

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EL MANEJO DE LA NOTA ROJA VS EL USO DE LA NOTA  
SENSACIONALISTA / AMARILLISTA EN LA PRENSA  
ESCRITA

TESIS:  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN PRESENTA  
DANIEL REYES NAVA

ASESORA:  
LIC. MAGDA LILLALÍ RENDÓN GARCÍA

México,

Octubre 2004



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

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

Un agradecimiento muy especial a:

A mis padres sabiendo  
Que no existirá una forma de  
Agradecer una vida de sacrificios  
Y esfuerzos.

A mis hermanos de quienes  
El objetivo logrado es  
También parte de ellos.

A mis tíos por su apoyo  
Para llegar a este fin  
Tan importante para mí.

A Fabiola y Magda por su  
Amistad y comprensión para  
Ver este sueño hecho  
Realidad.

A mi Abuelita que  
Sabe que la quiero  
Y a quien este trabajo  
Va dedicado con todo  
Mi corazón.

## INDICE

### INTRODUCCIÓN

#### CAPITULO 1 LA PRENSA ESCRITA

1 ANTECEDENTES DE LA PRENSA ESCRITA.....	1
1.2 PUBLICACIONES	
1.2.1 ÉPOCAS.....	6

#### CAPITULO 2 NOTA ROJA Y AMARILLISMO SENSACIONALISMO..

2.1 INFLUENCIA DE LA NOTA ROJA.....	20
2.2 TÉCNICA PERIODÍSTICA DE LA NOTA ROJA.....	24
2.3 LA POBLACIÓN Y LA NOTA ROJA.....	27
2.4 LA FOTOGRAFÍA DE NOTA ROJA.....	28
2.5 LA NOTA ROJA EN ALGUNOS MEDIOS INFORMATIVOS.....	32
2.5.1 PORQUE LA INFORMACIÓN POLICIACA FORMA PARTE DEL PERIODISMO.....	33
2.6 EL MORBO Y LA INCONSCIENCIA.....	34
2.7 DESAGRAVANTES DE LA NOTA ROJA LA VERDAD INFORMATIVA.....	36
2.8 AMARILLISMO Y SENSACIONALISMO.....	39
2.8.1 SIGNIFICADO Y DIFERENCIA ENTRE SENSACIONALISMO Y AMARILLISMO.....	41
2.9 LA NOTA ROJA VS AMARILLISMO.....	43

#### CAPITULO 3 SECRETARIA DE SEGURIDAD PÚBLICA

3.1 SECRETARÍA DE SEGURIDAD PÚBLICA DEL D.F.....	45
3.2 COMUNICACIÓN SOCIAL	
3.2.1 SECRETARÍA DE SEGURIDAD PÚBLICA DEL DISTRITO FEDERAL.....	49

## CAPITULO 4 LA ÉTICA DEL PERIODISMO

4.1 DEFINICIÓN DE ÉTICA.....	55
4.2 ÉTICA DEL PERIODÍSTA.....	58
4.3 CÓDIGOS DE ÉTICA.....	60
4.3.1. CÓDIGOS DE ÉTICA PERIODÍSTICA.....	63
4.3.2. CÓDIGOS DE ÉTICA DE EL UNIVERSAL Y LA CRÓNICA DE HOY Y UNO MAS UNO.....	67
4.3.3. CÓDIGOS DE ÉTICA INTERNACIONAL.....	81
4.4. LA ÉTICA Y EL SENSACIONALISMO / AMARILLISMO.....	109
CONCLUSIONES.....	112
FUENTES DE INFORMACIÓN	
BIBLIOGRAFÍA.....	116
PÁGINAS DE INTERNET.....	119
ANEXO 1 PERIÓDICOS DE LA ÉPOCA 1541-1817.....	121
ANEXO 2 EJEMPLOS DE NOTA ROJA Y ENTREVISTA.....	131
ANEXO 3 TIPOS DE POLICIA Y ENTREVISTA.....	145
ANEXO 4 LA PRENSA. . . . .	151

## **INTRODUCCIÓN**

El periodismo es una profesión moderna y brillante, tiene como finalidad: comunicar, analizar y enjuiciar con veracidad públicamente información, ya sean noticias y opiniones. El periodismo es un elemento fundamental para la vida social y personal de los hombres, desde la aparición de los pregones cubrían esa necesidad de informar hasta la era actual.

Con el paso del tiempo, los dueños de los medios de comunicación han olvidado la esencia del periodismo (comunicar, analizar y enjuiciar con veracidad públicamente la información), para dar paso a fines meramente económicos, donde la prensa amarillista y escandalosa así como el de nota roja se alejan de la llamada ética profesional periodística.

La publicidad es uno de los principales componentes de los medios tanto convencionales como de los nuevos, pues permite a las empresas dar a conocer sus productos a través de ellos. La economía necesita plataformas publicitarias desde las cuales poder ofrecer sus productos a un sector amplio de población, asimismo, en la actualidad no habría periódicos ni televisión en una forma adecuada sin los ingresos publicitarios.

Gerhard Malezke en el libro "Manual de los Nuevos Medios" define el efecto de los medios de comunicación como cualquier cambio en los individuos o en la sociedad que haya sido producido por las manifestaciones mediales o bien por la existencia de los medios. La intensidad y calidad en el uso de los medios oscilan enormemente, dependiendo en particular de la infraestructura medial del país y del status social, económico y cultural del usuario.

Desde su nacimiento, los medios de comunicación han tratado de ser utilizados como instrumentos de dominación, es decir, abusar de ellos. En las sociedades contemporáneas, explica Florence Toussaint en su libro "Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado", los medios electrónicos desempeñan un papel cada vez más destacado en la conformación de visiones del mundo colectiva dentro de las cuales las preferencias y opciones políticas constituyen parte fundamental.

El lector de los diversos medios de comunicación, en particular de los periódicos y revistas es un receptor activo: elige y compra la publicación que quiere; la prensa es el medio periodístico tradicional y permanece en poder del público indefinidamente.

Además, en su texto de "Literatura y periodismo en el presente", la Dra. Lourdes Romero explica:

Que el periodismo escrito, al competir con los medios electrónicos de comunicación, se ve en la necesidad de presentar al lector un tipo diferente al tradicional, en donde no sólo importa la información, sino también la manera de darla a conocer. La creatividad del periodista se desarrolla para generar textos muy distintos a los tradicionales que colindan con lo literario.<sup>1</sup>

A quien redacta notas informativas, entrevistas y reportajes se le llama reportero. El periodista tiene estas responsabilidades por satisfacer:

- Dominio técnico del periodismo, como responsabilidad profesional.
- Servicio a la comunidad, como responsabilidad social.

---

<sup>1</sup> María de Lourdes, Romero Álvarez. Literatura y periodismo en el Presente, p. 150

El reportero debe tener siempre presente el instinto de poder manejar y presentar al público los hechos tal y como son, aunque en los medios de comunicación, por más que se afirme o diga que presentarán la realidad como es, sólo darán a conocer una versión de ese acontecimiento; es decir, el periodista al procesarla la manipula, la organiza y selecciona, para dar a conocer la versión de los hechos.

El periodista debe generar su mensaje empleando los códigos que son de la competencia del lector para garantizar una comunicación fluida y adecuada entre ambos. El texto periodístico se caracteriza por tener aspectos que permiten al lector hacer referencia constantemente a la realidad que es objeto del texto periodístico.

Como expone la Dra. Lourdes Romero en "Anacronías: el orden temporal en el relato periodístico":

En la actividad periodística, las historias se convierten en relatos mediante el proceso de narración. La reducción del hecho a lenguaje equivale a la redacción del hecho como noticia. Al definir el hecho en términos verbales, la interpretación de la realidad se vuelve selectiva, ya que el lenguaje no puede dar cuenta de esta última sin caracterizarla, es decir, sin escoger ciertos aspectos y olvidar otros.<sup>2</sup>

Si el periodista pretende ser objetivo menciona Lourdes Romero, deberá dejar a un lado toda pretensión de mostrar la realidad al presentar los hechos simple y llanamente tal y como son. Todo relato posee sus propias leyes y, al olvidarse de ellas, al ocultarlas, se falsea la labor periodística.

---

<sup>2</sup> María de Lourdes, Romero Álvarez. Anacronías: el orden temporal en los relatos periodísticos, p.91



El periodismo tradicional o convencional confunde subjetividad con interpretación y, por lo mismo, no acepta como válido el que la realidad sea interpretada, cuando efectivamente interpretar no quiere decir subjetividad, ni tampoco la no interpretación implica objetividad. La objetividad no se da en el hecho, sino en la reconstrucción producto de la labor del periodista.<sup>3</sup>

Joaquín López Dóriga en una entrevista realizada por Gabriel Bauducco para la revista *Día Siete*<sup>4</sup> expresó que el periodismo es un ejercicio romántico porque tienes [el periodista] que partir de un profundo amor por este oficio. Si no lo tienes, no tienes nada que hacer aquí. Y es romántico porque uno va detrás de la comprobación de historias que cuenta la gente.

Uno de los asuntos más importantes para conocer a la nota roja (y todo lo relacionado con ella) es su historia, desde el surgimiento de la prensa en la Nueva España hasta la era actual, de los Pregoneros al periódico *La Prensa*, por mencionar uno. Dentro de la sociedad, la presencia de la nota roja en los medios de comunicación ha creado cierta incertidumbre o controversia, en torno a la influencia que este tipo de notas pueden tener en las personas, orientada hacía el bien de la comunidad o por el contrario negativa, nociva y perjudicial para la sociedad.

A partir de lo anterior, se estudiará esto para tener un conocimiento más amplio de la evolución del periodismo dentro de los medios de comunicación y así crear un vínculo con la nota roja de la actualidad y entenderla.

---

<sup>3</sup> María de Lourdes Romero Álvarez. *Una visión actual de la actividad periodística*, p. 299

<sup>4</sup> Entrevista realizada por Gabriel Bauducco a Joaquín López Dóriga, para la revista *Día Siete* titulada "Tropiezo, pero no caigo"

En esta investigación voy a relacionar la Nota Roja con la Secretaría de Seguridad Pública en el Distrito Federal, particularmente en el Departamento de Comunicación Social, para conocer los temas y las preferencias del público lector, y su interés en leer sobre muertos, incendios, accidentes automovilísticos o sobre cualquier hecho que tuviera que ver con la violencia o la inseguridad en la capital del país.

Por lo anterior, el propósito primordial de la investigación, es poder dar un panorama amplio de la nota roja en el Distrito Federal y sus diferencias o similitudes con el amarillismo / sensacionalismo que se presenta en estos momentos en las diversas publicaciones que existen en esta gran urbe de hierro llamada Ciudad de México para explorar más a fondo sus aspectos positivos o negativos, su técnica propia, su lenguaje, su estilo, su evolución histórica y su degeneración en amarillismo.

Este trabajo se maneja como reportaje, debido a la gran cantidad de posibilidades que se presentan para el desarrollo de éste, de la gran gama de oportunidades de dar a conocer la información a las personas y de una amplia forma de recrear o manejar los datos de acuerdo con los intereses de este escrito, es decir, el reportaje profundiza en las causas de los hechos, explica los pormenores, analiza caracteres, reproduce ambientes, sin distorsionar la información; ésta se presenta en forma amena, atractiva, de manera que capte la atención del público.

El reportaje como lo explica Vicente Leñero en su "Manual de Periodismo", es el más vasto de los géneros periodísticos, en el caben los demás, es un género complejo que suele tener semejanzas no sólo con la noticia, la entrevista o la crónica, sino hasta con el ensayo, la novela corta y el cuento. Los reportajes se elaboran para ampliar,

completar, complementar y profundizar en la noticia; para explicar un problema, plantear y argumentar una tesis o narrar un suceso. El reportaje investiga, describe, informa, entretiene, documenta.

El trabajo está dividido en cuatro capítulos: En el primero, **La Prensa Escrita**, ubico el desarrollo de la prensa en México desde la época de los pregoneros hasta los periódicos más reconocidos en la actualidad, en la importancia de cada uno de ellos en el crecimiento de las publicaciones.

En el capítulo 2, titulado **Nota Roja Y Amarillismo Sensacionalismo**, explico de manera precisa a cada uno de estos sucesos que se presentan en la vida diaria de la humanidad y se dan a conocer dentro de los medios de comunicación y principalmente en la prensa escrita, del uso o manejo que presentan al llegar a cada una de las personas interesadas por leer dichas noticias.

En el capítulo 3, **Secretaria De Seguridad Pública** hablo de una de las instituciones con mayor conexión en el Distrito Federal con los casos que tienen que ver con la nota roja o amarillista / sensacionalista y más específicamente el Departamento de Comunicación Social de dicha dependencia.

En el capítulo 4, **La Ética Del Periodismo** hago una recapitulación de todo lo relacionado con la ética y sus virtudes o defectos con relación al trabajo periodístico, mencionaré algunos de los códigos que rigen a periódicos de corte nacional e internacional.

El reportaje se plantea como un relato periodístico de una cierta extensión y estilo literario muy personal en el que se interesa explicar cómo sucede cierto hecho o acontecimiento. Como nos menciona José Luis Martínez Albertos en su libro "Curso General de Redacción Periodística":

El reportaje se caracteriza diferencialmente por poseer un estilo directo, una mayor libertad expositiva que es la noticia pura; pero libertad condicionada por la necesidad y obligación de informar<sup>5</sup>.

En el reportaje, el periodista interviene con su propia sensibilidad literaria para dar vida a lo que cuentan. Los reportajes son frecuentes en los diarios pero su mejor medio de expresión, dada la amplitud que suelen alcanzar, son las revistas, debido a la gran cantidad de páginas que se le asigna.

El periodista, en el reportaje, es ante todo un informador que satisface el qué, quién, cuándo, cómo, dónde, por y para qué del acontecimiento de que se ocupa.

Existen varias técnicas dentro del reportaje, entre ellas, el sistema de preguntas y respuestas fijas y sucesivas, casi cronológicas, el de narración con refuerzo de preguntas y respuestas claves, el del relato sustancial del repertorio de datos sin mencionar preguntas y respuestas fijas; relación con transcripciones textuales de algunas respuestas.

Por otro lado, la metodología desarrollada en primera instancia es con la selección del tema a tratar, sobre el cual hubiera una afinidad para manejarlo de una manera adecuada y fuera de gran utilidad, para posteriormente dar paso al trabajo de investigación documental con visitas a diversas bibliotecas en donde consulté libros, revistas,

---

<sup>5</sup> José Luis Martínez Albertos. Curso General de Redacción Periodística, México, p. 341

periódicos, para dar paso a la investigación de campo con visitas a la Secretaria de Seguridad Pública o el periódico La Prensa, para realizar entrevistas que fuesen de utilidad para la elaboración o complemento de los diversos capítulos en este reportaje.

# **CAPÍTULO 1**

## **1. INTRODUCCIÓN**

En la primera mitad del siglo XVII, aparecen en diversos países europeos gacetas, diarios y semanarios; todas las publicaciones hasta 1600 son ocasionales y sin periodicidad fija, como sucede con el primer periódico de América, la Hoja de México de 1541, que relacionaba el terremoto de Guatemala de ese año.

Las Gacetas (Gaceta Semanal, Gaceta de Madrid) pusieron interés en la publicación de noticias de actualidad, mientras los mercurios (Mercurio Volante, Mercurio de México) se dedicaron, preferentemente, a publicar artículos de opinión y comentarios sobre acontecimientos culturales y políticos.

Durante el siglo XVII lo que aparece en América, especialmente en México y Lima, son hojas volantes que tituladas como relación, suceso o noticia, se publicaban cada vez que llegaba una flota de la metrópoli, con lo más destacable del virreinato.

En el siglo XVIII, ya aparecen periódicos con secciones de diferentes tipos de noticias y de aparición continua; el más antiguo es la Gaceta de México y Noticias de la Nueva España.

Gracias a la riquísima variedad de contenidos de índole político y social, el periodismo mexicano abarca ya más de 479 años si se cuenta desde la aparición de Los Pregoneros aproximadamente en el año de 1524 con Hernán Cortés.

A lo largo de casi tres siglos, la Nueva España constituyó una de las piezas claves del imperio colonial español. Creándose un especial interés por parte de los virreyes en imponer la cultura europea en la Nueva España.

Casi finalizada la colonia, en la que no existe polémica periodística alguna, debido a que en nuestro país aún no

había estallado el furor por las nuevas ideas provenientes de la Enciclopedia Europea y a causa del gran control de las autoridades castellanas, no es sino hasta el periodo de la guerra de independencia, la Reforma y la Revolución que el periodismo político en específico logra destacar y tiene una variada expresión.

Desde fines del Porfiriato ya se puede llegar a considerar a la prensa como moderna, en donde la información toma su cause e interés en los diarios y no tanto la opinión, que era la característica esencial del periodismo del siglo XIX. Antes del Porfiriato, los periódicos se dedicaban, a dar opiniones sobre todo y a informar sobre casi nada.

Cuando la Revolución llegó a su fin, y se inició el proceso de consolidación del nuevo régimen, nacen dos periódicos como El Universal en 1916 y Excélsior en 1917, con una gran cantidad de información y opiniones y eran considerados como parte del ala conservadora de la Revolución.

Las publicaciones hemerográficas son siempre interesantes: se parecen al vino añejo que al correr del tiempo son más valiosas y fascinantes. Esta acepción es aplicada a los diarios y revistas que fueron publicados en el siglo XIX, donde la prensa fue testigo del auge y retraimiento de la situación política del país, de la consolidación de una gran cultura nacional, la cual consistía en una educación con más agrupaciones científicas, literarias y obreras para dar cabida a todo profesional en diversas disciplinas.

Una de las finalidades de la prensa en esa época era la de instruir a sus lectores, ya que se tenía la idea de que al tener un pueblo educado, la nación se vería beneficiada en su estructura económica, cultural y política, aunque los centros

de poder manejan la información según sus intereses; pueden difundirla, distorsionarla o en última instancia pueden marginar a los países que se opongan a sus objetivos.

La información y medios en función de la tecnología provocan el acercamiento de las sociedades: sólo que no se puede ni se debe olvidar el poder que ejercen los países hegemónicos al combinar sus intereses económicos, políticos, sociales, culturales y militares con el manejo tecnológico que dota a sus medios de comunicación.

Para la década de los ochenta y noventa los periódicos modernos tenían una estructura uniforme en todos sus números; La organización de la Información obedece a áreas de interés social, por ejemplo, los asuntos públicos nacionales o internacionales que afecten a las mayorías y aquello que concierne al Estado, a la política y a la economía.

Durante la década de los noventa y en la actualidad los medios de comunicación se fueron apartando cada vez más del control político que de alguna manera ejercía el Gobierno sobre ellos, pues la Presidencia de la República a pesar de seguir teniendo el control, ya no tenía la eficacia de antes sobre ellos.

Los retos actuales del periodismo, en plena revolución multimedia, a grandes rasgos son:

Uno, la velocidad con que la información se produce, se procesa y los mensajes que emite para una sociedad consumidora de imágenes, más que de palabras escritas.

Dos, las exigencias de un periodismo de especialización y su papel creciente en los procesos formadores de la opinión pública.

Al remontarme a la historia del periodismo me ubicaré desde tiempos en que el hombre dejó constancia e información sobre sus actividades en las pinturas rupestres de Altamira,



España o Baja California, México. El periodismo implica información de los acontecimientos generados por las acciones de los individuos o eventos naturales que afectan la vida y destino de grandes segmentos de población.

Sin duda, las narraciones que cada cultura tiene sobre el origen de la humanidad y sobre los antepasados más antiguos son una forma primitiva de periodismo, al igual que los manuscritos en papiros, pergaminos o papel en los cuales egipcios, persas y griegos narraban los hechos más sobresalientes de su historia.

El periodismo se perfila claramente en el Imperio Romano, cuando se confeccionan comentarios, anales históricos y actas, en los que no solo aparecen edictos, sino también noticias de sociedad, sucesos y rumores.

Si me ajusto al significado de periódico, implica la información de acontecimientos económicos, políticos, sociales, culturales y naturales ocurridos en un determinado lapso.

La aparición de la imprenta en el siglo XV, indudablemente impulsó el concepto de la información sistematizada y con un grado de impacto en la sociedad incrementado exponencialmente, que en correspondencia con el nacimiento del capitalismo en Europa Occidental en el siglo XVI, el Estado-Nación, también creación del capitalismo, requirió ciudadanos mejor preparados, lo que implicó el aumento de la escolaridad promedio como una razón de estado.

Escolaridad, difusión del conocimiento y democracia impulsaron el concepto de la información sobre los acontecimientos ocurridos en la localidad. El concepto del hecho como noticia se perfila con la explosión de la Revolución Francesa, cuyos líderes recurrieron al panfleto

como antecedente inmediato del concepto de noticia divulgada en un periódico.

La complejidad social, las innovaciones tecnológicas y la alfabetización creciente de la población de Europa Occidental favorecieron la aparición del diario con secciones especializadas.

El periódico nace con la finalidad de informar a la colectividad de los acontecimientos susceptibles de interés, manejando el hecho como noticia que altera el ritmo de esa colectividad o al menos despierta su curiosidad.

A través de la historia se observa cómo el periodismo ha legitimado el racismo, el linchamiento real o social y las guerras; incluso las reflejadas como el periodista que retrata Orson Welles en su célebre película "El Ciudadano Kane" a partir de las especulaciones de una guerra de Estados Unidos contra España consigue que este país salga de Cuba para que EU las convierta en su protectorado.

Tal tipo de información es la que da pie al llamado amarillismo por el falseamiento del hecho y por el sensacionalismo sin escrúpulos. Lo que importa es que los receptores lo crean.

Desde este punto de vista, el periodismo se convierte en un vehículo para crear opinión, conductas y respuestas sociales que consoliden posiciones ideológicas de las élites del poder y a la vez pueden crear cierta influencia en el medio para promover la caída o el apoyo de líderes políticos, empresariales, etc.

A continuación presento un cuadro sinóptico, para ejemplificar la diversidad de publicaciones que se han presentado a lo largo de la historia.

## 1.2 PUBLICACIONES

### 1.2.1 ÉPOCAS

PUBLICACIONES	AÑO	FUNDADOR	CARACTERÍSTICAS
Pregoneros	Desconocido	Se nombra a Francisco González como divulgador oficial en el año de 1524 por parte de Hernán Cortés	Informaban a la comunidad de las medidas tomadas por el ayuntamiento (prohibían jugar a los dados, naipes y otros juegos de azar), mismas que debían obedecerse. No se informaba sobre bodas, crímenes o fiestas.
Hojas Volantes	1541		Papeles sueltos de carácter informativo, empezaron a aparecer en la Nueva España dos años después de la fundación de la imprenta. Recibían indistintamente los nombres de relaciones, nuevas, noticias, sucesos o traslados y se les consideran como germen del periodismo, aunque carecen de periodicidad. Una de las funciones era la de informar hechos relacionados con armas, muertos o ceremonias fúnebres de monarcas españoles; en ocasiones simplemente para difundir hechos monstruosos e inauditos; crímenes y ejecuciones.
Gaceta de México y Noticias de la Nueva España	1722	Juan Ignacio de Castoreña y Ursúa	Únicamente aparecieron seis números mensuales. Se reflejaba la ausencia de comentarios, particularmente de corte político, y por ende, la función orientadora que se consideraba inseparable de la prensa moderna. La distribución de la información estaba diseñada de acuerdo al modelo
PUBLICACIONES	AÑO	FUNDADOR	CARACTERÍSTICAS
			Europeo, por el lugar de procedencia, divididas en capítulos encabezados con el nombre de las ciudades o provincias. Uno de los elementos de mayor peso era la de dar primacía a las noticias de la capital de la Nueva España.
Segunda Gaceta de México	1728-1742	El padre Juan Francisco Sahagún de Arévalo	La Gaceta fue más lógica y ordenada, manejada de una forma clara y precisa, es decir, propiamente más periodística.

Tercera Gaceta de México	1784	El impresor Manuel Antonio Valdés	En su primera etapa cubrió 25 años, dejando una enorme colección de 16 tomos. Para 1810 cambio su nombre a Gaceta de México, Valdés colocó a su periódico como el vehículo de información, como el instrumento que llevara a las zonas más apartadas del país, las [sabías medidas] de las políticas ilustradas. Fue un periódico serio e interesante.
Diario de México	1° etapa Oct 01, 1805 a Ene 04 de 1817	Carlos María de Bustamante	Tuvo una duración de cerca de 12 años, se decía que el Diario comprendía artículos de literatura, artes y economía. Colocado en los años postreros de la dominación se sitúa en el cruce de ideologías que caracteriza a la época.
El Telégrafo de Guadalajara	1811	El Presbítero Maldonado	El Presbítero Maldonado, asumió la jefatura de este diario realista, donde llama al cura de Dolores “Sardanápalo si honor, infame y descarado”
Despertador Americano	Dic 20, 1810		Periódico insurgente. El periodismo político nace con la independencia y tiene carácter político

PUBLICACIONES	AÑO	FUNDADOR	CARACTERÍSTICAS
El Ilustrador Nacional	Abril de 1812	El Presbítero José María Cos	El periodismo político nace con la Independencia y tiene carácter político.
El Semanario Patriótico	1812	Andrés Quintana Roo	
El Pensador Mexicano	Octubre de 1812	José Joaquín Fernández de Lizardi	Presenta temas como: la educación popular, la libertad de cultos y la esclavitud. Se vale del diálogo, la carta, el ensayo para polemizar con sus contemporáneos.
Alacena de Frioleras y Cajoncitos de Alacena	1815 y 1816	José Joaquín Fernández de Lizardi	Se ensaya en la sátira de tipos y grupos sociales.
La Gaceta El Diario El Perico de la Ciudad El Censor Extraordinario	1814 1814 1814		Otras publicaciones de la época en la capital del virreinato.
El Farol	Octubre de 1821	Ignacio Mariano de Vasconcelos	El Farol era de ideas monarquistas, fundado por los iturbidistas, quien ataca a los autores de folletos republicanos.

La Abeja Poblana	2 de Agosto de 1821	Hermanos Troncoso	Combate las ideas propagadas por El Farol
La Avispa de Chilpancingo	1821-1822	Carlos María de Bustamante	Al criticar Bustamante la forma de gobierno prevista en el Plan de Iguala, el periódico fue calificado como sedicioso y su autor reducido a prisión por algunas horas.
Semanario Político y Literario	1820-1821	José Luis Mora	Escrito con moderación dentro de los principios del liberalismo. En el defendió la libertad de prensa e impugnó algunas afirmaciones de el Farol de Puebla, que consideraba dicho principio como una gracia.
<b>PUBLICACIONES</b>	<b>AÑO</b>	<b>FUNDADOR</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
El Sol		Manuel Codorniú	Contenía crónicas del congreso, documentos oficiales y noticias nacionales y extranjeras.
La Gasera El Centavo Perdido El Jicote Horrorosos Ejemplares	1888		Prensa Amarillista
El Demócrata			Publicaciones reprimidas por Díaz, al repudiar abiertamente la lucha armada como solución de los problemas planteados por el porfiriato.
La Oposición	Febrero de 1893	Francisco R. Blanco, Joaquín Claussell	
El Libre Examen			Publicaciones reprimidas por Díaz, al repudiar abiertamente la lucha armada como solución de los problemas planteados por el porfiriato.
El 93	1892	Luis B. Cárdena, Enrique Gerbino, Víctor W. Becerril	
El Hijo del Ahuizote	1885-1914	Daniel Cabrera	
El Imparcial	1896	Rafael Reyes Spíndola	Surge la nota roja, el reportaje policiaco, como una especialidad particular del patriotismo. Inaugura la etapa del periodismo industrializado en México, bajo la protección oficial.

