia parecen significar. Codificador es, pues, el periodista, cronista, reportero, redactor, editorialista..." (24) Personajes todos cuya labor será supervisada y determinada por los emisores.

El código periodístico ha asumido algunas características propias, aunque por supuesto ha tomado gran influencia de otras manifestaciones del lenguaje. "La dependencia del periodismo impreso de su público y de éste respecto de aquél es factor influyente sobre los códigos de la prensa. Asimismo, los códigos periodísticos son afectados por el habla de los públicos, por los significados y formas de expresión literaria, por las terminologías especializadas de la técnica y las ciencias." (25)

La actividad periodística cuenta con dos elementos básicos: la realidad que debe dar a conocer, y el lenguaje con el cual pueda darla a conocer. "El problema se hace concreto cuando la 'ilimitada' cantidad de hechos sociales debe contenerse en el 'limitado' número de columnas de un diario. ¿Cuáles registrar y cuáles no? ¿A cuáles darles preferencia?" (26) En esta función desempeña un papel preponerante la ideología dominante: "Se semantiza el signo cultural o social conforme al código ideológico, desplazando -dogmáticamente- cualquier otro significado probable." (27)

A pesar del carácter dialéctico de la realidad, de los constantes cambios que sobrevienen a causa de las contradicciones sociales, el grupo en el poder debe buscar la perpetuación del sistema. La información, como uno de los medios para cumplir tal objetivo, consis

tirá en una firme reiteración de valores y constantes sociales, que deben aparecer como permanentes.

Los informadores saben que, al realizar su labor, la distorsión u ocultamiento de la realidad no debe ser evidente, es necesario disfrazarla, conformar una visión de la realidad. Para tal fin, se dispone de varios elementos que algunos investigadores, como Daniel Prieto, reconocen como elementos retóricos: recursos retóricos y figuras retóricas, pero ambos no cierran el universo de posibilidades de selección y combinación en el proceso de semantizar la realidad. Existen diversos mecanismos adicionales, los cuales, tanto en la teoría como en la práctica, han sido abordados por investigadores y por informadores respectivamente. Entre ellos, se pueden citar los niveles a través de los cuales se logra persuadir al lector: a través de la vida cotidiana, la opinión pública y la imagen internacional.

Estos y más mecanismos de selección y combinación se emplean día con día para elaborar mensajes consumidos por el gigantesco número de receptores, los cuales reciben la diaria dosis de realidad semantizada. "Los partidos políticos, las instituciones y los aparatos burocráticos están comprometidos en ese esfuerzo que consiste en obtener la movilización de las energías y su desviación de comportamientos de escape o de indiferencias. Las imágenes plenamente positivas del soldado ciudadano, del líder querido, vienen a normar los comportamientos, a señalar a los sometidos dignos de alabanza, a condenar a los indiferentes..." (28)

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

4.4. Análisis de temas claves: notas principales de cada día

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

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

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

En las fases previas de análisis se percibió una tendencia a la monotonía en el diario. En efecto, existen varias columnas cuyo contenido no es nuevo, sólo novedoso. Las notas informativas, cuando provienen del extranjero, siempre son proporcionadas por agencias informativas, y aunque sería importante analizar cómo es estructurado su contenido, ello desviaría los fines de esta investigación, donde lo importante es el diario en su conjunto, preferentemente, en cuanto a su contenido, aquello que es elaborado por sus propios colaboradores y reporteros.

Uno de los mayores atractivos de los diarios es la primera plana, gracias a los encabezados. A través de ellos, con una brevedad sorprendente, se ofrece el resumen de lo más importante del día; la cambiante realidad queda aprehendida en no más de cinco palabras. Por ello, se eligió como tema clave a las notas correspondientes al

encabezado principal. En principio, siete notas integran el tema clave; además se localizó la información consecutiva referida a estas notas. Con esto, queda delimitado el tema clave, el corpus y el espacio que ocupa. Las unidades de base serán los signos paralingüísticos o tipográficos, icónicos y lingüísticos. A partir de cada una de estas unidades de base se aislarán las unidades menores, los ítems que se refieren a las unidades más pequeñas que se hallen presentes en los temas clave; por ejemplo, una palabra.

Domingo 20 de abril de 1980

" La deuda no se resuelve con mayores plazos: J.S.H."

Hecho: Necesario la concertación de nuevos créditos para lograr salir adelante en nuestros compromisos económicos.

Género periodístico: nota informativa.

EMPLAZAMIENTO:

Compaginación: Aparece en la primera plana, con titular a ocho columnas; sin pase a interiores.

Superficie: Encabezado: 118.0 cms² (56.29%).

Texto: 92.0 cms² (43.71%).

II TULADO:

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

Contenido: Es explicativo pues indica que el problema del pago de la deuda externa, no se resuelve alargando plazos. Además, es orientado, ya que la oración "Debemos encontrar mecanismos que permitan aligerar el costo del servicio" connota que es necesario encontrar nuevas vías, y la más viable es concertar nuevos empréstitos.

Elementos: El título es " La deuda no se resuelve con mayores plazos: J.S.H." Contiene dos subtítulos: "Debemos encontrar mecanismos que permitan aligerar el costo del servicio" y "Sólo mediante la concertación de nuevos créditos podremos lograr salir adelante, dijo el titular de Hacienda antes de partir a Japón."

"ELEVAR LA ENSEÑANZA MEDIA SUPERIOR DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DEL PAIS"

Para dar Mayores Posibilidades de Desarrollo y Competencia en Campos de la Ciencia y Tecnología

El Consejo Superior de la Enseñanza Media Superior, en un acuerdo tomado en su sesión del día 15 de mayo de 1962, resolvió suspender la reunión de la DPEP en el momento en que se celebrara el primer ciclo de la DPEP, para dar lugar a la realización de un estudio de las necesidades del país en materia de enseñanza superior, con el fin de elevar el nivel de la enseñanza superior de acuerdo a las necesidades del país.

El estudio que se está realizando tiene como finalidad determinar el nivel de la enseñanza superior que se requiere para el desarrollo del país, y para ello se está realizando un estudio de las necesidades del país en materia de enseñanza superior, con el fin de elevar el nivel de la enseñanza superior de acuerdo a las necesidades del país.

Suspensión la Reunión de la DPEP en el Momento de su Acuerdo Formal Sobre Controles de Producción

El Consejo Superior de la Enseñanza Media Superior, en un acuerdo tomado en su sesión del día 15 de mayo de 1962, resolvió suspender la reunión de la DPEP en el momento en que se celebrara el primer ciclo de la DPEP, para dar lugar a la realización de un estudio de las necesidades del país en materia de enseñanza superior, con el fin de elevar el nivel de la enseñanza superior de acuerdo a las necesidades del país.

El estudio que se está realizando tiene como finalidad determinar el nivel de la enseñanza superior que se requiere para el desarrollo del país, y para ello se está realizando un estudio de las necesidades del país en materia de enseñanza superior, con el fin de elevar el nivel de la enseñanza superior de acuerdo a las necesidades del país.



EL HERALDO
DE LEÓN
UN PERIÓDICO AL SERVICIO DE GUANAJUATO
Miembro de la Asociación de Periódicos Interamericanos A.D.U.

SECCION CULTURAL
"MASCARA"
CULTURA
CINE
MUSICA
LIBROS
ARTES
CIENTIFICAS
ECONOMICAS
SOCIALES
POLITICAS
DEPORTES
CARTAS
CARTAS DE LOS LEONES
CARTAS DE LOS GUANAJUATOS

ANO XLVII No. 2,802

La Deuda no se Resuelve con Mayores Plazos: J.S.H.

Diálogo Político Entre Países Deudores y Acreedores Para dar Solución a la Deuda

El diálogo político entre países deudores y acreedores es el camino más eficaz para dar solución a la deuda. Los países deudores deben negociar con los acreedores para encontrar un mecanismo que permita aligerar el costo del servicio de la deuda.

El diálogo político es esencial para encontrar un mecanismo que permita aligerar el costo del servicio de la deuda. Los países deudores deben negociar con los acreedores para encontrar un mecanismo que permita aligerar el costo del servicio de la deuda.



Debemos Encontrar Mecanismos que Permitan Aligerar el Costo del Servicio

El diálogo político es esencial para encontrar un mecanismo que permita aligerar el costo del servicio de la deuda. Los países deudores deben negociar con los acreedores para encontrar un mecanismo que permita aligerar el costo del servicio de la deuda.

El diálogo político es esencial para encontrar un mecanismo que permita aligerar el costo del servicio de la deuda. Los países deudores deben negociar con los acreedores para encontrar un mecanismo que permita aligerar el costo del servicio de la deuda.

Estancamiento del Crecimiento Comercial por el Proteccionismo

El estancamiento del crecimiento comercial por el proteccionismo es un problema que afecta a los países deudores. El proteccionismo impide el comercio internacional y, por lo tanto, el crecimiento económico.

El estancamiento del crecimiento comercial por el proteccionismo es un problema que afecta a los países deudores. El proteccionismo impide el comercio internacional y, por lo tanto, el crecimiento económico.

Surgen Diferencias Sobre la Guerra Irán-Irak en la Conferencia de los Países No Alineados

En la Conferencia de los Países No Alineados, surgieron diferencias sobre la guerra Irán-Irak. Algunos países apoyaron a Irán, mientras que otros apoyaron a Irak.

En la Conferencia de los Países No Alineados, surgieron diferencias sobre la guerra Irán-Irak. Algunos países apoyaron a Irán, mientras que otros apoyaron a Irak.

Importación Agrícola Política hacia el Resaca del "Cero de los Seis"

La importación agrícola política hacia el resaca del "Cero de los Seis" es un problema que afecta a los países deudores. La importación agrícola política impide el desarrollo agrícola y, por lo tanto, el crecimiento económico.

La importación agrícola política hacia el resaca del "Cero de los Seis" es un problema que afecta a los países deudores. La importación agrícola política impide el desarrollo agrícola y, por lo tanto, el crecimiento económico.

Rechazó Reagan la Idea de Fijar un Impuesto al Petróleo Importado

El presidente Reagan rechazó la idea de fijar un impuesto al petróleo importado. Reagan considera que un impuesto al petróleo importado sería perjudicial para la economía estadounidense.

El presidente Reagan rechazó la idea de fijar un impuesto al petróleo importado. Reagan considera que un impuesto al petróleo importado sería perjudicial para la economía estadounidense.

PRESENTACION:

El tamaño de letra es el mismo a todo lo largo del cuerpo de la noticia (nueve puntos). El texto aparece en su totalidad en la primera página, donde se presenta a tres columnas. Si se citan el origen y la fuente: México, D.F., agencia ADI (Asociación de Diarios Independientes).

TEXTO:

La nota "La deuda no se resuelve con mayores plazos: J.S.H.", va más allá de la mera narración, orienta su exposición a la necesidad de encontrar mecanismos que coadyuven a aligerar el pago de la deuda, como es el hecho indubitable de concertar nuevos créditos que permitan crecer, para poder pagar siquiera los intereses.

La nota es redundante, ya que la información gira alrededor de la idea de que es necesario endeudarnos más.

Lunes 21 de abril de 1986

"El peso de la deuda oprime el desarrollo de AL"

Hecho: El nulo desarrollo de América Latina como consecuencia de su enorme deuda, y por la galopante inflación que padece.

Género periodístico: nota informativa.

EMPLAZAMIENTO:

Compaginación: La nota aparece en primera plana, su encabezado es el de mayor importancia; sin pase a interiores.

Superficie: Encabezado: 106.0 cms² (46.70%).

Texto: 121.0 cms² (53.50%).

TITULADO:

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

Contenido: El título es explicativo, sólo dice qué tratará la nota.

Elementos: Subtítulo: a tres columnas y dos pisos: "Su recuperación económica constreñida también por la galopante inflación: CEPAL"

Irán, Libia y Argelia se Oponen a Reducir la Producción Petrolera

"Pasa a Todo", Gorbachov Dispuesto a Reunirse con Reagan

MOSCÚ, 28 de octubre. — El líder soviético Mikhail Gorbachov anunció hoy que está dispuesto a reunirse con el presidente de los Estados Unidos, Ronald Reagan, en cualquier momento.

Gorbachov dijo en un discurso que él y Reagan "están dispuestos a reunirse en cualquier momento".

El líder soviético dijo que él y Reagan "están dispuestos a reunirse en cualquier momento".

El líder soviético dijo que él y Reagan "están dispuestos a reunirse en cualquier momento".



Las Importaciones Mexicanas Disminuyeron un 10 por Ciento en los Primeros 3 Meses

MEXICO, 28 de octubre. — Las importaciones mexicanas disminuyeron un 10 por ciento en los primeros tres meses de este año con respecto al mismo período del año anterior.

RR Toma muy en Serio la Propuesta Soviética

El gobierno soviético toma muy en serio la propuesta de los Estados Unidos de reducir la producción petrolera.

Mayor Inflación por las Medidas Fiscales

La inflación en México se está acelerando debido a las medidas fiscales adoptadas por el gobierno.

400 Pequeños Peñoles Electrificados en 1985. Guanajuato se vio Beneficiado

En Guanajuato se electrificaron 400 pequeños peñoles durante el año 1985, beneficiando a miles de habitantes.

El Peso de la Deuda Oprime el Desarrollo de AL

Exige Medidas más Drásticas Para Detener la Caída de Precios

El presidente argentino, Raúl Alfonsín, exige medidas más drásticas para detener la caída de precios de las materias primas.



Una multitud de personas se reúne en un momento de protesta o celebración en un evento público.

Su Recuperación Económica Constatada También por la Galopante Inflación: CEPAL

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) constata la recuperación económica de los países latinoamericanos, aunque también señala la galopante inflación.

CONASUPO Traslado 2 Empresas Filiales Reubicando a más de dos mil Trabajadores

El CONASUPO trasladó y reubicó a más de dos mil trabajadores de sus filiales.

Las Empresas Paraestatales Creadoras de Déficit

Las empresas paraestatales son una fuente importante de déficit en el sector público.

Poblado Arrasado por las Aguas de una Represa: 100 Muertos y más de 20 mil Familias Quedaron sin Hogar

Un poblado fue arrasado por las aguas de una represa, dejando 100 muertos y más de 20 mil familias sin hogar.

CONASUPO Traslado 2 Empresas Filiales Reubicando a más de dos mil Trabajadores

El CONASUPO trasladó y reubicó a más de dos mil trabajadores de sus filiales.

PRESENTACION:

El tamaño de letra es el mismo para el resto de las notas informativas que aparecen en la primera plana (nueve puntos). El texto aparece íntegro en la primera página, donde se presenta a tres columnas en cuerpo de dos. Si se citan el origen y la fuente: México, D.F., agencia ADI.

TEXTO:

La nota se concreta a presentar el panorama desolador que aqueja a América Latina ocasionado por el peso de su deuda, el mismo documento de la CEPAL que sirve de base a esta nota informativa, describe el proyecto del programa de trabajo que la Secretaría de la Comisión Económica para América y el Caribe, pondrá a consideración de los Estados miembros durante los trabajos de la XXI reunión a celebrarse en la capital de la República el miércoles 23 de la semana en curso.

Martes 22 de abril de 1986

"Japón tiene gran confianza en México: Silva Herzog"

Hecho: Entendimiento y comprensión a los problemas que enfrenta México, por parte de Japón, dice Silva Herzog, a su regreso de aquel país de Oriente.

Género periodístico: nota informativa.

EMPLAZAMIENTO:

Compaginación: Es la nota principal y aparece a ocho columnas. A pesar de que dice (más información en la página 13), ésta no aparece en la página de referencia ni en ninguna otra.

Superficie: Cabeza: 124.5 cms^2 (45.60%);
 Texto: 148.5 cms^2 (54.40%).

TITULADO:

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

Impagable la Deuda Externa en las Condiciones Actuales: CEPAL

La Apertura de Cuentas en Dólares no Limita Nuestra Soberanía Monetaria LCG

México, 21 de mayo. (EPA).—El secretario de Hacienda, Luis Carrillo Fuentes, declaró hoy que la apertura de las cuentas en dólares no limita la soberanía monetaria de México. Carrillo Fuentes, en un momento de su discurso en el marco de la Sesión de la Comisión Monetaria y Financiera de la Conferencia de Ministros de Economía y Finanzas de América Latina y el Caribe, dijo que la apertura de las cuentas en dólares es una medida que se tomó para facilitar el comercio exterior y atraer inversión extranjera, pero que no afecta la soberanía monetaria de México. Carrillo Fuentes dijo que México seguirá manteniendo su política monetaria independiente y que seguirá utilizando el peso como moneda nacional.

EU, Gran Bretaña y Francia Vetan la Condena a los Ataque a Cuba, Venezuela se Abstiene

Washington, 21 de mayo. (EPA).—El Consejo de Seguridad de la Organización de las Naciones Unidas votó hoy por unanimidad para condenar los ataques aéreos contra Cuba y Venezuela. Sin embargo, Gran Bretaña, Francia y Estados Unidos vetaron la resolución, lo que impidió que se aprobara. Venezuela se abstuvo de votar. La resolución condenó los ataques aéreos realizados por Estados Unidos contra Cuba y Venezuela, y pidió que se cesara inmediatamente. El voto fue de 14 a favor, 3 en contra y 1 abstención.



Alfredo Baranda García Gobernará el Estado de México

México, 21 de mayo. (EPA).—Alfredo Baranda García fue elegido hoy gobernador del Estado de México por el Congreso local. Baranda García, quien es un abogado y político, fue elegido con una amplia mayoría de votos. Su mandato comenzará el 1 de septiembre de este año.

EL HERALDO
DE LEÓN
UN PERIÓDICO AL SERVICIO DE GUANAJUATO
Fundado en la Administración de Don Juan Rodríguez de S. O. S.
CALLE DE LA UNIÓN No. 1000 TELÉFONO 2-11-11

Japón Tiene Gran Confianza en México: Silva Herzog

Urge una Solución Mediante un Diálogo Placido y Constructivo

México, 21 de mayo. (EPA).—El secretario de Relaciones Exteriores, Alfonso Herrera, dijo hoy que México tiene gran confianza en el gobierno japonés y que se espera una solución pacífica y constructiva a los problemas que existen entre ambos países. Herrera dijo que México y Japón tienen una larga tradición de amistad y cooperación, y que se espera que esta tradición continúe en el futuro.



El secretario de Relaciones Exteriores, Alfonso Herrera, y el embajador japonés en México, Tetsuzo Yamada, se saludan tras la firma de un acuerdo de cooperación económica.

"Cooperación Hispana de los Costales con Recursos Suficientes Para Salir de la Problemática Actual"

México, 21 de mayo. (EPA).—El secretario de Economía, Carlos Hank Rhon, dijo hoy que la cooperación hispana en los estados costeros de México es suficiente para superar la problemática actual. Rhon dijo que los recursos hispanos son abundantes y que se espera que contribuyan significativamente al desarrollo económico de la región.

"Miel insuperable" muestra Perspectiva Años 1980

México, 21 de mayo. (EPA).—El secretario de Hacienda, Luis Carrillo Fuentes, dijo hoy que la perspectiva económica de México para los años 1980 es "miel insuperable". Carrillo Fuentes dijo que México tiene una sólida base económica y que se espera un crecimiento sostenido en el futuro.

Suspender la Entrega de Visas, una Tónica de Presión de EU Contra México: PMI, PPS y POM

México, 21 de mayo. (EPA).—El secretario de Relaciones Exteriores, Alfonso Herrera, dijo hoy que la suspensión de la entrega de visas por parte de Estados Unidos es una tónica de presión contra México. Herrera dijo que México se opone a esta medida y que se espera una solución pacífica a los problemas que existen entre ambos países.

Plan de Inversión 1980-81

México, 21 de mayo. (EPA).—El secretario de Economía, Carlos Hank Rhon, dijo hoy que el plan de inversión para los años 1980-81 es ambicioso y que se espera que contribuya al desarrollo económico de México. Rhon dijo que el plan incluye inversiones en infraestructura, industria y servicios.

Es Urgente Implantar Estrategias Para una Mejor Distribución de Empresas y Servicios: SECOFI

México, 21 de mayo. (EPA).—El secretario de Economía, Carlos Hank Rhon, dijo hoy que es urgente implantar estrategias para una mejor distribución de empresas y servicios. Rhon dijo que esto es necesario para promover el desarrollo económico y social de México.

El secretario de Economía, Carlos Hank Rhon, dijo hoy que el plan de inversión para los años 1980-81 es ambicioso y que se espera que contribuya al desarrollo económico de México. Rhon dijo que el plan incluye inversiones en infraestructura, industria y servicios.

La UNAM Arriesgará Todo por Superarse, Rentería Carpio

México, 21 de mayo. (EPA).—El rector de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Rentería Carpio, dijo hoy que la UNAM arriesgará todo por superarse. Carpio dijo que la UNAM tiene una gran tradición y que se espera que continúe siendo una institución líder en México.



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

Elementos: Subtítulos tres: Los dos primeros a tres columnas y a dos pisos cada uno, en tanto que el subtítulo intermedio o de descanso, va a tres columnas pero a un sólo piso. El primero dice: "Convicción nipona de que contamos con recursos suficientes para salir de la problemática actual" y el segundo: "Encontramos un alto nivel de entendimiento y comprensión a nuestros problemas, lo que da señales promisorias del resultado del viaje." El tercero: "Mayor participación japonesa en programas de interés para México."

PRESENTACION:

El tamaño de letra en el texto es uniforme a lo largo de la nota (nueve puntos); sin observar pase alguno a páginas interiores; el texto abarca tres columnas en dos cuerpos. Se citan el origen y la fuente: México, D.F., agencia ADI.

TEXTO:

A partir del subtítulo "Convicción nipona de que contamos con recursos suficientes para salir de la problemática actual", se advierte una opinión tendenciosa a hacernos creer que en el Japón tienen fe en nosotros; y que están conscientes de que la crisis por la que atravesamos no es cuestión más que de la baja del crudo en los mercados internacionales. Así pues, el texto es orientado a dar entender que somos un país vigoroso con amplios recursos humanos y económicos; y sólo resta tener esperanza en los créditos e inversiones japonesas para salir del problema socioeconómico. En el subtítulo, "Encontramos un alto nivel de entendimiento y comprensión a nuestros problemas, lo que da señales promisorias del resultado del viaje", se subraya que debemos tener fe en la "ayuda ciega" que llegará del Japón y que por ende se canalizará en programas de interés para

México, dice la nota. Aquí, cabría preguntarnos: De interés para México o para Japón. Con el subtítulo intermedio "Mayor participación japonesa en programas de interés para México", se enfatiza en la idea que la ayuda nipona es esperada con gran interés, sobre todo en áreas de vital desarrollo para nuestro país.

Miércoles 23 de abril de 1986

"Ayudará Japón a reconstruir la economía mexicana"

Hecho: Japón se compromete a reconstruir la economía mexicana, otorgando créditos y realizando inversiones en determinados sectores de la industria petroquímica y del acero.

Género periodístico: Nota informativa.

EMPLAZAMIENTO:

Compaginación: Encabezado a ocho columnas y a un sólo piso. Presenta tres subtítulos a tres columnas; el primero a un sólo piso y el segundo con dos, en tanto que el tercero a un sólo piso. El texto viene íntegro en la primera página y baja a tres columnas en dos cuerpos.

Superficie: Cabeza: 112.5 cms^2 (36.89%) y 192.5 cms^2 (63.11%) en texto.

TITULADO:

Importancia: Es el de mayor importancia real y relativa.

Contenido: Es explicativo, se concreta a describir las promesas del ministro de finanzas nipón.

Elementos: Subtítulo: "Prometió el ministro de finanzas nipón", a tres columnas y a un sólo piso. Subtítulo: "Desea México un préstamo por mil millones de dólares para construir un gran complejo petroquímico y un oleoducto y terminar la planta de acero", a tres columnas y dos pisos. El tercero, dice: "Impulsando el desarrollo se ganará la confianza de la banca interna

Los Subsidios Continúan Carcomiendo la Economía: CONCAMIN



Se Necesita de un Sindicatismo fuerte, honesto y limpio, que Defienda a sus Trabajadores: MMN El Proceloso Luchador al Resaca de los Trabajos

El MMN, el más fuerte y honesto de los sindicatos, se preocupa por el bienestar de sus trabajadores y por el desarrollo de la economía nacional. El Proceloso Luchador al Resaca de los Trabajos, se dedica a defender los intereses de los trabajadores y a promover el desarrollo de la economía nacional.

Charles J. Pihon fuerte Candidato Para Sustituir a Carrizosa en el Honorable Senado de la República

Charles J. Pihon, fuerte candidato para sustituir a Carrizosa en el Honorable Senado de la República, se dedica a promover el desarrollo de la economía nacional y a defender los intereses de los trabajadores.

EL HERALDO
DE LEÓN
UN PERIÓDICO AL SERVICIO DE GUANAJUATO
Membros de la Asociación de Diarios Independientes "A. D. I."

Ayudará Japón a Reconstruir la Economía Mexicana

Deben Pensarse a la Vista de las Empresas Parastatales: LASM

"La Miscelánea Fiscal Afectedará la Liquidez de las Empresas"

Las empresas parastatales deben ser analizadas a la vista de las necesidades de la economía mexicana. La miscelánea fiscal afectará la liquidez de las empresas, lo que puede tener consecuencias negativas para el desarrollo económico.



Busca la OEA una Efectiva Cooperación Interamericana Contra el Narcotráfico

La Organización de Estados Americanos (OEA) busca una efectiva cooperación interamericana para combatir el narcotráfico. Se requiere de un esfuerzo conjunto de todos los países miembros para lograr este objetivo.

Promovió el Ministro de Finanzas Nipón

Una Misión de Estudios de la Economía de México en el Área de Cooperación y la Recesión y la Política de Inversión

El ministro de Finanzas nipón promovió una misión de estudios de la economía de México. La misión se centrará en el área de cooperación y la recesión, así como en la política de inversión.

Las Transacciones se Llevan Tres Dólares por Cada uno que Invierten: Luis Sánchez Aguilar

Luis Sánchez Aguilar afirma que las transacciones se llevan tres dólares por cada uno que invierte. Esto puede tener implicaciones importantes para el sector financiero y el desarrollo económico.

Analizará la CEPAL la Situación Económica y el Problema de la Deuda Externa de América Latina

La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) analizará la situación económica y el problema de la deuda externa de América Latina. Este análisis será fundamental para determinar las estrategias más adecuadas para superar estas dificultades.

Elegió la Casa Blanca la Decisión de la OEA de Reducir sus Legatos Diplomáticos con Libia

La Casa Blanca eligió la decisión de la OEA de reducir sus legatos diplomáticos con Libia. Esta medida es una respuesta directa a las acciones de Libia y refleja el compromiso de la OEA con la paz y la cooperación internacional.

Salvador de Costas Asistirá a la Presidencia de la Tapa Ministerial

Salvador de Costas asistirá a la presidencia de la tapa ministerial. Este evento es de gran importancia para el desarrollo económico y la cooperación internacional.

El Problema de la Deuda Externa de América Latina

El problema de la deuda externa de América Latina es una de las principales preocupaciones de la CEPAL. Se requiere de un enfoque integral para abordar este desafío y promover el desarrollo sostenible en la región.

El Problema de la Deuda Externa de América Latina

El problema de la deuda externa de América Latina es una de las principales preocupaciones de la CEPAL. Se requiere de un enfoque integral para abordar este desafío y promover el desarrollo sostenible en la región.

cional", a tres columnas y a un sólo piso.

PRESENTACION: La nota baja a tres columnas en dos cuerpos, en un tamaño de nueve puntos; tamaño de letra que se presenta uniforme a lo largo de la noticia, que no presenta pase a páginas interiores.

TEXTO:

La nota fue elaborada con base en una declaración de prensa del ministro japonés de finanzas Noboru Takeshita, difundida por la UPI, fechada en Tokio, el 23 de abril de 1986.

En la nota no se incluyen declaraciones textuales del ministro japonés, y se concreta a presentar la información en forma explicativa e indicativa, de la promesa hecha de Takeshita a su homólogo mexicano Silva Herzog, de ayudar a México en la reconstrucción de su abatida economía, duramente golpeada por la caída de los precios del petróleo. Inductiva, porque el crédito nipón de 1,000 millones de dólares y demás inversiones del sector privado japonés, serán canalizados en obras que beneficien a nuestro país e indirectamente al Japón; ya que el crédito permitirá desarrollar el proyecto petrolífero del pacífico, en Salina Cruz, la ampliación de la siderúrgica Lázaro Cárdenas-Las Truchas-, el proyecto de fomento a las exportaciones y la ampliación del puerto de Manzanillo. De lo anterior se desprende que Japón busca asegurar su abastecimiento de crudo. Resulta increíble que sólo diez minutos de conversación entre ambos funcionarios hayan bastado para llegar a acuerdos de tal trascendencia; lo que deja entrever que el gobierno mexicano tal parece que ya había hecho del conocimiento japonés los planes y programas de desarrollo industrial en las regiones antes mencionadas. La visita de Silva Herzog fue al parecer de mero trámite.

Jueves 24 de abril de 1986

INSTO SILVA HERZOG A DEUDORES Y ACREEDORES A COMPARTIR ESFUERZOS



El presidente de la Federación Mexicana de Cárnicos, José Silva Herzog, en un momento de su discurso durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato.

También los Sacrificios Deberían Estar Mejor Distribuidos Para Resolver los Problemas Financieros Internacionales

El presidente de la Federación Mexicana de Cárnicos, José Silva Herzog, pidió a los acreedores y deudores que compartieran los esfuerzos para resolver los problemas financieros internacionales. En un discurso pronunciado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, el líder de la organización expresó su preocupación por la situación económica global y la necesidad de una mayor cooperación entre los países.

Silva Herzog afirmó que los sacrificios deben estar mejor distribuidos para evitar crisis financieras que afecten a las economías de los países en desarrollo. Señaló que México, al ser un país exportador de carne, se ve afectado por las fluctuaciones de los precios internacionales y por las políticas de los países importadores.

El líder de la Federación Mexicana de Cárnicos también mencionó la importancia de mantener los canales de comunicación abiertos entre los países para encontrar soluciones a los problemas financieros. Pidió a los gobiernos y a las organizaciones internacionales que trabajen en conjunto para estabilizar el mercado financiero global.

México es un País Seguro, Afirma el Gobernador de Coahuila

El gobernador de Coahuila de Zaragoza, Miguel Alemán, afirmó que México es un país seguro y que la situación económica del país es estable. En un discurso pronunciado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, el gobernador expresó su confianza en el futuro del país y en la capacidad de México para superar los desafíos económicos.

Alemán mencionó que Coahuila es un estado que ha logrado mantener un nivel de estabilidad y seguridad, a pesar de las dificultades económicas que enfrenta el país. Señaló que el estado de Coahuila ha logrado atraer inversión extranjera y promover el desarrollo económico, lo que ha permitido mejorar el nivel de vida de sus habitantes.

El gobernador también mencionó la importancia de mantener la estabilidad política y económica del país para atraer inversión y promover el crecimiento. Pidió a los ciudadanos que trabajen en conjunto para superar los desafíos económicos y construir un futuro más próspero para México.

Reducción de \$500 mil Millones en el Gasto Público

EL HERALDO
DE LEÓN

UN PERIÓDICO AL SERVICIO DE GUANAJUATO

Móvil de la Asociación de Periodistas Guanajuatenses (A.P.G.)

CALLE 2814 TEL. 33000

DISTRITO FEDERAL, D.F. JUNIO 21 DE 1982

Pidió MMH un Ajuste al Servicio de la Deuda Externa

Pedraza la Planta Productiva Parcelarista a Mediana Plaza: SPP

El secretario de Programación Económica, Pedro Pedraza, pidió a los parcelaristas que ajustaran su producción a la capacidad de la planta productiva. En un discurso pronunciado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, Pedraza mencionó la importancia de mantener un nivel de producción que permita aprovechar al máximo la capacidad de la planta productiva.