PUBLICACIONES	AÑO	FUNDADOR	CARACTERÍSTICAS
De tendencia liberal: Siglo XIX El Monitor Republicano	1841-1896 1844-1896	Vicente García Torres	Prensa Política: La mayoría de los periódicos consignaban en sus subtítulos que eran “políticos”. Señalaban que su línea editorial y noticiosa visualizaba, criticaba o bien apoyaba los hechos y medidas acaecidas en la esfera oficial.
De tendencia conservadora: El Universal El Ómnibus	1848-1855 1851-1856		
El Pájaro Verde	1861-1877	Mariano Villanueva Francesconi	
La Patria	1877-1914		
Periódicos Satíricos: El Palo de Ciego	1862	Antonio Lira, Juan N. Mirafuentes	
Don Simplicio	1846-1847		
El Padre de Aguas Frías	1856		Prensa católica que frecuentemente sirvió como vehículo para atacar a grupos opositores al gobierno:  Prensa Religiosa: A la Iglesia católica no se le permitía participar en la política en los años de la Reforma, sin embargo tenía una fuerte influencia moral en el pueblo mexicano.
El Padre Cobos	1869-1914	Irineo Paz	
El Católico	1845-1847		
La Voz de la Religión	1848-1850		
La Cruz	1855-1858		

PUBLICACIONES	AÑO	FUNDADOR	CARACTERÍSTICAS
El Reino Guadalupano	1889,1895-1896		Prensa Religiosa: A la Iglesia católica no se le permitía participar en la política en los años de la Reforma, sin embargo tenía una fuerte influencia moral en el pueblo mexicano.
El Faro	1885-1908		

El Abogado Cristiano Ilustrado	1876-1892 y		Hubo disidencias religiosas.- protestantes, evangélicos, espiritistas, masónicos:
La Luz de México	1872-1877		
El Anticlerical	1877-1888		
El Boletín Masónico	1893-1898		
El periódico oficial del Partido del Carmen	1855-1897		Prensa Oficial: No sólo el gobierno federal contó con una publicación oficial propia, sino también los estados de la república, donde se publicaban proclamas, disposiciones, bandas, decretos, leyes.
Boletín Oficial del Pueblo	1862-1863		Prensa Científica y Técnica: Algunos grupos de científicos, médicos, farmacéuticos, pedagogos, juristas agrupados en sociedades formales e independientes, encontraron el medio para difundir ideas sobre la naturaleza y la ciencia.
Boletín Judicial	1884-1913		
La Gaceta de Policía	1868-1869		
Boletín de la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística	1839		
<b>PUBLICACIONES</b>	<b>AÑO</b>	<b>FUNDADOR</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>
Gaceta Médica de México	1864		Prensa Literaria y Teatral: Las revistas y semanarios literarios difundían poemas, cuentos, ensayos, novelas, crónicas teatrales, prosas poemáticas, artículos históricos y científicos.
Gaceta Agrícola Veterinaria de la Sociedad Ignacio Alvarado	1879-1881		
Revista Científica y Literaria de México	1845-1846		
La Ilustración Mexicana	1851-1855		Los espectáculos teatrales eran casi siempre anunciados y comentados en hojas especializadas.
Semana Literaria	1883-1884		
El Apuntador	1841		
El espectador de México	1851		
El Cronista Musical	1887		
Periódico de Teatros	1845		

Panorama Musical	1876			
Panorama de las Señoritas	1842			
Presente amistoso dedicado a las Señoritas Mexicanas	1847		Prensa Femenina: Los artículos tenían como objetivo educar a la mujer en las labores propias de su sexo. Llama la atención el énfasis que ponen los editores y redactores de algunas revistas femeninas en la educación de sus hijos y en que la mujer tuviera alguna profesión científica o literaria.	
	1851-1852			
La Semana de las Señoritas Mexicanas	1850-1852			
<b>PUBLICACIONES</b>	<b>AÑO</b>	<b>FUNDADOR</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	
Violetas del Anáhuac	1887-1889		Prensa Femenina: Los artículos tenían como objetivo educar a la mujer en las labores propias de su sexo. Llama la atención el énfasis que ponen los editores y redactores de algunas revistas femeninas en la educación de sus hijos y en que la mujer tuviera alguna profesión científica o literaria.	
El Álbum de la Mujer	1883-1890			
El Correo de las Señoras	1883-1893			
La Familia	1883-1890			
La Niñez Ilustrada	1873		Prensa Infantil: Los editores tomaron con interés propio imprimir revistas dedicadas a los niños. Hay cuentos, pasatiempos, lecciones de moral y / o religiosa. Algunas publicaciones vinculadas a corrientes pedagógicas.	
La Ilustración de la Infancia	1870-1880			
El Protector de la Infancia	1871-1872			
La Educación	1871-1873			
Biblioteca de los Niños	1874-1876			
El Correo de los Niños	1872-1883			
El Niño Mexicano	1895-1896			
La Enseñanza	1870-1876			
El Educador Práctico Ilustrado	1886			
La Evolución Escolar	1889			
Semanario Económico de México	1808-1810			Prensa Comercial: Tenía como objetivo insertar colaboraciones dirigidas a los comerciantes e industriales con el fin de ilustrarlos en las diferentes ramas de la economía.
Semanario de la Industria Mexicana	1841-1842			
El Minero Mexicano	1873-1903			
La Industria Nacional	1879-1880			
El Socialista	1871-1888		Prensa Obrera: Estas publicaciones eran a veces dirigidas por los mismos obreros y artesanos, así como por socialistas, anarquistas y comunistas.	
La Comuna	1874-1875			



PUBLICACIONES	AÑO	FUNDADOR	CARACTERÍSTICAS
El Hijo del Trabajo	1876-1884		Por medio de la ideología impresa se pueden conocer temas como la vida de los obreros, sus condiciones de trabajo, sus anhelos de justicia y sus utopías.
La Internacional	1878		
La Revolución Social	1879-1880		
Semanario de las Señoritas Mexicanas	1841	Publicado en la Imprenta de Vicente García	Publicación semanal de 3 pliegos con 2 láminas, valía 2 pesos, no se tocaban temas de políticas y surge de voluntad al servicio de la patria.
El Universal	1916	Félix F Palavicini	Ofrecer diariamente a los lectores la información relevante que contribuya al conocimiento de los hechos sustanciales de la sociedad humana, de manera que sirva a los fines de una convivencia armónica y fructífera entre individuos, grupos y naciones. El Universal debe mantener su independencia para estar libre de obligaciones y presiones que obstruyan su capacidad periodística.
El Excélsior	1917	Rafael Alducín	Se había caracterizado por su postura conservadora, debido a conflictos en la cooperativa, fue necesaria la salida de varios integrantes, entre ellos, Julio Sherer y Manuel Becerra Acosta, además de ser parte importante del movimiento estudiantil de 1968.
El Heraldo de México	8 de Noviembre de 1965	Gabriel Alarcón Chargo	Inicialmente ambigua, la publicación cobro fuerza merced a su línea informativa y editorial de corte antimarxista.
Uno más Uno	14 de Noviembre de 1977	Manuel Becerra Acosta	Siguió la postura que manejaba Excélsior, aunque con tintes menos radicales, debido a que su fundador formo parte de este periódico.

PUBLICACIONES	AÑO	FUNDADOR	CARACTERÍSTICAS
La Prensa	30 de Agosto de 1928		Es un periódico que eminentemente tiene grandes alcances populares, pero que casi no presenta opiniones políticas y, desde luego, no disiente en nada de la línea oficial.
El Financiero	18 de Octubre de 1981	Rogelio Cárdenas Sarmiento	Se especializa en economía, finanzas y en general el mundo de los negocios.

El Economista	1988	Luis Enrique Mercado	Desde su inicio marcó una nueva forma, más profesional y mejor orientada, de presentar la información económica, financiera y empresarial. Los lectores han encontrado en El Economista información realmente valiosa para la toma de decisiones tanto en la dirección y manejo de sus negocios, como en la administración de su patrimonio personal. Una política editorial firme que defiende los principios de la economía de libre mercado en un régimen democrático y un código de ética que dirige la labor de los periodistas han hecho de El Economista un diario importante en nuestro país.
La Jornada	19 de Septiembre de 1984	Carlos Payan	No es órgano de ningún partido, ni de organización política, ni social, sino el compromiso fundacional del periódico con sectores específicos de la sociedad: trabajadores, campesinos, intelectuales, académicos, estudiantes, mujeres, artistas, desplazados económicos. Tabloide blanco y negro, reportajes de fondo, fotografías, caricaturas certeras y educativas de estilo propio que busca criticar

PUBLICACIONES	AÑO	FUNDADOR	CARACTERÍSTICAS
La Crónica de Hoy	1996	Pablo Hiriart Le Bert	Crónica es un diario independiente, de información general. Su finalidad es proporcionar a la sociedad contenidos informativos, de entretenimiento y orientación, completos y de calidad. Crónica defiende el estado de derecho como la única vía para una convivencia pacífica y civilizada. Crónica toma partido por la racionalidad en la economía y la política, apoya la legalidad democrática y promueve la justicia social. Crónica proporciona información para el ejercicio enterado de la democracia, para el fomento de las libertades ciudadanas, para el respeto los derechos humanos, para la promoción del desarrollo económico, la justicia y la solidaridad social. Crónica no se refleja en los puntos de referencia ideológicos y políticos que privaron desde la guerra fría y que han desaparecido. Ante ello, mantiene una actitud de independencia y apartidismo.

Reforma	1993	Familia Junco	La información que se pública está basada en los hechos y en las fuentes confiables. El lector debe tener confianza en que la información presentada por Reforma es dada a conocer con seriedad y con datos comprobados. Es el periódico en línea con noticias del D.F. y México.
Milenio Diario	Ene 1, 2000	Raymundo Riva Palacio	El proyecto de este periódico fue una estrategia complementaria a la existente revista de mielnio semanal, para informar a la ciudadanía y así obtener mayores lectores.
El Independiente	2003	Carlos Ahumada	El trabajo de los periodistas de El Independiente exige por principio la aceptación de la ética como punto de partida

PUBLICACIONES	AÑO	FUNDADOR	CARACTERÍSTICAS
El Independiente	2003	Carlos Ahumada	<p>Para cumplir su misión de informar verazmente. Este capítulo involucra a todos a todos y cada uno de los actores del diario. Sólo con su compromiso y voluntad política es posible mantener una sana, vigorosa y duradera relación con los lectores.</p> <p>La libertad de expresión es vital en la práctica del periodismo, pero debe estar acompañada de reglas claras y precisas sobre la actuación del periodista.</p> <p>En un país donde las reglas son excepción, el diario cuenta desde su nacimiento con cuatro herramientas éticas:</p> <p>Un código de ética que establece la frontera para el quehacer profesional y otro Código de Prácticas de lo Público y lo Privado, el cual fija que la vida privada termina en el momento en que su acción modifica o afecta el entorno social.</p>

			<p>La compleja convivencia con los informantes está definida en unas claras Reglas de Relación con las Fuentes de Información, cuyo objetivo es buscar siempre acceso a fuentes de calidad y probidad en la misión de mantener una alta credibilidad, entre los lectores, así como el respeto a la palabra de los actores de la noticia evitando referencias discriminatorias.</p>
--	--	--	--

El desarrollo de los medios, en particular de la prensa escrita permite reconocer como con el paso del tiempo el periodismo de nota roja y amarillismo / sensacionalismo han tenido gran auge debido al interés que el público lector pone en ellas, con la aparición de los Pregoneros hasta El Independiente, encuentro la base de referencia para el desarrollo del siguiente apartado, donde se vera de manera precisa a cada uno de estos sucesos de nota roja y amarillismo / sensacionalismo que se presentan en la vida cotidiana de la humanidad.

## CAPÍTULO 2

### NOTA ROJA Y AMARILLISMO / SENSACIONALISMO

El periodismo, en lo que tiene de registro y reflejo del diario acontecer de la información, se ocupa de captar los acontecimientos o sucesos de la sociedad a la que sirve y que pueden tener elementos que los hagan interesantes para un amplio sector de la sociedad.

Un panorama amplio de ese acontecer diario lo constituyen los sucesos en que interviene la violencia, es decir, crímenes sangrientos, accidentes, la pérdida de la vida, conflictos pasionales, detenciones, investigaciones, procesos judiciales y legislaciones penales; además, de catástrofes naturales, atentados a la salud, incluyendo suicidios y seguridad pública. En resumen, es completo catálogo de las tragedias que pueden afligir a las personas.

Todo esto constituye lo que ha dado por llamarse nota roja o nota policiaca, por consiguiente, Maria Elena Matadamas en su texto **La Nota Roja** dice:

La nota roja evidencia la sistemática actitud por negar todo lo negro que cada uno tenemos... Es un espejo del alma de la colectividad; confesión de una época y catálogo de fenómenos sociales presentes a lo largo de la historia (...).<sup>6</sup>

En los años 40, 50 y 60, la nota roja recibió un tratamiento literario, casi de cuento y de crónica que inicia con el drama mismo, después de los 60, se convirtió en una nota académica en un formato adquirido en las escuelas.

Por consiguiente, la nota roja adquiere un valor social innegable y por tanto un valor periodístico. Debe publicarse, porque no hacerlo sería ignorar deliberadamente un vasto

---

<sup>6</sup> Ma. Elena, Matadamas. La nota roja

sector de acontecimientos sociales. Ya que en la década de los años 80 la nota roja fue conectada directamente en la política y la criminalidad. En la actualidad o mejor dicho siempre se ha entablado una guerra no declarada por la cantidad de delitos que se cometen. Esta realidad se refleja, por supuesto, en el tratamiento periodístico, pues han surgido estilos y medios que explotan el morbo de esta situación.

Hablar de nota roja es definirla de la siguiente manera:

Todo hecho delictuoso que, mientras más escándalo cause, más interesante resulta para la población.<sup>7</sup>

## **2.1 INFLUENCIA DE LA NOTA ROJA**

Por lo general la nota roja tiene un tipo definido de lectores habituales. Estos son generalmente de mediana o escasa cultura. Personas de mayores conocimientos, como profesionista o intelectuales, la leen sólo en forma incidental, pues sus intereses básicos son diferentes, o por motivos de índole profesional.

En esto radica el gran éxito de muchas publicaciones. Como consecuencia, tomando en cuenta la escasa preparación de los lectores de la nota roja, se puede afirmar que su influencia es nociva, ya que introduce "por su frecuencia", motivos psicológicos como trastornos emocionales, que a la larga pueden ser factor determinante para el desarrollo de las personas.

La nota roja es uno de los aspectos periodísticos que ejercen influencia en el lector, tiene un valor social innegable y por tanto un valor periodístico.

---

<sup>7</sup> Lilia, Franco Ocampo. La nota policiaca y el amarillismo, p. 10

Es así como al hablar de nota roja nos viene a la memoria esa parte contraria del periodismo que es el amarillismo. Sociológicamente existen diversas causas por las cuales se puede interesar a las personas. Entre ellas las siguientes: lo recientemente ocurrido, lo nuevo, lo particular, lo peculiar y extraño, lo único, lo misterioso, lo romántico, lo que atañe a cosas, a personas que conocemos, lo que se refiere a los niños, a los animales, lo cómico, lo referente a nuestras aficiones, la violación de leyes y todo lo que tenga interés humano.

Cuando el individuo lee la nota roja se encuentra así mismo y se posesiona de las angustias, desgracias, pasiones y ansiedades, que siente y no se atreve a reconocerse en sí mismo.

En la lectura a una nota roja es posible que el lector experimente odio, placer, asco, dolor, ira, consuelo, desahogo, culpabilidad, etc...

Respecto a lo sexual y criminal, algunos periódicos tienden a despertar fácilmente esa morbosidad en el lector y existen publicaciones que lo hacen con gran éxito. Prueba de ello es el gran número de lectores que se aficionan a leerla.

La nota roja es producto de diversos factores sociológicos y económicos, como la falta de cultura y educación, que inducen al editor a comerciar con la nota gracias a que conoce las debilidades humanas y saben como aprisionar las mentes de los lectores.

Nota roja en el aspecto periodístico.- La nota roja ayuda indudablemente a impulsar la circulación de los diarios. La nota roja explota principalmente la curiosidad y el morbo del vulgo, es preferida por un sector muy especial de lectores, a quienes sólo les interesa leer lo acontecido en el interior de una taberna, la infidelidad de una mujer, y



el castigo que el marido ofendido dio al burlador, que casi siempre cae abatido por aquél. Sin embargo, otros prefieren enterarse de las noticias mundiales, nacionales o artículos de fondo.

Debe seguir la nota roja, porque es el reflejo de la vida delictuosa de nuestro país- Así como el redactor tiene el deber de dar a conocer los acontecimientos que se suscitan en el mundo, en todas las ramas, está obligado a publicar los actos delictuosos por ser de interés general.

En México al igual que en otros países, se registra un alto índice de criminalidad, pero la información que se da de los hechos de sangre, desgraciadamente no ha sido tratada con idoneidad, y la misma, en vez de servir para aleccionar al público sobre las graves consecuencias que trae consigo delinquir, le instruye sobre cómo hacer para convertirse en delincuente.

Lo más grave de esta desinformación informativa de las noticias, es que tal distorsión tiene la intencionalidad de tratar los acontecimientos políticos, económicos y sociales de trascendencia vital en el país, como sucesos de la nota roja.<sup>8</sup>

En este campo, las "cabezas" escandalosas o llamativas, las fotografías que se muestran al lector, con toda su crueldad, los actos delictuosos, las imprudencias de algunos individuos y las notas impregnadas de "amarillismo".

En la nota roja, como en cada una de los textos periodísticos, debe existir un lenguaje especial, es decir, el uso de una terminología específica dentro de las dependencias inmiscuidas en este tipo de información.

---

<sup>8</sup> Raquel González, el lado oscuro del poder, Semanario Ejemplar No. 95, 1 de Mayo de 2000 "Violencia, noticieros y nota roja"

Con ser objetivo en la información policíaca es suficiente para que el público lea con atención la información, y además influye de manera determinante el uso que se haga del estilo y el lenguaje. En la nota roja se debe escribir en una forma completamente entendible, con un lenguaje claro y conciso para el lector, ya que el periodista debe ser un escritor literario en todo su esplendor.

El mal reportero de la nota roja puede generar o generará graves problemas a la sociedad, si hacen un mal uso del lenguaje y del estilo, ya que en lugar de ayudar al público, lo hundirá más en su profunda ignorancia. El imitar cualquier clase de delitos no se hará esperar, ya que el periódico para ellos será un medio de información completamente nocivo, que puede servir como guía para realizar un crimen.

El reportero especializado de la nota roja, siempre usará el lenguaje y la técnica apropiada para escribir sus notas informativas.

De acuerdo con Ligia Ochoa Nota roja, ¿Crimen que se Informa o Información Criminal?<sup>9</sup>, se pueden tomar ciertas bases para elegir la forma y la información de nota roja que debe ser presentada al público:

Debe darse a la información un sentido de prevención social y enseñanza positiva.

Deben atenderse todas las limitaciones éticas y jurídicas, para que la información no se convierta en escuela de delincuentes.

▣ La información sólo debe presentarse cuando los valores afectados no sean superiores al valor de su publicación.

---

<sup>9</sup> Ligia, Ochoa Leyzaola. Nota Roja ¿Crimen que se Informa o Información criminal?, México, p. 17

La información no debe darse a conocer cuando lesione los intereses de personas inocentes que se ven envueltas en hechos delictuosos en contra de su voluntad, a menos que se trate de un caso como el citado en el inciso anterior. Debe tenerse en cuenta el auditorio a quien va dirigida la noticia.

Deben excluirse comentarios o puntos de vista y evitarse los detalles que, por lo general, quedan a juicio del periodista y dañan más al público desde unas perspectivas psicológicas mientras más abundantes son. Sólo debe incluirse lo esencial.

La información sólo debe proporcionarse cuando por sus características y repercusiones afecte el interés social; o sea, cuando tenga trascendencia colectiva. Por lo regular, esto sólo ocurre en los casos de accidentes, grandes robos y estafas, magnicidios, narcotráfico y contrabando.

En cualquier medio informativo, la nota roja debe ser tratada por especialistas en periodismo y psicología cuyo sentido de la ética y de la moral sea indudable, como fue el caso del Güero Téllez en el periódico El Universal.

En el manejo de la nota roja se debe tener en cuenta a quien va dirigido y cual es la finalidad, si el dar a conocer simplemente una noticia o tratar de crear conciencia en la gente para evitar acciones de violencia, delincuencia o accidentes que generen una cadena interminable de hechos delictivos, la noticia debe presentarse con el afán de informar.

## **2.2 TÉCNICA PERIODÍSTICA DE LA NOTA ROJA**

El buscar la noticia en los lugares adecuados, es lo que se entiende como técnica periodística.

La técnica periodística será de importancia según sea la capacidad del periodista que la redacte.

Todo lo relacionado con la fuente policiaca es importante, ya que un gran sector del público es afecto a leer la nota roja, por lo cual se debe tener especial cuidado en la redacción de esta información.

El requisito indispensable impuesto por la ética profesional, es el basar toda información en documento público elaborado por las autoridades judiciales correspondiente, o bien por declaraciones de los involucrados en la nota roja, pues de otra manera se correría el peligro de desmentir la noticia misma.

El reportero debe de buscar la noticia en los lugares en donde el poder judicial recopila los datos relacionados con las violaciones a todas las leyes; Agencia del Ministerio Público, Procuraduría General de la República y del Distrito Federal, Tribunal Superior de Justicia, Juzgados Penales, Tribunales Colegiados del Circuito, Suprema Corte de Justicia, etc.

El reportero debe conducirse de acuerdo con la situación en el lugar que se encuentre. En caso de cualquier veterano que cubra las comisarías o los tribunales, realiza su labor cultivando juiciosamente la amistad de los funcionarios de policía.

Solamente un aficionado o principiante, sin la menor idea de lo que está haciendo, puede irrumpir en una comisaría y demandar acceso a las actas de policía, lo que constituye la forma más segura de ser arrojado del lugar. El único recurso que tienen los reporteros principiantes que trabajan en la fuente de policía es acercarse con los veteranos, si éstos lo permiten, hasta que sean lo suficientemente bien conocidos para que puedan desarrollarse mediante sus propios

recursos, o bien, si su periódico es suficientemente prominente, pueden hacer valer la reputación del mismo.

Casi todos los departamentos de policía siguen un método de rutina, para informar a la prensa; ayudando a los reporteros en la formación de su técnica; acerca de los incidentes telefoneados o telegrafiados a la inspección general, desde las comisarías circundantes. A esos informes generalmente se les llaman "boletines de policía", escrito a mano en las poblaciones pequeñas y distribuidas por teletipo en las grandes ciudades o en 105 cuerpos policíacos que funcionan en los grandes Estados.

La nota de policía de alcance universal, probablemente atraiga muchísima atención, independientemente de la prominencia de las personas que en ellas figuren y del papel que representen en la vida. Así pues, la tragedia marital, el pleito de familia, el secuestro de niños, la búsqueda de muchachas que se han perdido y muchas otras situaciones conocidas, encuentran espacio en los periódicos todos los días, en mayor o menor grado. La búsqueda de lo insólito y de lo inesperado, que no siempre da buenos resultados, de hecho ha creado su propio tipo de clichés en las noticias, de ahí surgen, de lo inesperado, las noticias comunes de algún crimen.

Para el Licenciado José Luis Jáquez Valderrama, Dr. en Ciencias de la Información en la Universidad de La Laguna, España:

El factor principal que contribuye a presentar una mala nota roja es la falta de preparación del periodista. Su capacitación es indispensable para él como profesional, para su medio como empresa y necesario para que la sociedad esté bien informada.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Revista Latina de Comunicación Social La Laguna Tenerife, Febrero de 2001, Año 4º, No. 38 "La Prensa Amarillista en México"

### 2.3. LA POBLACIÓN Y NOTA ROJA

Existen dos importantes características de las razones del porque la gente lee la nota roja en los periódicos como lo menciona Ligia Ochoa<sup>11</sup>:

La primera se relaciona con el gusto o preferencia de la mayoría de la gente por hechos cotidianos de fácil comprensión; debido a una cultura deficiente que obstruye la capacidad de diferenciación y limite el gusto por lecturas más complejas y profundas.

La segunda se basa en la desmoralización general ante la injusticia, la miseria y otras situaciones desesperadas de las mayorías que, en estas condiciones, carecen de ideales concretos y se ven sometidas a actos costumbristas, rutinarios, difícilmente superables cuando se carece de elementos e incentivos adecuados.

En realidad todo mundo puede llegar a leer nota roja, desde albañiles, estudiantes y amas de casa hasta personas con o sin oficio y profesionales de las áreas más diversas que existen:

- a. Los que tienen el hábito de leer periódicos como "Alarma"; en general, personas marginadas culturalmente, con marcada tendencia hacia el delito o con desviaciones mentales que se manifiestan en el sadismo o en el masoquismo.
- b. Quienes la leen como complemento de otro tipo de información y en periódicos menos amarillistas; estas personas poseen, casi siempre mayor capacidad de diferenciación y pueden ser consideradas como sanas desde el punto de vista mental.
- c. Aquellos que tiene obligación de leerla porque su trabajo así lo requiere.

---

<sup>11</sup> Ligia, Ochoa Leyzaola. Nota Roja ¿Crimen que se Informa o Información criminal?, México, p. 17

En general, los lectores de nota roja no identifican a los reporteros que la redactan, como en otras áreas del periodismo en que éstos son conocidos y hasta procurados por el público.

## **2.4 AGRAVANTES DE LA NOTA ROJA: LA FOTOGRAFÍA**

La fotografía se inició como arte práctico hacia al año de 1831, con los trabajos de Daguerre y Niepce, la fotografía ha sido utilizada en las diferentes hojas volantes; su función era la de informar gráficamente de los diversos sucesos que menciona la publicación, así como de complementar las descripciones que sobre determinado hecho ha aludido el escritor.

El sentido principal de la fotografía, es la objetividad periodística, en el sentido de que al ver lo ocurrido en imágenes, se le tiene 100%, de mayor aceptación que lo tendría con las palabras.

Así el periodismo fue adquiriendo lo gráfico y en los últimos decenios la fotografía es primordial dentro de cualquier periódico, ya que el lector capta con mayor facilidad lo presentado en esa forma y que por lo regular se encuentra demasiado apresurado para leer con calma una información.

La fotografía tiene el carácter explícito necesario para lograr despertar el interés adecuado en los lectores, que ayudados por el pie de foto, puede enterarse básicamente de lo acontecido.

Al surgir el diarismo industrial, los encargados de los diferentes periódicos se mostraban ansiosos por conquistar a sus lectores de cualquier forma y sabedores que estos carecían de tiempo para reflexionar, pusieron bajo sus ojos imágenes en lugar de notas periodísticas; de esta forma creció aceleradamente el gusto tanto de lectores como de

escritores por tener una fotografía del hecho en cuestión.

Actualmente existen revistas y periódicos que poseen más información - gráfica que escrita, tienen gran cantidad de seguidores y gozan de gran popularidad especialmente entre los menores de edad, jóvenes y personas que prefieren las noticias así ofrecidas, porque son de fácil comprensión y no tienen que esforzarse mucho para entenderlas. Si la fotografía es buena, con sólo leer el pie de foto se tendrá un amplio panorama de lo ocurrido.

Los reportajes gráficos surgieron poco tiempo después que se empezó a utilizar la fotografía como complemento y los fotógrafos tuvieron que aprender las técnicas del redactor y llegar a poseer las mismas cualidades como la imaginación, la agilidad, la perceptibilidad y la objetividad.

Las fotografías técnicamente buenas, son casi siempre del agrado de los lectores. Si al tomarla se alcanza la perfección también en contenido informativo y significado, se tiene al mismo tiempo la preferencia del público.

Los pasos del perfeccionamiento técnico en la fotografía se han aprovechado al máximo, alcanzando a captar de esta forma gestos o alguna acción en su punto culminante o bien ademanes muy significativos; así el lector se siente testigo presencial del acto y lo cree más veraz.

Pero volviendo al punto de partida, la fotografía siempre ha sido aliada fenomenal de la nota roja; ya que con las características propias de una foto se adquieren varios lectores y más si una fotografía presenta un suceso sangriento.

La fotografía y la "nota roja" vienen unidas, ya que desde el principio de sus orígenes, la hoja volante fue precursora del periodismo en casi todos los países, ella presentó la descripción sensacional de un acontecimiento real



o ficticio, casi siempre presentado en *toxcas xilografías*.

Actualmente un periódico o revista de nota roja, se distingue primordialmente por llevar en sus páginas fotografías elocuentes de la acción que traten y si es en gran número de ellas mucho mejor. Presentan fotos alusivas a la información y en ocasiones grandes imágenes llamativas relacionadas mínimamente con el suceso en cuestión.

Se han dado casos en que mucha gente lectora compra una publicación tan sólo por una fotografía, pero al buscar mayor detalle en las páginas de las mismas se da cuenta que sólo fue engañado y motivado por esa imagen sugestiva.

Muchos periódicos publican imágenes como gancho; presentan una de las mejores fotos con pie, la notificación de que en tal o cual página habrá información referente, pero no hay nada, un ejemplo de ello es el periódico La Prensa. Diario que presenta muchas fotos sobre algún homicidio y redacta el pie de ellas así: nombre de una persona que fue muerta a balazos por. . . información en páginas centrales.

Cualquiera de los periódicos que hacen de la fotografía un arma, como en esos casos citados, deberían de ser castigados por las asociaciones de prensa de editores como periodistas, porque no es más que un burdo engaño al público.

Los periódicos de nota roja pueden ser acusados de publicar un gran porcentaje de fotografías de mal gusto. En su mayoría las que se reproducen son sobre nota roja de policías, de criminales, de cadáveres, etc. Todas estas fotos hacen más que estimular el mal gusto del público.

Lo hacen acostumbrarse a lo desagradable y en lugar de ayudar al periódico en su misión educadora y que en su mayoría la tienen, proporcionan un esparcimiento que tergiversa esa finalidad.

El objetivo de publicar tales fotografías es tan sólo

el de despertar el morbo de los lectores, siendo su único fin satisfacer el instinto de fiera que todos llevamos dentro en mayor o menor grado y más o menos reprimido por la educación.<sup>12</sup>

Además:

Como ya es costumbre los editores han encontrado nuevamente disculpas al hecho de publicar fotos llamativas y algunas veces de mal gusto, afirmando que la fotografía en los diarios de nota roja, tienen el mérito de atraer y acostumbrar a muchas familias que hasta ese entonces eran poco afectas a la lectura de publicaciones comunes. Además afirman que en una publicación con una foto se puede ver la veracidad de los hechos de que habla dicho diario.<sup>13</sup>

Los objetivos primordiales de la fotografía periodística son los mismos que los de las noticias escritas, pero a la información gráfica se le debe de agregar el toque informativo para ser de gran interés al público lector.

Las imágenes en los periódicos deben de ser para esparcimiento y solaz del lector, completar los cuadros informativos, pero a la vez distraer, entretener y alegrar. Si no cumple con esos fines, está desviando los propósitos para los cuales fue creada y debe de sucumbir de los periódicos.

Ninguna de las fotografías que publican los diarios de nota roja con la mira de llamar la atención y atraer compradores es agradable. Muchas son groseras y todas o casi todas vulgares y de pésimo gusto y no se diga las que llegan a la pornografía.

---

<sup>12</sup> Lindrot T, Carl. **Sensacionalismo en las noticias en ciencias políticas y sociales**, P, 19

<sup>13</sup> Jiménez Torrijo, German. **La importancia de la nota roja en el Distrito Federal**, p. 84

Es por ello que la fotografía ha sido utilizada a lo largo de los años como un arma letal en la nota roja, ya que posee todas las cualidades de atrayentes e inquietantes que necesita el público para despertar en él su insaciable morbo.