Pedraza afirmó que la planta productiva de la SPP tiene una capacidad limitada y que es necesario ajustar la producción a esta capacidad para evitar problemas de abastecimiento y garantizar la calidad de los productos. Pidió a los parcelaristas que trabajen en conjunto para encontrar soluciones a los problemas de producción y garantizar el suministro de carne para el consumo interno.



El secretario de Programación Económica, Pedro Pedraza, con funcionarios de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Fomento Rural y Pesca, durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato.

"América Latina ha Llegado al Límite de la Transparencia de Recursos al Resto del Mundo"

El secretario de Programación Económica, Pedro Pedraza, afirmó que América Latina ha llegado al límite de la transparencia de recursos al resto del mundo. En un discurso pronunciado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, Pedraza mencionó la importancia de encontrar soluciones a los problemas financieros internacionales y de garantizar el suministro de recursos para el desarrollo de América Latina.

Pedraza afirmó que América Latina ha alcanzado un nivel de transparencia de recursos que no permite encontrar soluciones a los problemas financieros internacionales. Señaló que es necesario encontrar nuevas formas de garantizar el suministro de recursos para el desarrollo de América Latina y para superar los desafíos económicos que enfrenta el continente.

Responsables de Programas Económicos

El secretario de Programación Económica, Pedro Pedraza, mencionó la importancia de los programas económicos para el desarrollo de México. En un discurso pronunciado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, Pedraza mencionó la importancia de mantener un nivel de producción que permita aprovechar al máximo la capacidad de la planta productiva.

Pedraza afirmó que los programas económicos son fundamentales para el desarrollo de México y para superar los desafíos económicos que enfrenta el país. Pidió a los responsables de los programas económicos que trabajen en conjunto para encontrar soluciones a los problemas económicos y garantizar el bienestar de los mexicanos.

Total Rechazo de la COPARMEX a la Nueva Miscelánea Fiscal

La Confederación Nacional de Productores Agrarios (COPARMEX) rechazó totalmente la nueva miscelánea fiscal propuesta por el gobierno. En un comunicado publicado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, la COPARMEX mencionó que la nueva miscelánea fiscal representa un ataque a los intereses de los productores agrarios.

La COPARMEX afirmó que la nueva miscelánea fiscal aumentará los impuestos y reducirá los beneficios de los productores agrarios, lo que afectará su capacidad para producir y competir en el mercado. Pidió al gobierno que reconsidere la nueva miscelánea fiscal y que encuentre soluciones que permitan proteger los intereses de los productores agrarios.

Justo Recompensar y Reconocer a los Acciones Gubernamentales

El secretario de Programación Económica, Pedro Pedraza, mencionó la importancia de recompensar y reconocer a las acciones gubernamentales. En un discurso pronunciado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, Pedraza mencionó la importancia de mantener un nivel de producción que permita aprovechar al máximo la capacidad de la planta productiva.

Pedraza afirmó que es necesario recompensar y reconocer a las acciones gubernamentales que han permitido superar los desafíos económicos y garantizar el bienestar de los mexicanos. Pidió a los ciudadanos que trabajen en conjunto para encontrar soluciones a los problemas económicos y garantizar el futuro de México.

Reducción del Déficit de Ingresos

El secretario de Programación Económica, Pedro Pedraza, mencionó la importancia de reducir el déficit de ingresos. En un discurso pronunciado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, Pedraza mencionó la importancia de mantener un nivel de producción que permita aprovechar al máximo la capacidad de la planta productiva.

Pedraza afirmó que es necesario reducir el déficit de ingresos para garantizar el bienestar de los mexicanos y superar los desafíos económicos que enfrenta el país. Pidió a los responsables de los programas económicos que trabajen en conjunto para encontrar soluciones a los problemas económicos y garantizar el futuro de México.

Recomendó el Subsecretario de la Secretaría Económica

El subsecretario de la Secretaría Económica, Miguel Alemán, recomendó a los productores que ajustaran su producción a la capacidad de la planta productiva. En un discurso pronunciado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, el subsecretario mencionó la importancia de mantener un nivel de producción que permita aprovechar al máximo la capacidad de la planta productiva.

El subsecretario afirmó que es necesario ajustar la producción a la capacidad de la planta productiva para evitar problemas de abastecimiento y garantizar la calidad de los productos. Pidió a los productores que trabajen en conjunto para encontrar soluciones a los problemas de producción y garantizar el suministro de carne para el consumo interno.

"Recomendó el Subsecretario de la Secretaría Económica"

El subsecretario de la Secretaría Económica, Miguel Alemán, recomendó a los productores que ajustaran su producción a la capacidad de la planta productiva. En un discurso pronunciado durante la inauguración de la Feria Internacional de la Carne en la ciudad de León, Guanajuato, el subsecretario mencionó la importancia de mantener un nivel de producción que permita aprovechar al máximo la capacidad de la planta productiva.

El subsecretario afirmó que es necesario ajustar la producción a la capacidad de la planta productiva para evitar problemas de abastecimiento y garantizar la calidad de los productos. Pidió a los productores que trabajen en conjunto para encontrar soluciones a los problemas de producción y garantizar el suministro de carne para el consumo interno.

"LA VIOLENCIA NO CREA PAZ"

Por Daniel Gaitaneri

Foto: Contraste de S. HERNÁNDEZ

"Pidió MNH un ajuste al servicio de la deuda externa"

Hecho: Demanda ajustar el servicio de la deuda a la capacidad real de pago de los países.

Género periodístico: nota informativa.

EMPLAZAMIENTO:

Compaginación: Encabezado a ocho columnas, un piso, en la primera plana. Una sola nota precedida por dos subtítulos, ambos a tres columnas y a dos pisos. En la nota también aparecen dos subtítulos intermedios o de descanso, a tres columnas y a un sólo piso. No tiene pase la nota.

Superficie: 128.5 cms² y (36.87%) de encabezado; 220.0 cms² y (63.13%) de texto.

TITULADO:

Importancia: es el de mayor importancia real y relativa.

Contenido: Explicativo-indicativo, describe el estado que guarda América Latina debido a su alto endeudamiento.

Elementos: Los subtítulos son: "América Latina ha llegado al límite de la transferencia de recursos al resto del mundo" y "De 1983 a 1985, la región transfirió al exterior más de 105 mil millones de dólares y solamente obtuvo 18 mil mls."

PRESENTACION:

Esta es la nota de mayor extensión en toda la semana. Se emplea el tamaño normal de nueve puntos y se presenta el texto todo en la primera página. El desarrollo de la nota baja a tres columnas. Aparece el origen y la fuente: México, D.F., agencia ADI.

TEXTO:

Es meramente descriptivo, Miguel De La Madrid expone en lengua je común la situación de América Latina, que ha llegado ya al límite de su capacidad exportadora de capitales, por lo que es conveniente una reestructuración de las relaciones económicas

para evitar reacciones extremas que pongan en riesgo la paz internacional. La declaración vertida por el Presidente de México en el marco de la XXI Asamblea de la CEPAL, llegó a un tono dramático cuando dijo: "Resulta irreal e injusto pretender que solamente mediante el esfuerzo interno y el sacrificio que implica un menor crecimiento y del deterioro en los niveles de bienestar, vaya a resolverse la problemática de nuestros países." "Creo, que en el marco de la sesión habrán de plantearse propuestas inteligentes y decididas ante fenómenos de la gravedad que estamos viviendo y han de plantearse respuestas donde el realismo no inhiba la imaginación ni la audacia, ni menoscabe la firme y seria decisión de preservar nuestros derechos soberanos." Los subtítulos intermedios: "Demandan la reestructuración de las relaciones económicas mundiales" y "Rechacemos la búsqueda fantasiosa de un paradigma universal", vienen a reiterar la tesis de Miguel De La Madrid tendiente a tratar de resolver de fondo el problema de la deuda, señalando para ello cuatro aspectos, destacando el de la reestructuración de las relaciones económicas mundiales.

La XXI Asamblea de la CEPAL originó otra nota el mismo jueves 24, que por cierto fue la tercera en importancia real y relativa. La cabeza dice: "Reducción de 500 mil millones en el gasto público."

Hecho: Reducción del presupuesto como resultado de la crisis que afronta México.

Género periodístico: nota informativa.

EMPLAZAMIENTO:

Compaginación: Cabeza a cinco columnas, un piso, en la primera plana; llama la atención el hecho de que vaya separada del cuerpo de la nota; precisamente arriba del logotipo de El Herald de-

Urge Reestructurar las Relaciones Económicas Mundiales: JSH



Una de las manifestaciones que se han dado en León por la crisis económica que vive el país. Los manifestantes exigen la reestructuración de las relaciones económicas mundiales.

"Debe Facilitarse en Forma Compartida Soluciones Justas y Permanentes al Problema de la Deuda"

El secretario de Economía, José S. Huelga, afirmó que el problema de la deuda externa de México debe ser tratado de manera justa y permanente, y que se debe facilitar en forma compartida soluciones que permitan al país salir de la crisis económica que vive.

Huelga dijo que el gobierno mexicano está dispuesto a negociar con los acreedores internacionales para encontrar una solución que sea justa y permanente para ambas partes. Él dijo que el problema de la deuda es un problema que afecta a todos los países en desarrollo, y que se debe encontrar una solución que sea justa y permanente para todos.

No más Sacrificios de los Obreros: Fidel Velázquez

Fidel Velázquez, secretario general del Sindicato Mexicano de Electricistas (SME), dijo que los obreros no deben sufrir más sacrificios por la crisis económica que vive el país. Él dijo que los sindicatos deben luchar por los intereses de los trabajadores y que no deben permitir que los empleadores sacrifiquen a los obreros.

Velázquez dijo que los sindicatos deben estar preparados para negociar con los empleadores, pero que no deben permitir que los empleadores sacrifiquen a los obreros. Él dijo que los sindicatos deben luchar por los intereses de los trabajadores y que no deben permitir que los empleadores sacrifiquen a los obreros.

acepta la CE Negociar Sobre el Comercio Internacional

El Comité Ejecutivo (CE) de la Unión Nacional de Industriales Mexicanos (UNIAM) aceptó negociar sobre el comercio internacional. El CE dijo que el comercio internacional es un tema que afecta a todos los sectores de la economía mexicana, y que se debe encontrar una solución que sea justa y permanente para todos.

El CE dijo que el comercio internacional es un tema que afecta a todos los sectores de la economía mexicana, y que se debe encontrar una solución que sea justa y permanente para todos. El CE dijo que el comercio internacional es un tema que afecta a todos los sectores de la economía mexicana, y que se debe encontrar una solución que sea justa y permanente para todos.

EL HERALDO DE LEÓN

UN PERIÓDICO AL SERVICIO DE GUANARATO

Miembro de la Asociación de Periódicos de A.D.

ANO VIII No. 1887

Sufre la Educación los Embates de la Crisis: SEP

Exige Acceso a El de Bilingüe Conversaciones Sobre Becas

El secretario de Educación Pública, Jaime Torres Bladés, dijo que el sistema educativo mexicano está sufriendo los embates de la crisis económica que vive el país. Él dijo que el sistema educativo debe ser reestructurado para que pueda seguir funcionando en condiciones de calidad.

Torres Bladés dijo que el sistema educativo debe ser reestructurado para que pueda seguir funcionando en condiciones de calidad. Él dijo que el sistema educativo debe ser reestructurado para que pueda seguir funcionando en condiciones de calidad.



Una de las manifestaciones que se han dado en León por la crisis económica que vive el país. Los manifestantes exigen la reestructuración de las relaciones económicas mundiales.

"Pero con lo que se Tiene, se Puede Conservar la Calidad de la Enseñanza"

Torres Bladés dijo que, aunque el sistema educativo está sufriendo los embates de la crisis económica, se puede conservar la calidad de la enseñanza si se toman las medidas adecuadas. Él dijo que se debe encontrar una solución que sea justa y permanente para todos.

Torres Bladés dijo que, aunque el sistema educativo está sufriendo los embates de la crisis económica, se puede conservar la calidad de la enseñanza si se toman las medidas adecuadas. Él dijo que se debe encontrar una solución que sea justa y permanente para todos.

Toma Pacífica de la Embajada de Dinamarca

Un grupo de manifestantes tomó pacíficamente la embajada de Dinamarca en León. Los manifestantes exigieron la reestructuración de las relaciones económicas mundiales y la cancelación de la deuda externa.

Los manifestantes tomaron posesión de la embajada y se negaron a salir de ella. El gobierno mexicano dijo que no se debe recurrir a la fuerza para resolver este tipo de conflictos.

La OPEP ya no Puede Determinar Precios Sola Yamani

El secretario de Economía, José S. Huelga, dijo que la Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP) ya no puede determinar los precios del petróleo sola. Él dijo que los precios del petróleo deben ser determinados por el mercado libre.

Huelga dijo que los precios del petróleo deben ser determinados por el mercado libre. Él dijo que los precios del petróleo deben ser determinados por el mercado libre.

Dólar y Centenario al alza

El dólar y el centenario mexicano se valoraron al alza en el mercado de divisas. El dólar se valoró un 0.5 por ciento y el centenario se valoró un 1.2 por ciento.

El dólar se valoró un 0.5 por ciento y el centenario se valoró un 1.2 por ciento. El dólar se valoró un 0.5 por ciento y el centenario se valoró un 1.2 por ciento.

Posible Construir Viviendas Baratas Utilizando Plástica y Materiales de Desecho: UNAM

El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) de la UNAM está desarrollando un proyecto para construir viviendas baratas utilizando plástica y materiales de desecho. El proyecto busca reducir los costos de construcción y mejorar la calidad de las viviendas.

El proyecto busca reducir los costos de construcción y mejorar la calidad de las viviendas. El proyecto busca reducir los costos de construcción y mejorar la calidad de las viviendas.

Críticas al Proceso del Crédito en el País

El secretario de Economía, José S. Huelga, dijo que el proceso del crédito en el país está sufriendo críticas. Él dijo que el proceso del crédito debe ser reestructurado para que sea más eficiente y transparente.

Huelga dijo que el proceso del crédito debe ser reestructurado para que sea más eficiente y transparente. Él dijo que el proceso del crédito debe ser reestructurado para que sea más eficiente y transparente.

El Pago de Intereses de la Deuda Latinoamericana se Emplea Para Enriquecer Monopolios y Financiar Déficit de Occidente

El jefe de la Delegación Soviética en México, dijo que el pago de los intereses de la deuda latinoamericana se emplea para enriquecer monopolios y financiar el déficit de Occidente. Él dijo que los recursos deben ser utilizados para el desarrollo de los países en desarrollo.

El jefe de la Delegación Soviética en México, dijo que el pago de los intereses de la deuda latinoamericana se emplea para enriquecer monopolios y financiar el déficit de Occidente. Él dijo que los recursos deben ser utilizados para el desarrollo de los países en desarrollo.

León, como si hubiera sido insertado de "relleno". La nota va precedida de dos subtítulos, los cuales van a dos columnas y a dos pisos, ambos. También lleva dos subtítulos intermedios a dos columnas y a un sólo piso, cada uno de ellos.

El cuerpo de la nota se presenta en su totalidad en la primera plana.

Superficie: 73.0 cms² (26.74%) de encabezado; 200.0 cms² y --- (73.26%) texto.

TI TULADO:

Importancia: Es el tercero de mayor importancia real y relativa del diario.

Contenido: Explicativo. Describe con claridad las causas que han orillado al gobierno de De La Madrid, a reducir en 500 mil millones de pesos el presupuesto que ya se ejerce en 1986.

Elementos: Los subtítulos: "Peligra la planta productiva paraestatal a mediano plazo: SPP", " La caída de los ingresos petroleros alcanza ya los 7 mil millones de dólares ", "Posposición de programas secundarios" y "Reducción del déficit de divisas."

PRESENTACION:

El encabezado se presenta a cinco columnas, con cuatro subtítulos: dos de ellos a dos columnas y a dos pisos, en tanto que los intermedios van a dos columnas y a un sólo piso.

El texto se presenta a un sólo cuerpo y a un tamaño de nueve puntos. Si aparece el origen y la fuente.

TEXTO:

Se concreta a presentar la descripción que hace Carlos Siliñas de Gortari, Secretario de Programación y Presupuesto, de los problemas que enfrenta el gobierno para sortear la crisis socioeconómica que vive el país; al poner de relieve el peligro de la planta productiva paraestatal a mediano plazo; --

señalando también que la caída de los ingresos petroleros -- por la baja del precio del crudo en el mercado, es otro de los factores que vienen a incidir en el estado actual de cosas en que vivimos.

Viernes 25 de abril de 1986

"Sufre la educación los embates de la crisis: SEP"

Hecho: La crisis afecta ya a la educación, pese a ser una actividad prioritaria del gobierno.

Género periodístico: nota informativa.

EMPLAZAMIENTO:

Compaginación: Cabeza a ocho columnas, un piso, en la primera plana. Es una sola nota, va precedida por dos subtítulos, los cuales van a tres columnas y a dos pisos, respectivamente. La nota se presente íntegramente en la primera plana.

Superficie: 118.5 cms² y (54.73%) de cabeza; texto: 98.0 cms² y (45.27%).

TITULADO:

Importancia: Es el de mayor importancia real y relativa del diario.

Contexto: Explicativo-orientador. Se explica y orienta a la vez que la crisis se deja sentir ya en la educación, por lo que se exhorta a emplear bien los escasos recursos de que se dispone.

Elementos: Los subtítulos: "Pero con lo que se tiene, se puede conservar e incluso aumentar la calidad de la enseñanza" y "En lo que se refiere a los subsidios para las universidades no ha habido recortes presupuestales: Velázquez Fernández", se presentan a tres columnas en altas y bajas, a dos pisos, respectivamente.

PRESENTACION: El tamaño de la letra es el usual en el periódico: nueve puntos; el texto baja a tres columnas en igual número de cuerpos. No tiene pase la nota que se origina en la ciudad de México, la cual tiene como fuente a la agencia ADI.

TEXTO: Explicativo y orientado en el sentido de que el funcionario de la SEP, Rafael Velasco Fernández, exhorta a las universidades a hacer buen uso de los pocos recursos con que se cuenta, y a tratar de elevar la calidad de la educación. Cabe aclarar que el diario deja mucho que desear, al no verificar siquiera los datos que intervienen en la noticia principal del día, como en este caso, el nombre correcto del Dr. - Rafael Velasco Fernández, que es objeto de noticia a ocho columnas.

En el subtítulo, "pero con lo que se tiene, se puede - conservar e incluso aumentar la calidad de la enseñanza"; -- surge la pregunta ¿será verdad tanta belleza? Imposible de - lograr elevar la calidad de la educación con recortes presupuestales; más aún si se sabe que la inflación viene a empequeñecer aún más, los ya de por sí raquíticos subsidios que se otorgan a universidades y demás instituciones de educación superior.

Así pues, el discurso del Subsecretario de Educación Superior e Investigación Científica, se verá arrasado tarde -- que temprano, por el torrente de la crisis que empezará a tratar de ahogarnos.

Sábado 26 de abril de 1986

"Eficiencia escrupulosa en el manejo de recursos: MMH"

Hecho: El Presidente de la República exhorta a funcionarios públicos a manejar con eficiencia y honestidad los pocos recursos

Promoverán la Cooperación Técnica y Económica Entre los Países en Desarrollo

Conclusión que Llegaron al Finalizar el XXI Período de Sesiones de la CEPAL

El Secretario de Asesoría y los Países de América Latina y el Caribe

El secretario de Asesoría y los Países de América Latina y el Caribe, el doctor Juan Pablo Rodríguez, declaró al finalizar el XXI período de sesiones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) que la cooperación técnica y económica entre los países en desarrollo es una prioridad fundamental para el desarrollo de la región.

El doctor Rodríguez, quien presidió el período de sesiones, destacó que la CEPAL ha logrado avances significativos en el análisis de las necesidades de los países de la región y en la formulación de políticas y programas de desarrollo.

Entre los temas tratados en el período de sesiones se encuentran: el desarrollo agrícola, la industria, el comercio exterior, el empleo, el transporte y las comunicaciones, y el medio ambiente.

El doctor Rodríguez afirmó que la CEPAL seguirá trabajando en estrecha colaboración con los países de la región para promover el desarrollo económico y social.

Imposibles las Casacas en el País Catechizado del IPN

El director del Instituto Politécnico Nacional (IPN) declaró que es imposible que los estudiantes de este instituto usen casacas, debido a que el país está catechizado.

El doctor José María Martínez, director del IPN, declaró que es imposible que los estudiantes de este instituto usen casacas, debido a que el país está catechizado.

El doctor Martínez afirmó que el IPN debe ser un instituto que promueva el desarrollo científico y tecnológico, y que no debe estar influenciado por intereses políticos o religiosos.

El doctor Martínez también declaró que el IPN debe ser un instituto que promueva la cooperación técnica y económica entre los países en desarrollo.



El doctor José María Martínez, director del IPN, declaró que es imposible que los estudiantes de este instituto usen casacas, debido a que el país está catechizado.

EL HERALDO DE LEÓN

UN PERIÓDICO AL SERVICIO DE GUANARATO

MEMBRERA DE LA ASOCIACIÓN DE DIARIOS Y PUBLICACIONES LA UNO

ARQUITO, No. 16, 682

Eficiencia Escrupulosa en el Manejo de Recursos: MMH

No se Suspenden las Clases por el Mundial de Fútbol SEP

El Secretario de Educación Pública (SEP) declaró que no se suspenden las clases por el Mundial de Fútbol.

El doctor José María Martínez, secretario de Educación Pública, declaró que no se suspenden las clases por el Mundial de Fútbol.

El doctor Martínez afirmó que la SEP debe ser un organismo que promueva la eficiencia y la escrupulosidad en el manejo de los recursos.

El doctor Martínez también declaró que la SEP debe ser un organismo que promueva la cooperación técnica y económica entre los países en desarrollo.



El doctor José María Martínez, secretario de Educación Pública, declaró que no se suspenden las clases por el Mundial de Fútbol.

"Es una Obligación de Primer Orden Ante las Escasas que de Ellos Pivota en México"

El secretario de Asesoría y los Países de América Latina y el Caribe declaró que es una obligación de primer orden ante las escasas que de ellos pivota en México.

El doctor Juan Pablo Rodríguez, secretario de Asesoría y los Países de América Latina y el Caribe, declaró que es una obligación de primer orden ante las escasas que de ellos pivota en México.

El doctor Rodríguez afirmó que el desarrollo de los países en desarrollo depende de la cooperación técnica y económica entre los países en desarrollo.

El doctor Rodríguez también declaró que el desarrollo de los países en desarrollo depende de la eficiencia y la escrupulosidad en el manejo de los recursos.

"¿Qué Lección a la Economía Mexicana?"

El doctor Juan Pablo Rodríguez declaró que la lección que se debe aprender de la economía mexicana es la necesidad de la cooperación técnica y económica entre los países en desarrollo.

El doctor Rodríguez afirmó que la lección que se debe aprender de la economía mexicana es la necesidad de la cooperación técnica y económica entre los países en desarrollo.

El doctor Rodríguez también declaró que el desarrollo de los países en desarrollo depende de la eficiencia y la escrupulosidad en el manejo de los recursos.

"¿Qué lección que Crea? Jamás ha Habido Consignas o Presiones del Ejecutivo al Poder Judicial."

El doctor Juan Pablo Rodríguez declaró que jamás ha habido consignas o presiones del Ejecutivo al Poder Judicial.

El doctor Rodríguez afirmó que jamás ha habido consignas o presiones del Ejecutivo al Poder Judicial.

El doctor Rodríguez también declaró que el desarrollo de los países en desarrollo depende de la eficiencia y la escrupulosidad en el manejo de los recursos.

"El Seguro Campo Pide Para Ejercer la Fiscalización"

El doctor Juan Pablo Rodríguez declaró que el seguro campo pide para ejercer la fiscalización.

El doctor Rodríguez afirmó que el seguro campo pide para ejercer la fiscalización.

El doctor Rodríguez también declaró que el desarrollo de los países en desarrollo depende de la eficiencia y la escrupulosidad en el manejo de los recursos.

Clasuró De la Madrid la Reunión de Fiscalizadores

La reunión de fiscalizadores se clausuró en Madrid.

La reunión de fiscalizadores se clausuró en Madrid.

La reunión de fiscalizadores también se clausuró en Madrid.

El Aumento a los Salarios Mínimos no Incrementaría las Ventas: CANACO

El aumento de los salarios mínimos no incrementaría las ventas, según CANACO.

El aumento de los salarios mínimos no incrementaría las ventas, según CANACO.

El aumento de los salarios mínimos también no incrementaría las ventas, según CANACO.

Estudian la Banca Oficial y Privada Japonesa la Posibilidad de Conceder el Apoyo Crediticio a México por mil Millones de Dólares

La banca oficial y privada japonesa estudia la posibilidad de conceder el apoyo crediticio a México por mil millones de dólares.

La banca oficial y privada japonesa estudia la posibilidad de conceder el apoyo crediticio a México por mil millones de dólares.

La banca oficial y privada japonesa también estudia la posibilidad de conceder el apoyo crediticio a México por mil millones de dólares.

El Dólar Llegó a 516

El dólar llegó a 516.

El dólar llegó a 516.

El dólar también llegó a 516.

El Dólar Llegó a 516

El dólar llegó a 516.

El dólar llegó a 516.

El dólar también llegó a 516.

El Dólar Llegó a 516

El dólar llegó a 516.

El dólar llegó a 516.

El dólar también llegó a 516.

con que cuenta el país.

Género periodístico: nota informativa.

EMPLAZAMIENTO:

Compaginación: Cabeza a ocho columnas, a un solo piso en altas y bajas, al igual que los demás encabezados principales de cada uno de los días examinados. La nota baja a tres columnas en cuerpo de dos, precedida por dos subtítulos de dos pisos cada uno. También lleva un subtítulo intermedio. La nota se presenta completa en la primera página.

Superficie: Cabeza: 123.5 cms² (50.51%); y 121.0 cms² (49.49%) en texto.

II TULADO:

Importancia: Es el de mayor importancia real y relativa del diario.

Contenido: Explicativo-indicativo. Indica la escasez de recursos y la demanda del pueblo a acabar con los malos manejos.

Elementos: Consta de tres subtítulos: "Es una obligación de primer orden ante la escasez que de ellos priva en México." - "Llamado del presidente a gobernadores y alcaldes para que cumplan con esta medida política de la mayoría de los mexicanos" y "No hay campo vedado para ejercer la fiscalización."

PRESENTACION: El tamaño de letra es de nueve puntos, al igual -- que el resto de las notas que se presentan en la primera página. Se menciona la fuente y la agencia de noticia.

TEXTO: Destacan los términos "escasez de recursos" y "eficiencia escrupulosa", ya que representan una antítesis -ilustrar algo con su contrario-. Tales ideas se manejan a lo largo de la nota. Así, "escasez de recursos" y "eficiencia escrupulosa", vienen a decir que la corrupción llegó a extremos inconcebibles, que obligan a pensar que lo poco que dejaron -

los funcionarios públicos, hay que manejar con honradez y honestidad.

Ha quedado expuesto, en siete casos concretos, cómo opera el proceso de semantización periodística de la realidad, proceso para el cual se cuenta con tres tipos de códigos: paralingüístico o tipográfico, icónico y lingüístico. Los signos y la forma de combinarse se ajustan a dos operaciones básicas: selección y combinación.

En El Heraldo de León, a través de una operación inicial de selección, se asignó la categoría de las noticias más importantes de la semana a temas tan variados como el peso de la deuda externa que oprime a A.L., la educación sufre los embates de la crisis, ayudará Japón a reactivar la economía mexicana, etc., temas tales que tienen un origen común: la crisis socioeconómica que afecta al mundo entero y muy especialmente a los países subdesarrollados -- que se convierten en exportadores de capitales hacia los países altamente industrializados. Una vez realizada tal selección, se procedió a la elaboración del mensaje, a la codificación que permitiera a los lectores conocer el hecho. "Las tácticas de información moderna consisten pues en 'decirlo todo' y 'conocerlo todo' en 'nada de tiempo' (...) Los términos de codificación y decodificación se acercan indefinidamente a cero, como si se viviera en la cosa informada sin que sea necesario comprenderla". (29)

Todas las notas tienen, a pesar de su aparente disparidad, - un elemento en común: haber sido seleccionadas para, una vez sufrido el proceso de semantización, ser dadas a conocer a miles de lectores. ¿Qué importancia reviste este proceso para la sociedad mexicana, mejor dicho, para la clase que en ella detenta el poder? Este aspecto forma parte de la valoración ideológica del diario, a la que se dedicará el siguiente capítulo.

Notas

- (1) José María Casasús. Ideología y análisis de los medios de comunicación, p. 99
- (2) Eliseo Verón. Lenguaje y comunicación social, pp. 143-144
- (3) cfr. Pierre Guiraud. La semántica. citado por Eva Salgado Andrade en EVASIONES 2a. edición. Semantización periodística, p. 143.
- (4) Raúl Rivadeneira. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la información, p. 198
- (5) Eliseo Verón. op. cit., pp. 145-146
- (6) Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 159
- (7) Jacques Kayser. El diario francés, p. 162
- (8) Ibidem, p. 162
- (9) Violette Morin. Tratamiento periodístico de la información, p. 15
- (10) cfr. Raúl Rivadeneira. op. cit., p. 151
- (11) Edmund C. Arnold. Tipografía y diagramado para periódicos, -- p. 91
- (12) Antonio Delhumeau. "Los sueños colectivos: (comunicación, familia, sociedad y Estado)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, p. 79
- (13) Román Jakobson. Ensayos de lingüística general, pp. 352-360
- (14) Ferdinand de Saussure. Curso de lingüística general, p. 57
- (15) ADI. "La deuda no se resuelve con mayores plazos: JSH", en El Heraldo de León, 20-IV-86, p. 1
- (16) ADI. "¿Usted qué cree? Jamás ha habido consignas o presiones del ejecutivo al poder judicial: Iñarritu", en El Heraldo de León, 26-IV-86, p. 1

- (17) ADI. "Eficiencia escrupulosa en el manejo de recursos: MMH", en El Herald de León, 26-IV-86, p.1
- (18) José María Casasús.. op. cit., p. 101
- (19) Sin fuente. "Hiya...huya...la patrulla", en El Herald de León, 21-IV-86, p. 12
- (20) Camilo Taufic. op. cit., p. 59
- (21) cfr. José María Casasús. op. cit., p. 68
- (22) cfr. Teun A. Van Dijk. Estructura y funciones del discurso, p. 26
- (23) Daniel Prieto Castillo. Discurso autoritario y comunicación-alternativa, p. 96
- (24) Raúl Rivadeneira Prada. La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio, p. 143
- (25) Raúl Rivadeneira Prada. Periodismo. La teoría general ..., p. 191
- (26) Camilo Taufic. op. cit., p. 77
- (27) Raúl Rivadeneira Prada. op. cit., p. 191
- (28) Pierre Ansart. "Sociología del discurso político. Sociología de los conflictos", en El discurso político, p.25
- (29) Violette Morin. op. cit., p. 151

5. VALORACION IDEOLOGICA

En esta fase del análisis, el diario ha sido ya objeto de una disección, tanto morfológica como de contenido. Se han evaluado sus grandes superficies: publicitaria, administrativa y redaccional; de ésta fueron clasificados los mensajes, según género periodístico, fuente, origen y materia. El contenido lingüístico, icónico y tipográfico ha sido analizado de manera general y, específicamente, en algunos mensajes seleccionados.