Desgraciadamente se empezaron a utilizar las fotografías para enmarcar sucesos de nota roja y lo que es escandaloso con simples palabras se volvió doblemente molesto con la participación de una foto, lo cual no tiene nada de malo en sí misma, sino que su mal radica en el uso que se le da.

De acuerdo con Ulises Castellanos quien se desempeña como coordinador y editor de la revista Proceso:

La fotografía de nota roja si bien es un género que provoca el morbo y es utilizado por algunos medios como anzuelo de venta, también impone habilidades y capacidades al fotógrafo de prensa. Este género impone su propia estética. El fotógrafo que lo practique debe apuntalar el hecho, no la situación que lo provocó<sup>14</sup>

## **2.5 LA NOTA ROJA EN ALGUNOS MEDIOS INFORMATIVOS**

En primera instancia nos referiremos al diario de mayor circulación en el Distrito Federal, por su gran contenido de información de nota roja, en el interior de sus páginas, desde luego estamos hablando del *La Prensa*.

Es un diario de forma tabloide, con un tiraje de 250 mil ejemplares en el Distrito Federal, el cual en sus inicios no tenía tanta popularidad como hoy en día; pero al momento de darse cuenta los directivos que la sangre y el sensacionalismo eran una manera "mágica" de atraer al lector, no se hizo esperar demasiado tiempo en incluir notas

---

<sup>14</sup> Ulises Castellanos, Manual de Fotoperiodismo, México, p. 36

policiacas, para darle un matiz llamativo y sensacionalista.

Se puede hablar también de programas televisivos como **Duro y Directo y Fuera de la Ley** en Televisa o **Ciudad Desnuda y Visión Urbana** en TV Azteca, además de **Primer Impacto y Al Rojo Vivo** (que continúan al aire) donde se muestra claramente el manejo de la nota roja, dando a conocer hechos sangrientos o violentos en todo el mundo.

Durante los setenta las características esenciales del tiempo y el espacio están presentes en el registro de sus hechos criminales. Los motivos por los que se mata, los protagonistas, los temas importantes, nos hablan de la estructura e ideología de un país.

En los ochenta se plantea la confusión entre las esferas criminales y de seguridad por el protagonismo delictivo de grandes jefes policiales, y la absoluta hegemonía del tráfico de drogas.

Durante la década de los noventa pareciera que dicho género periodístico tuviera un origen social, pues de presenta en el interior de un comunidad y, por lo tanto, es un indicador de la situación que se vive dentro de ese lugar.

### **2.5.1 POR QUÉ LA INFORMACIÓN POLICÍACA FORMA PARTE DEL PERIODISMO?**

Una de las virtudes del periodismo es el poder abarcar todos los acontecimientos de interés y gran trascendencia para la humanidad. Para el ser humano todo suele ser interesante, desde un descubrimiento científico, hasta sucesos políticos, culturales, económicos, artísticos, deportivos y sociales.

La fuente de la nota roja son los hechos delictivos. Estos se originan por diversas causas o sucesos, como los psicológicos y socioculturales que representan una gran parte de los actos humanos, por lo que son de gran interés para el público.

Debe tomarse en cuenta que desde el punto de vista político el periodismo ocupa un lugar primordial. Por su conducto se puede lograr que las mayorías concentren la atención en aquellos hechos que el político considera pertinentes para poder manipularlas.<sup>15</sup>

Otro aspecto importante es:

El actual tratamiento de la nota roja es el desarrollo acelerado del capitalismo y, en consecuencia, del libre comercio. Apoyadas en estos conceptos y en la <libertad de expresión>, son muchas las personas que han convertido a la nota roja en una verdadera industria.<sup>16</sup>

## **2.6 EL MORBO Y LA INCONSCIENCIA**

El por que de la tendencia del lector a informarse de nota roja, es sin lugar a duda uno de los puntos de mayor importancia.

Son muchos los especialistas que afirman que el hombre es violento por naturaleza y necesita exteriorizar su coraje, para aminorar sus tensiones nerviosas en la vida cotidiana.

El lector de nota roja, es un individuo que en un 90% de los casos su nivel social y económico es bajo; que vive obviamente en colonias pobres y de escasa cultura, las cuales están expuestas al más alto grado de violencia de toda la ciudad. Sin embargo, no solamente la gente de bajos recursos está sujeta a actos violentos, ni que tampoco sólo este sector de la sociedad lea la nota roja.<sup>17</sup>

Con la aparición de violencia en la nota roja, se despierta un determinado e invariable interés en observar como ocurrieron los hechos y en que forma se fueron

---

<sup>15</sup> Ligia, Ochoa Leyzaola. Nota roja ¿crimen que se informa o información criminal? . p. 10

<sup>16</sup> Ligia, Ochoa Leyzaola. Nota roja ¿crimen que se informa o información criminal? . p. 11

<sup>17</sup> Jiménez Torrijo, German. La importancia de la nota roja en el Distrito Federal, p. 88

desarrollando, de esta manera estará saciando sus ansias de violencia, descargándola en la lectura de ese hecho sangriento.

Vemos aquí que la violencia juega un papel importante en el desarrollo de la nota roja, pero sin embargo existen otros aspectos de igual importancia, como lo son la inconsciencia y la morbosidad del lector, factores determinantes en el imperio comercial de la nota roja.

En efecto la inconsciencia del lector, motiva su amplio manejo en cuestiones comerciales; él no se da cuenta de que está siendo utilizado, como objeto para la consecuencia de un fin y ni siquiera supone cuál es ese fin.<sup>18</sup>

Asimismo:

El lector de nota roja, en la inmensa mayoría de los casos, desconoce de la ética periodística que debería tener un reportero y mucho menos sabe que esa información es la adecuada para él, no obstante si el lector estuviera tan sólo enterado de todo eso, se daría cuenta fácilmente de la manipulación de los cuales es objeto por parte del escritor de tal información noticiosa y la rechazaría como reacción lógica.<sup>19</sup>

El morbo es en efecto, una característica fundamental en el consumo de la nota roja; junto con la violencia, la morbosidad de los lectores entra en juego para así convertirse en un esclavo del consumo comercial que arroja la nota roja.

---

<sup>18</sup> Jiménez Torrijo, German. La importancia de la nota roja en el Distrito Federal p. 89

<sup>19</sup> Jiménez Torrijo, German. La importancia de la nota roja en el Distrito Federal p. 89

Para muchos conocedores o especialistas en este tipo de noticias, la mayoría de los seres humanos y que vive dentro de nosotros, hasta que ciertas circunstancias lo hacen aparecer.

En este caso la circunstancia está al frente de nosotros, en un diario o en una revista, cuya información posee características esenciales en el levantamiento continuo del morbo popular.

No podemos negar que muchos de nosotros nos hemos visto atraídos por información de nota roja, a pesar de toda la preparación que hayamos tenido, así pues es fácil comprender que el individuo normal, de escasa educación, se verá envuelto con mucha facilidad por este tipo de noticias.

## **2.7 DESAGRAVANTES DE LA NOTA ROJA LA VERDAD INFORMATIVA**

La verdad y la realidad son equivalentes, la verdad está ligada al dominio del conocimiento y el conocimiento humano, a la existencia real y efectiva de una cosa, no se limita a reflejar los objetos, sino que tiene que diferenciar lo verdadero y lo falso de una noticia.

Si el hombre no tuviera la capacidad de conocer la verdad, se estaría condenado a ser determinado, no podría conservar una libertad porque impondría a su acción una serie de hechos como buenos y deseables, sin la capacidad de analizarlos.

Y sólo en la medida de que los hechos son aprendidos por el hombre a la luz de la verdad, puede tomar una actitud independiente respecto de ellos.

Ahora bien, para poder alcanzar la verdad informativa es necesario que el periodista tenga como fin encontrar la verdad de lo ocurrido en el hecho noticioso, pues es una

exigencia que debe de ser buscada y sentida, el periodista entonces es la pieza fundamental en este rompecabezas.

En este sentido el informador de nota policial, no puede ser cualquiera, sino la persona idónea para ello. El periodista debe de estar capacitado tanto intelectual, como moralmente, sin esta capacidad de captar fielmente una realidad o un hecho; es totalmente ilusorio hablar del informador y de su labor.

El periodista de nota roja tiene que saber como dar a conocer los acontecimientos, es decir tiene que presentar y expresar la realidad que verdaderamente existe en el objeto social sobre el cual se investiga.

Si no lo sabe, si no lo conoce, no puede, no debe informar, pues más que informar va a desinformar.

La verdad informativa es la doble adecuación del entendimiento del informador con la realidad objetiva y de la comunicación con el entendimiento del informador. Cuando falta la primera se produce el error; cuando falta la segunda se produce el engaño.

Para captar la verdad es necesario que el periodista se esfuerce por captar la realidad y luego comunicarla para que así se cumpla con los deberes de objetividad respectivamente.

La verdad, entonces, debe de ser una primicia para todos los medios de comunicación y en especial para los reporteros.

La verdad es la primera obligación ética del periodista, si no tiene el periodista este fundamento como mira básica, puede caer en el constante engaño y llevar consigo a su público lector.

La verdad informativa debe de ser uno de los hábitos de la información si quieren los medios de comunicación conservar su título de "medios de servicio social" si el público no encuentra esta característica en los periódicos,



en la radio o en T.V. no se informará jamás, porque se sentirá constantemente engañado y el hombre no puede vivir en el error eternamente.

Es por eso que los medios de comunicación, debido a su gran importancia como medios de servicio social, deben de buscar el bien común y esmerarse en la búsqueda de la verdad en todo tipo de información y no solamente en la de nota roja.

El periodista tiene la obligación de poner todo lo que esté de su parte para lograr la verdad informativa.

Para lograr esto, el periodista, además de ser un buen observador, debe poseer una buena preparación intelectual y ética para que sepa distinguir la verdad del error, la realidad de la fantasía o de las convenciones ideológicas.

Es indispensable, también que los comunicadores no se escuden en la premisa de que hay muchas verdades, porque éste es uno de los grandes errores más graves en lo que se puede incurrir, pues entonces cada individuo informaría como más le agradara.

Todo periodista debe de tener ante sí la necesidad de pensar bien, buscar la verdad, y no aventurar juicios y hacer conjeturas antes de conocer totalmente un hecho, porque si se da a conocer parcialmente una información, está actuando en contra de la verdad.

El periodista, por lo tanto, cuando quiera buscar la verdad informativa lo primero que tendrá que hacer es asumir una actitud realista, porque sólo así comprenderá la realidad tal como él.

La realidad es pues el fundamento del bien. La afirmación de la existencia de una realidad que existe en sí independientemente de la proyección.

## 2.8 AMARILLISMO Y SENSACIONALISMO

En algunos países de habla hispana, el amarillismo es un término que sirve también para denominar a medios que hacen ruido y escándalo por cualquier cosa.

Ya sea amarillismo o sensacionalismo, nuestra prensa no necesita del manejo de notas en las que lo sensacional o espectacular sea el gancho para atraer la atención de los lectores.

El nacimiento del amarillismo dentro del ambiente periodístico obedece a causas de índole económicas. Según las leyes del mercado capitalista la cultura es una mercancía. Esto origina, la destrucción del público culturalmente raciocinante y en su lugar surge un público consumidor de cultura.<sup>20</sup>

Por consiguiente:

La prensa de masas se basa en la transformación comercial de la participación de amplias capas en la publicidad, que tiende a hacerla accesible sobre todo a las masas. Esa publicidad ampliada mermó el carácter político de la prensa en la medida en que el medio <facilitación psicológica> pudo convertirse en el fin en sí mismo de un mantenimiento comercialmente fijado del consumo. (...).<sup>21</sup>

Todas las noticias pueden llegar a provocar diversos sentimientos como dolor, angustia, compasión, sufrimiento, llanto, alegría.

"El sensacionalismo es más notorio en las crónicas rojas de los periódicos y revistas. No es exclusivamente policial, puede y se hace

---

<sup>20</sup> Ligia, Ochoa Leyzaola. Nota roja ¿crimen que se informa o información criminal?, p. 11

<sup>21</sup> Jurgen, Habermas. Historia y crítica de la opinión pública, p. 197

sensacionalismo en otros géneros, en la política tanto como en una crónica de arte, en el anuncio de una boda como en el resultado de un partido de fútbol".<sup>22</sup>

En el amarillismo, la filosofía es la de provocar la noticia si esta no existe, en cualquier caso, deformarla o tomarla por donde pueda despertar el interés del lector. En general es una manera no bien vista de hacer periodismo, de ahí que el calificativo de amarillismo se haga con un tono despectivo.

Podemos definir al sensacionalismo como:

La alteración de un acontecimiento noticioso para darle una importancia mayor a la que realmente tiene. Para resaltar esos acontecimientos, en los medios impresos no pueden faltar los grandes encabezados con signos de admiración, interrogación y adjetivos que llamen la atención, así como las fotografías.<sup>23</sup>

Mientras:

El amarillismo es el arte de provocar impacto en la población a través de gráficas y encabezados elocuentes para atraer la atención sobre nuestro producto y de esta forma obtener lectores, regularmente la nota roja es el sustento del amarillismo. Debe quedar claro que la prensa es un órgano informativo, pero más que nada es un negocio y lo importante es vender.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> Arturo, Rivadeneira Prada. Periodismo, Trillas, p. 245

<sup>23</sup> Claudia, Díaz U y Eunice Martínez. El sensacionalismo de la prensa escrita en la fuente de espectáculos, p. 50

<sup>24</sup> Entrevista realizada a Tomás Rojas, La Prensa, junio de 1994 por Rocío, José Aparicio. El derecho a la información vs el derecho a la vida privada, p. 65

## 2.8.1 SIGNIFICADO Y DIFERENCIAS ENTRE SENSACIONALISMO Y AMARILLISMO

El hombre ha manifestado sus ideas de muchas formas a través del tiempo y el periodismo ha jugado un papel preponderante en la difusión de esas ideas.

La importancia que con los años ha adquirido el periodismo y la insaciable demanda de novedades por parte del público, le ha hecho objeto de diferentes manejos.

Hay quienes han recurrido a un singular estilo en cuanto al manejo de la información y a un singular estilo de darla a conocer.

El amarillismo es la degradación del periodista, cualquiera que realice este tipo de publicación no tiene ética ni preparación académica, pues es lo más sencillo de realizar y se vende en grandes cantidades, es una vergüenza que revistas amarillistas salga a la luz pública y que se les haya otorgado un permiso de licitud a través de la Secretaría de Gobernación.<sup>25</sup>

El sensacionalismo se ha visto favorecido por la inmensa cantidad de información que se genera y obligan al lector a optar por aquel mensaje que llame más su atención.

Luka Brajnovic<sup>26</sup> establece dos tipos de sensacionalismo:

Moderado: Dirigido al interés humano: Destacando los valores periodísticos por causas extraperiodísticas.

Supervalorando la noticia veraz

Moderado: Dirigido a vivenciar sensaciones preseleccionadas: Llamar la atención, mediante efectos

---

<sup>25</sup> Entrevista a Guillermo Valencia, El Universal Junio de 1994, Rocío, José Aparicio. El derecho a la información vs el derecho a la vida privada, p 65

<sup>26</sup> Luka, Brajnovic. Deontología Periodística, p. 146

técnicos, sobre una noticia más o menos importante. Insistir en un aspecto sin ocultar lo demás.

Exagerado: Dirigido a las pasiones: Despertar en el público los apetitos subculturales e inframORAles. Adulterar la verdad con el fin de provocar efectos extrainformativos.

Exagerado: Dirigido a la curiosidad morbosa: Facilitar la "carnaza de sensaciones nuevas". Propagando la inmoralidad.

Por su parte, el nombre de amarillismo se basa en el diario The World que para atraer lectores, publicaba su página cómica dominical en escandaloso color amarillo, la sensación fue conocida con el nombre de Yellow Kid y su inventor fue OutcoulT.

Como parte de la diferenciación entre el amarillismo y el sensacionalismo, se explican algunas características de este última:

- El énfasis que se da al manejo de las emociones.
- Amplia presentación tipográfica de la información.
- Abundancia en adjetivaciones, a personas, situaciones, hechos.
- Descripción de detalles carentes de valor informativo.

En tanto que en el amarillismo:

- Se deforma la noticia, al desbordarse el reportero en el manejo de las emociones, sugiriendo o hasta inventando situaciones que pretenden dar pánico al público lector.
- Se insulta y se ofende con exageradas adjetivaciones a los protagonistas de hechos delictuosos, llegando en muchas ocasiones a ponerlos en ridículo.
- Descripción exagerada de detalles, que aunque carentes de valor informativo, satisfacen la curiosidad morbosa del lector.

Hoy en día, el estilo sensacionalista sé continua utilizando, aunque con una marcada diferencia que estriba en un degenerado amarillismo.

## **2.9 LA NOTA ROJA VS AMARAILLISMO /SENSACIONALISMO**

La nota roja es<sup>27</sup>:

Se menciona una clasificación:

1. Utilitarias: por considerar que resultan útiles en la redefinición constante de lo noticiable en este género. Su presencia termina por contribuir a la creación de las normas que rigen en ese momento en la sociedad de la que son producto y a la que interpretan.
2. Convergentes:el suceso reseñado reviste una peculiaridad que le hace especial y no sólo apela a las fibras sentimentales, sino a la capacidad de asombro, de indignación o sorpresa.
3. Indiciales: porque cumplen la función de integrar un nivel superior de relato o contexto. El lector requiere de apreciar en toda su magnitud los hechos relatados: la información se da en forma serial. La explotación del morbo sigue siendo el centro de la intencionalidad en este tipo de notas, pero con las notas indiciales el género se amplía, porque ya no se da cuenta solamente de hechos consumados; se especula, se advierte, se declara, se investiga, se denuncia al respecto de los grandes temas.

En cambio el amarillismo lo que más llama la atención es<sup>28</sup>:

1. La especulación de la noticia (explotación del morbo)
2. El uso inadecuado del lenguaje
3. La actitud cínica de quien escribe

---

<sup>27</sup> José Luis Arriaga Órnelas, Revista Razón y Palabra, No. 26, "Colombianización o Mexicanización periodística. La nota roja en los noventas"

4. La falta de regulación para lo que se escribe
5. La falta de especialización del periodista en las diferentes áreas del periodismo
6. El acelerado crecimiento de la violencia, entre otro.

Tanto la nota roja como el amarillismo requieren de ciertos aspectos para poder darle realce a los hechos y podemos darnos cuenta de los elementos que conlleva a presentar una información que llega a ser importante o llamativa para la población en general

En México y principalmente en el Distrito Federal una de las dependencias más importantes y que se avocan a salvaguardar el bienestar y la seguridad de la nación es la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal, donde su Lema Lealtad, Honradez y Eficacia; asimismo su Misión de mantener el orden público; proteger la integridad física de las personas y de sus bienes; prevenir la comisión de delitos e infracciones a los reglamentos del gobierno y de la policía y auxiliar a la población en caso de siniestros o desastres, son la base fundamental en el manejo de dicha dependencia.

---

<sup>28</sup> Revista Latina de Comunicación Social La Laguna Tenerife, Febrero de 2001, Año 4º, No. 38 “La Prensa Amarillista en México”

## **CAPITULO 3**

### **3. ANTECEDENTES**

#### **3.1 Secretaria de Seguridad Pública del Distrito Federal**

La Secretaría de Seguridad Pública del DF es una de las encargadas de preservar la seguridad y el bienestar de la ciudadanía y es el lugar a donde los periodistas acuden cuando de hechos delictivos de gravedad que involucran sucesos de sangre y violencia se presentan en la capital del país.

Por lo tanto, una de las metas primordiales del Gobierno de la Ciudad de México es mejorar la calidad de vida y la percepción de seguridad pública en la ciudadanía, esto en coordinación con una de las dependencias más importantes como lo es la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal (SSP).

Por lo tanto, uno de los objetivos que guía la labor de la Secretaría de Seguridad Pública es la reducción del índice delictivo, en particular de aquellos delitos que tienen un mayor impacto en el patrimonio e integridad de la ciudadanía.

En estos dos últimos años, se ha emprendido una profunda reforma de la policía. El objetivo es que la Ciudad de México cuente con una policía profesional, moderna, eficiente y alineada con los valores de la democracia y los derechos humanos.

Por consiguiente, hablaré de la seguridad existente en el país desde la época de la colonia.

##### **Época Colonial<sup>29</sup>**

Al inicio de la época colonial las calles y callejones de la Ciudad de México estuvieron vigilados por el Sereno,

---

<sup>29</sup> Síntesis Informativa de la SSP



personaje de leyenda que vigilaba al amparo del faro de tenue luz.

En las calles coloniales al filo de la noche, los vecinos podían recurrir al Sereno por ayuda y éste acudía tanto a un servicio que involucraba la seguridad del pueblo como para recetar una medicina.

En 1542 se difundió lo que sería la capital de la Nueva España, se funda la Ciudad de México, con una serie de lineamientos administrativos; entre ellos el esquema base de la policía para su funcionamiento ante la sociedad; el término "policía" no era reducido a vigilar o cuidar el orden de una sociedad, incluía el administrar todas las actividades que se generaban en la ciudad anteponiendo el aseo, vigilancia y seguridad.

La Policía del México Colonial estaba sujeta al ayuntamiento de la Ciudad y el Órgano Institucional que la administraba era **La Junta de Policías**, además de ser responsable absoluto de las acciones emanadas de ésta actividad. Las funciones no se redujeron solamente a las formas de vigilancia de la Ciudad, sino que además era la base fundamental de la Administración misma. La policía no lograba ejercer control sobre toda la serie de actos vandálicos en la Capital, así que para atacar tales hechos delictivos se instituyó la **Santa Humanidad de la Acordada** a semejanza de la que existía en España.

La **Santa Humanidad de la Acordada** tenía la obligación de poner orden sobre asuntos que tuvieran relación con la seguridad de los ciudadanos, pero grandes fueron los inconvenientes que la Acordada presentó en la Policía, pues al tener facultades propias, ponían mayor desorden en las calles y sitios públicos. Sus sistemas fueron verdaderamente crueles, y lesionaban o mutilaban a quienes cometían algún

delito, dejando a los heridos o muertos tirados en la vía pública.

Para el año de 1811, se formó un Reglamento de Policía con las pautas fundamentales en la Organización de la Ciudad y ahí se planteó el nombramiento de un **Super Intendente de Policía y Tranquilidad Pública** cuyo desempeño era sin remuneración, sin embargo, se puede pensar que posiblemente se valía de diversos medios para obtener alguna ganancia o realmente no recibía gratificación de ningún tipo.

### **Época Independiente**

Cuando el virreinato establecía las pautas de Gobierno a seguir, se dictaron distintas normas de Policía para evitar los desordenes que la Insurgencia provocaba, dejando a las Tropas Realistas la vigilancia en los caminos que conducían a la Capital.

En 1838, con el fin de mantener el orden público en la ciudad de México, se establecieron los Cuerpos de Policía Municipal de vigilantes nocturnos y diurnos. El objetivo más importante del Gobierno era que el orden público no fuera alterado por ninguna causa, también se le dio forma a un nuevo cuerpo de Policía Montada.

### **Porfiriato**

En 1886, en la presidencia de Porfirio Díaz, el índice de criminalidad había bajado considerablemente en la capital de la República y en los caminos nacionales se hacía patente una mayor seguridad.

En el porfiriato nada nuevo se gestó aunque era bien sabido que en esta época se controló el precepto delictivo con mucha energía.

Para 1900, se inauguró una penitenciaría y se gestaron infinidad de reformas, todas apoyadas y legisladas por el Ayuntamiento de la Ciudad de México.

### **Gobiernos Post - Porfiriatos**

En el período de Madero, se creó el <<batallón de seguridad pública>>, el cual prestó útiles servicios a la metrópoli, y provocó se aumentara el número de policías, como fueron los llamados gendarmes de caballería, mismos que armaron con fusiles y ametralladoras.

### **Gobiernos Post - Revolucionarios**

Como autoridad directa de la policía de la ciudad se encontraba el Inspector General, quien dependía del gobernador pero era designado directamente por el Presidente de la República.

En 1929 fue electo Presidente de la República, Plutarco Elías Calles. En este período presidencial fue cuando se dio inicio a las actividades de preparación de las fuerzas policiales: Unificar las corporaciones de Policía promoviendo la unidad de mando y acción, establecer la disciplina militar, hacer de la Policía una carrera en la que se ascendiera por escalafón.

La jefatura de tránsito organizada provisionalmente en 1922, fue separada de la jefatura de policía en 1928 y se legalizó en 1930. La policía de tránsito realizó su primer patrullaje con motocicletas en 1928 y en unidades motorizadas en 1938. En ese mismo año se publicó la Ley Orgánica del Distrito Federal y quedó dividido en un Departamento y doce delegaciones de policía, cada una integrada por un agente del Ministerio Público, un delegado y una compañía de policía. El Reglamento Orgánico de la Policía Preventiva del Distrito

Federal de 1939, depositó el mando supremo de la misma en el Presidente y el director en jefe de la Policía.

Conforme al reglamento de 1939, las corporaciones dependientes de la jefatura de la policía fueron las siguientes: la policía a pie, los montados, los motorizados, los políglotas, los vigilantes de las pertenencias, los auxiliares, los de servicio, los asimilados y los cuerpos de bomberos, tránsito y servicio secreto, todos ellos para cuidar el orden y bienestar de la nación.

La Dirección General de Policía y Tránsito, servicios de la policía en las 16 delegaciones políticas; desde 1971 adoptó el uniforme color azul oriente antes del azul marino preventivo y el tabaco y beige de tránsito; de 1972 a 1975 adquirió moderno armamento, actualizó sus unidades motorizadas, renovó técnicas, sistemas y métodos policiales; renovó equipo, amplió el número de plazas para policías, organizó el cuerpo femenino y creó nuevos servicios sociales de Policía Preventiva.

## **3.2 COMUNICACIÓN SOCIAL**

### **3.2.1 Secretaría de Seguridad Pública del DF (SSP)**

Dirigida por el Licenciado Miguel Ángel Guerrero López a partir del 1 de octubre de 2003

El Departamento de Comunicación Social de la SSP es la encargado de proporcionar toda la información que requieran los periodistas o reporteros que acuden a la fuente.

Dentro del área de Comunicación Social se encuentra una **subdirección de estructura**, la cual se encarga de toda la información que se da en los diversos medios de comunicación,

y de que tanto se habla del Secretario General: Marcelo Ebrad Casaubón.

También existen otras áreas siendo ellas:

**a) Área de Orientación, Información y Quejas:** *está* área se encarga de orientar los asuntos de la Secretaría y quejas respecto a los policías.

**b) Área: Centro de Información Judicial General:** *aquí* el trabajo es mucho más enriquecedor para los periodistas por que a través de los radios transmisores con que cuenta la sala de prensa, se captan "juglares"<sup>30</sup> (información noticiosa), donde inmediatamente se mandan reporteros, fotógrafos de la misma secretaría para que recaben la información de los acontecimientos y posteriormente se estructure un informe del día, el cual se envía al secretario para que le sirva de base (esto en cuanto a como fueron realizadas las detenciones, o en caso de declaraciones en su contra o a su favor para desmentir o aclarar algunos asuntos a través de una conferencia o una entrevista destinada a los medios de comunicación).

**c) Sala de Prensa:** Departamento dirigido por el Licenciado Rodolfo Hernández Jiménez; *está* sala de prensa ubicada en la planta baja ocupa un espacio algo pequeño dentro de las instalaciones de esta secretaría, lugar donde los diferentes medios de comunicación llegan y se instalan en unos escritorios que cuentan con máquinas de escribir para redactar la nota que se llega a dar a través de un televisor que está en medio de la sala, o de las síntesis que les presta la propia secretaría a los reporteros.

---

<sup>30</sup> Juglares se les denomina a los reporteros que laboran dentro de comunicación social de la SSP

Es un área libre donde el CIT (Centro de Información Televisivo) se encarga de monitorear los canales nacionales y las áreas con las que cuenta esta dependencia.

Respecto a los boletines de prensa, sólo se distribuyen dentro de la Secretaría, no son de difusión, sirven de base para el manejo de la dirección. Pero los periodistas sí pueden consultarlos para recabar información que hay, que casi por lo regular son notas informativas que salen de la misma secretaría y que posteriormente se generan.

**d) Área de Monitoreo;** se encarga de registrar todo lo relacionado en punto de la de secretaría, así como los robos, asaltos, suicidios, secuestros, choques. Información que se distribuye en todas las áreas de la organización, para quienes la quieran solicitar, como los periodistas (síntesis informativa).

Además de dar conocer a fondo todo lo relacionado con la SSP tanto en los medios electrónicos como impresos, lo que se dice de ella y de que manera lo hacen o lo dan a conocer.

En la Síntesis Informativa recopilan toda la información de los distintos medios, día a día, donde se dan a conocer los ilícitos cometidos el día anterior; así como lo relacionado con las actividades del Secretario General Marcelo Ebrard, sobre las bandas policíacas. Se divide en las siguientes secciones: Boletines, Información de la SSP, Noticias Policíacas, otros.

La Secretaría ha sido una dependencia muy golpeada por la prensa y por los ciudadanos, debido a su poca eficacia para mantener el orden o la seguridad de la población. Entre sus funciones que posee es la de ver que salga a la luz la información sin distorsiones a la opinión pública. Las denuncias más comunes que se presentan en el área de Orientación, Información y Quejas, es sobre la existencia de

policías corruptos, policías borrachos y la falta de protección a la ciudadanía.