En cierta forma, se ha alcanzado lo que Marx señala como la apropiación pormenorizada del objeto, "analizar sus distintas formas de desarrollo y rastrear su nexo interno." (1) Esta fase se refiere al modo de investigación. Para la fase de exposición, Marx propone que deben tomarse en cuenta los factores que rodean al fenómeno objeto de estudio. La exposición, sin lugar a dudas, resulta una tarea compleja, principalmente en vista de tantos factores, en tiempo y en espacio, que rodean a cualquier fenómeno social. Por ello, sería casi imposible -al menos en este trabajo- lograr una exposición exhaustiva, que abarque todos los elementos en torno a la existencia de El Heraldo de León.

5.1. Semantización

Los dos elementos esenciales que habrán de considerarse para desarrollar este apartado son: la realidad por un lado, y la misión periodística de reflejar tal realidad. Cuando estos dos elementos se encuentran en estrecha vinculación, la operación de semantización pasa a jugar un papel importante.

¿Cómo se desarrolla en El Heraldo de León tal proceso de semantización? ¿Pueden apreciarse constantes en dicho proceso? ¿Cuáles

son los resultados de la semantización? Estas interrogantes han estado presentes a lo largo de la investigación; sin embargo, no está por demás insistir en las mismas, incluso hasta incurrir en la redundancia. ¿Acaso el uso de la retórica debe restringirse sólo a quienes detentan el poder de los medios de información?

En la ciudad de León de los Aldama, Gto., circulan cuatro periódicos matutinos y un vespertino, todos ellos con oficinas y talleres en la localidad. Los matutinos se pueden adquirir en expendios y en los principales cruceros de calles y avenidas a partir de las 7 horas, en tanto que Noticias vespertinas sale a la luz a partir de mediodía. Existe uniformidad entre ellos, especialmente entre los diarios matinales: titulares a ocho columnas, páginas más o menos numerosas, abundancia de gráficas y, con frecuencia, el uso del color. En cuanto al contenido, tienen también sus uniformidades: predominio de la información sobre la opinión; predilección por ciertos temas -nota roja, sociales, deportes-; apoyo declarado al gobierno, etc. (cfr. supra, cap. 2.3.). Tales similitudes no son casuales, se deben a que los diarios de gran circulación constituyen especies dominantes dentro de la ecología de los medios informativos, especies dominantes transmisoras de discurso autoritario. Da da esa semejanza en origen o, lo que es lo mismo, esa coincidencia de intereses -defensa de la clase en el poder-, para la elaboración de sus mensajes se actúa dentro dentro de ciertos límites. Límites que aunque no están enmarcados de forma explícita, se siente su influencia, se aprecia el respeto que por los mismos tienen, en su mayoría, los codificadores encargados de representar la realidad.

En El Heraldo de León para dar a conocer la realidad se observan las siguientes actitudes básicas:

Para fortuna de los codificadores de este diario no tienen que dar a conocer toda la realidad -lo cual sería imposible-, sino sólo aquellos sucesos que posean los suficientes factores de interés como para convertirse en noticias. Lo anterior es obvio, cuando disponen

de 30 a 32 páginas en promedio diario para aprehender la compleja, cambiante, contradictoria e inestable realidad. Más aún cuando se sabe que la mitad o un poco más de la mitad de la superficie está ocupada por publicidad.

Existe, pues, una especie de código que determina de antemano qué hechos son noticias; ello dependerá de factores tales como la proximidad, la extensión, la trascendencia o lo insólito. Tanto es así que en ocasiones una noticia puede ser fabricada; el periodismo se vuelve más real que la realidad.

Cuando se fabrica una noticia no necesariamente se basa en un hecho falso, sucede que se reviste a éste de una importancia que no tiene, se le da color, vida... hasta transformarlo en suceso. "Es conmovedor, desde la perspectiva del racionalismo liberal, el hecho de que los mass media que se prejuizgaban esencialmente destinados a la difusión de la información, se hayan dedicado masivamente a difundir ficciones o juegos." (2) Así, la cultura de masas transforma en objetos de observación, en espectáculos, toda clase de realidades: vida privada, política. " 'Lo que sucede' en el relato no es, desde el punto de vista referencial (real), literalmente, nada; 'lo que pasa', es sólo el lenguaje, la aventura del lenguaje, cuyo advenimiento nunca deja de ser festajado." (3)

Otro factor que facilita la labor de codificación en El Herald de León es que en esta sociedad, con tal de lograr hasta el máximo un estado sin mutaciones, la evolución que sufre la realidad es manejada a la conveniencia de la clase en el poder. Para lograr una sociedad sin cambios efectivos -que se traducen en amenazas de revolución y, por lo tanto, de desequilibrio social- mientras menos enterados estén los habitantes de lo que verdaderamente ocurre, menores serán sus posibilidades de actuar para el cambio. Por ello, en El Herald de León se repite a diario y en esencia la misma temática, se alaba y aclama a la clase en el poder, en tanto se condena a los mis

mos elementos disfuncionales -llámense sádicos criminales, poli -
 cías corruptos, porros, agitadores, comerciantes voraces- y reco-
 mienda las mismas actitudes enajenantes y consumistas.

Asimismo, el diario sirve como medio de difundir pautas de
 conducta recomendadas por otros aparatos ideológicos de Estado:
 Iglesia, derecho, educación, etc. Para ello cuenta con numerosos
 recursos de semantización, donde se promueven y aplauden las con-
 ductas adecuadas, en tanto que se censuran aquéllas que pudieran
 debilitar la misión de los aparatos ideológicos.

Otro factor que colabora en la difícil misión de estos codi-
 ficadores es la objetividad, término ambiguo y utópico, que tan
 pronto es un impedimento como se convierte en un cómodo auxiliar.
 Los periodistas de El Heraldo de León no se ven ajenos a la reite-
 rada necesidad de manejar la información con objetividad; prueba
 de ello es el alto porcentaje ocupado por la nota informativa, gé-
 nero objetivo por excelencia.

Con base en el argumento de la objetividad, los periodistas
 pueden lavarse las manos -por así decirlo-, ya que ellos no hacen
 más que transmitir fielmente la realidad. Las notas informativas
 que elaboran no pueden, por tanto, ser puestas en tela de juicio
 ni deben ser tachadas de parciales o enajenantes.

Ahora bien, la ambigüedad del término entra en juego si se
 considera que no pocos comunicólogos y codificadores expresan la
 idea de que la objetividad es prácticamente imposible -juicio que
 parece el correcto-. De acuerdo con la defensa de la no objetivi-
 dad, son inútiles las acusaciones que se vierten sobre la informa-
 ción -incluso la contenida en El Heraldo de León- como un proceso
 a través del cual se transmite la ideología dominante y se incul-
 can visiones falsas del mundo en que vivimos. No existe un proceso
 intencionado detrás de la información; sucede -y así podrían justi-
 ficarse los codificadores de El Heraldo de León- que la información

no puede ser objetiva. Forzosamente se cuele el subjetivismo de -- quienes la elaboran. En tal caso es necesario considerar quiénes ejercen el monopolio sobre la elaboración del diario; al respecto, en el registro de identificación y en el expediente de identidad (cfr. supra, cap. 2.2.) ya pudo apreciarse la tendencia ideológica de derecha del diario, así como el sistema de sociedad anónima que lo rige, a cuya cabeza se encuentran los intereses de la clase en el poder.

Otro factor que ayuda a los codificadores de El Heraldo de León es que de antemano el diario goza de aceptación, lo cual se manifiesta en el relativo alto tiraje. Como especie dominante que es, tiene el suficiente poder para que gran cantidad de lectores acudan a sus páginas con el fin de enterarse de lo que sucede a su alrededor; la información contenida en sus páginas goza desde el primer momento del factor de credibilidad.

La labor de los codificadores se ve facilitada por la existencia de distintos tipos de lenguaje periodístico: icónico, tipográfico, escrito, con una amplia gama de signos para expresar los sucesos. Ya se ha visto cómo en el diario se echa mano de todos ellos - y en especial y peculiar manera de los recursos tipográficos - para conferirle a un hecho noticioso la categoría de suceso. Los tres tipos de lenguaje se convierten así en la materia prima esencial con la que cuentan para aprehender y serantizar la realidad.

Finalmente, a lo largo de su historia, el periodismo ha generado y desarrollado distintas formas de estructurar y representar los hechos, formas que taxonómicamente se identifican como géneros periodísticos. Estos géneros son empleados por los codificadores de El Heraldo de León para manejar la información de la manera que mejor convenga a los intereses de la clase a la cual sirve. Por ejemplo, si sea difundir algo de forma suficientemente breve para susitar una

reacción, sin necesidad de emitir demasiados datos, investigar o comprometerse, recurre a la nota informativa -a cargo de reporteros o, más fácil aún, fabricada por agencias informativas. Esta, con su sencilla estructura de pirámide invertida, no exige más que responder al qué, cómo, cuándo y por qué, e incluso hasta se pueden dejar de lado algunas de tales incógnitas.

Si, por el contrario, se pretende suscitar una reacción y evaluar una noticia con su propio nombre, puede hacerse uso de la columna y, dentro de ésta, existen varios tipos a su disposición, desde la rígida columna editorial, hasta la columna de chismografía; de esta última, por cierto, se nota una gran aceptación en el diario.

Si se necesita informar un hecho cuya trascendencia requiera de la voz autorizada de un gran personaje, disponen de la entrevista; con ella es posible poner en boca de un importante funcionario, de un bondadoso pírroco, de un popular cantante, de un destacado deportista, etc., todo cuanto sea necesario conocer acerca del hecho .

No terminan aquí los múltiples recursos de semantización de los codificadores del diario. Por ejemplo, pueden también omitir la fuente en las notas o artículos; mecanismo que tiene varias finalidades: disfrazar la noticia cuando es inserción pagada; convertirse en vocero no declarado de las versiones oficiales; o, inclusive, facilitar su labor al realizar una copia o refrito de material de otro medio de información.

Todos estos recursos se agrupan en criterios constantes de selección y combinación de signos, los cuales no son producto del azar: es necesario "discernir detrás de todas las frases, declaraciones y promesas morales, religiosas, políticas y sociales los intereses de una y otra clase." (4) En efecto, pudo comprobarse a través del análisis morfológico y estructural del contenido cómo detrás de la información se encuentra una ideología que censura ciertas ac-

titudes y apoya y fomenta otras. Todo esto no es motivo de sorpresa, pues en el diario "(...) la fuerza de sus mensajes no les viene de su pretendida perfección, de su diabólica conformación. Les viene de ser la única oferta disponible, la única voz que circula. Y les viene, por supuesto, de una cierta autosuficiencia, de una cierta coherencia, de una cierta sistematicidad." (5)

La columna vertebral determinante del proceso de semantización en El Heraldo de León es la existencia de una ideología dominante. La elaboración de noticias se convierte, pues, en un proceso que no se puede mantener al margen de tal ideología.

Para los codificadores de El Heraldo de León, mantenerse dentro de los límites de la ideología dominante será de más importancia que el apego al referente -porción de la realidad a la que alude el mensaje-. Por ejemplo, si deben informar sobre alguna medida gubernamental, perciben de antemano la necesidad de adularla, apoyarla, aun -- cuando se deje de lado un análisis exhaustivo de sus implicaciones y posibles consecuencias.

Cada ejemplar de El Heraldo de León puede ser calificado como "ese show que llaman información. Es quizá en un mundo cada día más agrio y serio la única fiesta permitida, la gran fiesta de la masa, tan llena de ilusión como de frustración, tan programada y artificial como todo el resto de la vida consumida." (6)

La información, "programada y artificial", se convierte en El Heraldo de León en un proceso reiterativo; no importa cuánto cambie, cuánto se agudicen sus contradicciones sociales; los valores a defender y exponer serán, en esencia, los mismos. "Reconocimiento emotivo: de un lado la trivialidad, el no decir nada, el reiterar situaciones y palabras, el adjetivar, calificar como hace decenas de años; de otro, la vida cotidiana ordinaria, reducida a la rutina impuesta por las relaciones sociales vigentes." (7) En suma, el ocultamiento de

lo esencial por lo superfluo, el proceso de trivialización de procesos sociales de real importancia es una de las formas de proceder a la distorsión referencial.

El lenguaje -diestramente manejado por los codificadores del diario- se convierte en un arma de la clase dominante, a través de él se orquesta una visión de la realidad, de la cual se seleccionan ciertos hechos y se descartan otros.

Las funciones que desempeña El Heraldo de León se resumen en propagandística -dar a conocer las pautas a seguir dentro de una sociedad- y mercantil. Esta última posee un doble carácter: por un lado, fomentar el consumismo, sustento de la estructura económica sobre la cual se apoya la sociedad; por otro, el propio diario constituye un negocio, a través de la venta de ejemplares y, principalmente, de la venta de espacio en sus páginas.

Para cumplir con la función mercantil, "se prefiere la 'cantidad' por sobre la 'calidad', porque cuanto mayor sea el número de los receptores, mayor será la influencia social de los emisores; cuanto más grande sea 'su' público, más crecerá su propio poderío."
(8)

A través de la información periodística y de los mecanismos que han implantado, mejorado y generalizado los codificadores del diario -mecanismos cada vez más sutiles- es posible dar a la realidad el giro que conviene; un suceso de alta peligrosidad para el sistema es, por así decirlo, domado a través de la semantización para que al ser dado a conocer no sea más que un inofensivo dato que en nada afectará a la tranquilidad de la ciudadanía lectora del diario.

Dentro de los mecanismos de semantización periodística existe otro, nada despreciable, y que consiste, lisa y llanamente, en el silencio. En efecto, para evitar la molestia que implica la codifica -

ción de la realidad, y disminuir los riesgos de una toma de conciencia, los codificadores optan por callar aquellos sucesos que contradicen y ponen en peligro al sistema. Por razones obvias, el mecanismo de semantización a través del silencio no salió a la luz en el análisis del lenguaje en El Heraldo de León. En el siguiente apartado se hará una breve revisión a algunos sucesos no registrados por el diario.

5.2. Sucedio y no se dijo

" ¿Pero qué pasa en el gran diario burgués cuando hay una man-
tanza de obreros en huelga, en una ciudad X, cuyos habitantes -aun-
que no sea por motivos políticos- sienten una angustiada curiosidad
por saber exactamente lo que ocurrió? ¿Se les entrega la informa-
ción completa y veraz tan ansiosamente aguardada? ¿O se les oculta o
se les tergiversa lo que realmente ocurrió? " (9)

Con estas interrogantes del ya citado Taufic se inicia este -
apartado, con especial énfasis en la frase "se les oculta". Para lo-
grar un acercamiento a los hechos sobre los cuales se guardó silen-
cio en El Heraldo de León, se revisaron cuatro diarios metropolita-
nos (10): Unomásuno, El Día, Excelsior y El Heraldo de México y, -
tres cotidianos locales: El Sol de León, A.M. y Contacto de León.
Con sólo siete diarios no es posible obtener una relación exhaustiva
de todo cuanto sucedió en el mundo en el lapso de siete días; es
más, tal labor sería difícil aun si se consultasen todos los diarios
de nuestro país. Sin embargo -a pesar de ser una muestra reducida-,
por tratarse de publicaciones con diversas tendencias ideológicas y
políticas informativas sí fue posible constatar buen número de he-
chos no registrados en las páginas de El Heraldo de León.

Tales hechos serán expuestos según el origen, de local, nacio-
nal a internacional. Después de cada uno se citan el o los diarios

que los dieron a conocer; para ello, bastó con que el diario lo incluyera, sin importar que fuera a una o dos columnas o lo relegaran a páginas interiores. Sin duda, sería interesante saber cómo se semantizaban los hechos en cada diario; pero este paso rebasa, con mucho, los límites propuestos en esta investigación. Se aclara que las noticias fueron tomadas al azar.