Estrategias: uno de sus objetivos primordiales de la Secretaría es que se cumplan los programas que existen y no se dejen en el olvido. Como ejemplo, podemos hablar del programa Barrio entre otros que se crearon durante la década de los ochenta como parte de los beneficios al pueblo. Muchos programas han desaparecido por no obtener los resultados que se esperaban. Se requiere darle el seguimiento y la confiabilidad a estos puntos que les permiten recibir de alguna manera la confianza de las personas y ver resultados positivos para la dependencia.

Se requiere crear y apoyar todo lo relacionado con los programas que buscan encontrar y dar tranquilidad a la población y no solamente crearlos, dejarlos a la deriva y luego olvidarlo.

#### MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON LOS QUE TRABAJA

Básicamente la relación de la SSP con los medios depende como se maneja un poco en la entrevista, todos los medios son bien recibidos, se les trata de la misma manera y se intenta apoyar en lo que se puede y este al alcance de la institución. La Secretaría se encarga de la elaboración de boletines que posteriormente son enviados y / o dados a conocer a través de los medios de comunicación. En cuestión de los medios extranjeros, reciben el mismo trato y se les da lo que desean porque en SSP del DF no es muy común el recibir la visita de periodistas extranjeros, como ejemplo, podemos hablar de la visita de un periodista de Telemundo que deseaba entrevistar a alguna personalidad de las más importantes de la dependencia pero todo era cuestión de saber

si había tiempo o no, entonces se buscaron los medios para tratar de darle esa información, pero en general a todos se les da el mismo trato.

#### **DEPARTAMENTO DE MONITOREO**

Básicamente su labor es darle seguimiento como se plantea a lo largo del trabajo, desde la prensa escrita, los medios electrónicos como radio y televisión y hasta en el mismo Internet sobre todo lo que acontece en torno a la Secretaría de Seguridad Pública y su director Marcelo Ebrard, siempre se tiene conocimiento de esto para poder darle respuesta o analizar adecuadamente que pasa, que se dijo y que se va a realizar posteriormente, si se tiene que aclarar algo o corregir cierta información. Monitoreo está constantemente en actividad tratando de mantener con gran regularidad informada a la dependencia y saber cuando algo anda mal o cosas relacionadas con ella.

En este departamento están desde las tan mencionadas síntesis informativas, hasta los televisores o radios que sirven como base para la investigación y seguimiento de los medios escritos y electrónicos respectivamente.

#### **ESQUEMA DE DIFUSIÓN**

Se maneja de tres maneras posibles:

- ✓ Carteles pegados en el metro y diversas zonas de México.
- ✓ Spots de Radio y TV.
- ✓ Anuncios publicitarios en los principales diarios de circulación en nuestro país, para dar a conocer información de la dependencia como los logros y metas, además de sus departamentos y secretarías.

La SSP es una de las encargadas de dar solución a problemas que se susciten en el país y que tenga que ver con hechos de



sangre o violencia; sin embargo con el paso de los años en algunos casos estos asuntos de dejan sin llegar a detectar realmente al culpable o causante del hecho.

Por lo tanto, la existencia a través de los años de diversos medios de comunicación, de la aparición de la nota roja y amarillista / sensacionalista como una forma de dar a conocer información de corte sangriento o morboso y de la presencia de una de las dependencias encargadas de velar por el bien y seguridad de la gente se da pie a uno de los aspectos más importantes dentro de la vida de los periodistas en México y el mundo entero, el código de ética Periodística.

## **CAPITULO 4**

### **LA ÉTICA DEL PERIODISMO**

El periodismo, como cualquier profesión merece todo el respeto y profesionalismo de quien lo ejerza, para informar al lector concretamente, aunque, en el campo del periodismo de *Nota Roja*, puede llegar a ser difícil (en ocasiones requiere de un ingrediente extra como el morbo), pero no imposible lograr escribir con "Ética Periodística".

Clara Isabel Vélez en una entrevista realizada por Ana Lilia Pérez para la revista Los Periodistas<sup>31</sup> expresó:

Que la ética del periodista se debe plasmar hasta en la nota más corta, lejos del morbo y sensacionalismo. Me preocupa que la noticia se haya convertido en un show y los periodistas en estrellas que firman autógrafos.

Por otra parte, con ayuda de la UNESCO se organizaron, a partir de 1978, reuniones tanto nacionales como internacionales de periodistas profesionales que, en total eran más de 400 mil periodistas activos de todas partes del mundo.

#### **4.1 Definición de Ética**

La ética es una rama de la filosofía que estudia las normas que rigen el comportamiento humano, de acuerdo con su propia naturaleza. Asimismo, es una ciencia teórica, participa del saber práctico y sirve de fundamento a la acción.

Etimológicamente, ética, viene de "la palabra *Éthos* del griego, designaba todo lo concerniente a los hábitos, costumbres, modo de ser. Determina la manera de obrar de una

---

<sup>31</sup> Entrevista realizada por Ana Lilia Pérez para la revista Los Periodistas titulada Periodismo y fuego cruzado, Enero de 2004

persona y sus reacciones, una conducta humana, que por tanto, que se apoye en la habitud. Por extensión pasó a designar el comportamiento consciente del hombre, por el cual él mismo se autodetermina.

El éthos presupone en el hombre la existencia de una conciencia moral, es decir, una capacidad de distinguir entre el bien y el mal, un poder ordenado que lo lleve a obrar bien.<sup>32</sup>

Por razón natural cuando hablamos de ética periodística, lo relacionamos inmediatamente, con el arte de saber escribir bien, con todas las exigencias y limitaciones de los actos que puedan dañar de alguna manera a los integrantes de una sociedad. De ahí, que el secreto profesional de todo periodista (no sólo de nota roja), se relaciona con el respeto absoluto a la vida privada y su responsabilidad.

En el periodismo se considera que no hay fuentes de información preferentes o esenciales, que todas son iguales en importancia, cuando ésta se presenta y que puede presentarse con las informaciones valiosas en cualquier momento, sin embargo las fuentes de información policial, requieren de una extremada atención especial y cuidadosa por parte del periodista "profesional", y no improvisados conocedores del derecho o entendidos en asuntos jurídicos, porque comúnmente modifican la información y la transforman por su implícita autorización, sin ninguna responsabilidad profesional.

---

<sup>32</sup> Manuales de la Facultad Católica de Humanidades del Rosario. Temas de ética. Ediciones Colmegna p. 8.9

El periodismo también disfruta universalmente de importantes privilegios que los periodistas deben de prestigiar, salvaguardar, conservar y defender, considerados como una conquista, aún en los peligros que significa su contravención, por ignorantes o incompetencia que son corregibles, para evitar los delitos de prensa y los daños que por descuido se puedan causar a las personas que se encuentran relacionadas con los casos de *Nota Roja* concretamente, declaraciones, sanciones privadas de Estado, accidentes automovilísticos, muertos, etc.<sup>33</sup>

Esto explica con toda claridad, la necesidad del trabajo periodístico especializado que representa y requiere plena responsabilidad para tener presente la ética periodística en el trabajo diario.

Por eso, como principio general ya establecido, el reportero que se encarga de cubrir *Nota Roja*, no deberá de informar al público de los casos judiciales y de la culpabilidad, sino únicamente, con base en la opinión judicial correspondiente que impone, con absoluta independencia, una investigación periodística, serena, cauta, justa, desapasionada e idónea, para no caer en el sensacionalismo.

El sensacionalismo, es un periodismo mal intencionado, no se somete a las reglas de la ética periodística, es una forma de hacer de la verdad un instrumento de inmoralidad, impactado sobre los sentimientos humanos, por medio de una realidad proyectada en toda su crudeza. Es una de las formas menos adecuadas éticamente, para transmitir cualquier información de nota roja al público lector.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> Enrique, Aceves Mendoza, Introducción al Periodismo, p. 115

<sup>34</sup> Enrique, Aceves Mendoza, Introducción al Periodismo p. 119, 120

Y en muchos de los casos la verdad es exagerada y desfigurada para darle un contorno más sensacionalista, desde la entrada hasta el contenido de la propia nota.

Por eso, en la ética del periodismo, "el jugar limpio", es una idea que se ha acariciado toda la vida. En todas las sociedades se da el valor a lo bueno sobre lo malo, y los periodistas no son, ni deben ser una excepción, por eso se espera que exista mayor honradez por parte de la prensa.

#### **4.2.Ética del Periodista**

La ética periodística, como conjunto de normas que rigen el desempeño de una profesión o la participación de un reportero en los medio de comunicación, participa de los principios de la ética social.

Las normas morales individuales y sociales, poseen valores. La profesión periodística, participando así claramente de propios, valores que tienden a completar en su campo particular, aquellos valores trascendentes, completándolos, son transgredir la suprema norma del servicio del bien común y perfección última del hombre.<sup>35</sup>

El periodismo como empresa con miras a desempeñar una función social determinada, es un acto individual libre, no impuesto; previene de una elección personal, de una vocación, pero desde el mismo momento en que se asume esa función, simultáneamente se acepta una responsabilidad social especial, dada por su propio fin.

Desde el punto de vista social, la libertad de informar debe responder correlativamente al derecho de sus semejantes a ser informados íntegramente.

---

<sup>35</sup> Manuales de la Facultad Católica de Humanidades del Rosario. Temas de ética.. p. 15

Si bien, la sociedad necesita de la libertad de prensa para estar bien informada, orientada y dirigida, existen casos en que por razones éticas propias del periodista profesional, ciertas publicaciones no salen a la luz por considerarse nocivas para la comunidad.

Donde no hay verdad, no hay libertad, la libertad no florece, si no está dentro de la verdad y de la dignidad propia del ser humano, siendo ese el único terreno de acción que debemos de ofrecer a nuestra conciencia social, o profesional pero desgraciadamente esa libertad se ve coartada, no sólo por cadenas exteriores al individuo, sino también por puntos de vista propios de algunos periodistas que, sin reflexionar sobre sus actitudes, se dejan caer en la indiferencia, el prejuicio o el cómo (dejarse estar), de una profesión que, siendo dinámica por esencia, para esas mentalidades se ejerce la pasividad más absoluta.<sup>36</sup>

La libertad propia del periodista, en el ejercicio de su profesión, reside en el poder de la verdad. En tanto y cuanto el periodista escribe o diga la verdad, estará cumpliendo con su función ética, por consiguiente será más libre. La verdad dependerá del criterio del periodista, y no se le podrá imponer a éste una verdad que no esté en amplia comunicación con su criterio.

El periodismo posee una libertad, dado que se puede elegir, desarrollar y expresarse en esa actividad, de la misma manera no informará nocivamente a la sociedad con noticias que provoquen el pánico o que se apoyen en ideas y doctrinas contrarias a la moral y a las buenas costumbres. Por lo tanto, el comportamiento está vinculado al servicio de

---

<sup>36</sup> Manuales de la Facultad Católica de Humanidades del Rosario. Temas de ética, p.18, 19

la comunidad, deben presentar sus informaciones en forma realista y con el más alto grado de ética periodística.

Desde el punto de vista del acondicionamiento de la actividad periodística a una normativación de tipo ético, puede decirse en primer lugar quedará vedado para el periodismo, el esgrimir acciones que pudieran eximirlo de la responsabilidad en el ejercicio de la libertad de expresión, y por ende alejado de la verdad.

En el periodismo no debe de estar presente jamás una sola visión o punto de vista hacia la propaganda ni al partidismo, siempre el periodista, tendrá que tener una bandera crítica.<sup>37</sup>

La verdad puede ser violada, no sólo por falsedades intencionales y manifiestas sino también por omisión o parcelación de la prueba.

Verdad, lealtad y libertad son en resumen parte de la terminología utilizada en los diversos códigos de ética en la prensa y todas las exigencias de nuestra conciencia profesional, son deberes que no se interpretan por separado sino entre sí, ya que deliberada alteración de la verdad atañe, a la vez, al deber de la verdad y al de la lealtad, puesto que se trata del engaño frente al público, entendiéndose por verdad toda información verídica y real, que es presentada al público tal y como sucedió.

#### **4.3 Códigos de Ética**

En el presente apartado se conocerá más sobre el llamado código de ética periodística, desde la perspectiva del respeto a la vida privada, el secreto profesional, como de las instituciones más importantes en Latinoamérica, es la

---

<sup>37</sup> Manuales de la Facultad Católica de Humanidades del Rosario. Temas de ética.p 26,27

Felap (Federación Latinoamericana de Periodistas), donde se proclama un código latinoamericano de ética periodística, además de presentar diversos códigos tanto en el ámbito nacional (El Universal y La Crónica de Hoy) como en el internacional (Estados Unidos de América, Colombia, Reino Unido, Portugal e Italia), para entender el manejo de la ética en el mundo.

Basado en el texto **Los principios internacionales de ética profesional en el periodismo**,<sup>38</sup> podemos observar los lineamientos que deben seguir los periodistas para un buen manejo de las noticias y las fuentes:

#### **El Derecho del Pueblo a una Información Verídica**

El pueblo y los individuos tienen derecho a recibir una imagen objetiva de la realidad mediante una información precisa y global, de igual forma puedan expresarse libremente a través de diversos medios de cultura y comunicación.

#### **La Consagración del Periodista a la Realidad Objetiva**

El deber supremo del periodista es servir la causa del derecho a una información verídica y autentica mediante una dedicación honesta a la realidad objetiva, mediante una exposición responsable de los hechos en su debido contexto, destacando sus vinculaciones esenciales y sin causar distorsiones, desplegando debidamente la capacidad creadora del periodismo, la forma de ofrecer al público un material adecuado que le permita hacerse una idea precisa y global del mundo y en el que el origen, la naturaleza y la esencia de los acontecimientos, procesos y situaciones sean presentados con la mayor objetividad posible.

---

<sup>38</sup> Internet [www.altavista.com](http://www.altavista.com)



## **La Responsabilidad Social del Periodista**

En el periodismo, la información es entendida como un bien social y no como mercancía, lo que implica que el periodista comparte responsabilidad por la información transmitida y, por consiguiente, responde no sólo ante los que controlan los medios de información sino, a fin de cuentas, ante el público en general y sus diversos intereses sociales, por lo tanto, la responsabilidad social del periodista exige que éste actúe, bajo cualquier circunstancia, en conformidad con su conciencia personal.

## **El Respeto de la Vida Privada y de la Dignidad Humana**

Parte integrante de las normas profesionales del periodista es el respeto del derecho del individuo a la vida privada y a la dignidad humana, en conformidad con las estipulaciones del derecho y la reputación de los demás, prohibiendo el libelo<sup>39</sup>, la calumnia, la maledicencia y la difamación.

## **La Promoción de un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación**

El periodista opera en el mundo contemporáneo dentro de un movimiento hacia nuevas relaciones internacionales en general, y un nuevo orden informativo en particular. Este nuevo orden, entendido como parte integrante del Nuevo Orden Económico Internacional, se orienta a la descolonización y la comunicación, tanto a escala nacional como internacional, sobre la base de la coexistencia pacífica de los pueblos y el respeto pleno de su identidad cultural.

Existe una declaración de los Principios de la Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap)<sup>40</sup> y que proclaman:

- La libertad de prensa la concibe como el derecho de nuestros pueblos a ser oportuna y verazmente informados y

---

<sup>39</sup> **Libelo** es un escrito sarcástico que denigra a una persona o una obra.

<sup>40</sup> Internet [www.altavista.com](http://www.altavista.com) "**federación latinoamericana de periodistas**" (felap)

a expresar sus opiniones sin restricciones que las impuestas por los mismos intereses de los pueblos

- Declara que el periodista tiene responsabilidad política e ideológica derivada de la naturaleza de su profesión, que influye en la conciencia de las masas y que esa responsabilidad es insoslayable y constituye la esencia de su función.

#### **Aspectos Sustantivos de la Libertad de Información: Secreto Profesional y Derecho a la Privacidad**

Se ha señalado que el secreto profesional es el deber y el derecho moral del periodista de no revelar nada que en sí mismo deba ser considerado como secreto o que se constituye en secreto a causa de la palabra empeñada del periodista de no descubrir la fuente de las informaciones recibidas en confianza.

La libertad de información se convierte en una frase retórica si alguno de los sujetos del proceso informativo carece de las condiciones materiales para garantizar el cometido final de la prensa: informar al lector con veracidad y dar cabida a la pluralidad.

De manera colateral al derecho a la información de la sociedad civil, directamente o través de los medios de comunicación social, existe el derecho a la privacidad de las personas. Por derecho a la privacidad puede entenderse el derecho que le asiste a todo individuo a no ser molestado ni interferido por persona o ente alguno en el aspecto íntimo de su vida.

#### **4.3.1 Código de Ética Periodística**

La Felap opina que la ética profesional debe ser conquistada dentro de la batalla para alcanzar en nuestras naciones un periodismo auténticamente libre.

En la certidumbre de que una moral profesional coadyuvará a ese objetivo, la Felap proclama el siguiente Código Latinoamericano de Ética Periodística:

Artículo 1 - El periodismo debe ser un servicio de interés colectivo, con funciones eminentemente sociales dirigidas al desarrollo integral del individuo y de la comunidad. El periodista debe participar activamente en la transformación social orientada al perfeccionamiento democrático de la sociedad; y consagrar su conciencia y quehacer profesional, a promover el respeto a las libertades y a los derechos humanos.

Artículo 2 - El periodismo debe contribuir al fortalecimiento de la paz, la coexistencia, la autodeterminación de los pueblos, el desarme, la distensión internacional y la comprensión mutua entre todos los pueblos del mundo; luchar por la igualdad de los seres humanos sin distinción de raza, opinión, origen, lenguaje, religión o nacionalidad. Es un deber ineludible del periodista latinoamericano contribuir a la independencia económica, política y cultural de nuestras naciones y pueblos, y al establecimiento de un Nuevo Orden Económico Internacional y de la descolonización de la Información.

Artículo 3 - Son además deberes imperativos del periodista:

- Impulsar, consolidar y defender la libertad de expresión y el derecho a la información, entendido éste como el derecho que tienen los pueblos a informar y a ser informados.
- Promover las condiciones para el establecimiento del flujo libre y equilibrado de las naciones en los niveles mundial, regional y nacional.
- Luchar por un nuevo orden informativo acorde a los intereses de los pueblos que sustituya al que actualmente

imperar en la mayoría de los países de Latinoamérica deformando su realidad.

- Pugnar por la democratización de la información a fin de que el periodista ejerza su misión de mediador profesional y agente del cambio social y de que la colectividad tenga acceso a esa misma información.
- Rechazar la propaganda de inevitabilidad de la guerra, la amenaza y el uso de la fuerza en los conflictos internacionales.

Artículo 4 - En su labor profesional el periodista adoptará los principios de la veracidad y de la ecuanimidad y faltará a la ética cuando silencie, falsee o tergiversar los hechos, proporcionará al público información sobre el contexto de los sucesos y acerca de las opiniones que sobre ellos se emitan a fin de que el receptor del mensaje noticioso pueda interpretar el origen y la perspectiva de los hechos. En la difusión de ideas y opiniones el periodista preconizará<sup>41</sup> las condiciones para que ellas puedan expresarse democráticamente y no sean coartadas por intereses comerciales, publicitarios o de otra naturaleza.

Artículo 5 - El periodista es responsable por sus informaciones y opiniones, aceptará la existencia de los derechos de réplica y respetará el secreto relativo a sus fuentes.

Artículo 6 - El periodista debe ejercer su labor en los marcos de la integridad y la dignidad propias de la profesión, exigirá respeto a sus creencias, ideas u opiniones lo mismo que al material informativo que entrega a sus fuentes de trabajo, luchará por el acceso a la toma de decisiones en los medios en que trabaje. En el respecto legal

---

<sup>41</sup> Preconizar.- encominar, tributar elogios públicamente a una persona o cosa.

procurará el establecimiento de estatutos jurídicos que consagren los derechos y deberes profesionales.

Artículo 7 - Son acciones violatorias de la ética periodística:

- El plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual.
- El soborno, el cohecho y la extorsión.
- La omisión de información de interés colectivo.
- La difamación y la injuria.
- El sensacionalismo.

Artículo 8 - Se considera una violación en alto grado de la ética profesional la participación o complicidad de periodistas en la represión a la prensa y a los trabajadores de la información.

Artículo 9 - El periodista debe fortalecer la organización y la unidad sindical o gremial ahí donde existan y contribuir a crearlas donde no las haya y se vinculará al movimiento de la clase trabajadora de su país.

Artículo 10 - El periodista debe procurar el mejor conocimiento y velar por la defensa de los valores nacionales especialmente por la lengua como expresión cultural y como factor general de las nuevas formas de cultura.

Artículo 11 - Es un deber del periodista contribuir a la defensa de la naturaleza y denunciar los hechos que generen la contaminación y destrucción del ambiente.

En México como en el resto del mundo, existen diversos códigos de ética que permiten a los periodistas (o eso se supone debe suceder) mantener un lineamiento sobre la veracidad y autenticidad al momento de dar a conocer un suceso de gran trascendencia para el público; sin embargo, se dan casos donde los intereses personales son más importantes o relevantes ya sea para el periodista o los involucrados en el acontecimiento y provocan que los códigos

sean relegados a un segundo plano, rompiendo así con los valores que se promulgan en estos estatutos y que supuestamente los medios de comunicación siguen.

### **4.3.2 Códigos de Ética de El Universal Y La Crónica de Hoy**

En estos dos medios de comunicación impresos están bien definidos los lineamientos a seguir por parte de los periodistas:

#### **El Universal<sup>42</sup>**

##### **Introducción**

La libertad de información y de prensa es un derecho humano fundamental, clave para todas las libertades consagradas en la Carta de las Naciones Unidas, proclamada en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre y garantizada por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Esta libertad es salvaguardada en la medida que los medios informativos y los periodistas perseveren en el desempeño de sus tareas con un elevado sentido de responsabilidad y se muestren dispuestos a cumplir, todos los días, con la obligación de ser veraces y profundizar en el contenido de sus informes e investigaciones. Las normas de conducta profesional requieren apego al interés público. La búsqueda de ventajas personales y el fomento de cualquier interés privado, contrario al bienestar general, por cualquier razón, no es compatible con esa conducta profesional. El periodismo y los periodistas deben estar al servicio de la verdad, de la justicia social, de los derechos humanos, de los ideales de mejoramiento de la sociedad y de la paz entre los pueblos. Es

---

<sup>42</sup> El Universal online, México [www.eluniversal.com](http://www.eluniversal.com)

deber imperativo del periodista evitar, por todos los medios, que se dicten disposiciones que disminuyan, dificulten o anulen el ejercicio de la libertad de expresión. En caso de estar vigentes leyes o reglamentos de ese carácter, deberá pugnar por su derogación. Este Código está basado en el principio de que la responsabilidad de asegurar la observación justa de la ética profesional reposa en quienes se dedican a la profesión en **EL UNIVERSAL**, y no en los gobiernos. Por consiguiente, nada podrá justificar la intervención de un gobierno para forzar la observación de las obligaciones establecidas en este Código de Ética.

### **Propósito**

Este Código define los principios que enmarcan el desempeño de todos los integrantes del periódico y tiene la finalidad de hacer claros y públicos los compromisos morales de **EL UNIVERSAL**.

### **Aplicacion**

La misión esencial de **EL UNIVERSAL** se expresa, en términos básicos, en:

- Ofrecer diariamente a los lectores la información relevante que contribuya al conocimiento de los hechos sustanciales de la sociedad humana, de manera que sirva a los fines de una convivencia armónica y fructífera entre individuos, grupos y naciones.
- En su desempeño informativo, el diario formará parte de las corrientes que en la sociedad mexicana se esfuerzan por realizar una tarea crítica y al mismo tiempo propositiva. Siempre que obtenga información fundamentada sobre abusos de poder, ocurran en el ámbito público o en el privado, el diario asumirá resueltamente el compromiso de enterar de ellos a la sociedad.

## **1. Independencia**

**EL UNIVERSAL** debe mantener su independencia para estar libre de obligaciones y presiones que obstruyan su capacidad periodística. Esta independencia entra en conflicto sobre todo en los siguientes casos:

**a) Conflictos de interés.** Los reporteros deben evitar conflictos reales y aparentes de interés. - Los conflictos reales son relaciones y actividades económicas, personales y políticas que inhiben o afectan de cualquier manera el trabajo periodístico. - Los conflictos aparentes son relaciones y transacciones que minan la credibilidad del periodista o del diario, creando en la mente de un observador justo la creencia de que los intereses privados del reportero chocan con las obligaciones periodísticas. - Los reporteros con interés en participar en actividades públicas deben asegurarse que su actuación no entre en conflicto real o aparente con la imparcialidad de su trabajo profesional. - Los periodistas no deben estar involucrados en las noticias que ellos cubren. - Los periodistas deben prescindir de las actividades que puedan comprometer a **EL UNIVERSAL**, aun en situaciones donde ellos no estén implicados directamente en la cobertura. Los periodistas de **EL UNIVERSAL** tienen prohibido hacer cualquier tipo de gestión en nombre del periódico ante las fuentes para beneficiar asuntos particulares de ellos mismos o de terceras personas.

**b) Regalos y compensaciones.** Los reporteros no deben aceptar favores o regalos, ayuda económica, subsidios o viajes gratuitos, facilidades de hospedaje, descuentos especiales, boletos para eventos deportivos o de entretenimiento u otros beneficios provenientes de fuentes noticiosas u organizaciones que el periódico pueda cubrir. Los artículos



de valor nominal relevante deberán ser regresados, en apego a la normatividad que regula estos casos.

c) Gastos. Los gastos derivados de la cobertura de noticias deberán ser asumidos por el mismo diario.

## **2. Honestidad**

La honestidad habla directamente de la credibilidad de un diario. Estas son algunas de las desviaciones en la materia:

- No es válido emplear de manera ilegítima la información recabada por colegas u otros profesionistas. Los lectores pueden confiar en que lo publicado en el periódico es trabajo del autor, a menos que la propia nota indique lo contrario.

- Prácticas irregulares. Las prácticas de engaño, trucos, hacerse pasar por otra persona y el uso de grabadoras o cámaras escondidas durante el trabajo de los reporteros pueden minar seriamente la credibilidad y confianza en el diario. Estas prácticas están fuera de las fronteras del comportamiento periodístico generalmente aceptado. Un periodista de **EL UNIVERSAL** deberá notificar inmediatamente a su editor responsable que se ha generado una información con estas características. El editor debe evaluar la importancia pública de la información obtenida de tal manera y considerar alternativas para obtener el mismo material por vías regulares. En todo caso, recabará la autorización del más alto nivel editorial antes de publicar el material correspondiente.

- Los periodistas de **EL UNIVERSAL** no grabarán declaraciones sin el consentimiento expreso de quienes son entrevistados.

- Confusión entre noticia y opinión. Los espacios de opinión deben estar claramente diferenciados, como distinción de las noticias, de manera que fácilmente sean reconocidos.

- Uso de encuestas. Los datos estadísticos derivados de las encuestas y estudios son especialmente susceptibles a la mala

interpretación y al mal uso. Al respecto, es conveniente detallar lo siguiente: a) Informaciones publicadas en **EL UNIVERSAL** deben distinguir con claridad entre las encuestas que observan una metodología científica y los estudios no científicos, como las entrevistas de personas en las calles, cartas o llamadas, que deben ser reportadas en términos estadísticos. Esto debe hacerse de manera que sea comprensible para el lector.

- En el uso de estudios no científicos, la manera en que son realizados y sus limitaciones deben ser claramente explicados. La naturaleza de la muestra seleccionada y el margen de error deben ser publicados.

- Estudios que no cumplan los niveles científicos mínimos de validez y confiabilidad no deben ser identificados con el lenguaje propio de las encuestas científicas.

- Gran precaución debe usarse en el empleo de encuestas científicas para dirigir preguntas sustanciales de política pública o para describir la popularidad o tasa de aprobación de funcionarios. b) Encabezados y gráficas. Un cuidado especial debe tenerse con los títulos y representaciones gráficas de datos científicos y no científicos, para evitar confusión o mala interpretación.

### **3. Equilibrio**

El equilibrio requiere la presentación de hechos relevantes sin distorsiones y en su debido contexto. Son elementos de éste, entre otros:

**a) Imparcialidad.** Las informaciones publicadas por el diario deben estar guiadas por un criterio abierto y sin prejuicios.

**b) Contexto.** Las noticias deben ser presentadas en un contexto histórico suficiente y objetivo para asegurar que se comunica una información sustanciosa y justa. Las notas deben estar libres de la distorsión que pueda crearse por omisión,

énfasis inapropiado o selección dolosa de los hechos expuestos.

**c) Puntos de vista opuestos.** Los periodistas de **EL UNIVERSAL** deberán convertir en una práctica de aplicación constante la de recabar los puntos de vista de los actores en un debate, conflicto o pugna. Cuando una de las partes se niegue a definir su postura, o resulte para el reportero imposible recabarla, el diario lo hará del conocimiento de sus lectores.

**d) Oportunidad de réplica.** Al consignar cualquier declaración que pueda perjudicar la reputación de un individuo o grupo, aquellos afectados deben tener la oportunidad de dar a conocer con brevedad su postura. El periódico debe definir los casos en que se dará al autor de la nota aclarada o desmentida, la oportunidad de una réplica, que deberá ser expresada en términos respetuosos.

**e) Seguimiento.** Una vez que una información es presentada, deberá darse atención a su seguimiento, a partir de criterios periodísticos y de justicia. El resultado de este seguimiento debe ser igualmente publicado, de acuerdo con su relevancia

#### **4. Respeto**

El periódico debe tratar con respeto a todas las personas, a los organismos públicos y privados y a las comunidades (religiosas, étnicas, etc.). Estos son algunos mecanismos que fortalecen ese respeto:

**a) Privacidad.** Un alto respeto a la privacidad personal es esencial. Los periodistas de **EL UNIVERSAL** deben conocer que los ciudadanos ordinarios tienen mayor derecho a ella que las figuras públicas. Igualmente, comprender el peligro que para la privacidad individual y pérdida de credibilidad representa la publicación de detalles íntimos acerca de los ciudadanos ordinarios.

**b) Figuras públicas.** Aquellos que desarrollan una función pública también tienen derecho a la privacidad. Sin embargo, ello está limitado por el grado en el cual su conducta se refleje en la vida pública y el nivel en que ellos voluntariamente conducen sus vidas privadas a la luz pública.

**c) Buen gusto.** El diario debe observar altos parámetros de buen gusto comúnmente aceptado y ser respetuoso de los valores comunitarios. El lenguaje obsceno puede ser publicado sólo cuando sea esencial para una nota significativa. Fotografías ofensivas o que violenten la vida privada deben tener el suficiente valor periodístico para sobrepasar las objeciones potenciales del público y el daño a los individuos retratados.

**d) Consideración.** Los periodistas y el periódico deben tratar a las fuentes noticiosas y sujetos con consideración. Los reporteros deben ser especialmente cuidadosos con las fuentes noticiosas en tiempos de aflicción, pérdida personal o agobio emocional extremo. Cuidado particular debe observarse también con aquellos que no están acostumbrados a tratar con la prensa. El peligro de excesos es particularmente agudo cuando se trata de menores de edad.

## **5. Responsabilidad**

**EL UNIVERSAL** tiene la obligación de asegurar que el trabajo de sus periodistas refleje los valores en los cuales están basados estos principios. Ello implica la necesidad de reclutar personal de alta calidad, proveer capacitación adecuada y fortalecer la observancia de criterios periodísticos específicos.

- Responsabilidad. El periódico tiene la responsabilidad de permanecer accesible a los lectores y explicar sus decisiones periodísticas y procesos. El diario debe dar a conocer al público sus criterios y políticas. **EL UNIVERSAL** debe ofrecer

un foro para una amplia variedad de opiniones y puntos de vista políticos.

- Error. **EL UNIVERSAL** tiene la responsabilidad de corregir todos los errores importantes de los hechos presentados y clarificar los de omisión y contexto. Todos los señalamientos sobre errores deben ser investigados y resolverse a la brevedad.

## **6. Hechos**

**EL UNIVERSAL** se compromete al reporte veraz de los hechos. Nunca publicará con conocimiento, información falsa. **EL UNIVERSAL** usará mecanismos que garanticen en lo posible no incurrir en error. Ello incluirá la verificación sistemática de los hechos y declaraciones, y la corroboración de información crítica. **EL UNIVERSAL** evitará el descuido, prejuicio y distorsión (mediante su énfasis u omisión) en todas las notas, reportajes, encabezados y subtítulos.

## **7. Declaraciones**

La reproducción de declaraciones debe corresponder escrupulosamente a lo expuesto por los informantes y reflejar el contexto en que fueron emitidas.

- Alteración. Se considera que una declaración puede ser modificada dentro de las siguientes circunstancias limitadas:

a) Corregir la gramática que puede hacer la declaración confusa o presentar al entrevistado como incoherente.

b) Evitar el vocabulario que no sea esencial en la nota.

- Secuencia. En la utilización de declaraciones en una diferente secuencia en la cual fueron hechas, los periodistas de **EL UNIVERSAL** deben estar seguros de que el cambio en el orden, en busca del mayor interés del lector, no altera el significado o crea una mala interpretación.

## **8. Fotografías y Graficas**

Las fotografías y gráficas deben ser fieles representaciones de la realidad.

- Realces técnicos. Es permisible usar realces técnicos sólo cuando el trabajo resultante esté apegado a la realidad de la escena o situación presentada.

- Alteración o manipulación. El contenido real de una fotografía no debe ser alterado o manipulado, excepto para propósitos ilustrativos, caso en el cual la impresión debe indicar claramente que ha sido modificada.

## **9. Fuentes Confidenciales**

El uso de fuentes confidenciales queda reservado para casos extraordinarios. Antes de publicar una información de esta naturaleza, los reporteros de **EL UNIVERSAL** se empeñarán, por todos los medios a su alcance, en obtenerla a través de una fuente identificable. - Cuando una fuente deba permanecer sin identificar, el diario explicará las razones a los lectores.

- El editor responsable debe conocer la identidad de la fuente antes de la publicación. El reportero informará de inmediato a su editor responsable sobre tal identidad.

## **10. Cumplimiento De Palabra**

Los periodistas de **EL UNIVERSAL** no harán compromisos sobre la publicación de materiales. Los reporteros son responsables de asegurarse de que los acuerdos establecidos ante las fuentes sean claros, precisos y comprensibles para todos los implicados. - Si un reportero detecta que existe en la fuente duda sobre si la información que está proporcionando puede ser utilizada para su publicación ("on the record"), a menos que se acuerde explícitamente de otra manera, debe informar a la misma fuente de este hecho a la brevedad posible.

## **11. Publicidad**

La credibilidad del periódico y su viabilidad periodística y económica depende de la clara separación de noticias y publicidad.

**a)** La cobertura de informaciones y la publicación de los materiales no estará sujeta a criterios de publicidad.

**b)** El material producido fuera de la Redacción con fines de promoción (gacetillas) debe ser claramente identificado y presentado de tal manera que permita al lector distinguirlo de las noticias.

## **12. Concursos y Premios**

Las notas, fotografías y cartones no deben publicarse con el propósito de participar en concursos. Debe evitarse la participación del periódico en certámenes meramente comerciales, publicitarios o aquellos que signifiquen desprestigio para el diario

## **Código de Ética de La Crónica de Hoy<sup>43</sup>**

La Crónica de Hoy expresa aquí el código ético que rige su funcionamiento

CRONICA es un diario independiente, de información general. Su finalidad es proporcionar a la sociedad contenidos informativos, de entretenimiento y orientación, completos y de calidad.

CRONICA defiende el estado de derecho como la única vía para una convivencia pacífica y civilizada.

---

<sup>43</sup> [www.lacronicadehoy.com.mx](http://www.lacronicadehoy.com.mx)

CRONICA toma partido por la racionalidad en la economía y la política, apoya la legalidad democrática y promueve la justicia social.

CRONICA proporciona información para el ejercicio enterado de la democracia, para el fomento de las libertades ciudadanas, para el respeto a los derechos humanos, para la promoción del desarrollo económico, la justicia y la solidaridad social.

CRONICA no se refleja en los puntos de referencia ideológicos y políticos que privaron desde la guerra fría y que han desaparecido. Ante ello, mantiene una actitud de independencia y apartidismo.

CRONICA asume un profundo y moderno compromiso con la verdad. Por ello, se propone ser deliberadamente crítico con la simulación política, intelectual y moral.

CRONICA busca, de manera activa y responsable, reflejar la realidad, sin aceptar condicionamientos de parte de ningún grupo político, económico o de interés y sin favorecer a nadie en particular.

CRONICA asume e impulsa una nueva relación entre los medios de comunicación, los poderes políticos y económicos y la sociedad; privilegia, sin colusiones, su relación con esta última, a la que sirve y a la cual refleja.

CRONICA se debe, en primer lugar, a sus lectores. Considera que su fortaleza como medio de comunicación depende de su capacidad para despertar entre ellos un interés continuo y creciente.

Es imposible hablar de democracia si la prensa no tiene las garantías suficientes para ejercer su labor con toda libertad. Esta tiene que expresarse de manera transparente, sin utilizar su nombre abusivamente, en defensa, no del interés de los lectores, sino de los propios medios.



La libertad de información es un derecho esencial del ser humano. Es inatacable e innegociable. Es una libertad que se ejerce con cuidado y responsabilidad, pero sin admitir censura. La libertad de información es derecho del lector, de quien el periodista y el periódico fungen como mediadores. Cumplir fielmente con esa libertad, obliga a tener pautas de conducta como las que se establecen en este.

## **Código**

### **Principios**

CRONICA se debe a sus lectores, no a los intereses de grupos empresariales, políticos o de la propia empresa editora.

Por lo tanto, busca asegurar que la información recibida por el lector sea completa. Una información completa no es la que brinda toda la información en absoluto, sino la que es relevante, de interés y está apegada a los hechos. Esto implica estimular al lector, no necesariamente complacerlo o reforzar sus ideas o prejuicios.

El objetivo de CRONICA es ofrecer materiales informativamente sustanciosos, presentados con claridad y sencillez.

CRONICA distingue claramente las noticias de los rumores, y no da el mismo valor a los hechos comprobados que a las versiones o a las noticias sin confirmar. Por lo tanto, siempre busca corroborar los datos antes de dar a conocer cualquier noticia y sólo en aquellas ocasiones excepcionales en que, si bien estos no son comprobables, resultan de gran interés general, publicará versiones o noticias sin confirmar, haciendo énfasis en el carácter parcial de esa información.

Cualquier señalamiento acusatorio derivado de un reportaje de CRONICA debe estar sustentado en documentos o en otros elementos plenamente comprobables.

Análogamente, cuando se recoge una declaración, toda cita o reproducción literal va entrecomillada. Toda interpretación de una declaración o frase, debe estar acompañada por la expresión textual en la que se basa dicha interpretación.

Toda persona tiene derecho de réplica cuando considera que se han lanzado cargos infundados contra su reputación profesional o moral; CRONICA reproducirá las aclaraciones de los interesados cuando esto suceda.

### **Código de Ética de Uno Mas Uno<sup>44</sup>**

Nuestro compromiso

Somos consecuencia de una crisis nacional que también afectó al periodismo de modo grave. Es palmario que con lo acontecido el 8 de julio de 1976, cuando el sostén jurídico del viejo Excélsior fue arrancado e interrumpido su bien hacer profesional, se dio el primer síntoma, lña primera advertencia de los males que sobrevendrían enseguida, entre los cuales fue más dañino, por originar a los demás, al que deslavó los residuos de la confianza colectiva e hizo surgir esa confusión que impedía distinguir entre lo cierto y lo falso y condujo a la comisión de actos antisociales, en perjuicio no muy retardado para los propios autores que ilusamente pretendieron sustraerse del destino de todos.

Cuando al llegar a su término el pasado gobierno, nos constituimos en la cooperativa de periodistas que dio vida a la editorial que publica nuestro diario, respondimos a una confianza racional, no sólo en nuestra vocación y aptitudes: confianza en un país que requiere información y acepta la crítica.

---

<sup>44</sup> [www.unomasuno.com.mx/orígenes](http://www.unomasuno.com.mx/orígenes)

Ahora, como diario, reiteramos el propósito de asumir una actitud antimonologante. Intentamos participar en una sociedad integra en sus divergencias.

Creemos que la armonía social es posible si se valoriza, aunque fuere por interés pragmático, la primordial contribución de los trabajadores al bienestar común. Propone esta posibilidad la Constitución, instrumento de derecho para establecer la justicia: idea que implica la renovación de la sociedad mexicana mediante un régimen de relaciones equitativas entre los mexicanos.

Somos nacionalistas sobre esa sustentación: una nación que no se integra sin que su composición política y económica diversa sea óbice, no será capaz de mantener sus convicciones constitucionales ni logrará detener sus derechos frente a las ofensivas del exterior. Y sólo esa esencial unidad nacional permitirá a nuestro pueblo y a nuestro gobierno asociarse a pueblos y gobierno históricamente afines.

En la tarea cotidiana del periodismo hemos de sostener estos principios, con la utilización de datos y hechos que deberán ser reales, indiscutiblemente reales, para que nos merezcan validez.

Este es el compromiso de uno mas uno al nacer hoy.

Matutino con formato tabloide, unomásuno nació como la novena opción entre los lectores capitalinos. "Somos consecuencia de un a crisis nacional que también afectó al periodismo de modo grave", según el editorial de la edición número uno.

Desde entonces, por el peso de sus columnistas, la visión de sus articulistas, la calidad de sus informaciones y la innovación de su filosofía y su formato y el uso del lenguaje total, unomásuno ha sido calificado como el diario innovador por excelencia.

### 4.3.3 CÓDIGOS DE ÉTICA INTERNACIONAL

#### ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA<sup>45</sup>

Códigos de Ética de los Medios de Información

Por Robert Steele y Jay Black Republicado con permiso de American Editor {\*1999 American Society of Newspaper Editor}

Los códigos de ética pueden ayudar al personal de las salas de redacción a tomar decisiones acertadas y crear credibilidad periodística en los muchos problemas éticos que encuentran en su trabajo. La Sociedad Norteamericana de Redactores de Periódicos (ASNE) encargó a dos de los principales expertos en ética de los medios informativos que analizaran 33 de los actuales códigos de ética establecidos por su Comité de Ética y Valores. La meta era destacar los aspectos más comunes y útiles de estos documentos con el fin de ayudar a los redactores a evaluar su propio código de ética, si lo tienen, o ayudarlos a crear uno, si desearan hacerlo.

La formulación de códigos implica que los redactores y periodistas toman en serio las cuestiones de ética. El proceso de formular y reformular y debatir y poner en práctica los códigos, de por sí tiene gran valor terapéutico. Mejor aún, los periódicos que tienen principios y valores declarados claramente enunciados, combinados con una gran pericia en la toma de decisiones éticas, pueden servir mejor a sus lectores y los intereses del público. En ello radica la conexión esencial con la credibilidad.

No es de sorprender que los 33 códigos de ética ofrecidos por los periódicos afiliados a la ASNE incluyan una gran gama de planteamientos para tratar los dilemas morales. Algunos hacen hincapié en tradiciones de larga data y otros

---

<sup>45</sup> La ética en los medios de Información, Cuestiones Mundiales, abril 2001

se aventuran en el impacto de las nuevas tecnologías del nuevo siglo.

La mayoría de los códigos consisten en largas listas de lo que "se debe y lo que no se debe hacer", ocasionalmente salpicadas con algún elemento del proceso de toma de decisiones. Algunos adoptan una postura decididamente amistosa, y su lectura da la idea de conversaciones entre colegas que respetan sus respectivas búsquedas de excelencia. Otros son mucho más negativos en su tono, y están llenos de "no harás esto y aquello" e infundidos de un tono paternalista que implica que los reporteros están inclinados a salirse con la suya en todo lo que los códigos no prohibían específicamente.

El tema más popular en estos códigos es el conflicto de intereses, que incluye cuestiones que abarcan desde aceptar regalos y viajes pagados con fondos públicos hasta involucrarse en la política y la actividad comunitaria. Aproximadamente una mitad de los códigos que hemos examinado trata de temas relacionados con las fuentes de información y asuntos de manipulación de fotografías. Un número menor se ocupa de las correcciones y el plagio.

En muchos de los códigos no se mencionan ni se discuten las normas sobre la vida privada, el engaño, la identificación de sospechosos juveniles y el estereotipar racialmente a las personas. Uno de cada cinco códigos aborda el tema de las tensiones que existen entre los departamentos de redacción y de publicidad. Muchos códigos ignoran el tema de la aplicación de las normas.

Estos 33 códigos varían también grandemente en lo que se refiere a su extensión. El del *Daily Press* de Newport News, Virginia, tiene aproximadamente 8.000 palabras, mientras que

el de *The Arizona Republic*, de Phoenix, entre otros, consta apenas de 500 palabras.

Esta no fue una muestra al azar, puesto que se trata de aportes voluntarios en respuesta a un llamado general. Sin embargo, estos códigos reflejan las varias maneras en que los periódicos norteamericanos abordan las cuestiones de ética. Al examinar estos 33 códigos, nos encontramos con que los códigos de ética periodística, igual que aquéllos de la mayoría de las instituciones profesionales, tratan de cumplir por lo menos dos funciones importantes: las relaciones públicas y la educación. Un buen código periodístico fomenta pensamientos y conducta éticos en el periódico, señala a los nuevos integrantes dónde se encuentran los obstáculos y les recuerda a los de mayor antigüedad los valores y las normas de la sala de redacción. Justifica asimismo las actividades de los periodistas ante el público en general, especialmente en épocas de menor credibilidad y mayor escrutinio público. Estas funciones frecuentemente se reflejan en los preámbulos de los códigos. A continuación algunos fragmentos y ejemplos de los 33 códigos presentados para examen.

### **Relaciones Públicas**

Estos son buenos ejemplos de códigos sensibles a las relaciones públicas:

El código del periódico *The News & Observer*, de Raleigh, Carolina del Norte, declara:

Para que *The News & Observer* sea la fuente principal de noticias e información en la región, debemos tener la confianza de nuestros lectores. Los lectores deben saber que el periódico que llega todos los días a sus casas es para servirles a ellos y no a políticos de cierta afiliación o a grupos de intereses especiales. Esto nos obliga a nosotros,

los redactores, reporteros, editores, investigadores de noticias, fotógrafos, diseñadores, artistas gráficos y personal de apoyo a evitar los conflictos de intereses y hasta la apariencia de tales conflictos.

Un código periodístico que procura recordar elocuentemente a su personal sobre la ética en la toma de decisiones, con un ojo en la imagen pública, es el del *Orlando Sentinel*, de la Florida, que declara:

"Defendemos los valores periodísticos de verdad, honestidad, valor, imparcialidad, compasión, equilibrio, independencia, credibilidad y diversidad.

Procuramos la verdad y la reportamos tan plenamente como podemos, bajo las presiones de plazo para la impresión, y tratamos de proveer reportajes claros, concisos y completos.

Buscamos y diseminamos perspectivas que rivalizan, sin influencias indebidas de quienes harían uso de su poder o posición.

Procuramos dar voz a los que no la tienen.

Procuramos tratar a nuestras fuentes, sujetos y colegas, como personas que merecen nuestro respeto, no solamente como medios de satisfacer nuestros propósitos periodísticos.

Procuramos informar a nuestros lectores y reflejar imparcialmente toda nuestra comunidad.

Nuestra primera obligación es hacia nuestra credibilidad - es decir, hacia el público en general y no hacia alguna otra persona, empresa comercial o interés especial. Los empleados deben evitar cualquier actividad que menoscabe su integridad o perjudique la confianza que los lectores tienen en nosotros".

## CONFLICTOS DE INTERESES

Tal como se ha indicado anteriormente, los conflictos de intereses, incluso las cuestiones de independencia y conducta personal, son el elemento más popular de los códigos que se examinaron.

Solo uno de los 33 periódicos no abordó este tema -- una cuarta parte de los códigos trata exclusivamente de temas de conflictos de intereses sin prestar atención alguna a ningún otro tema. *El San Francisco Chronicle* (de California) se ocupa de muchas cuestiones periodísticas en su declaración de 2.000 palabras sobre la "obtención ética de noticias", pero no aborda el tema de los conflictos de intereses.

El segundo elemento más común de los códigos examinados es el de las fuentes de noticias. De los 33 códigos, dieciocho tratan sobre cuestiones pertinentes a las relaciones entre las fuentes y los reporteros, y en una forma u otra sobre los acuerdos de no revelar la fuente. Algunos periódicos tratan este tema en unas pocas frases, y otros dedican varias páginas de sus normas a este asunto.

Es interesante señalar que aproximadamente la mitad de estos 33 códigos incluyen el tema de la manipulación y alteración de fotografías. Hace una década, este tema no se habría tratado en la mayoría de los códigos periodísticos.

Quizás sorprenda que menos de la mitad de los 33 códigos examinados abordan el tema de las correcciones. Solamente 13 de los 33 códigos incluyen algo acerca del plagio.

Las cuestiones de engaño y tergiversación se incluyen aun con menos frecuencia. Sólo 11 de los 33 códigos prestan alguna atención al tema. Si bien varios de los códigos abordan extensamente las cuestiones de información de tipo personal y establecen pautas para la obtención de noticias, solamente una cuarta parte de ellos abordan el tema. Aproximadamente,



el mismo porcentaje de los códigos trata del manejo de declaraciones textuales y cuestiones de invenciones y mentiras sobre personajes o conversaciones. Sólo cuatro de los códigos incluyen pautas para uno de los difíciles problemas que los periódicos encaran estos días: la de revelar la identidad de sospechosos, y particularmente de sospechosos juveniles.

#### **VALORES IMPERECEDEROS**

No cabe duda que estos códigos prestan considerable atención a los principios fundamentales del periodismo y los valores imperecederos. He aquí algunos de los mejores ejemplos:

*El Journal News* de White Plains, Nueva York, (anteriormente Gannett Suburban Newspapers) incluye lo siguiente en su sección sobre la imparcialidad:

"Las alegaciones en contra de una persona muchas veces requieren una respuesta. Si no se puede hablar con la persona, hay que indicarlo, pero sólo después de haber hecho un serio esfuerzo para hablar con ella. De ser posible, considérese demorar la publicación para localizar a la otra parte; si esto no fuera posible, considérese proseguir con los intentos de localizar a la persona para insertar información en una edición futura o en un artículo de seguimiento. Si se ha demorado la publicación de un artículo, debe considerarse hacer un esfuerzo adicional para entrevistar a las personas que no pudieron ser entrevistadas en al momento de redactarse el artículo".

## **NUEVA TECNOLOGÍA**

*El Journal Gazette* (de Fort Wayne, Indiana) es uno de los pocos periódicos que incluso abordó el tema de la Internet en su política sobre la ética:

"Aplique nuestras elevadas normas de exactitud y atribución a todo lo que encuentre al usar los servicios electrónicos. Debe cerciorarse de que la comunicación sea genuina y la información sea exacta antes de utilizarla en un artículo".

El *News & Observer* de Raleigh también trata cuestiones de ética en el uso de la Internet. Su sección sobre plagio dice:

"No presente las ideas o los escritos de otros, diciendo que son suyos. Con la propagación de la Internet, tenemos más acceso a más información de un mayor número de fuentes, pero debemos resistir la tentación de usarla sin atribución. Esta norma es sencilla, y es segura: No lo haga".

## **Fuentes de Información y Reporteros**

El código del *San Francisco Chronicle* ofrece uno de los planteamientos más claros sobre el tema siempre espinoso de cómo tratar las fuentes de información que desean que su intervención sea confidencial. En parte, dice:

"Un reportero que promete a una fuente no revelar la identidad de la misma no debe violar esa promesa. Si el redactor solicita del reportero la identidad de una fuente de información, el reportero debe informarle a esa persona sobre la solicitud del redactor. Si la persona no desea divulgar su identidad al redactor, entonces el reportero y el redactor deben decidir si utilizarán o no la información aun cuando la identidad de la persona siga siendo conocida solamente por el reportero".

## **Independencia de Redacción**

El Kansas City Star (de Missouri) es uno de los pocos periódicos que abordan el tema de las tensiones que pueden existir entre las funciones de las partes de redacción y comercial del periódico. En su código de ética, en la sección sobre los conflictos de intereses, la norma dice:

"Mantenga una línea divisoria clara entre la publicidad y las noticias. Somos especialmente vulnerables a las amenazas de que nos quitarán los anuncios si no publicamos artículos positivos. En los casos de secciones especiales producidas por el departamento de redacción, los redactores serán los únicos en ejercer su juicio en cuanto al contenido".

La norma sobre ética en la sala de redacción del *Statesman Journal*, de Salem, Oregon, tiene algo que decir sobre la independencia periodística en una época de nuevas maneras de informar y nuevas conexiones con la comunidad.

"Debe tenerse cuidado cuando se coopera con las autoridades y otras instituciones en proyectos periodísticos públicos. Muchas veces, estos esfuerzos son de mérito y son de interés de los lectores. Pero también pueden comprometer nuestra independencia".

## **Cuestiones de Diversidad e Identificación Racial**

Una de las dificultades mayores que enfrentan los periódicos es tratar las cuestiones de diversidad, inclusive el uso de la raza como identificador en artículos y asuntos de estereotipado racial. Sólo cinco de los 33 diarios abordan este tema en sus códigos.

El *Journal News* de White Plains adopta una postura más detallada en sus "Normas de Conducta Profesional" para nuevos empleados:

"No describa a una persona por su raza, religión o antecedentes étnicos a menos que sea pertinente para el

artículo. No cite chistes ni calumnias de naturaleza racial, étnica o religiosa excepto cuando sean esenciales para el artículo (raramente lo serán).

En descripciones de sospechosos de delitos, no use caracterizaciones raciales o étnicas a menos que sean parte de una descripción bastante completa de un sospechoso fugitivo, la que podría ser razonablemente útil para que el público ayude a la policía.

Sea especialmente sensible a los matices en el uso de cualesquiera referencias que podrían insultar a un grupo minoritario. Si existen alternativas inofensivas, úselas.

Los artículos, ilustraciones y fotografías deben corresponder a la corriente principal, es decir, debe hacerse un esfuerzo para incluir de forma rutinaria representaciones minoritarias de modo que nuestros reportajes reflejen de manera más exacta la composición de las comunidades sobre las que informamos.

Tenga cuidado de no mostrar estereotipos raciales en las fotografías".

### **Aplicación de las Normas**

De los 33 códigos presentados por los periodistas asociados a la ASNE, muchos no abordan el tema de la aplicación de las normas. Los que lo hacen lo abordan generalmente de manera breve y generalizada. Muchos de los códigos contienen alguna referencia al hecho de que ningún código puede anticipar todos los problemas, y sugieren la necesidad de consultar a supervisores cuando ocurre un problema. Sin embargo, pocos son los que explican detalladamente un proceso sistemático para ventilar una querrela o resolver un conflicto.

El código de ética del diario *The Dallas Morning News* (Texas) declara meramente que "violiar algunas de las normas podría resultar en medidas disciplinarias o en el despido".

*El News Journal* de Wilmington, Delaware, es el que más se extiende en cuanto a la observación de su código. Incluye siete puntos específicos, uno de los cuales se refiere a un concepto de cumplimiento voluntario del código: "Los miembros del personal tienen la obligación de informar al supervisor o al director sobre cualquier infracción de este código".

### **Códigos y Credibilidad**

Si bien los 33 códigos examinados generalmente abordan las normas específicas de conducta personal en términos negativos de "No haga esto o aquello", aproximadamente la mitad de ellos utiliza términos positivos para enunciar claramente las funciones de los periodistas, sus obligaciones morales y responsabilidades profesionales.

El tono de advertencia con el que se hace hincapié en las restricciones, comparado con el tono de aprobación con el que se subrayan las obligaciones y responsabilidades, puede proteger de alguna forma al periódico, pero lo hace vulnerable en otras. Solamente podemos inferir, al leer los códigos, cuántas salas de redacción tienen un proceso eficiente para la toma de decisiones. Pero si nuestra interpretación es correcta, parece que en la mayoría de estas salas de redacción, por lo menos en lo que respecta a los temas abordados en estos códigos, la solución de los dilemas éticos radica mucho más en el acatamiento a un libro de reglamentos y la voz de los supervisores y menos en el razonamiento crítico, la discusión con colegas y protocolos efectivos para la toma de decisiones.

A los que se ocupan de la ciencia de la ética les gusta decir que la confianza en los códigos es la mitad del camino

entre la devoción a los instintos fundamentales y la aplicación de una reflexión o razonamiento éticos. En realidad, la obediencia ciega a las reglas codificadas está más o menos a la par de la obediencia ciega a la autoridad o la tradición que no se cuestiona. En el mejor de los casos, los códigos nos apartan del comportamiento dogmático y nos llevan a un comportamiento razonado basado en la sabiduría eterna. Los códigos no son el remedio para todos los dilemas éticos en las noticias ni en ningún otro negocio, tampoco son la solución de las crisis de credibilidad.

Tal como decimos en *Quill*, la revista oficial de la Sociedad de Periodistas Profesionales (SPJ), después de que la SPJ modificó su código en 1996: Los códigos cuidadosamente redactados destacan y anticipan los dilemas éticos para que no tengamos que reinventar un proceso de toma de decisiones cada vez que enfrentamos un nuevo dilema; nos inspiran en lo que respecta a nuestras funciones y responsabilidades únicas; hacen que todos seamos guardianes de los valores y la conducta de nuestra profesión, y nos inspiran a emular lo mejor de nuestra profesión; promueven la toma de decisiones anticipada y preparada, antes de que nuestra decisión llegue al público.

REINO UNIDO (A)<sup>46</sup>

### **Código de Conducta de la Prensa**

Se ha encargado a la Comisión de Reclamaciones a la Prensa (PCC, por sus siglas en inglés) la aplicación del siguiente Código de Conducta elaborado por el sector de diarios y publicaciones periódicas.

---

<sup>46</sup> Revista Mexicana de Comunicación, Fundación Manuel Buendía

Todos los miembros de la prensa tienen la obligación de mantener los estándares éticos y profesionales más altos posibles. Al hacerlo, tendrán en consideración las disposiciones de este Código de Conducta y la salvaguarda del derecho público a la información.

Los directores son responsables de las acciones de los periodistas contratados en sus publicaciones. En la medida de lo posible, deberán también asegurarse de que el material que acepten de terceras personas -no miembros de su personal - sea obtenido de acuerdo con lo establecido en el presente Código.

A la par que se reconoce que lo anterior conlleva un elemento sustancial de autocontrol, el Código está concebido para que sea aceptable en el marco del sistema de autorregulación. Por tanto es aplicable en su espíritu y en su letra. Cualquier publicación periódica criticada por la PCC sobre las bases de cualquiera de las cláusulas expuestas a continuación, deberá difundir la sentencia correspondiente en su totalidad y resaltándola debidamente.

#### **I. Exactitud**

1. Los diarios y periódicos deberán evitar la publicación de material inexacto, equívoco o distorsionante.
2. Cuando se reconozca haber publicado información inexacta, equívoca o distorsionada de importancia, se deberá corregir con prontitud y con la debida preeminencia.
3. Cuando sea lo indicado, se publicará una disculpa.
4. Los diarios y periódicos deberán informar imparcial y exactamente sobre cualquier acción de difamación en la que hayan incurrido.