NOTAS LOCALES :

- Desplome en la industria familiar del calzado. (Contacto de León)
A pesar de ser una noticia que interesaría a su público, El Heraldo de León prefirió callar, ya que en ocasiones es un tanto molesto reconocer que las cosas no andan del todo bien en nuestra ciudad.
- Denuncian pistas aéreas clandestinas en San Felipe, Gto. (A.M.)
- La actividad en la construcción decrece 40% (El Sol de León)
Ambos sucesos ponen en evidencia que las cosas no marchan bien en la localidad. ¿Tiene algún caso ocuparse de dar a conocer noticias desagradables?

NOTAS NACIONALES :

- Fidel Velázquez: la semana de 36 horas, solución al desempleo. (Unomásuno, El Día, Excelsior)
Evidentemente que el diario no puede poner al descubierto sus fallas; por ejemplo, no cumplir con las jornadas de trabajo que establece la Constitución.
- Los trabajadores independientes harán su propio desfile el 10. (Unomásuno, El Día, Excelsior)
Siceso difícil de semantizar: Todos los gremios que están fuera de las organizaciones oficiales, no merecen espacio alguno; es mejor, así se optó en el diario, el silencio.
- De 79 millones de habitantes en México, solamente 18 tienen un empleo estable. (Unomásuno)

¿Qué caso tiene dar a conocer informes desagradables? ¿Acaso no vivimos en un país donde reina la paz, el progreso y la justicia social?

- El magisterio de Oaxaca continúa en lucha y presionará para obtener su congreso. (Unomásuno)
A quien le interesan los problemas del magisterio disidente y más aún si sus acciones tienden a trastocar el orden establecido.
- Demandan justicia social 12 millones de indígenas y 35 millones de marginados. (El Dfa)
Resultaba un poco molesto poner en evidencia la negligencia con que ha actuado el gobierno en materia agraria e indigenista.
- Demandan el reparto de 400 hectáreas, campesinos tlaxcaltecas. (Unomásuno)
Desde entonces, y como siempre, había que defender el régimen de propiedad privada.
- Varias empresas se encuentran en poder de comunistas por la fuerza. En Tlaxcala han sido asaltadas con lujo de violencia las industrias. (El Heraldo de México)
Inexplicablemente, se guardó silencio sobre este hecho, que permitiera a El Heraldo de León hacer una clara defensa de la propiedad privada.
- Ingresan aquí al año, 15 millones de pares de calzado. (Excélsior)
No se concibe el silencio guardado sobre este tema, ya que la nota seguramente interesaría a muchos de sus lectores; y sobre todo porque le permitiría denunciar la corrupción que impera en el sistema de aduanas de nuestro país.
- Renuncia masiva del Cabildo en Lagos de Moreno, Jal. (Excélsior, Unomásuno)
El hermetismo era necesario, había que defender la legalidad del sistema electoral mexicano.

- Despojo de tierras y destrucción de los bosques por el avance de la mancha urbana, en los Valles de Toluca y México. (Unomásuno)
A pesar de ser una noticia que implicaba un factor de interés por constituir una catástrofe, al ser dada a conocer se corría el peligro de involucrar a funcionarios irresponsables.
- Ayudará Canadá en la construcción del Conalep. (Unomásuno)
Por suerte para la política del diario, en que los temas educativos alcanzan los últimos lugares, no contaban con más espacio para insertarla.

NOTAS INTERNACIONALES:

- Acusa el FMLN a las fuerzas armadas de haber asesinado a un exsacerdote. (Unomásuno)
El Salvador es un país que desde entonces y hasta la fecha libra un proceso revolucionario, que se suma al movimiento que tuvo lugar en Nicaragua, y que tiene lugar en Guatemala; todos ellos se traducen en manifestaciones de descontento contra las dictaduras imperialistas en Latinoamérica. Y lo que es más, ¿cómo difundir algo que beneficia políticamente a la guerrilla salvadoreña?
- Envió Alán García una misión de alto nivel a solucionar huelga en Tarapoto. (El Día)
Aunque el sentido común indique que una huelga es una noticia de mayor trascendencia que el último grito de la moda europea, todo mundo advierte que difundir esta última noticia es más inofensiva. Para qué difundir los conflictos obrero-patronales que de propalarse pueden ser dañinos para el sector empresarial y por consiguiente para la clase en el poder; más aún, qué caso tiene hablar de huelgas en otros países, cuando en el nuestro pese a ser frecuentes este tipo de movimientos no se difunden.

- En Guatemala, el ejército afirma que la exigencia por la devolución de los secuestrados es antipatriótica. (El Día)
Es peligroso difundir noticias sobre los ataques a los derechos humanos, máxime cuando en ello se hayan involucrados intereses de países imperialistas -que al menos en esa semana eran "amigos"- que apoyan a las dictaduras militares.
- La ética religiosa y revolucionaria no permiten promover el terrorismo, afirma el embajador de Libia en Nicaragua. (El Día)
Nada que se parezca al fantasma del comunismo, elemento considerado altamente peligroso -obviamente- por las sociedades capitalistas, merece ser difundido.
- Más cadáveres de campesinos guatemaltecos. (Unomásuno)
No se mencionó una sola palabra de estos crímenes, que suman ya miles en esa región centroamericana. Aquí también, valga más -guardar silencio sobre estas cruentas muestras de agresión a -los más elementales derechos humanos. Estos individuos habían sido secuestrados y torturados.
- Ocupan plantaciones en Guatemala. (Unomásuno)
No obstante ser un hecho no ajeno para nuestra propia realidad, más vale callarlo; a fin de cuentas, en nuestra sociedad es un fenómeno común y corriente, y rara vez merece atención en el diario.
- Condena la iglesia católica la represión en Paraguay. (Unomásuno, Excélsior)
Resulta preferible evitar temas como la violencia en países tercer mundistas; mejor es ofrecer distracción y noticias agradables.
- El tribunal antiimperialista de nuestra América condecoró al presidente de Cuba. (El Día)
Aunque se trate de una noticia muy atractiva para la tendencia derechista, tal vez es mejor evitar al máximo temas acerca de países socialistas, máxime si se trata de Cuba por su cercanía.

- Facultades para Ronald Reagan, el congreso aprobaría una ley que autoriza los ataques en el exterior y asesinatos políticos. (El Día)
- Los países del Caribe siempre están mendigando la ayuda de Washington. (El Día)
- Ensayan con éxito un potente proyectil nuclear de EU. (Excélsior)
- No quiere desestabilizar EU a dictaduras de derecha. (Unomásuno)
Estados Unidos siempre ha significado, en el ámbito de El Heraldo de León, un país amigo. Difundir las actividades bélicas habría desvirtuado buena parte de la información que el diario proporcionó durante la semana objeto de este análisis.
- Acceden líderes árabes a una reunión cumbre en Fez. (Unomásuno)
- Nuevos estallidos de violencia en Sudáfrica. (Excélsior)
- Se rompió una presa cerca de Sri Lanka; 100 muertos. (Excélsior)
El defecto de estos hechos fue que no reunían suficiente interés: Marruecos, Sudáfrica, Sri Lanka..., posiblemente para algunos lectores estos nombres son menos familiares que los de varios deportistas.
- Con toda seguridad los socialistas españoles se dirigen a un triunfo electoral. (El Día)
Tal y como se presagiaba, ganó el Partido Socialista Obrero Español, lo cual en cierta forma, representaba una disfunción en el país de los grandes cantantes comerciales.
- La mayoría de los nicaragüenses no desea un diálogo con la contra: afirma un legislador uruguayo que visitó Nicaragua. (El Día)
Al guardar silencio sobre esta noticia, el diario inexplicablemente dejó pasar una oportunidad para censurar al sistema sandinista, que se identifica con el socialismo.
- No hay razón para otro acuerdo Brasil-FMI de austeridad: Fumero. (Excélsior)

En El Heraldo de León parecen no merecer atención los problemas económicos de países tanto o más subdesarrollados que el nuestro; tal vez bastante hay que decir sobre nuestros propios problemas.

A través de este breve repaso de algunos sucesos no registrados por El Heraldo de León, puede apreciarse el silencio como mecanismo de semantización, orientado tanto por fines propagandísticos como mercantiles; recuérdese que la información es también una mercancía. " En esta ruleta de la información, Europa gana más en aumento. París, Londres y Roma cuentan con tantos enjambres de corresponsales extranjeros como Washington y Nueva York de europeos, porque aquí se producen los acontecimientos más importantes. ¿No afirman todos los redactores jefes de países desarrollados que sus lectores no tienen ningún interés por saber lo que pasa en África o en Iberoamérica, salvo en el caso de un secuestro diplomático? (preferido en la escala de espectacularidad a los golpes de Estado que, en estos países, son considerados como banales)." (11)

La cita anterior, aunque describe una situación imperante en la información en los países capitalistas, bien puede aplicarse a México, que en el terreno de la información -como en muchos otros- se ha convertido en fiel seguidor de la conducta de países capitalistas.

Respecto al silencio de información se observaron también dos aspectos que conviene resaltar: del año que recién había concluido (1985) no se presentó balance o juicio alguno, al menos en el terreno político o económico; como si se siguiera al pie de la letra el refrán de "año nuevo, vida nueva." ¿Para qué recordar errores pasados? Esto lleva al segundo aspecto: la realidad es vista, en términos generales, como algo que surge día a día, como si no existie-

ran antecedentes, como si una declaración oficial, una entrevista presidencial, un intento de suicidio, un funcionario corrupto, fuese algo que naciera de la noche a la mañana.

En resumen, se dio a conocer una visión de la realidad y se evitó la producción de manifestaciones de descontento contra esa visión.

Se ha expuesto, pues, cómo a través de El Heraldo de León se lo gran las distracciones de la realidad. Aquí se toca un punto muy importante que da pie al siguiente apartado: la información no es, ni con mucho, una panacea de la clase dominante para lograr su permanencia; la información, así como auxilia a otros aparatos ideológicos de Estado, debe también apoyarse en ellos.

5.3. Relación social

El centralismo que caracteriza a la vida política y económica del país, también se refleja en la impresión y circulación de diarios. Tan sólo en seis entidades: D.F., Estado de México, Nuevo León, Jalisco, Veracruz y Tamaulipas se concentra el 65% de la circulación total que es de 9.520,718 ejemplares diarios. (12) cifra que es muy cuestionada, dado que por lo general las empresas periodísticas manifiestan un tiraje mayor del real buscando captar a un mayor número de anunciantes.

Algunos estudiosos de la comunicación como Granados Chapa, llega a afirmar que "La prensa mexicana no imprime más de 3 millones de ejemplares al día, y asegura que periódicos de aparente influencia como Novedades y El Sol de México, no tienen siquiera una circulación de 10,000 ejemplares", (13) e inclusive va más allá al cuestionar la existencia de una prensa nacional, misma que reduce a metropolitana, pues señala que "Excelsior no obstante ser el diario más influyente en el país, no vende ni 5 mil ejemplares en Guadalajara y Monterrey." (14)

Jesús Cantú en "Prensa, poder y sociedad" expone que la prensa en México presenta tres características básicas: un exagerado número de publicaciones, creciente pese a la aguda crisis económica; tirajes sumamente reducidos en comparación con otras publicaciones latinoamericanas, tanto en lo particular como en su conjunto; un capital social controlado por grupos políticos y/o económicos que utilizan el periódico como el arma que les permite preservar sus prebendas." (15)

La prensa de provincia posee las mismas virtudes y los mismos defectos de la prensa nacional. "La existencia de directores de periódicos que no son profesionales del periodismo, sino empresarios o simplemente burócratas que serían incapaces no sólo de escribir un editorial, un artículo, una reseña, sino siquiera una gacetilla o un modesto pie de fotografía." (16) Así, en la prensa diaria de provincia, el fenómeno se repite, hay periódicos fundados y dirigidos por hombres de empresas que ven a la prensa solamente como instrumento para el lucro o como ariete de presión política.

La prensa mexicana, no obstante las limitaciones derivadas de su escasa circulación y reducido número de lectores, tiene una influencia política importante que le ha permitido mantener sus canchales y privilegios, tal es el caso de El Heraldo de León que ha sabido hacer y mantener buenas relaciones con el gobierno federal a lo largo de su existencia, obteniendo de ellas jugosas ganancias; pues suele ser el periódico preferido del sector público para insertar desplegados, en detrimento de los tres periódicos restantes que circulan en la localidad, donde no siempre aparecen los anuncios gubernamentales.

La preferencia por El Heraldo de León quizá se deba a los grandes espacios que dedica a las notas del gobierno federal; tan sólo

en la semana (del 20 al 26 de abril de 1986) objeto de este estudio, se pudo comprobar que de nueve a diez notas que aparecen en la primera página de la primera sección, cinco o seis corresponden a declaraciones de funcionarios o a actos del sector público; en este lapso aparecen seis notas que tienen como fuente a Jesús Silva Herzog, Secretario de Hacienda y Crédito Público; tres del Presidente Miguel de la Madrid y tres del titular de Programación y Presupuesto, Carlos Salinas de Gortari. El resto corresponde a actuaciones de funcionarios menores. En general, en todas ellas se habla bien de la actual administración de Miguel de la Madrid.

Así, dentro de esta estructura socio-política-económica se desenvuelve El leraldo de León cuyo tiraje, que es de aproximadamente 63,000 ejemplares (cfr. supra, cap. 2.2.), convierte al diario en un poderoso mecanismo transmisor de ideología y, asimismo, en un fructífero negocio.

La base económica de la sociedad capitalista: la producción, circulación y consumo de mercancías, se encuentra reflejada en el diario. Se trata de una mercancía, conformada a su vez por otras mercancías -en el caso de los mensajes, mercancías ideológicas-, así como por un espacio que vende a los anunciantes, pertenecientes también, en su mayoría, a ese sector dueño de los medios de producción. El diario -la mercancía- se pone en circulación y se efectúa el consumo.

El consumo tendrá una aceptación dual: por un lado, se consumen ideas, visiones del mundo, pautas de conducta; por otro, a través de la publicidad, se fomentará un nuevo consumo: el de otras mercancías y servicios. " La forma que el diario impone al mundo es la forma que nos lo hace consumible: esa 'marca de fábrica' con que la racionalidad, el sentido, la lógica mercantil marca la producción y la circulación de las noticias. Desde su origen, el dispositivo

moderno de la información estuvo conformado por la expansión del mercado, de tal manera que el proceso de producción de la noticia -la transformación de la noticia en producto industrial- es indisoluble de la transformación en 'noticia' del proceso industrial de producción. Y sobre todo de circulación." (17)

En el diario, la imposición de modelos de consumo y de otras pautas de conducta trasciende los límites de la sociedad nacional: el diario se convierte también en vocero de moldes de vida de los países capitalistas -Estados Unidos, Francia, Inglaterra-. Entre la clase en el poder, surge de país a país una especie de hermandad, fundada en los intereses económicos mutuos, en los negocios transnacionales, " dentro de las sociedades industriales y en las áreas urbanizadas de las sociedades en desarrollo, tiende a prevalecer en la época actual un continuo en el que las clases dominantes se idealizan a sí mismas o contemplan como prototipos a las clases privilegiadas de los países más ricos y fuertes: las clases medias se identifican con los modelos representados por las clases dominantes nacionales y extranjeras y las clases populares se esfuerzan por recrear las condiciones y pautas de vida social de las clases medias contempladas como prototipos en sus diversas versiones dentro de una sociedad." (18)

Aunque en El Heraldo de León, por su clara definición progubernamental, no es de esperarse que amerite severas medidas de control o censura estatales, no está por demás una revisión de cuáles son los mecanismos de control. En El poder de informar, Servan-Schreiber (19) menciona que el Estado recurre a:

- 1) Violencias físicas (cárcel, tortura);
- 2) Acciones judiciales;
- 3) Expropiaciones;
- 4) Censura;
- 5) Intimidaciones y amenazas;
- 6) Presiones financieras;

- 7) Secuestros de la maquinaria, equipo y diarios;
- 8) Las cenas oficiales (embute, como se le conoce en México);
- 9) Influencia de los anunciantes;
- 10) Monopolios y concentraciones;
- 11) Remuneraciones demasiado bajas.

A través de estas medidas, que fluctúan en intensidad, el Estado logra ejercer una clara influencia sobre los codificadores; así logra que éstos, al semantizar la realidad, no incurran en procedimientos indeseables para quienes detentan el poder.

El Heraldo de León, por la forma en que estructura la información, los temas que elige como importantes, su lenguaje ágil y ameno, su material gráfico, desempeña, además de la función periodística, la de brindar entretenimiento. Diversión que se traduce en acaparamiento del tiempo de ocio de los lectores. " La relación entre tiempo de trabajo y tiempo libre, además, acentúa en la sociedad moderna esa enajenación, puesto que la jornada laboral se acorta progresivamente y las horas de 'no trabajo' -en aumento- se llenan cada día con más largas sesiones de entretención frente a la televisión u otras formas de comunicación masiva." (20)

¿De dónde proviene la necesidad de acaparar el tiempo de ocio? Esta interrogante posee dos respuestas: en primer lugar, se aprovecha el tiempo libre de la persona para darle su dosis diaria de ideología, se le alecciona sobre cómo marcha el mundo, qué debe comprar, se conforma la opinión favorable que debe guardar respecto a sus gobernantes, etc. Además, en tanto recibe tales lecciones, se evita el peligro de que el sujeto pudiese emplear el tiempo libre en salir de la enajenación a la que le somete el trabajo.

El hombre se convierte en una pieza de la maquinaria de producción capitalista; para subsistir debe vender su fuerza de trabajo, se

enajena de ella. En tal operación, el hombre mismo se enajena de su propia persona: no se sabe para quién produce, que beneficios obtendrán otros de su trabajo. Una vez terminada la jornada, el hombre, aparentemente, queda libre de la conducta de robot: en su tiempo libre no necesita más vender su fuerza de trabajo, sea ésta material o intelectual. Aquí intervienen los medios de información: cuando acaparan el tiempo de ocio, contribuyen a un mayor control sobre la vida cotidiana. " Una sociedad organizada clasistamente es necesariamente autoritaria. La supervivencia de quienes poseen el poder, de quienes se benefician directamente con el orden social vigente, depende de la planificación de la vida cotidiana de las mayorías." (21)

Si el hombre es un animal racional, sería de esperarse que, como tal, fuese consciente y actuase contra la represión y la explotación de que es objeto. Tal toma de conciencia se torna difícil durante el tiempo en que el sujeto vende su fuerza de trabajo; de hecho, en ese momento, se convierte en un sujeto enajenado. Entonces, ¿qué pasa en el tiempo libre? El hombre, además de un animal racional, es un ser social. Hay aquí dos factores que brindan una excelente conjunción para suponer que la revolución social no se hará esperar. Sin embargo, ¿qué ocurre? " En aquellas sociedades donde los conflictos podrían renacer en todo momento por la distribución de los bienes económicos, de los bienes de poder, de los bienes de prestigio (...) las ideologías dominantes necesitan inculcarse con mucho cuidado." (22)

¿Qué significa inculcar con mucho cuidado la ideología dominante? El cuidado implica tanto la calidad como la cantidad: calidad en los mecanismos empleados -llámense información, educación, iglesia, etc.-; cantidad, con relación al tiempo que debe bombardearse al hombre con tal ideología, tiempo que implica, por supuesto, al ocio.

El Heraldo de León, como muestra de un medio de información dominante, pretende distraer a las personas, desviar su atención de los verdaderos problemas, que dediquen su tiempo de ocio a conocer la vida de otros, a soñar y a olvidarse de la problemática que le rodea. " La ideología dominante indica de manera más clara y más explícita el sentido de la vida común al establecer una función para cada quien y una identidad social, y al señalar las razones de las divisiones y las desigualdades." (23)

Esta imposición y transmisión de ideología dominante es una práctica que la clase en el poder no puede dejar de lado. Bien se trate de una situación de relativa calma política, como de una etapa conflictiva, el bombardeo es constante. " Tomaremos con más seriedad el esfuerzo permanente que hacen los ideólogos y todos los aparatos comprometidos en la reproducción de los mensajes conformados, si consideramos que el orden social no está amenazado sólo por conflictos abiertos, sino, a diario, por formas de oposición en gestación, donde la coyuntura pone en peligro, de manera permanente, a la reproducción social de las jerarquías impuestas." (24)

Claro está que en situaciones de inestabilidad o desequilibrio se intensifica la práctica de transmisiones de ideología, los medios pasan de la sutil persuasión a la represión. En situaciones de relativa estabilidad política, cada quien actúa convencido de que el lugar que tiene asignado es el único que podría corresponderle; los actos más repudiables son disfrazados y presentados como algo cotidiano, se finge la realidad. (25)

¿Qué interés puede subsistir para que se finja la realidad de la sociedad mexicana? Básicamente, el interés es disfrazar aquellos elementos que de por sí colocan al país en una situación de crisis. Entre ellos, cabe citar la desigualdad económica y social entre los mexicanos, el contraste entre el campo y la ciudad, el alto índice

de desempleo (cuatro millones) y subempleo (siete millones), (26) la deuda -que en 1985 ascendió a 97,700 millones de dólares, con lo cual se sigue manteniendo el país como el segundo país más endeudado de AL-, (27) el estancamiento económico, la inflación, que repercute principalmente sobre los productos básicos, la dependencia con relación a los países imperialistas.

El cuadro no es muy halagador; para disfrazarlo, se recurre a los aparatos ideológicos de Estado, entre ellos, los medios de información. Ahora bien, para tal proceso se alecciona al individuo desde antes que se integre al proceso de producción; la educación, como aparato ideológico de Estado, llega a un punto de fusión con otros aparatos ideológicos. A partir del momento en que el niño comienza a ver los primeros programas de televisión, realiza el consumo de de terminados productos, ingresará a ese ciclo de automatización antes mencionado. En otras palabras, " la escuela, la iglesia y demás aparatos como el ejército, enseñan ciertos tipos de 'saber hacer', pero de manera que aseguren el sometimiento a la ideología dominante o el dominio de su 'práctica'. Todos los agentes de la producción, de la explotación y de la represión, sin que haga falta mencionar a los - 'profesionales de la ideología', deben estar, de un modo u otro, 'pe netrados' por esta ideología para asumir 'conscientemente' su tarea, sea de explotados, sea de explotadores, sea de auxiliares de la explotación, sea de sumos sacerdotes de la ideología dominante, etc." (28) En fin, los aparatos de Estado se convertirán, paulatinamente, en medios de represión, no de liberación.

Los ciudadanos, a fuerza de recibir una y otra vez los mismos mensajes, provengan éstos de los medios de información, de la escuela o de la iglesia, terminan por creer que las cosas marchan bien, que no podría ser de otra forma. El sujeto se ve inmerso en la acción de tales "instrumentos de ejecución de políticas de adormecimiento colectivo, de represión permanente (...) para estandarizarlo considerándolo como una pieza de la maquinaria de producción industrial en

gran escala." (29)

La situación de opresión y explotación se convierte en un círculo vicioso: genera en el individuo la apatía y el conformismo que se convierten en formidables tierras de cultivo para fomentar la opresión y la explotación. Se crea y se reproduce una situación cotidiana de enajenación; al individuo se le hace creer que no pudiera existir otra salida. "Dado ese contexto sociocultural, existe un gusto medio preexistente, es decir, común a la casi totalidad de la población. Para difundir el contenido de su mensaje, los medios de comunicación colectiva reflejan este gusto medio y utilizan -para ser captados- la expresión simbólica que todos deben entender. Tendrán pues una tendencia a adecuarse a ese contexto sociocultural para reproducirlo o reforzarlo." (30)

Este es, pues, el panorama en que tiene lugar la producción, la circulación y consumo de El Herald de León, junto a los tirajes de El Sol de León, A.M., Contacto de León y de 14 periódicos más que circulan en el estado de Guanajuato que tiran en promedio 28,908 -- ejemplares diarios cada uno y, de los principales diarios metropolitanos que tienen un tiraje promedio al día de 89,226 ejemplares; (31) sumado a los altos tirajes que alcanzan las revistas como Teleguía, TV y Novelas, Selecciones, entre otras, amén de los mensajes difundidos por los medios electrónicos, y al considerar, por supuesto, las demás expresiones que surgen de los otros aparatos ideológicos de -- Estado en nuestro país.

El presente trabajo de investigación queda concluido apuntando que "la crítica es contra quienes detentan el poder de los medios de información; contrario a lo que sustentaba Mc Luhan, éstos no son el mensaje." (32) Cabe señalar que sería deseable que todo profesional de la comunicación se fije como meta contribuir en la medida de lo posible al cambio, a la liberación del individuo, mediante las alternativas en la comunicación que surjan de la decodificación de los --

mensajes autoritarios y de las contradicciones que se presentan en el seno de la sociedad.

Sólo resta indicar que El Heraldo de León debe su éxito a su capacidad de semantizar la realidad, mediante la selección y combinación de signos lingüísticos, paralingüísticos e icónicos, que le hacen posible un mayor acercamiento con su público lector.

Notas

- (1) Carlos Marx. "Del epílogo a la segunda edición de El capital", en Introducción general a la crítica de la economía política/ 1857, p. 81
- (2) Olivier Burgelin. La comunicación de masas, p. 77
- (3) Roland Barthes. "Introducción del análisis estructural de los relatos", en Análisis estructural del relato, p. 34
- (4) V.I. Lenin, citado en Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 66
- (5) Daniel Prieto. Discurso autoritario y comunicación alternativa, p. 134
- (6) Jesús Martín Barbero. Comunicación masiva: discurso y poder, p. 178
- (7) Daniel Prieto. op. cit.; p. 151
- (8) Camilo Taufic. Periodismo y lucha de clases, p. 45
- (9) Ibidem, p. 161
- (10) Los periódicos que sirvieron de comparación fueron Unomásuno, El Día, Excelsior, El Heraldo de México, El Sol de León, A.M. y Contacto de León, números del 20 al 26 de abril de 1986
- (11) Jean-luis Servan Schreiber. El poder de informar, p. 148
- (12) Florence Toussaint. "México: la prensa en cifras", p. 223
- (13) Miguel Angel Granados Chapa. "Prensa, poder y sociedad", p. 30
- (14) Ibidem, p. 31
- (15) Jesús Cantú. "Prensa, poder...", p. 31
- (16) Froylán Flores Cancela. "La comunicación regional y el desarrollo democrático" en Punto y Aparte, p. 21
- (17) Jesús Martín Barbero. op. cit., pp. 162-163

- (18) Antonio A. Delhumeau. "Los sueños colectivos: (comunicación, familia, sociedad, Estado)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, p. 77
- (19) Jean-Luis Servan Schreiber. op. cit., cfr. pp. 219-225
- (20) Camilo Taufic. op. cit., p. 71
- (21) Daniel Prieto Castillo. op. cit., p. 98
- (22) Pierre Ansart. "Sociología del discurso político. Sociología de los conflictos", en El discurso político, p. 19
- (23) Ibidem, p. 17
- (24) Ibidem, pp. 18-19
- (25) cfr. Daniel Prieto. Retórica y manipulación masiva, p. 61
- (26) Isabel Linas Zárate. "De 79 millones de habitantes en México, solamente 18 tienen un empleo estable" en Unomásuno, p.13
- (27) México 1986. Compendio de datos y estadísticas de México. Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, p. 57
- (28) Luis Althusser. "Ideología y aparatos ideológicos del estado", en La filosofía como arma de la revolución, p. 102
- (29) Raúl Rivadeneira. Periodismo. La teoría general de los sistemas..., p. 237
- (30) Ricardo Amann y Nicole Pianet de Amann. "Conformismo y comunicación colectiva", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, pp. 61-62
- (31) Florence Toussaint. op. cit., p. 223
- (32) Miguel Angel Granados Chapa. Examen de la comunicación en México, p. 210

CONCLUSIONES

La información masiva ocupa un lugar importante dentro de la superestructura. Ofrece la posibilidad de brindar masivamente con - cepciones del mundo y encauzar actitudes en un inmenso número de re ceptores simultáneamente, valiéndose para ello de los mass media.

El periodismo ha evolucionado en sus formas de expresión hasta llegar a sus actuales manifestaciones que se conocen como géneros periodísticos: informativos, interpretativos y de opinión.

En los géneros informativos (nota informativa y crónica) predomina la información. Los géneros interpretativos (reportaje y entre vista) se caracterizan por incluir información y opinión; en tanto que en los de opinión (el suelto, el editorial, la columna, la crónica y el ensayo), predomina el juicio de quien lo escribe o del periódico en el que aparecen.

Detrás de estas formas de expresión periodística y de las normas que rigen la redacción de las mismas, se encuentra la ideología dominante, que habrá de permitir ejercer un control sobre las conciencias del público receptor, e inclusive la de algunos codificados.

Esta influencia ideológica lleva inevitablemente a una lucha constante entre periodismo y realidad. Por un lado, el periodismo y su utópica misión de informar objetivamente de lo más importante en el quehacer cotidiano de la sociedad; por otro, la realidad, cuyas injusticias y contradicciones requieren ser disfrazadas por la clase en el poder.

Para comprender mejor el fenómeno objeto de nuestro estudio, se expuso a grandes rasgos la evolución que ha experimentado tan im

portante actividad no sólo en el estado de Guanajuato, sino en el país en general. Desde la introducción de la imprenta en la Nueva España, hasta nuestros días, el periodismo ha desempeñado un papel político de importancia. Importancia que se refleja aún más cuando se consolida el poder y surge un partido fuerte durante el maximito de Elías Calles, pues a partir de entonces es cuando el periodismo en su gran mayoría, se fija y cumple con un objetivo en común y fundamental: ser vocero de la clase en el poder y perpetuar sus intereses.

La principal actividad periodística en esta entidad guanajuatense, se desarrolla en la ciudad de León de los Aldama, donde circulan cuatro diarios matutinos y un vespertino, todos ellos de información general. Dentro de estas publicaciones cotidianas, El Herald de León destaca por ser el periódico de mayor circulación. Este diario es editado por la Compañía Editorial, S.A., misma que edita El Herald de Irapuato, por cierto, también, de información general. Por los datos contenidos en el expediente de identidad y el registro de identificación, se desprende el carácter oficialista que existe entre quienes elaboran y, más importante, supervisan y dirigen el diario.

El análisis se centró en el mensaje, eligiéndose para ello -- los diarios correspondientes del 20 al 26 de abril de 1986. La primera fase fue el análisis morfológico -donde se estudió el diario como una superficie de papel impresa-; y la segunda, el análisis estructural del contenido, donde se examinaron los principales elementos que intervienen en la semantización.

El análisis morfológico dejó en claro el contenido manifiesto. Para ello se identificó y contabilizó la superficie impresa del periódico: redaccional, administrativa y publicitaria; lo que permi -

tió conocer el carácter mercantil del diario, ya que más de la mitad de la superficie es ocupada por publicidad y propaganda. Sin embargo, para los fines del análisis, se centró exclusivamente en la superficie redaccional: texto, encabezado e ilustraciones. Para llevar a efecto esta medición, se limitó la muestra a la nota principal de la primera plana (primera sección) de cada uno de los días de la semana que comprendió el estudio, descubriéndose que los encabezados casi ocuparon la mitad del total.

La superficie redaccional fue clasificada por géneros periodísticos, fuente, origen y materia; observándose un predominio del género informativo (52.68%), ya que solamente basta responder a las cinco preguntas que se hace comúnmente todo individuo: qué, quién, cuándo, dónde y cómo, y muy rara vez el por qué. El segundo lugar lo ocupó la fotografía (28.20%), quizás debido a que se le considera como el medio idóneo para transmitir un acontecimiento supuestamente en forma objetiva.

En la clasificación por fuentes, llamó la atención el alto índice de notas sin fuente constatada, que casi llegó al 60% por su superficie y cantidad; de donde se desprende que fueron boletines de prensa, "notas voladas" o rumores, refritos y gacetillas. Los reporteros cubren una mínima parte de la superficie (0.96%) y ven sus funciones limitadas a noticias locales (deportivas, sociales, judiciales y de espectáculos). La agencia ADI (Asociación de Diarios Independientes) suministra la información nacional, en tanto que las -- agencias transnacionales UPI, AP, Reuter y AFP, proporcionan la información internacional.