## **II. Oportunidad de réplica**

Cuando personas u organizaciones soliciten - con motivos razonables - justa oportunidad de réplica por inexactitudes, se les deberá conceder.

## **III. Comentarios, conjeturas y hechos**

Aunque los diarios tienen libertad para ser partidistas, deberán distinguir con claridad entre lo que son comentarios, conjeturas y hechos.

## **IV. Intimidad**

Las investigaciones e intrusiones a la vida privada de personas sin su consentimiento, no son aceptables en general, y su publicación sólo estará justificada cuando sea de interés público o suponga.

- a) Detección o exposición de delitos o graves fechorías.
- b) Detección o exposición de graves conductas antisociales.
- c) Protección de la salud y seguridad públicas.
- d) Desorientación del público que sea preciso evitar.

## **V. Hospitales**

1. Los periodistas o fotógrafos que investiguen en hospitales e instituciones similares deberán identificarse ante una autoridad interna a fin de obtener permiso antes de entrar en zonas no públicas.
2. La restricción a las intrusiones en la intimidad tienen especial relevancia cuando se investiga a personas internadas en hospitales o vinculadas a los archivos de instituciones similares.



## **VI. Informaciones falseadas o deformadas**

1. En general, los periodistas no deberán obtener o tratar de conseguir informaciones o imágenes con apoyo de medios ilícitos o subterfugios.
2. Salvo que sea de interés público, no se podrá hacer uso de documentos o fotografías sin el consentimiento expreso del propietario.
3. Sólo se podrán emplear subterfugios cuando sea por interés público y siempre que no se pueda obtener el material informativo por otros medios.

En todas estas cláusulas el interés público es:

- a) Detectar o exponer delitos o fechorías graves.
- b) Detectar o exponer conductas antisociales.
- c) Proteger la salud y la seguridad públicas.
- d) Evitar la desorientación del público.

## **VII. Acoso y hostigamiento**

1. Los periodistas no deberán obtener ni tratar de obtener información o imágenes a través de acoso u hostigamiento.
2. Excepto que las investigaciones sean de interés público, los periodistas no deberán fotografiar a personas en propiedades privadas sin su consentimiento; insistir en telefonar o interrogar después de haberseles pedido renunciar a ello; permanecer en propiedades privadas después de haberseles solicitado que se retiren; y perseguir a los sujetos concernientes.

Se considera interés público lo mismo que en artículo VI.

## **VIII. Pago por artículos**

1. No se podrán efectuar pagos ni ofertas a cambio de relatos, imágenes o informaciones de testigos o testigos potenciales en procesos judiciales en marcha, o a personas involucradas en delitos o a sus asociados, salvo cuando el material en cuestión deba ser publicado por interés

público. Se considera interés público lo mismo que en el artículo VI.

2. Por "asociados" se entienden familiares, amigos, vecinos y colegas.

3. Los pagos no se podrán efectuar a través de agentes.

#### **IX. Intrusiones en caso de aflicción o shock**

En los casos en que haya personas afligidas o en estado de shock, las investigaciones y los acercamientos se realizarán con simpatía y discreción.

#### **X. Familiares y amigos inocentes.**

Salvo que sea contrario al derecho público a la información, la prensa debe evitar identificar a familiares o amigos de personas convictas o acusadas de delitos.

#### **XI. Entrevistas y fotografías de menores.**

1. Los periodistas no deberán normalmente entrevistar o fotografiar a menores de 16 años sobre temas que atañen al bienestar del menor en ausencia o sin el consentimiento del tutor.

2. Sin el permiso de las autoridades escolares, no se deberá fotografiar ni acercarnos a menores en el colegio.

#### **XIII. Menores en casos con implicaciones sexuales.**

Aunque la ley no lo prohíba, la prensa no debe identificar a menores de 16 años envueltos en delitos sexuales, sean víctimas, testigos o acusados.

#### **X. Víctimas de delitos.**

La prensa no debe identificar a las víctimas de asaltos sexuales o publicar material que pueda contribuir a la identificación, excepto que la ley se lo permita.

#### **XIV. Discriminación.**

1. La prensa deberá evitar referencias peyorativas a prejuicios referentes a la raza, color, religión, sexo u

orientación sexual, ni a cualquier disfunción física o mental.

2. A menos que tenga relevancia directa con la información, debe evitarse publicar detalles acerca de la raza, color, sexo u orientación sexual.

#### **XV. Periodismo financiero.**

1. Aunque la ley no lo prohíba, los periodistas no deberán utilizar en beneficio propio la información financiera que reciben por adelantado para su publicación general, ni deberán proporcionar esa información a terceros.
2. Los periodistas no deberán escribir sobre acciones o títulos en los que tengan ellos o sus familiares importantes intereses financieros, sin relevar al director o al editor financiero tales intereses.
3. Los periodistas no deberán comprar ni vender directamente, ni a través de mediadores o agentes, acciones o títulos sobre los que hayan escrito recientemente o vayan a escribir un futuro próximo.

#### **XVI. Fuentes confidenciales.**

Los periodistas tienen la obligación moral de proteger a las fuentes confidenciales de información.

#### REINO UNIDO (B)

##### **Código de Conducta Periodística**

1. Un periodista tiene la responsabilidad de mantener los parámetros éticos profesionales más elevados.
2. Un periodista debe defender siempre el principio de libertad de prensa en lo que se refiere tanto al acceso a la información como al comentario y a la crítica. El periodista debe contribuir a eliminar la distorsión informativa, la supresión de diarios y la censura.

3. Un periodista debe asegurarse que la información que propaga sea veraz y oportuna, y evitar la expresión de comentarios y conjeturas como hechos establecidos, así como la falsificación al distorsionar o seleccionar.
4. Un periodista debe rectificar de inmediato cualquier error informativo perjudicial, asegurarse que la corrección del error y las disculpas tengan primacía, y proporcionar el derecho de réplica a las personas criticadas cuando el asunto sea de importancia.
5. Un periodista debe obtener información, fotografías e ilustraciones sólo por medios honestos. El uso de otros medios puede justificarse sólo cuando se anteponga el interés público de la noticia. El periodista puede ejercer objeciones personales y de conciencia respecto al uso de tales medios.
6. Sujeto a la consideración del interés público, un periodista no debe realizar nada que implique la intromisión en la angustia o dolor privados.
7. Un periodista debe mantener confidenciales las fuentes de información si así le es requerido.
8. Un periodista no debe aceptar sobornos ni debe permitir otras presiones que influyan en el desarrollo de sus tareas profesionales.
9. Un periodista no debe prestarse a la distorsión o supresión de la verdad por publicidad u otras consideraciones.
10. Un periodista sólo hará mención a la edad, raza, color, creencia, ilegitimidad, discapacidad, estado civil, inclinaciones sexuales, cuando la información sea estrictamente relevante. No debe originar ni procesar material que promueva la discriminación, el ridículo, el prejuicio o el odio en los terrenos arriba mencionados.

11. Un periodista no debe tomar ventajas personales de la información obtenida durante su labor antes de que sea del conocimiento público.

12. Un periodista no debe emitir mensajes publicitarios - ni con su voz ni con su figura - de cualquier producto comercial o servicio, salvo en la promoción de su propio trabajo o del medio en el que emplea.

COLOMBIA<sup>47</sup>

### **Decálogo de la Asociación de Periodistas de Barrancabermeja Por la Vida y la Paz**

Barrancabermeja (Santander, Colombia), 25 de Septiembre 2000

Me comprometo en mi vida diaria, en las relaciones con mi gremio, en mi trabajo, con mi comunidad, mi región y mi país, a seguir este.

#### **Decálogo**

1. El periodista tiene una responsabilidad personal que se basa en el criterio, la independencia, la sensibilidad, la reflexión y un permanente investigar.

2. El periodista tiene una responsabilidad social que se debe reflejar en la veracidad, objetividad y una buena intencionalidad.

3. El periodista debe ser más solidario y fraterno con el otro periodista, pero pensando en la comunidad.

4. El periodista debe ser un concertador, un constructor de  
5. espacios de encuentro y de diálogo.

Los periodistas nos declaramos independientes, para asumir y ejercer el oficio con compromiso.

---

<sup>47</sup> Decálogo de la Asociación de Periodistas de Barrancabermeja, Santander, Colombia

6. Los periodistas debemos prepararnos en busca de crecimiento y de posibles soluciones.

7. A los medios de comunicación les corresponde construir nuevos imaginarios colectivos que conlleven a la formación de una cultura de paz.

8. A los comunicadores también nos corresponde bajarle el tono a la confrontación armada y política; así como poner la comunicación más al servicio de la difusión de procesos históricos al interior de las comunidades.

9. El periodista debe respetar profundamente a las comunidades más pobres y frágiles y nunca utilizar sus situaciones para hacer espectáculo, encontrar pauta, beneficiar *ratings* ni favorecer campañas políticas o empresariales.

10. Debe prevalecer un enfoque desde lo político, entendiéndolo como la consideración de los valores y cuestiones colectivas, más que las individuales

## ITALIA

### **Carta de los Deberes de los Periodistas<sup>48</sup>**

El trabajo de periodistas se inspira en los principios de la libertad de información y de opinión, sancionados por la Constitución Italiana y está regulado por el artículo 2 de la Ley número 69, del 3 de febrero de 1963: "Es derecho inalienable de los periodistas la libertad de información y de crítica, limitada por la observancia de las normas legales que protegen los derechos personales de los demás. Es obligación insoslayable el respeto a la verdad sustancial de los hechos y cumplir siempre los deberes impuestos por la lealtad y la buena fe. Deben ser rectificadas las noticias

---

<sup>48</sup> Revista Mexicana de Comunicación, Fundación Manuel Buendía

que resulten inexactas, y subsanados los eventuales errores. Periodistas y editores deben respetar el secreto profesional sobre la fuente de las noticias cuando lo requiera el carácter confidencial de éstas, y promover el espíritu de colaboración entre colegas, la cooperación entre periodistas y editores, y la confianza entre la prensa y los lectores”.

La relación de confianza entre los órganos de información y los ciudadanos es la base de trabajo de todos los periodistas. Para promover y hacer más sólida esa relación, los periodistas italianos suscriben el siguiente pliego de obligaciones.

### **Principios**

El periodista debe respetar, cultivar y defender el derecho a la información de todos los ciudadanos. Por eso busca y difunde toda noticia e información que sea de interés público, en el respeto a la verdad y con la mayor exactitud posible.

El periodista busca y difunde las noticias de interés público a pesar de los obstáculos que se le puedan interponer, y realiza todos los esfuerzos para garantizar al ciudadano el conocimiento y el escrutinio de los actos públicos.

La responsabilidad del periodista con los ciudadanos prevalece siempre frente a cualquier otra. El periodista no puede subordinarla nunca a los intereses de los demás, y particularmente del editor, del gobierno o de otros organismos del Estado.

El periodista tiene el deber fundamental de respetar a la persona, su dignidad y su derecho a la intimidad, y de no discriminar nunca a nadie por su raza, religión, sexo, condiciones físicas o mentales y opiniones políticas.

El periodista corrige oportuna y exactamente sus errores o inexactitudes, en conformidad con el deber de rectificación en la forma establecida por la ley, y favorece la posibilidad de réplica.

El periodista respeta siempre y en cualquier modo el derecho a la presunción de inocencia.

El periodista está obligado a guardar el secreto profesional cuando lo requiera el carácter confidencial de sus fuentes.

En cualquier otro caso, el periodista debe dar la máxima transparencia a sus informantes.

El periodista no debe adherirse a asociaciones secretas o cualesquiera otras que se opongan al artículo 18 de la Constitución.

El periodista no puede aceptar privilegios, favores o encargos que puedan condicionar su autonomía y su credibilidad profesional.

El periodista no debe omitir hechos o detalles esenciales para la completa reconstrucción de un acontecimiento. Los titulares, los sumarios, las fotografías y las acotaciones no deben tergiversar ni violentar el contenido de los artículos o de los materiales informativos. No debe además publicar imágenes o fotografías particularmente escalofrantes de individuos, o que en cualquier caso lesionen la dignidad de la persona, ni debe extenderse en detalles de violencia o brutalidad, a menos que prevalezcan motivos de interés social. No debe presentar imágenes artificiosas de la realidad.

El comentario y la opinión pertenecen al derecho de palabra y de crítica y, por tanto, deben ser absolutamente libres de cualquier vínculo que no sea el impuesto por la ley para la ofensa y la difamación de las personas.



## **Responsabilidad del periodista**

El periodista es responsable del propio trabajo frente a los ciudadanos y debe favorecer su diálogo con los órganos de información. Para ello se compromete a crear y difundir instrumentos idóneos (defensores del lector, páginas para los lectores, espacios para las réplicas, etcétera).

El periodista acepta indicaciones y directrices sólo de las jerarquías redaccionales de su área, con la condición de que no sean contrarias a las leyes profesionales, al Convenio Nacional de Trabajo y al Pliego de obligaciones.

El periodista no puede discriminar a nadie por su raza, religión, sexo, condiciones físicas o mentales, y opiniones políticas. La referencia discriminatoria, injuriosa o denigratoria a tales características de la esfera privada de las personas es admitida sólo cuando sea de relevante interés público.

El periodista respeta el derecho a la intimidad de todo ciudadano y no puede publicar noticias sobre la vida privada, salvo cuando sean de relevante interés público.

Los nombres de familiares de individuos implicados en casos judiciales no se publican, a menos que ello sea de relevante interés social; de cualquier manera, no se hacen públicos cuando tal hecho ponga en peligro la seguridad de las personas; tampoco se pueden divulgar otros elementos que hagan posible su identificación (fotografías, imágenes, etcétera).

Los nombres de las víctimas de ataques sexuales no se publican, ni se pueden suministrar detalles que puedan conducir a su identificación, a menos que lo soliciten los propios afectados o por motivos relevantes de interés general.

El periodista es siempre extremadamente cauteloso al hacer públicos los nombres u otros elementos que puedan conducir a la identificación de los colaboradores de la autoridad judicial o de las fuerzas públicas, cuando ello pueda poner en peligro la seguridad de tales funcionarios o de sus familiares.

### **Rectificación y réplica**

El periodista respeta el derecho inviolable del ciudadano a la rectificación de materiales informativos inexactos o que se consideren injustamente lesivos. Rectifica, por tanto, con oportunidad y apropiado relieve - incluso en ausencia de solicitud particular -, las informaciones que tras su difusión se hayan revelado imprecisas o equivocadas, sobre todo cuando el error pueda perjudicar o dañar a personas, entidades, asociaciones o comunidades.

El periodista no debe informar de acusaciones que puedan afectar la reputación o la dignidad de una persona sin garantizar la oportunidad de réplica al acusado. Pero si ello no es posible (porque no se localiza al interesado o él no tiene intención de replicar), debe informarlo al público.

En cualquier caso, antes de publicar una noticia veraz, debe encargarse de averiguar si el interesado tiene conocimiento de ello.

### **Presunción de inocencia**

En todos los casos de investigaciones o procesos, el periodista debe recordar siempre que todo individuo acusado de un delito es inocente hasta la condena definitiva, y no debe redactar las noticias de forma que presente como culpables a las personas que no hayan sido juzgadas como tales en un proceso judicial.

El periodista no debe publicar imágenes que presenten intencionada o artificiosamente como culpables a personas que no hayan sido juzgadas en tal virtud en los términos de la ley.

Cuando se absuelva a un acusado, el periodista siempre debe dar relieve periodístico apropiado a la noticia, haciendo también referencia a las informaciones y a los artículos publicados anteriormente.

El periodista debe tener la máxima cautela al difundir nombres e imágenes de personas acusadas por delitos menores o de condenados a penas leves, salvo en aquellos casos de particular relevancia social.

### **Las fuentes**

El periodista debe verificar siempre las informaciones obtenidas de sus fuentes para asegurar su credibilidad y para controlar el origen de cuanto se difunde a la opinión pública, salvaguardando siempre la verdad sustancial de los hechos.

Cuando las fuentes piden permanecer reservadas, el periodista debe respetar el secreto profesional y tendrá que informar al lector de tal circunstancia.

En cualquier otro caso, el periodista debe respetar siempre el principio de la máxima transparencia de las fuentes de información, indicándoselas a los lectores o a los espectadores con la máxima precisión posible.

La obligación de citar las fuentes es válida también cuando se utilicen materiales de las agencias o de otros medios de información, salvo que la noticia no sea correcta o se haya desarrollado ampliamente o se haya modificado tanto su contenido como su significado.

En ninguna circunstancia, el periodista acepta condicionantes de las fuentes para publicar o suprimir información.

### **Informaciones y publicidad**

Los ciudadanos tienen derecho a recibir una información correcta, siempre distinta al mensaje publicitario, y que no lesione los intereses de los particulares. Los mensajes publicitarios deben ser siempre y en cualquier caso distinguibles de los textos periodísticos a través de indicaciones claras.

El periodista está obligado a respetar los principios fijados por el Pacto sobre la Transparencia de la Información y el Convenio Nacional de Trabajo Periodístico. Por ello siempre debe procurar que el público pueda reconocer el trabajo periodístico del mensaje promocional.

### **Incompatibilidad**

El periodista no puede subordinar en ningún caso al beneficio personal o de terceras personas, las informaciones económicas o financieras de que tenga conocimiento, y no puede obstaculizar la marcha del mercado difundiendo hechos y circunstancias relativas al propio interés.

El periodista no puede escribir artículos o notas informativas referidas a acciones sobre cuya marcha en la Bolsa tenga directa o indirectamente un interés financiero, ni puede vender o comprar acciones de las que se esté ocupando profesionalmente o deba ocuparse en breve plazo.

El periodista rechaza pagos, reembolsos de gastos, donaciones, vacaciones gratuitas, dietas, invitaciones a viajes, regalos, bonificaciones o prebendas de individuos privados o de entes públicos, que puedan condicionar su trabajo y la actividad informativa o perjudicar su credibilidad y dignidad profesionales.

El periodista no asume encargos y responsabilidades en oposición con el ejercicio autónomo de la profesión, ni puede prestar el nombre, la voz o la imagen para iniciativas publicitarias incompatibles con la protección de la autonomía profesional.

Son permitidas, sin embargo, a título gratuito, prestaciones análogas para iniciativas publicitarias con fines sociales, humanitarios, culturales, religiosos, artísticos, sindicales o cualesquiera otros privados sin carácter especulativo.

### **Menores y discapacitados**

El periodista respeta los principios sancionados por la Convención de la ONU de 1989 sobre los derechos del niño y las reglas suscritas en la Carta de Treviso para la protección de la personalidad del menor, ya como protagonista, ya como víctima de un delito. En particular:

- a) No publica el nombre ni cualquier elemento que pueda conducir a la identificación de los menores implicados en casos de información.
- b) Evita cualquier argucia de los adultos interesados en hacer prevalecer exclusivamente su propio interés.
- c) Valora, sin embargo, si la difusión de la noticia relativa al menor es útil efectivamente para el interés del propio infante.

El periodista protege los derechos y la dignidad de las personas discapacitadas, bien por motivos físicos o mentales, análogamente a los ya sancionados por la Carta de Treviso para los menores.

El periodista protege los derechos de los enfermos evitando la publicación de noticias que, bajo argumentos médicos, lleven a un sensacionalismo que podría hacer surgir temores o esperanzas infundadas. En particular:

- a) Evita difundir noticias sanitarias que no puedan ser corroboradas con fuentes científicas autorizadas.
- b) Evita citar el nombre comercial de fármacos y de productos en un contexto que pueda favorecer el consumo del producto.
- c) Suministra adecuadamente el nombre comercial de los productos farmacéuticos retirados o suspendidos porque pueden ser nocivos para la salud.

El periodista se compromete, empero, a tener el máximo respeto a los sujetos de información que por razones sociales, económicas o culturales, tienen menos instrumentos de autoprotección.

#### PORTUGAL

#### **Código Deontológico Del Periodista<sup>49</sup>**

1. El periodista debe revelar los hechos con rigor y exactitud e interpretarlos con honestidad. Los hechos deben ser comprobados oyendo a las partes que tienen intereses atendibles en cada caso. La distinción entre noticia y opinión debe quedar clara a los ojos del público.
2. Los periodistas deben combatir la censura y el sensacionalismo, y considerar la acusación sin pruebas y el plagio como graves faltas profesionales.
3. El periodista debe luchar contra las restricciones en el acceso a las fuentes de información y las tentativas de limitar la libertad de expresión y al derecho de informar. Es obligación del periodista divulgar los ataques contra ese derecho.
4. El periodista debe utilizar medios legales para obtener información, imágenes y documentos, y evitar abusar de la

---

<sup>49</sup> Revista Mexicana de Comunicación, Fundación Manuel Buendía

buena fe de las personas. La identificación como periodista es una regla. Otros procedimientos para conseguir información sólo se pueden utilizar por razones de incuestionable interés público.

5. El periodista debe asumir las responsabilidades por todos sus trabajos y actos profesionales, así como proponer la inmediata rectificación de las informaciones que se revelen inexactas o falsas. El periodista debe también rechazar actos que violenten su conciencia.
6. Como criterio fundamental, el periodista debe identificar a sus fuentes. Pero no debe revelar, incluso en un juicio, sus fuentes confidenciales ni incumplir los compromisos asumidos, excepto si intentaran usarlo para canalizar informaciones falsas. Las opiniones deben ser siempre atribuidas.
7. El periodista debe salvaguardar la presunción de inocencia de los inculcados hasta que haya una sentencia firme. El periodista no debe identificar, directa ni indirectamente, a las víctimas de crímenes sexuales o a los delincuentes menores de edad. Además, debe prohibirse humillar a las personas o perturbar su dolor.
8. El periodista debe rechazar el trato discriminatorio de las personas basado en su color, raza, credo, nacionalidad o sexo.
9. El periodista debe respetar la vida privada de los ciudadanos, excepto cuando fuere a causa de interés público o la conducta del individuo contradiga valores y principios que públicamente defiende. El periodista está obligado - antes de recoger declaraciones e imágenes - a atender las condiciones de serenidad, libertad y responsabilidad de las personas afectadas.

10. El periodista debe rechazar funciones, tareas y beneficios susceptibles de comprometer su independencia e integridad profesionales. El periodista no debe valerse de su condición profesional para publicar asuntos en lo que tenga intereses.

#### **4.4 LA ÉTICA Y EL SENSACIONALISMO / AMARILLISMO**

Como hemos visto en la actividad profesional de la información, la aplicación de principios generales, se une con decisiones precisas y prácticas, a veces muy delicadas.

La información ahora no es más que un falaz (engaño) que recubre un cargamento averiado. Pareciera que la moralidad pública pone en el banquillo a los sensacionalistas, sino del todo, al menos buena parte de sus temas y procedimientos porque especulan sobre los gustos de cierto sector del público: indiscreción, gusto por el escándalo, obsesión sexual, gusto por la violencia, entre otros temas por el mismo estilo.

La obra de inmoralidad se potencia al doble con una acción contra-educativa, lo "sensacionalista"/ "amarillista", desvía al público de las realidades importantes y de los verdaderos problemas. Además, cuando las pequeñas extravagancias de los grandes actores o de las "estrellas", en particular, notables en el mundo moderno y modelos de conducta para muchos, se publican sin una palabra de represión, sin la menor reserva.<sup>50</sup>

Incluso los periódicos habitualmente respetables pueden abusar de lo sensacionalista / amarillista, la gran mayoría de la prensa lo ha hecho, desde que apareció el periódico, y

---

<sup>50</sup> Joseph, Folliet. La Información hoy y el derecho a la información, p. 386



antes de que la palabra "sensacionalista", estuviera en boga y designara un procedimiento reflexivo, con la explotación de los diversos sucesos de sangre a los que el periodismo inglés llama, no sin razón "horrors".

Un buen crimen, muy trágico y jugoso, se muestra demasiado rentable sobre todo si los actores se desenvuelven en un fondo turbio, en un clima pasional y con anomalías variadas. Igualmente un buen asunto de costumbres, bien complicado y adobado con muchos chismes, se ofrece también como muy provechoso sobre todo si tiene implicaciones políticas. Este tipo de informaciones es la fórmula consagrada de sangre.

Para salvaguardar la libertad esencial de la información, la de comunicar las verdades de los hechos, al público, importa que el informador, no ceda las facilidades del dejar hacer y que acepte los límites sugeridos por el bien común.

En México como en el resto del mundo, los códigos de ética de alguna manera son parte de un catálogo que sólo existe de manera escrita y del cual en ocasiones únicamente destaca el título asignado en cada país donde estos existen, porque en la realidad la ética periodística o códigos son violados en ocasiones por los mismos periodistas que en busca de sus propios intereses, se salen del camino de la verdad, lealtad y dignidad hacia su persona y el medio donde laboran, solamente por la obtención de beneficios económicos y personales.

Cuando se habla de la ética y su inminente relación con los llamados códigos de ética periodística, nos damos cuenta de la necesidad de mantener de alguna forma un control sobre los encargados de dar a conocer las noticias y se ve

reflejado en el profesionalismo que cada reportero ofrece a su medio y su público.

Cabe resaltar el valor que se le da o atañe al secreto profesional, donde todos los códigos mencionados en este capítulo lo resaltan como uno de los asuntos más relevantes para un periodista, aunque de acuerdo con Nancy Flores en un artículo para la revista Los Periodistas<sup>51</sup>:

El derecho que tiene lo reporteros de conservar la identidad de sus fuentes informativas en el anonimato... no ha sido reconocido jurídicamente pese a que este vacío legal deja al reportero a merced de las autoridades.

Además, de acuerdo con el organismo de Reporteros sin Fronteras (RSF) se destaca la violación del secreto profesional de parte del poder judicial en contra de ocho reporteros de La Jornada quienes fueron interrogados sobre sus fuentes de información poniendo en peligro el periodismo de investigación y de lo que se dice termina siendo un ejercicio intimidatorio.

Finalmente, es importante destacar la gran gama de obligaciones que tiene un periodista desde decir la verdad, informar con seguridad su noticia, el cuidado minucioso de sus fuentes, el corroborar la nota antes de mencionarla, entre algunas.

---

<sup>51</sup> Nota Informativa presentada por Nancy Flores para la revista Los Periodistas titulada Derecho a la fuente confidencial, Enero de 2004

## CONCLUSIONES

El periodismo ha ido a la par de los cambios, ya sean políticos, sociales, económicos o culturales el mundo ha sufrido y ha estado presente, ya sea, en beneficio o perjuicio de la sociedad. Al mismo tiempo ha sido una de las piezas fundamentales del ajedrez informativo para lograr sus fines. Gracias al periodismo, el mundo se informa sobre los hechos que se están generando en México y el mundo se orienta con los análisis, las opiniones y crea sus propias ideas.

El periodismo como disciplina, requiere el ejercicio de profesionales completamente identificados con ella, y no de personas que llegan al periodismo como alternativa y hacer de él un medio para lograr objetivos meramente económicos y lucrativos porque de esta forma están dejando de lado los valores y lineamientos del mismo. En el periodismo no bastará con decirse periodista y ya; se requiere de gente con vocación y mucha preparación académica, que le permita afrontar los retos informativos, como la obtención de la información en cada uno de los casos o noticias asignadas al periodista.

En el periodismo la "nota roja" que comúnmente se utiliza en las informaciones de índole policíaco, es un término que surge como una necesidad de dar nombre a los sucesos que estuvieran relacionados con sangre, escándalo y violencia, su tendencia es resaltar hechos o acontecimientos relacionados con la muerte y que despierten el morbo del público.

Con el paso de los años el término nota roja se ha desvirtuado el valor al ser relacionada únicamente con hechos de violencia, sangre, Se concibe como una simple nota académica basada en un formato adquirido en la escuela, donde únicamente se busca la forma de dar a conocer una información con el afán de atraer a la gente con el morbo.

La nota roja como el resto de las noticias publicadas dentro de un medio de comunicación requiere de un trato adecuado, con el respeto y la seriedad necesarias para dar a conocer el hecho lo más explícito posible.

El periodista de policía, debe ser un profesional del periodismo que contará con las herramientas necesarias que ha ido adquiriendo con el paso de los años tanto de su vida personal como académica, para hacer frente a la información y no caer en el amarillismo o sensacionalismo (donde también se necesita tener conocimiento previo del tema).

La información policial se entiende como los hechos y noticias que de una u otra manera afectan a la sociedad, si no se informa correctamente, estaremos incluidos en ese gran sector de personas mal informadas o desinformadas totalmente.

Existe la libertad de expresión que ha sido uno de los derechos fundamentales del hombre porque es la prolongación de la garantía individual de pensar.

En el periodismo manejamos el término "libertad de información" que se entiende como el derecho el cual todo individuo tiene para recibir noticias sobre hechos o sucesos

relevantes de carácter público a través de los diversos medios de comunicación.

Parte esencial del periodismo y como complemento a las antes mencionadas libertades de expresión e información, esta el denominado "código de ética" (en este reportaje se presentan algunos ejemplos), el cual se maneja de acuerdo con el interés de cada uno de los medios de comunicación como es el caso de la nota roja y / o amarillista / sensacionalista, aunque cabe resaltar que existe gran similitud en cuestión de ideas y pensamientos, entre los diversos códigos de ética en el mundo entero.

Los periodistas en México buscan en la nota roja y amarillista en la mayoría de los casos, simplemente el morbo que puedan causar en sus lectores a través de impactantes fotografías o sugerentes encabezados, a diferencia del significado de la ética periodística que se basa en las normas morales, individuales y sociales que rigen el desempeño de una profesión, tal es el caso del secreto profesional y el derecho a la privacidad.

Al hablar de la nota roja se recrea la sensación de hechos relacionados con sangre que acaparan el interés del público lector y que a la vez está relacionada con el sector policiaco. En el caso del amarillismo y/o sensacionalismo es simplemente el morbo y la exageración de presentar y al mismo tiempo desinformar el hecho tal y como sucedió en realidad, por lo tanto, cada uno tiene su sentido de orientación y no llegan a confundirse por su marcada línea a seguir, por

ejemplo, la nota roja en publicaciones como **La Prensa**<sup>52</sup> o **Alarma** y el Amarillismo / Sensacionalismo en programas de televisión como **La Oreja o Ventaneando**, así como las revistas **TV Notas, TV Novelas y Órale**.

Alimentar el morbo en la gente no es difícil, cuando se tienen las armas necesarias para hacerlo, por lo que algunos reporteros utilizan esta arma con el fin de sobresalir, llegando a hacer mal uso de la profesión periodística, por ejemplo, un reportero de El Universal durante el sismo de 1985 manejo el caso de un bebe que supuestamente sobrevivió al siniestro en le Hospital Infantil; sin embargo, su versión del suceso era totalmente inventada para llamar la atención del público lector, que conmovidos seguían con atención la historia.

En algunos sectores de los medios de comunicación, por ejemplo, en los espectáculos el amarillismo es un elemento necesario para tener más rating, de tal forma se presenta dentro de la nota roja dando pie a encabezados llamativos, imágenes escandalosas e información que tiende a ser algo fuerte, pero son aspectos necesarios o útiles para crear una gran demanda en la venta de la publicación.

Para lograr que la opinión pública conozca la información policial lo más real posible, es importante que los medios de comunicación le den el trato adecuado, y no hacer de tal, noticias sin algún sentido periodístico que sólo sirven para rellenar espacios en planas incompletas de un periódico o revista.

---

<sup>52</sup> Aunque se visito las instalaciones del periódico las personas con las cuales se platico dicen que existe el código de ética pero no saben donde esta.

## BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Aceves Mendoza, Enrique. Introducción al Periodismo, México, Editorial Ciencias Políticas, 1963, 333 pp.
- Bonett Oranday, Teresa de Jesús. Tratamiento actual de la fotografía de nota roja, México, 1987, 85 pp., Tesis: Escuela de Periodismo: Carlos Septián García.
- Brajnovic, Luka. Deontología Periodística, Ed. Universidad de Navarra, España, 1978, 358 pp.
- Castellanos, Ulises. Manual de Fotoperiodismo, México, Universidad Iberoamericana, 1º edición, 2003, 133 pp.
- Código de ética de El Universal, diario, México
- Código de ética de La Crónica de Hoy, diario, México
- Colectivo de Autores. Metodología del conocimiento científico, presencia latinoamericana, s.a., 445 pp.
- Comboni Sonia y Juárez, José Manuel. Introducción a las técnicas de investigación, México, 1º edición, 1990, Trillas, 134 pp.
- Del Río Reynaga, Julio. Reflexiones sobre periodismo, medios y enseñanza de la comunicación, Ediciones de la UNAM-FCPyS, México, 1993
- Díaz U. Claudia y Martínez Eunice. El sensacionalismo de la prensa escrita en la fuente de espectáculos, México, 1997, 171 pp. Tesis: Escuela de Periodismo: Carlos Septián García.
- Fajardo López, Julián. Función del periodismo dentro de la nota roja, México, 1969, 35 pp. Tesis: Escuela de Periodismo: Carlos Septián García.
- Franco Ocampo, Lilia. La nota policiaca y el amarillismo, México, 1967, 63 pp. Tesis: Universidad Femenina de México, Escuela de Periodismo.

- Folliet, Joseph. La información hoy y el derecho a la información, Editorial Sol Tervae, Guevara, 20, Santander, España.
- Garma bella, José Ramón. Güero Téllez, Reportero de Policía, Edamex.
- Guadalupe García, Clara y Solis Hernández, Silvia. La nota roja en México, México, 1º edición, 1999, Ediciones del Centro de Estudios Históricos del Porfiriato (CEHIPO), 183 pp.
- Guajardo Horacio. Elementos de periodismo, Editorial Gernika, México, 1982.
- Habermas, Jurgen. Historia y crítica de la opinión pública, Ed. Gustavo Gili, España, 1981, 352 pp.
- Jiménez Torrijo, Germán. La importancia de la nota roja en el Distrito Federal, México, 1996, 101 pp. Tesis: Escuela de Periodismo: Carlos Septián García.
- José Aparicio, Rocío. El derecho a la información vs el derecho a la vida privada, México, 1999, 129 pp. Tesis: FCPyS.
- Lambeth, Edmund B. Un código de ética para la profesión, México, 1º edición, 1992, Ed. Limusa, 224 pp.
- Leñero, Vicente y Marín, Carlos. Manual de Periodismo, Editorial Grijalbo, México 1986, 315 pp.
- Lindrot T., Carl. Sensacionalismo en las noticias en ciencias políticas y sociales, UNAM, México, años II, No. 4, abril - junio, 1956.
- López Peláez, Antolin. La importancia de la Prensa, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1907.
- Luiz Cervo, Amado y Alcino Bervian, Pedro. Metodología Científica, México, 1º edición, 1980, McGraw - Hill, 137 pp.



- Martínez Albertos, José Luis. Curso General de Redacción Periodística, Editorial Mitre, México, 1983
- Martínez de Souza, José. Diccionario General de Periodismo, Editorial Paraninfo, S.A., 1º edición, Barcelona, 1981.
- Ochoa Leyzaola, Ligia. Nota Roja ¿Crimen que se Informa o Información criminal?, México, 1980, 50 pp. Tesis: Escuela de Periodismo: Carlos Septián García.
- Padua, Jorge. Técnicas de Investigación aplicadas a las ciencias sociales, México, Fondo de Cultura Económica, 5º reimpresión, 1993, 360 pp.
- Rivadeneira Prada, Arturo. Periodismo, Trillas, México, 1983.
- Ratzke, Dietrich. Manual de los Nuevos Medios, Ed. Gustavo Gili, México, 1986, 354 pp.
- Rojas Avendaño, Mario. Técnicas de Periodismo, apuntes inéditos, México, UNAM, 1976.
- Reed Torres, Luis y Ruiz Castañeda, Ma. Carmen. El periodismo en México, 500 años de historia, ENEP ACATLAN, UNAM, México.
- Romero Álvarez, María de Lourdes. "Anacronías: el orden temporal en los relatos periodísticos" en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, núm. 169, año XLI, julio-septiembre de 1997, p. 63-92
- Romero Álvarez, María de Lourdes. "Literatura y periodismo en el presente", en Boletín del Instituto de Investigaciones Bibliográficas, Nueva época, volumen III, núms. 1 y 2, 1998, p. 149-164
- Romero Álvarez, María de Lourdes. "Una visión actual de la actividad periodística", en Investigación de la

Comunicación. México en los albores del siglo XXI, México, AMIC, 2003, p. 291-300

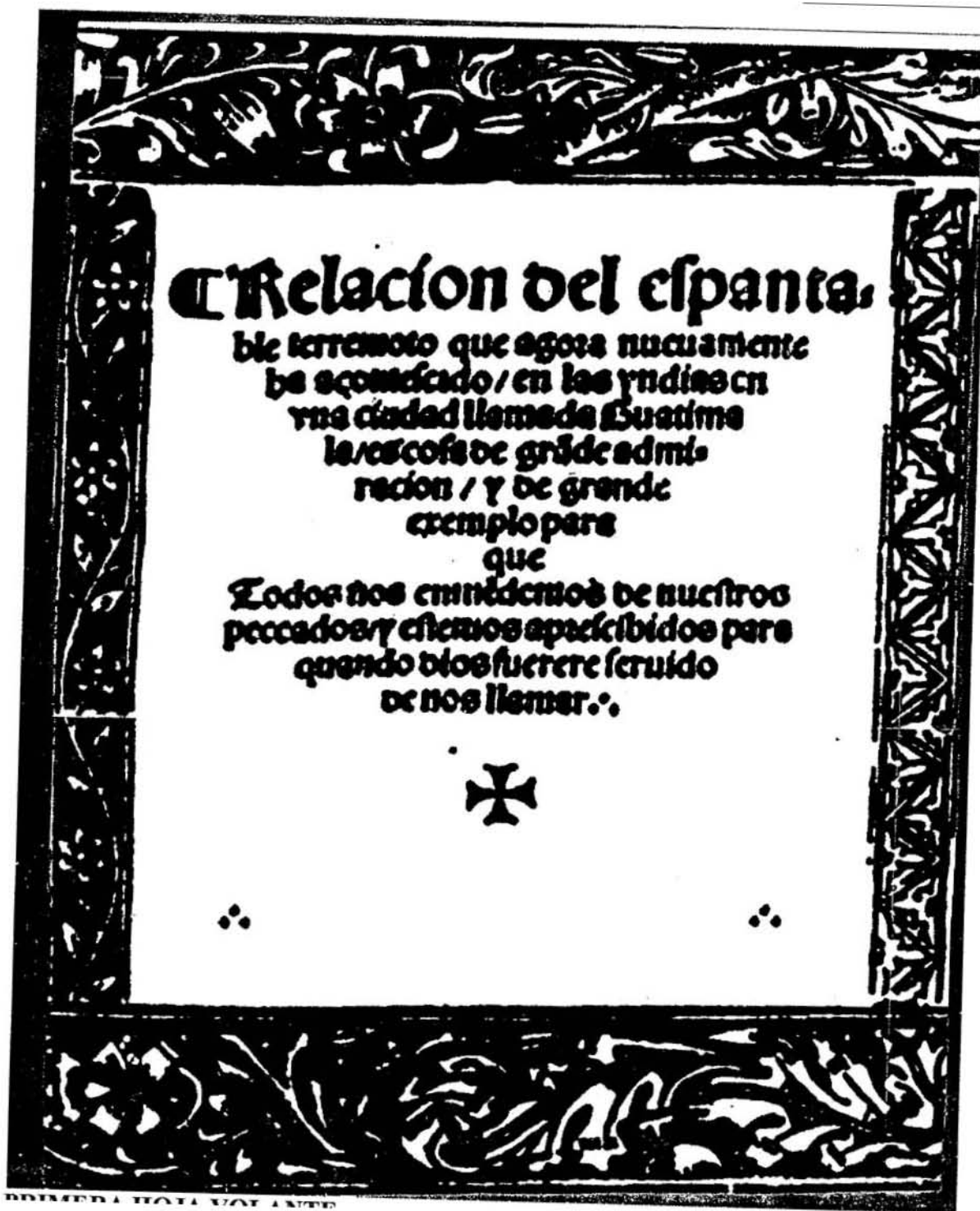
- Ruiz Castañeda, Ma. Carmen. La Prensa, Pasado y Presente de México, UNAM, México, 1987, p. 11-17
- Rivers, William L., Cleeve Mathews. La ética en los medios de comunicación, México, 2º edición, 1994, Ed. Genika, p. 436
- Síntesis Informativa de la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal, Ciudad de México, México
- Terrov, Fernando. El derecho a la información, Editorial Salas, México, 1980.
- Villanueva, Ernesto. Régimen Jurídico de las libertades de expresión e información en México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM, México, 1998, p. 253
- Vivaldi, Martín. Géneros Periodísticos, Editorial Paraninfo, Madrid, 1986

#### **INTERNET**

- [Http://medios.4t.com/custom.html](http://medios.4t.com/custom.html)
- [Http://www.cem.itesm.mx](http://www.cem.itesm.mx)
- [Http://www.mexicanadecomunicación.com.mx](http://www.mexicanadecomunicación.com.mx)
- [Http://www.sistem.itesm.mx](http://www.sistem.itesm.mx)
- [Http://biblional.bibliog.unam.mx/lib/gaceta/abr...999/gaceta.html](http://biblional.bibliog.unam.mx/lib/gaceta/abr...999/gaceta.html)
- [Http://www.udem.edu.mx](http://www.udem.edu.mx)
- [Http://www.lajornada.com.mx](http://www.lajornada.com.mx)
- [Http://www.elindependiente.com.mx](http://www.elindependiente.com.mx)

## INTERNET

- [Http://www.reforma.com.mx](http://www.reforma.com.mx)
- [Http://www.méxicodesconocido.com](http://www.méxicodesconocido.com)
- [Http://www.ull.es/publicaciones/latino/2001/latino38feb/123jaquez.htm](http://www.ull.es/publicaciones/latino/2001/latino38feb/123jaquez.htm)
- [Http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/jarriaga.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/jarriaga.html)
- [Http://www.lacrisis.com.mx/cgi-bin/cris-cgi/Discomuni.cgi?colum03/20021017040604](http://www.lacrisis.com.mx/cgi-bin/cris-cgi/Discomuni.cgi?colum03/20021017040604)
- [Http://uaq.mx/fcps/tribuna/95/p95n14.html](http://uaq.mx/fcps/tribuna/95/p95n14.html)
- <http://puntoq.com.mx/2002/20020222/ENA220202.htm>



# **Relacion del espanta-**

**ble terremoto que agora nuevamente  
ha acontecido / en las yndias en  
vna ciudad llamada Guatima  
la / escosa de grãde admira-  
cion / y de grande  
exemplo para  
que**

**Todos nos emendemos de nuestros  
peccados y estemos apretados para  
quando Dios fuere seruido  
de nos llamar.º.**



PRIMERA HOJA VOLANTE

# GACETA DE MEXICO

Noticias de Nueva-Espana, que se imprimiran cada mes, y comiençan desde primero de Henero de 1722.

A Nobilissima Mexico, cabeza de Nueva-Espana, y corazon de la America, celebraron dos siglos cumplidos de la Conquista el dia de S. Hieronimo Martyr S. Hippolito su Patron a 13. de Agosto de el año pasado, con festividades de monstraciones de luminarias, mascaradas, y coleadoras, y con pilleo la víspera, y dia, montados à cavallo el Exe. Señor Virey, Real Audiencia, Tribunales, Ciudad, y Cavalleria Sacra el Estandarte Real el Conde de el Valle de Orizaba su Regidor, se solemnizo por tres dias, y el dia 15. de la Asuncion de N. Señora Titular de esta Santa Iglesia Metropolitana, q coronó su hermozo Templo de Galileidos, luzes, y con los mas ricos Ornamentos colocó en su Altar Mayor la Bellissima Imagen de Oro de la Reyna de los Angeles, Predicó de Pontifical una Eloquentissima Oracion Fr. Negyrida Moral, el Illmo. y Rmo. Señor M. D. Fr. Joseph Lanciego, y Egulaz su Arceobispo. La feliz duracion de esta Corte estrena su tercer Siglo, con el qual comienza à dar a las preñas sus memorias dignas de mayor manifestacion, apunzadas en estas Gacetas pues imprimirlas es politica tan racional, como authorizada de todas las Cortes de la Europa, dando à la Estampa las noticias que ocurren en el breve tiempo de siete dias, por el distrito capaz de sus dominios. Difussa esta costumbre ha llegado hasta la Imperial Lima, Corte celebre del Peru, y practicando esta plausible diligencia, imprime cada mes sus accionamientos, y no siendo menos la Muy Illustre Mexico, Corona de estos Reynos, comienza à plantear esta politica con las frecuencias de el Exmo. Señor Marquès de Valero, haciendo con esto mas memorables los accionamientos de su gobierno, è introducièndo para lo venidero este urbano estylo, que hechanban menos los Curiales de Mexico, para mayor autoridad de su Ciudad, y conocimiento de su grandeza. No carece de utilidad, pues à mas de el general motivo de las Gacetas, siendo estas vna fidelissima Relacion de lo que acontece en estas dilatadas Regiones, puede sin trabajo qualquier diligencia de examinarlos, logre el aplauso de escribirlos, y los correspondientes, el honor à los que de la Europa piden noticias de la America, para enriquezer sus Historias. No tengo escrupulo de que se me fiscalizen algunas indidias que si por vistas en esta Ciudad continuamente, no son novedad à los que las oyen distantes, y credito de Mexico en todo

Es costumbre de Madrid poner cada Corte separada, y por esto se pone aqui cada Ciudad dividida, en las que son Capitales de Obispados, Provincias, y Puertos, [ ara q con esta distincion se lean, con mayor commodidad.

Mexico Henero de 1722.

EL dia primero, asistiò su Exc. à la Cassa Professa de la Sagrada Compañia de JESUS, donde en memoria de su nombre, celebra la de la Circuncision. El Ayuntamiento

GACETA DE MEXICO  
GACETA DE MEXICO

GAZETA  
DE MÉXICO.

Desde primero, hasta fin de Henero de 1728.



*Mexico.*

**L**A mañana del día 1. despues que los Capitulares asistieron à la Misa rezada, que se dixo en el Oratorio de las Casas de Ayuntamiento, pidiendo el favor, y gracia del Espiritu Santo, para el acierto, procedieron à la annual eleccion de sus Alcaldes Ordinarios, que se hizo en el Regidor D. Luis de Ayando, y Bermeo, y Ldo. D. Joseph Fernandez Beytia, quienes luego passaron a dar parte à su Exc. y à la tarde continuaron en el

México  
(1742)

GAZETA DE MÉXICO  
GAZETA DE MÉXICO



**JUAN IGNACIO MARÍA DE CASTORENA Y URSUA FUNDADOR DE LA GACETA DE MÉXICO  
Y NOTICIAS DE LA NUEVA ESPAÑA**

## OBSERVACIONES FISICAS

Escritas por D. José de Alzate en la Sierra Nevada, situada al Estrecho respecto de Málaga, á la distancia de quince leguas.

Las diferentes opiniones de astrónomos y físicos acerca de la verdadera figura de la tierra, determinaron en nuestros tiempos á la real academia de las ciencias de Paris enviar algunos de sus miembros al Perú y á la Laponia, para que se ejecutaran observaciones en virtud de las cuales se determinara toda duda. Merecieron de muchas luces, providas de ciertos instrumentos, y habilidades las que se destinaron al Perú por los órdenes de España y de Francia, con todas las ayudas y socorros necesarios, precisamente habian de servir á un fin de tanta importancia. Ya se saben los resultados, en virtud de los cuales es evidente que el globo terrestre, en su todo, no es esférico achatado hacia los polos, por lo que el círculo que atraviesa la tierra bajo la equinoccial, divide al mundo por ambos polos.

Muchas comisiones, y algunas particulares, no han omitido nada para concurrir por su parte á la comprobacion de las operaciones ejecutadas en el Perú y en Laponia, particularmente por la divina emperatriz reina de Ucrania; algunas otras comisiones verificaron varias medidas geodésicas en España y en Franchonia; el célebre Polonio cometió las del reino austríaco padre Meyer. El grande, sublime y muy piadoso papa Benedicto XIV. facilitó todas las arbitrias posibles para que el padre Beccoli, la ejecutase en los estados pontificios á la magnificencia del rey de Cerdeña se debra las verificaciones en el Piemonte; en Francia no solo se han ejecutado, se tienen repetidas el profundo astrónomo de la Cailla las practicó en el Cabo de Nueva-Orleans, como que tan arduo trabajo se compravala en el plano de las operaciones para que fues remitiada.

Aun en las colonias inglesas de nuestra América se ha contribuido para solidar mas y mas, demostraron que no lo será para quien ignore los primeros rudimentos del estado de la astronomia. En Nueva España no se ha dado el mas ligero paso para contribuir á tan útiles conocimientos; la falta de la proteccion real, porque no se ha ocurrido á establecer, el menoscabo de las matemáticas (es necesario



3.  
zeas, y la meca, he visto bastante de tres partes del mundo, entiendo el idioma Toscano, el Frances, el Portugues, el Latin, algo de Ingles, y con el auxilio de estos idiomas, he pasado revista á lo demás del Orbe, por medio de los libros historicos, y geograficos antiguos, y modernos. En el Rollin tomé una idea general de las naciones que vinieron á desaparecer sumerjidas, ó confundidas, en la excesivamente ponderada republica romana, y en otros autores que no quiero citar porque no se me gradue de pedante, me he impuesto á la perfeccion en las costumbres, la política, la filosofia, la moral, la jurisprudencia, la economia, *la belica*, esto es, el arte de la guerra, de todas las naciones civilizadas, y de muchas que no se cuentan en este número. Sobre todo conozco á fondo por adentro, y por afuera las celebradas republicas de grecia, que en efecto merecen gloria inmortal en *algunas cosas*, y hasta me he paseado por las calles de Atenas, guiado por Mr. Bartelemí en su puntualísimo viaje de Anacarsis. No me son desconocidas las republicas de Platon, el Smith &c. &c.

Ahora bien un hombre como yo, que no tiene ningunas cosas que guardar, que junta á los indicados otros conocimientos, que emito por no ser jactancioso, que sabe quasi de memoria el Quijote, el Telemaco, y el inapreciable tratado de „*el comercio, y el gobierno mirados con relacion reciproca*, escrito por Condillac, y traducido en las memorias de Suarez con mucho demerito, por haberlo querido castellanizar demasiado, fundiendo en unas clausulas dilatadas, y confusas, lo que el original dice con claridad en periodos pequeñitos, que á primera vista presentan toda la fuerza, y extension de unas verdades sólidas, y luminosas: con estos materiales, y otros muchos que diría si fuese charlatan ¿por donde me buscarán que no me hallen?

Por otra parte el habito de leer, meditar, convivir, y calcular, el de tratar con sabios, por que yo huyo de la conversacion insulsa de las mugeres, y del mayor número de los hambres, que no saben hablar, sino quando se trata del negocio, esto es de ganar dinero, ó de fribolidades, de bayles, paseos &c. me han puesto en estado de dar un proyecto para qualquier cosa que ocurra. De repente soy capaz de dictar leyes fundamentales para una republica absolutamente democratica, federativa, ó representativa, una aristocracia, una oligarquia, una monarquia, ó un gobierno misto: las reglas para la fundacion de un gran Pueblo maritimo, ó interno, con quanto es necesario para su policia, y buen gobierno; en cuyas dos palabras se comprende la seguridad, la comodidad, y quanto es preciso para la felicidad civil.

Sin embargo de esto, y de que en mis conversaciones familiares me dexo ir en las materias que se tocan, y que por eso mis amigos

**DIARIO DE MEXICO**

*Del Martes 1. de Octubre de 1805.*

*Remigio Ojeda, Cuarta hora de la Enseñanza, Sigue la Quincena del Rosario en Santo Domingo, con exposicion de su Magestad.*

El principio de este Diario esperaba todos un gran prólogo, una introduccion magñifica, ó un prefacio fastuoso, como es de uso y costumbre; pero todos se quedaron con la gana, lo primero, porque no tenemos numero de prologistas; y lo segundo, porque los prólogos se diriven para hacer ofrecimientos y protestas, y dar disculpas ántes de las obras. Para que es prometer, si no se ha de cumplir; y si se ha de cumplir para que es ofrecer? obras son amores, y no buenas razones. Las protestas son buenas para los protestantes. Nosotros no tenemos que protestar que nos hemos metido á diaristas obligados de principios superiores, ni por ruegos de amigos, ni porque nos devora el amor patriótico; y queremos hacer este bien á la humanidad: Nos parece que el diario sería útil en esta famosa Capital, y que á proporcion del tiempo que diésemos al público podría ser útil para nosotros. Y por último no es tiempo de disculpas. No faltarán motivos, por la naturaleza del papel, por la diversidad de gustos, y porque somos una familia. Al hombre mas sabio le falta mucho que saber, el mas hábil se cae, y produce los mayores desatinos, y el mas fuerte, y robusto se cae muchas veces; y supuesto que nos hemos metido á diaristas, y que como muy hombres hemos acometido tamaña empresa sin que nadie nos llamase para ello, será muy justo, y muy presto dar la razon, que siempre que demos motivo nos carden bien la lana, y nos zurren bien la badana, que eso le sucede al que se mete en la boca del escusado, y el que no quiera borrascas no se meta marineramente. Y no será razon que vea el público la muestra del paño? No Señores lectores, no. Que sería de nosotros, y del diario, si desde luego descubriésemos la ilaza? Miren V. en nuestro almacén hay un surtido regular de todos generos, porque es preciso que haya para todos. Si diésemos un retazo de paño de primera de vicuña, ó un chál de encage de Flandes, sería para muy pocas personas, porque es muy corto el número de las que aprecian, y gastan las cosas finas; y de mérito, y luego les parecería ordinario, y despreciable lo demás que fuesen viendo, á riesgo de que nos aplicasen la fabula de la mu-

**HEMEROTECA NACIONAL  
MEXICO**

la de alquiler; y si por el contrario mostrásemos una pieza de royal, ó de gerga, ó un sombrero de panza de burra, haría gestos toda la gente figa, y de gusto.

Sin embargo por no entrarnos de rondón, y sin decir agua vivá, copiaremos unos párrafos de la vista del Señor Fiscal de lo Civil Don Ambrosio Sagazurieta en el expediente sobre la licéncia.

Después de haber resumido con la mayor exáctitud, claridad, y precision dice: "En una Ciudad como esta, la principal del Reyno, y en que se encierra tanto número de Letrados, de Artesanos los mas hábiles, y de otras muchas personas de importancia, donde es tan conveniente la emulacion para el fomento de las ciencias, de la industria, la Agricultura y el Comercio, y en donde se advierte con dolor en la mayor parte de su vecindario un general abandono, y desidia, causada tal vez por el poco aprecio que merecen los descubrimientos y progresos de los Profesores, hacia notable falta un prospecto como este, que ha producido tan buenos frutos en todas las Naciones, que inspira la aficion á la lectura, y proporciona un medio el mas sencillo y facil para comunicarse sus ideas y adelantar sus facultades; el que despues de una tarea y aplicacion continua, vé logrados sus designios por el comun aplauso que merecen, es fuerza no desmaye y sirva á otros de estímulo para adelantar: igualmente se apura el discurso, se exalta el amor á la virtud, y todo influye para civilizar la plebe, y reformar sus costumbres, siendo las bienes que resultan, no solo para el Publico en lo general, sino transcendentales muchas veces al recinto y economia privada de una familia, y de una casa.

En quanto á las materias que comprende el prospecto referido, son todas utiles y varias, para que las personas que no gustan de unas hallen satisfaccion de leer otras, y en todas se encuentre la conveniencia que se busca: los rasgos de erudicion que se prometen, servirán para instruir, ó divertir á algunos, y otros seran interesados en las noticias de economia domestica, en el hallazgo de lo que perdieren, del mozo que solicitan, de la venta de sus bienes, ó en los avisos sobre los demas ramos de Gobierno, Comercio, Agricultura, &c.

Señor Diarista: Si acaso ha dicho V. por mí en su prospecto lo de *proyequista* bullicioso, ha acertado V. en la primera parte, porque en realidad he sido, soy, y seré *proyequista*, mientras Dios me tenga en este mundo; pero no bullicioso, sino muy sosegado, y tranquilo. Es el caso que yo no he fijado mi pie por mucho tiempo en ninguna parte, desde muchacho he andado de aqui para allí, y así he corrido la  
ze.

4.  
 gos me llaman *proyectista*, no se hallará proyecto, ni papel mío en secretarías, archivos, ni otra parte alguna, y vé V. hay, que no soy bullicioso. El porqué no he comunicado mis ideas, yo me lo sé. Dios me entiende, y yo me entiendo. No soy amigo de meterme en la renta del escusado: sea donde no me llaman que me querran? y el que se mete á redentor, tale crucificado. Yo veo que por todas partes reina el egoismo, y no quiero renunciar mi parte. Si uno propone un pensamiento es el blanco..... &c. En una palabra, por no perder enteramente mi trabajo, ya que el diario nos abre una puerta tan franca, si V. me ha de publicar (a) lo dirigiré de quando en quando, sin los gastos de papel, para presentarme de cuerpo entero en una pa-  
 sestra. Si se utilizaren, grandemente, tendré mucho gusto en ello; y si no paciencia, que poco se pierde; pero advertido desde ahora, que no soy inventor, las mas de las especies son adquiridas, aplicadas, ó conuinadas, y no guardaré orden, sino que cada vez escribiré sobre lo que me ocurra. *El Proyectista.*

**COLICEO.** Esta noche se representará la Comedia intitulada LA OLANDEZA, con intermedios de cantado, y representado.

Precio actual de los viveres de mayor consumo en esta Capital que se procurará anunciar cada ocho dias.

<i>Cargas.</i>	<i>Practos.</i>
Maiz de tierra caliente.....	cinco y dos.
de chales, teluca y demas contornos.....	cinco y medio.
Frijol Bayo.....	doze.
Duroloño.....	oñes.
Gábarico.....	siete.
Cebada.....	veinte y dos. rs.

<i>Arrobas.</i>	<i>Precios.</i>
Queso seco bien acondicionado...	quatro pesos.
Manteca de puerco.....	cinco.
Chile anejo superior.....	quatro y medio.

Esperamos que estos efectos baxen mas y mas de precio, por la abundancia general de las aguas.

(a) Lo haremos siempre que se observen las calidades prescritas en el prospecto: y en su caso daremos los tajos convenientes, como lo hemos hecho en este, siguiendo la regla de que *utile per inutile non vitietur*. Y con un auxilium tan armado, no tenemos ya que temer, D.

# DIARIO DE MEXICO

DEDICADO

AL EXMO. SENOR DON JOSE  
DE YTURRIGARAY CABALLERO  
PROFESO DEL ORDEN DE  
SANTIAGO

TENIENTE GENERAL DE LOS REALES  
EXERCITOS, VIRREY GOVERNADOR Y  
CAPITAN GENERAL DE N. E.  
PRESIDENTE DE SU REAL AUDIENCIA  
&c. &c.