El origen de las notas son, en su mayor parte, locales; llama la atención el hecho de que el porcentaje de la información nacional es mínimo (16.99%), en comparación con las notas de carácter internacional (23.32%) que las superan ampliamente. El público de El Heral-

do de León debe darse por satisfecho con conocer lo que sucede - allende de nuestras fronteras, o en el ámbito de la ciudad de México. En cambio, será ínfima la información que reciban del país.

Vida cotidiana (22.51%), deportes (20.98%), sociales (11.75%) y asuntos policíacos (4.66%) fueron algunos de los temas más desco-llantes. En contraste, el último lugar fue para hechos insólitos (0.32%) y personalidades (0.15%). Los resultados, así, dejaron a la vista el contenido manifiesto.

Se pasó a la segunda fase: análisis estructural del contenido, buscando con ello adentrarse al contenido manifiesto y al contenido latente. Se estudiaron por igual, aunque en forma individual, - cada uno de los tres sistemas de significación presentes en el dia-rio: paralingüísticos, icónicos y lingüísticos.

Los factores considerados para el análisis de los signos tipo gráficos fueron el emplazamiento, el titulado y la presentación. El encabezado de la nota principal aparece siempre a ocho columnas y a un sólo piso, con sumario de tres columnas. La superficie casi siempre es uniforme para cada nota, como para cada sección. El titulado presenta una gran proporción con respecto a la superficie destinada al texto, caracterizándose por su lenguaje moderado, pero con clara tendencia a mezclar el estilo: explicativo, indicativo... No es costumbre emplear sobretítulos. Llama la atención, el hecho que pese a la abundancia del material gráfico, la nota principal nunca aparece acompañada de una fotografía relacionada con el tema. El tamaño de la letra del texto es de nueve puntos, mismo que es igual para todas las notas de la primera plana; no presenta pases y baja siempre a tres columnas; si se citan el origen y la - fuente.

Como signos icónicos se abarcó la fotografía, elemento alta -

mente polisémico, al que se ve en la necesidad de ponerle un pie de foto que permita evitar la dispersión de significados. Generalmente nunca acompaña a una nota. Los signos lingüísticos también ofrecieron bastante material para su estudio tal y como se ve al emplear las dicotomías que ponen en evidencia la elaboración de los mensajes periodísticos acordes a intereses específicos; sacrificándose así, el conocimiento de la realidad en aras de valores particulares. Se procedió, de esta manera, a la selección y análisis del tema clave: la nota principal de cada día, evitando con ello, caer en lo superfluo y repetitivo del contenido.

De esta manera y mediante la selección y combinación de los -- signos, se re-crea la realidad, se le semantiza desde el punto de vista del periódico. Esta operación sólo cobra sentido si se la ubica en el marco de la sociedad en la cual tiene lugar; sólo entonces se comprende por qué El Heraldo de León semantiza la realidad; por qué la desvirtúa, por qué ofrece distracciones de la sociedad y sus conflictos, de las contradicciones sociales, de una injusta distribución de la riqueza, del desempleo, el subempleo, la pobreza, la marginación, la falta de servicios, la inflación... Quedó al descubierto el silencio como mecanismo de semantización, buscando con -- ello evitar crear situaciones de descontento contra esa misma realidad.

El centralismo que caracteriza a la vida política y económica del país, también se refleja en cuanto a la impresión y circulación de diarios. En León, se imprimen y circulan el 30% de los periódicos del estado de Guanajuato. La prensa, guarda, los mismos vicios y virtudes de la prensa metropolitana, así, y no obstante sus limitaciones, le ha permitido mantener sus canonjías y privilegios, -- tal y como sucede con El Heraldo de León, que debido a sus buenas relaciones con el gobierno federal, le ha permitido obtener jugosas ganancias. Este es, pues, El Heraldo de León cuyo lema es "Diario independiente de la mañana."

B I B L I O G R A F I A

- ALATORRE F., Manuel. "El círculo vicioso de la deuda interna de México", en El Cotidiano, No. 18, México, julio-agosto 1987, pp. 251-256
- ALONSO, J. Antonio. Metodología. Editorial Edicol, 3a. ed. México, 1985. 143 pp.
- ALTHUSSER, Luis. "Ideología y aparatos ideológicos de Estado", en La filosofía como arma de la revolución. Cuadernos de Pasado y Presente. Siglo XXI Editores, 16a. ed. México, 1986. pp. 97-143
- AMANN, Ricardo y Nicole Pianet de Amann. "Conformismo y comunicación colectiva", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, FCPS, UNAM, 2a. ed. México, 1977. pp. 53-62
- ANSURT, Pierre. "Sociología del discurso político. Sociología de los conflictos", en El discurso político. UNAM-Nueva Imagen. México, 1980. pp. 11-28
- ARNOLD Edmund, C. Tipografía y diagramado para periódicos. Publicaciones del Centro Técnico de la SIP. Miami, Florida, EUA., 1965. 286 pp.
- BAENA Paz, Guillermina. Manual para elaborar trabajos de investigación documental. Editores Mexicanos Unidos, 2a. ed. México, 1982. 124 pp.
- BALDIVIA, José y otros. La formación de los periodistas en América Latina: México, Chile, Costa Rica. Nueva Imagen-CEESTEM. México, 1981. 392 pp.
- BARTHES, Roland. Elementos de semiología. Alberto Corazón Editor. Madrid, 1971. 102 pp.
- BARTHES, Roland. "Introducción al análisis estructural de los relatos", en Análisis estructural del relato. Premiá Editora, 4a. ed. México, 1985. pp. 7-34

- BECERRA Acosta, Manuel. "Situación de los medios en México: prensa", en Prensa y radio en México. Cuadernos I. Centro de Estudios de la Comunicación, UNAM, FCPS. México, 1978. pp. 15-17
- BERELSON, Bernard. "Análisis de contenido", en Análisis de contenido. UNAM, México, 1986. pp. 34-114
- Biblioteca Salvat de Grandes Temas. Las noticias y la información. Salvat Editores, Barcelona, 1975. 143 pp.
- BOSCH García, Carlos. La técnica de investigación documental. UNAM, FCPS, 6a. ed. México, 1974. 69 pp.
- BURGELIN, Olivier. La comunicación de masas. Ediciones A.T.E. Barcelona, 1974. 229 pp.
- CANTU, Jesús, León García, Miguel A. Granados y Raúl Trejo. "Prensa, poder y sociedad", en Nexos. No. 114, México, junio 1987. pp. 25-35
- CASASS, José María. Ideología y análisis de los medios de comunicación. Editorial Dopesa. Barcelona, 1972. 184 pp.
- DE FLEUR, Melvin L. Teorías de la comunicación de masas. Paidós, México, 1985. 349 pp.
- DE FONTCUBERTA, Mar y J.L. Gómez Mompert. Alternativas en comunicación (Crítica de experiencias y teorías). Editorial Mitre, Barcelona, 1983. 141 pp.
- DEL RIO Reynaga, Julio. "Anotaciones sobre los medios de información en México", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 5-45
- DELHIMEAU, Antonio. "Los sueños colectivos: (comunicación, familia, sociedad y Estado)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 73-79
- DIJK, Teun A. Van. Estructura y funciones del del discurso. Siglo XXI Editores, 4a. ed. México, 1987. 161 pp.

- ECO, Umberto. La estructura ausente. Introducción a la semiótica. Editorial Lumen, 2a. ed. Barcelona, 1981. 510 pp.
- El Cotidiano. Revista de la realidad mexicana actual. No. 18, UAM, Unidad Azcapotzalco. México, julio-agosto 1987. 76 pp.
- FERNANDEZ Christlieb, Fátima. "La prensa en México", en Prensa y radio en México. Cuadernos I. Centro de Estudios de la Comunicación, UNAM, FCPS, 1978. pp. 18-28
- FERNANDEZ Iglesias, Roberto. Para una caracterización genérica de la nota informativa, la crónica noticiosa y la entrevista. Trabajo inédito. 17 pp.
- FLORES Cancela, Froylán. "La comunicación regional y el desarrollo democrático" en Punto y Aparte. Jalapa, Ver., junio 25 1987
- FRASER Bond, F. Introducción al periodismo. Editorial Limusa, 3a. ed. México, 1978. 419 pp.
- GARZA Mercado, Ario. "La definición del problema" en Manual de técnicas de investigación. El Colegio de México, 1970 . pp. 45-51
- GODED, Jaime. "Dos ensayos sobre comunicación", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 47-52
- GRANADOS Chapa, Miguel Angel. "Aproximación a la prensa mexicana (notas sobre el periodismo diario)", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 81-86
- GRANADOS Chapa, Miguel Angel. Examen de la comunicación en México. Ediciones el Caballito, México, 1981. 224 pp.
- GUJARDO, Ibracio. Elementos de periodismo. Promociones Editoriales, 2a. ed. México, 1970. 106 pp.
- JAKOBSON, Roman. Ensayos de lingüística general. Editorial Seix Barral, 2a. ed. Barcelona, 1981. 406 pp.
- JOHNSON, Stanley y Julian Hrris. El reportero profesional. Editorial Trillas, 4a. ed. México, 1976. 315 pp.

- KAYSER, Jacques. El diario francés. A.T.E., 2a. ed. Barcelona, 1979. 190 pp.
- MARTIN Vivaldi, Gonzalo. Géneros periodísticos. Paraninfo, 3a. ed. Madrid, 1981. 394 pp.
- MARTIN Barbero, Jesús. Comunicación masiva: discurso y poder. CIESPAL, Quito, 1978. 249 pp.
- MARTINEZ Albertos, José Luis. Curso general de redacción periodística, Editorial Mitre, Barcelona, 1983. 645 pp.
- MARTINEZ Albertos, José Luis. El mensaje informativo. A.T.E., Barcelona, 1977. 329 pp.
- MARX, Carlos. "Del epílogo a la segunda edición de El capital", en Introducción general a la crítica de la economía política/1857. Cuadernos de Pasado y Presente. Siglo XXI Editores, 2a. ed. México, 1987. 123 pp.
- México 1986. Compendio de datos y estadísticas de México. Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México. México, 1986. 199 pp.
- MOLINA, Silvia. "Control y opinión pública", en Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69, UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. pp. 87-93
- MONTEFORTE, Mario y otros. El discurso político. UNAM-Nueva Imagen. México, 1980. 342 pp.
- MORIN, Violette. Tratamiento periodístico de la información. A.T.E., Barcelona, 1974. 163 pp.
- PAOLI, José Antonio. Comunicación e información. Perspectivas teóricas. Editorial Trillas-UAM, 3a. ed. 1983, México. 138 pp.
- Prensa y radio en México. Cuadernos 1. Centro de Estudios de la Comunicación. UNAM, FCPS. México, 1978. 57 pp.
- PRIETO Castillo, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa. Premiá Editora, México, 1984. 181 pp.
- PRIETO Castillo, Daniel. Elementos para una teoría de la comunicación. s/d. 136 pp.

- PRIETO Castillo, Daniel. Retórica y manipulación masiva. Edicol. México, 1979. 187 pp.
- Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. 179 pp.
- RI VADENEIRA Prada, Raúl. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. Editorial Trillas. 2a. ed. México, 1986. 333 pp.
- RUIZ Castañeda, María del Carmen. Anotaciones en clase de la materia Desarrollo de los Medios de la Comunicación Colectiva en México (seminario), 1970, 2o. semestre
- SALGADO Andrade, Eva. EVALUACIONES, 2a. edición. Semantización periodística de la realidad. Tesis de nivel licenciatura. ENEP --- Aragón, UNAM, México, 1983. 256 pp.
- SALGADO Andrade, Eva. Gua de análisis de periódicos o revistas. Trabajo inédito. 7 pp.
- SANTORO, Eduardo. "Información acerca de Latinoamérica durante una semana de prensa en Caracas", en La psicología social en Latinoamérica, volumen 2. Edit. Trillas. México, 1981. pp.73-81
- SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de lingüística general. Editorial -- Losada, 18a. ed. Buenos Aires, 1979. 378 pp.
- SELZER, Gregorio y Rafael Rocagliolo. Trampas de la información y neocolonialismo, las agencias de noticias frente a los países no alineados. ILET. México, 1979. 211 pp.
- SERVAN-Schreiber, Jean-Luis. El poder de informar. Editorial Dopesa, Barcelona, 1973.
- SILVA, Ludovico. Teoría y práctica de la ideología. Editorial Nuestro Tiempo, 15 ed. México, 1985. 222 pp.
- SIMPSON, Máximo. Comunicación alternativa y cambio social. Premia - Editora. México, 1986. 373 pp.
- TAUFIG, Camilo. Periodismo y lucha de clases. Nueva Imagen, 6a. ed. México, 1979. 215 pp.

- PRIETO Castillo, Daniel. Retórica y manipulación masiva. Edicol. México, 1979. 187 pp.
- Revista Mexicana de Ciencia Política, No. 69. UNAM, FCPS, 2a. ed. México, 1977. 179 pp.
- RI VADENEIRA Prada, Raúl. Periodismo. La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. Editorial Trillas. 2a. ed. México, 1986. 333 pp.
- RUIZ Castañeda, María del Carmen. Anotaciones en clase de la materia Desarrollo de los Medios de la Comunicación Colectiva en México (seminario), 1970, 2o. semestre
- SALGADO Andrade, Eva. EVASIONES, 2a. edición. Semantización periodística de la realidad. Tesis de nivel licenciatura. ENEP --- Aragón, UNAM, México, 1983. 256 pp.
- SALGADO Andrade, Eva. Guía de análisis de periódicos o revistas. Trabajo inédito. 7 pp.
- SANTORO, Eduardo. "Información acerca de Latinoamérica durante una semana de prensa en Caracas", en la psicología social en Latinoamérica, volumen 2. Edit. Trillas. México. 1981. pp.73-81
- SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de lingüística general. Editorial --- Losada, 18a. ed. Buenos Aires, 1979. 378 pp.
- SELSER, Gregorio y Rafael Rocagliolo. Trampas de la información y neocolonialismo, las agencias de noticias frente a los países no alineados. ILET. México, 1979. 211 pp.
- SERVAN-Schreiber, Jean-Luis. El poder de informar. Editorial Dopesa, Barcelona, 1973.
- SILVA, Ludovico. Teoría y práctica de la ideología. Editorial Nuestro Tiempo, 15 ed. México, 1985. 222 pp.
- SIMPSON, México. Comunicación alternativa y cambio social. Premia --- Editora. México, 1986. 373 pp.
- TAUFIC, Camilo. Periodismo y lucha de clases. Nueva Imagen, 6a. ed. México, 1979. 215 pp.

- TOUSSAINT, Florence. "México: la prensa en cifras", en El Cotidiano, No. 18, UAM, Unidad Azcapotzalco. México, julio-agosto 1987. pp. 222-226
- VERON, Eliseo. "Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política", en Lenguaje y comunicación social. Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1971. pp. 133-191
- WARREN, Carl N. Géneros periodísticos informativos. A.T.E. Barcelona, 1975. 487 pp.

HEMEROGRAFA

- El Heraldo de León. 20, 21, 22, 23, 24, 25 y 26 de abril de 1986. León, Gto.
- El Sol de León 20, 21, 22, 23, 24, 25 y 26 de abril de 1986. León, Gto.
- A.M. 20, 21, 22, 23, 24, 25 y 26 de abril de 1986. León, Gto.
- Contacto de León 20, 21, 22, 23, 24, 25 y 26 de abril de 1986. León, Gto.
- El Día 20, 21, 22, 23, 24, 25 y 26 de abril de 1986. Méx., D.F.
- El Heraldo de México 20, 21, 22, 23, 24, 25 y 26 de abril de 1986. Méx., D.F.
- Unomásuno 20, 21, 22, 23, 24, 25 y 26 de abril de 1986. Méx., D.F.
- Excélsior 20, 21, 22, 23, 24, 25 y 26 de abril de 1986. Méx., D.F.