BIBLIOTECA NAC. MEXICO.

TOMO I.



CON LICENCIA DEL SUPERIOR GOBIERNO.

En la Imprenta de Doña Maria Fernandez Jauregui, calle  
de Santo Domingo. Año de 1805.

## ANEXO 2 EJEMPLOS DE NOTA ROJA Y ENTREVISTA

LA PRENSA, 31 DE DICIEMBRE DE 2001 EDICIÓN No. 22598

### Camioneta se estrella contra una vivienda

Doña Lucía Bonilla contempla desolada cómo quedó su casa, después que un vehículo la destrozara la noche del sábado. Al fondo se observa la camioneta negra que destruyó la vivienda. Afortunadamente, nadie murió.



Ary Neil Pantoja

<mailto:aryneil.pantoja@laprensa.com.ni>

Detenido en la Estación Dos de la Policía Nacional se encuentra el joven Daniel Antonio Jarquín Hans, de 22 años, luego que la noche del sábado destruyera totalmente una humilde vivienda al estrellar el vehículo que conducía contra el inmueble. Según las autoridades policiales, el joven conducía en estado de ebriedad.

Las autoridades dijeron que, además de estar ebrio, Jarquín conducía a exceso de velocidad una camioneta de tina Chevrolet, negra, placas 096-766, que fue a estrellar contra la vivienda de la señora Lucía Bonilla, ubicada en el Barrio Monseñor Lezcano, de Enitel dos cuadras al sur, una abajo

LA PRENSA, 31 DE DICIEMBRE DE 2001, EDICIÓN No. 22598

### Muerte anduvo por nuestras carreteras

Los testigos narraron que el bus se volcó y se resbaló hasta detenerse contra un árbol de guanacaste.

Juan Ignacio Rosales

<mailto:juanignacio.rosales@laprensa.com.ni>



El accidente de tránsito que más impactó al país ocurrió el 23 de septiembre, en el que murieron ocho estudiantes (cinco varones y tres jovencitas) del Instituto Nacional Autónomo de Chinandega. Más de una docena de ellos sufrieron heridas.

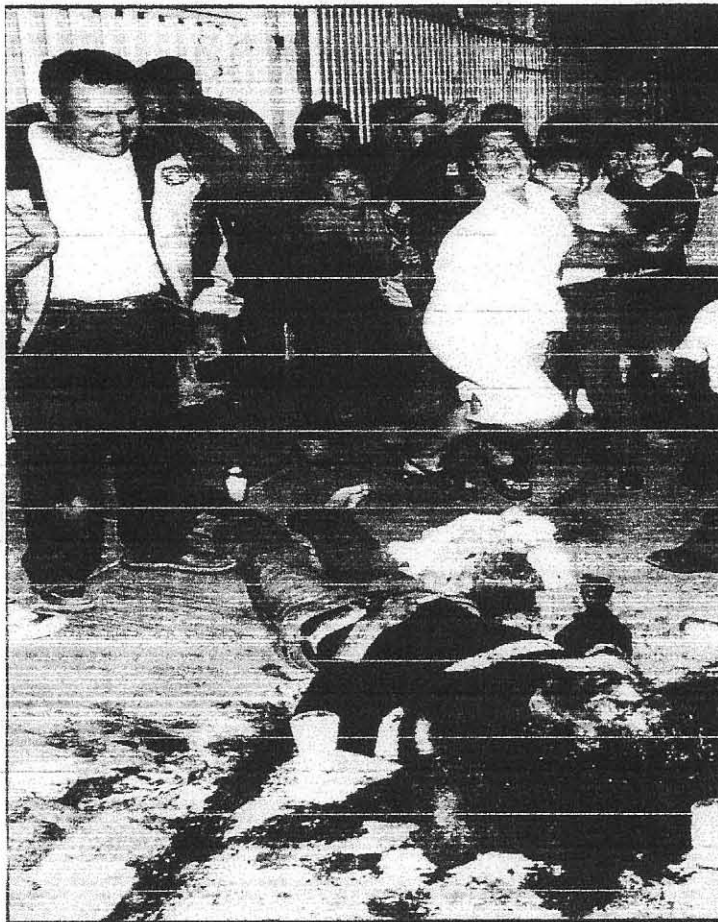
Cincuenta personas venían de una excursión estudiantil en la que acompañaban a la Banda Musical que hizo una presentación artística en saludo a la Virgen de La Merced, en El Jicaral (León), cuando el bus se estrelló contra un árbol de guanacaste a la altura del kilómetro 126 de la carretera entre León y Chinandega.



**Los asesinos se dieron a la fuga después de matar a un joven y herir a otro**

EL METRO, 26 DE AGOSTO DE 2002 AÑO 5 NUM:1718 PAG. 22  
1 BODA 1 FUNERAL: PELEAN INVITADOS A UN BAILE EN ARA  
BALEAN: HAY 1 MUERTO Y 1 HERIDO





Fernando Orlando Contreras fue alcanzado por un balazo que le atravesó el cuerpo, sus padres lloraron la tragedia.

EL METRO, 22 DE AGOSTO DE 2002, AÑO 5 NUM: 1718 PAG: 22

SODA 1 FUNERAL: PELAN INVITADOS A UN BAILE EN ARAGON

BALEAN: HAY 1 MUERTO Y 1 HERIDO

## ANEXO 2 ENTREVISTA AL PERIODISTA ALONSO MARTÍNEZ DÍAZ

### Amarillismo pero profesionales<sup>37</sup>

El equipo de fotógrafos del diario *La Prensa* -que así prefieren llamarse para distinguirse del área de diseño gráfico del periódico- disfruta de un aprecio especial que parece tener origen en la tendencia de venta y contenido del diario. Su trabajo aparece en primera plana y, por lo tanto, tiene consideraciones exclusivas en la edición de todos los días. Encabezados y fotos reveladoras son la química ideal para el éxito del primer impacto de compra.

Los criterios de elección para la fotografía de primera plana y las interiores son elementos y complementos mercantiles, afirma Alonso Martínez Díaz, periodista de este medio:

Todos los tiros revelados están a disposición de la mesa de redacción. Ésta selecciona y edita las imágenes para primera plana e interiores. Por supuesto, la foto más llamativa y que a la vez explica por sí misma el hecho es la elegida.

Las fotos no seleccionadas para publicación ingresan a un archivo para su uso posterior, en caso de que la nota merezca un seguimiento especial, o para poner a la venta a través del sitio en Internet. Los fotógrafos poseen un archivo personal, pero comprenden que los temas y estilo del periódico son un impedimento para una publicación foto periodística de su trabajo.

---

<sup>37</sup> Entrevista proporcionada por los Alumnos de Periodismo Gráfico: Adán Hernández, Sandra Sánchez, Rodrigo Villegas y Adolfo Zepeda

Sin embargo, aclara Martínez:

No todos los contenidos del diario son policiacos, también hay espacio para la información general. Para las secciones de política, economía y espectáculos existe una planta de fotógrafos exclusiva; no obstante, en una proporción de dos a uno, las fotografías publicadas llegan por agencia o forman parte del archivo.

Esta carencia en el sector de información general obliga a incluir fotografías viejas, obsoletas y sólo ilustrativas. Una misma toma ha ilustrado noticias diferentes en días distintos: Una fotografía de Vicente Fox muy recurrente en el diario muestra al presidente con la vista agachada, síntoma de aburrimiento o decepción. Lo curioso radica en que la fotografía aún se utiliza y data de hace más de un año. El presidente aparece con más cabello que en la actualidad.

Por esta razón, algunas fotografías sólo tienen un uso ilustrativo, pues no fueron tomadas ni en el lugar ni en el momento de la noticia. Más no es así para la sección de policía o de reportajes especiales. La plantilla de fotógrafos de policía sale en busca de la noticia todos los días, además de conformar el grupo de gráficos más amplio y con mejores instrumentos de trabajo.

Son cinco los fotógrafos de la sección policiaca y cinco más para el resto de las áreas del periódico. Este margen de trabajo les permite jactarse de tener el archivo de policía y sangre más completo de la OEM (Organización Editorial Mexicana) y de los diarios de la Ciudad de México.

Martínez Díaz describe con presunción el perfil de los fotógrafos de *La Prensa*:

Somos profesionales del primer plano y las tomas amarillistas. Dirán que para hacer este tipo de periodismo no hace falta estudiar sino tener bien puestos los pantalones. Sólo en lo último tienen razón. Yo soy egresado de la Carlos Septién, aunque siempre fui consciente de que la escritura no era para mí. Sabemos lo que hacemos y sabemos que para hacerlo se necesita algo más que un par de pantalones.

Para lograr el acercamiento a los cuerpos y a los automóviles accidentados se necesita ingresar al área circulada de investigación. Los periodistas de *La Prensa* han creado y mantienen una estrecha relación con los cuerpos policíacos. Los peritos y agentes del ministerio público les permiten el paso y facilitan la fotografía levantando la sábana que cubre el cuerpo. Según el entrevistado, alrededor de un crimen o un accidente se forma un compacto grupo de trabajo entre periodistas y policías; "y no existe público más asiduo a nuestras coberturas que la policía y los abogados. De eso trabajan, a eso se dedican. La realidad es su campo de trabajo y muchas veces nosotros somos la mejor fuente de evidencia en un litigio".

El periodista gráfico educa su visión para captar aquellos momentos de la realidad que le parecen de mayor significación periodística. Por lo general, las asignaciones a estos reporteros implican criterios que privilegian la relevancia de los participantes o afectados directamente por la noticia, los lugares de los hechos, las consecuencias de los sucesos o estampas que provoquen contraste, asombro o impacto en la mente de los lectores.

En el caso de del diario *La Prensa*, las asignaciones se delimitan con parámetros donde el efecto que causa la fotografía se basa en elementos como la sangre, los asesinatos, las heridas o las detenciones. No debe creerse que estas medidas implican una mera simplificación de la foto y no involucran la habilidad del periodista en la realización de su toma.

Las imágenes que presentan los reporteros se cuidan desde los ángulos, los encuadres, la composición visual definida y la luz. Buscan la posición más ventajosa para crear la impresión de asombro, sea en el acomodo de los cuerpos ejecutados o en un motín de algún penal, estos hombres se consideran profesionales en hallar los encuadres donde los elementos estén llenos de vigor y de fuerza, se resalte la cercanía, de tal forma que la violencia o el crimen contenido se transmita vívidamente a los ojos de quien mira el diario.

Los recursos de estos periodistas son una visión educada para una cierta funcionalidad de la toma, que se fragua en una fuerza visual que puede llegar a lo grotesco, pero que les asegura la venta de una gran tiraje. También se toma en cuenta su habilidad para conseguir los planos más cercanos de los sujetos que les interesan, cuidando de no ser intimidados por la atmósfera o los actuantes cercanos que pueden oponerse a su trabajo. Sin embargo, en situaciones donde no pueden tener el ángulo deseado, deben ser muy creativos y auxiliarse con el lenguaje para apoyar la nota. La mayoría de las veces si logran acceder a los lugares y son capaces, por ejemplo, de retratar primeros planos perfectamente nítidos de hombres recién ejecutados. Por eso Alonso Martínez dice:

Se necesita de un gran puso, nervios de acero, serenidad y profesionalismo a la hora de acercarse a este tipo de tomas. No es cosa que se domine de un día para otro, sino que implica un trabajo mental importante, una seriedad para la labor periodística y la aplicación de los conocimientos prácticos de la fotografía.

También el manejo psicológico que se hace de las personas involucradas es fundamental. El control, al menos aparente de la situación, la capacidad de adaptación a las circunstancias y la concentración son necesarias para que el trabajo quede listo. La cabeza requiere estar despejada de distracciones para que pueda saber que debe tomar, al menos como un dato preliminar o una noción, lo cual puede ayudar a agilizar las tomas y permitir una mayor cantidad de posibilidades para la imagen si el tiempo es aprovechado.

#### **NO ME PREGUNATEN SOBRE EL AMARILLISMO**

La imagen del día de *La Prensa* es y ha sido la más sangrienta, amarillista, la más roja. Los tabloides se tiñen de escarlata, las cabezas y balazos danzan al compás del evento con balas, violencia y agresión. Esa es la tendencia:

No me pregunten sobre el amarillismo; todos los fotógrafos del diario estamos concientes que nuestra labor rompe con los cánones de la ética, la objetividad y demás.

El espectador ve cada día un muerto más, su capacidad de impresión se diluye en cada publicación. Al ser humano se le agrega un valor de cambio más elevado si está muerto o es

victima de la violencia. El periodismo de *La Prensa* ignora deliberadamente aspectos del entorno, persigue lo más rentable entre las clases bajas: ofrece sangre, un muerto cada día. Sin embargo, Martínez Días suaviza esta aseveración:

Considero que es más bien como cualquier otro oficio. La gente que compra *La Prensa* sabe que es lo que va a encontrar y más bien la adquiere por la información. Hay publicaciones mucho más especializadas y que nos llevan una amplia delantera; es el caso de *La Alarma*, donde hay una variedad de fotos sangrientas, destripados, muertos. *La Prensa* es un periódico con más compromiso con la gente.

Lo cierto es que la fotografía en *La Prensa* corta la posibilidad del lector para observar otro lado del suceso. Un acto poco ético; actúa como las gorgonas griegas. Estos tres seres mitológicos que observan con un ojo, uno y sólo uno.

La raya trabaja con un primer plano en todas sus imágenes. La sangre como fondo. Los demás elementos gráficos son trabajados de una manera somera. Las notas están acompañadas de imágenes representativas, de agencia o archivos. El festín visual se coloca en las secciones policiacas y en los espectáculos. En estas últimas, las curvas de varias mujeres alimentan las fantasías del hombre común, frustrado.

*La Prensa* no niega su objetivo: el amarillismo. Se declara a favor, lo mantiene y busca en cada nota resaltarlo. Alimenta esta parte de la sociedad que existe. Contribuye en este abanico de posibilidades de la realidad. Su influencia y éxito son temibles, pues en una sociedad falta de escritura y

alfabetización socializada, la comunicación visual se vuelve un agente educativo.

Es obvio que en *La Prensa* buscamos tener primeros planos para llamar la atención. Si la pregunta va orientada a si mis fotos son amarillistas, la respuesta es sí. Digamos que son líneas que tenemos muy claras. Es el estilo del periódico. Nosotros no tenemos ningún problema con los demás periódicos, simplemente hacemos nuestro trabajo y cumplimos con las exigencias de nuestro público.

Las fotografías de primera plana y contraportada consisten la mayoría de las ocasiones en planos de hombres y mujeres que han sufrido algún tipo de daño físico. La sangre es un elemento común en estas tomas, donde se busca lo aparatoso y el exceso de moretones y heridas como una forma de atraer al público.

Las llamadas de atención del diario surten efecto a través de la violencia, la tristeza o la furia que se retrata. Las armas, la ropa manchada o la expresión feroz de los rostros también son elementos a resaltar. Estas fotografías son golpes visuales, no buscan atenuar el hecho noticioso, sino que exageran la parte anecdótica de las notas con palabras como "matanza", "venganza", "ejecutado"; con verbos de acciones que van en contra de la mesura en los encabezados de otras publicaciones.

Se buscan tomas de cadáveres o imágenes que denoten la cercanía del azar, accidente o crímenes de consecuencias fatales. Los textos que acompañan a los recuadros y fotografías suelen ser explicativos y, por su crudeza, se cargan inevitablemente de una dosis de humor negro.



La sintaxis es muy sencilla, en ocasiones, basta el uso de un adjetivo coloquial o un mexicanismo para acompañar a las imágenes. Por ejemplo, "Apachurrado2. Se tiende a algunos juegos de palabras, doble sentido, localismo o usos de la lengua popular para las cabezas de las notas. No hay lugar a la sutileza sino a la mención desnuda, buscando la frase de primera intención que impacte o conmocione al lector con situaciones cotidianas que se cubren de un halo grotesco.

Lo grotesco es una cualidad que se aprecia en el acercamiento a los miembros mutilados, a los vidrios estrellados, las casas derrumbadas o a la carne magullada de los sujetos. También se emplean fotos en ministerios públicos o delegaciones. Planos medios de delincuentes que miran de frente a la cámara o que sostienen las armas con que suelen actuar. Las tomas de cuerpos cubiertos de sábanas o de las calles con casquillos de bala donde se suscitó el acontecimiento, manifestaciones de peritaje o investigación forense son también composiciones comunes del diario.

*-¿Qué experimenta al fotografiar un muerto?*

Es parte de mi trabajo, y pues al principio te impactan, no sabes bien cómo reaccionar, pero vas perdiendo el miedo y te acostumbras. Son más impresionantes las historias de por qué acaban muertos, ya que muchas veces son por relaciones pasionales o por broncas. No se si supiste de la señora que mato a su esposo y se deshizo del cuerpo en unos tamales. Aquí lo publicamos: vendía sus tamales y la carne era del cuerpo de su esposo. Son historias que ocurren siempre, de esas hay... También te acostumbras aunque esas nunca dejan de impactarte.

El uso del color es muy importante en estas fotografías. Se utilizan tonos muy vivos y cálidos, como el rojo, el naranja y el amarillo. Se privilegia la expresión de

molestia, crueldad o malicia de los rostros en primer plano. También se emplean fotos que muestren el movimiento de las personas, por ejemplo, manifestaciones de repudio, gritos o enfrentamientos.

No se observa trabajo de tonos fríos. Sin embargo, se busca sobre todo el contraste entre estos tonos rojos y los fondos, que son frecuentemente lugares mal iluminados en colores grises o negros. Se intenta que la luz se centre en los cuerpos o en las facciones de los retratados; los efectos que se crean hacen que las fotos adquieran una textura pastosa, grasienta o sudorosa, donde se perciba la cercanía de la desgracias y se conmueve al lector.

Las páginas de *La Prensa* emplean fotografías en blanco y negro. Se usan muchas imágenes de agencia y la mayoría de las notas son recuentos de enfrentamientos, hechos referentes a la vida nacional que causen expectación por su crueldad o sangre fría. También hay una recurrencia en los crímenes pasionales, las venganzas, los accidentes a causa del alcohol o demás estimulantes, las violaciones, las fugas de delincuentes, los motines o peleas vecinales.

*-¿Considera que la función primordial de la foto periodística es vender o resaltar algún trasfondo social?*

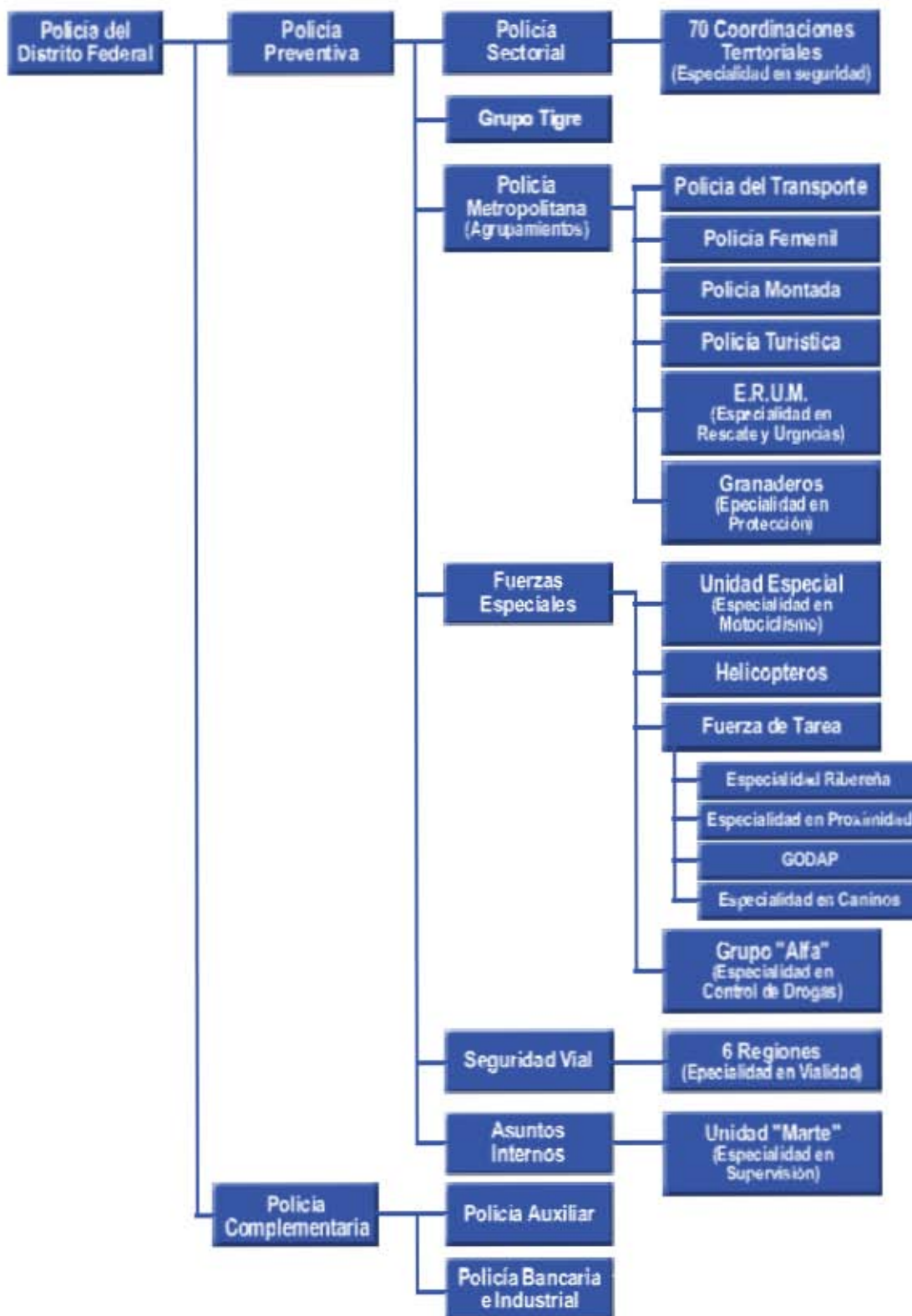
En la Prensa tratamos de llamar la atención, de impactar, de hacer espectacular, pero hacerlo bien. No dudo del significado social de la fotografía en los periódicos y está bien, incluso desde cierta óptica nosotros tenemos un compromiso social, y es mostrarle a la gente las cosas tal cual es la realidad. Hay muertos en las calles; vivimos en una ciudad peligrosa, con delincuencia; no tomamos nada que no sea cierto. Además creo que somos más cercanos a sus vivencias, a lo que les ocurre día a día, nos metemos a los barrios, a las delegaciones, al ministerio público, lugares a

donde las personas acuden y donde enfrentan problemas, por eso nos compran, somos un periódico cercano. Y pues sí, también tenemos compromiso social.

*-¿Es arriesgado trabajar este foto-periodismo?*

Casi siempre llegamos ya que se realizó la acción delictiva, estamos en contacto con las agencias de policía y hay reporteros cubriendo las fuentes, yo creo que ellos son los que más riesgo corren al investigar al investigar lo que ocurrió y preguntar los detalles, pero nosotros los fotógrafos más bien andamos de allá para acá y cumplimos con nuestro trabajo. Lo más importante es sacar el mejor ángulo, el más atractivo, es muy simple. Además, no todas las fotos son de nota roja, también cubrimos deportes, espectáculos y nacionales. A veces pues hay chicas "sexys". Antes, los martes salían mujeres encueradas. No te puedo negar que eso también vende, y no se debe tomar a mal, hacemos nuestro periódico atractivo para que sea comprado y leído, a huevo.

### ANEXO 3 TIPOS DE POLICIA



### ANEXO 3 ENTREVISTA

## JEFE DE PRENSA DE LA SECRETARÍA DE SEGURIDAD PÚBLICA DEL DF

Entrevista realizada al licenciado en comunicación y periodismo Rodolfo Hernández Jiménez

- ¿Cuál es la importancia de la Comunicación Social para el desarrollo de un pueblo?

La importancia radica precisamente en su función, dar a conocer, ser el contacto entre una empresa, sea oficina de gobierno ... con la ciudadanía.

Es un vínculo, así como sabemos que en la Comunicación debe haber un emisor, un receptor y un mensaje, digamos que la Comunicación Social es como el emisor en este caso, la Secretaría realiza muchas funciones: operativos, detenciones ... y toda la gente no lo podría saber si no es a través de esta Dirección de Comunicación Social, porque esa es su función, darle a los medios de comunicación información suficiente, precisa, necesaria para que la gente esté informada.

Una empresa por ejemplo, a través de su área de Relaciones Públicas, prepara sus mensajes y contrata a los medios de comunicación para que se difundan ... eso es comunicación masiva, o sea, es muy amplia, en el caso de una oficina pública va más allá aún, pone en contacto a los funcionarios con los reporteros, con los medios.

... finalmente toda la información que sale a través de Comunicación Social se difunde en los medios, si los medios no tuvieran esa información quien se las daría, nadie, como se iba a enterar la gente, no lo harían, ya que los medios iban a dar lo que más les interesa dar a conocer y en ocasiones ponen de su manita.

### **-¿Cuáles son los defectos de Comunicación Social?**

Uno de los defectos, la información que emite y pasa a través de otras instancias, en este caso los medios de comunicación, algo ideal sería que la propia Secretaría tuviera sus medios para difundir.

Uno de los grandes defectos de la Comunicación Social es que la información no va directamente de la instancia a la ciudadanía, sino tiene que pasar por los medios de comunicación, otra quizá como la preparación de los que están en el área de Comunicación Social, el uso del lenguaje, cada quien entiende las cosas a su manera.

### **- ¿Cómo se lleva a cabo la Comunicación Social?**

Un proceso largo, tienes la necesidad de emitir alguna información, preparas lo que quieres decir, como, cuando, en que circunstancias y lo emites.

La diferencia es que las empresas privadas, contratan los medios, en el caso de las instancias públicas, las cosas cambian, ya teniendo la información ... entonces las emites, no a la ciudadanía, el destinatario final es la ciudadanía pero antes debe pasar por los medios de comunicación quienes son los que dan la información, no la Secretaría como tal.

No hay un canal de la Secretaría, una radiodifusora o un programa, son los medios, tu les das la información a los medios, ellos la procesan y en algunos casos la digieren más para que la entienda más la población al analizarla, opinan sobre ella y la difunden.

El proceso no es unidireccional también hay retroalimentación, en la gran mayoría de los ciudadanos, por ejemplo, si uno se queja, el ciudadano sabe que si la Secretaría esta encarga

de mantener el orden, si hay riña, llama se pone en contacto con la dependencia y la pre-dependencia se pone en contacto con él, se hace cíclico, cuando se hace de manera masiva son los operativos, la gente puede estar en contra o a favor de los operativos. La función de Comunicación Social es recabar todo lo que los medios publican de lo que dijiste, para corregir en caso de ser necesario.

**- ¿Cómo es el periodismo en Comunicación Social?**

Es muy amplio, como reportero, redactor de boletines, camarógrafo, fotógrafo, es muy amplio lo que un periodista puede realizar en Comunicación Social, monitoreo, análisis de Información. Tenemos reporteros, estenógrafos, los que analizan información, reporteros.

**-Diferencias y / o similitudes del proceso periodístico en Comunicación Social**

La gran diferencia es que los periodistas que están dentro del área de Comunicación Social trabajan para emitir una información, y los que trabajan en un medio de Comunicación trabajan para recoger o buscar cierta información, son como un reflejo.

**- ¿Cómo se establece la relación en materia de Información entre los medios de comunicación extranjeros y la administración pública federal ( en este caso del DF)?**

Aquí viene reporteros, de otros medios extranjeros, ¿qué sucede? Comunicación Social tiene una política de Comunicación de que manera le da la información, lo atiendes de acuerdo a tu

política, no puedes tener una política para cada reportero, por ejemplo, hace poco vino uno de Telemundo, llegó y se le atendió como es, si quiere entrevista y el funcionario puede se le da y si no ni modo. Es el mismo trato hasta para asuntos específicos.

**- Mecanismos informativos en Comunicación Social**

En este caso, comunicados de prensa, boletines informativos, tarjetas informativas, versiones estenográficas y conferencia de prensa.

**- Ruido en la información gubernamental**

Los rumores, hay muchos intereses políticos, económicos, sociales en todo el ámbito de la vida humana, si en alguna dependencia o empresa, hay intereses (así como en los partidos políticos) que inventan lo que sea, echan ruido (rumores), muchas veces salan de la dependencia y otras vienen de fuera. Como persona tienes amigos y enemigos dentro y fuera de la dependencia.

**- ¿Puede ser predecible la desinformación generada a partir de una fuente oficial?**

No puede ocurrir, obviamente una fuente oficial no te puede dar desinformación y no tendría caso Comunicación Social, yo creo que la pregunta es el efecto que produce en la ciudadanía esa desinformación, una fuente oficial no puede dar desinformación, sería como darse un martillazo solo. La desinformación se genera en las calles, en los propios líderes de opinión, una fuente no tendría razón de ser.



**- ¿Puede existir el periodismo profesional a través de la Comunicación Social?**

De entrada el periodismo que se ejerce en Comunicación Social debe serlo, porque no puedes hacer o mandar a realizar tu spot con gente que no lo es, yo no puedo tener un reportero que no haya estudiado o no tenga conocimientos de periodismo, debe ser profesional, así como en los periódicos, no hay diferencia. Si tu no eres profesional difícilmente conseguirás trabajo.

## ANEXO 4 LA PRENSA



# Tarifario 2004

LA PRENSA \$4.00

**¡BURLA!**

RECONOCE BOMILLA QUE HAY ALZAS DE PRECIOS Y FIDEL LE DA UNA TREGA

LA PRENSA

el periódico que dice lo que otros callan

Bonos

Espectáculos

EFFECTIVO

MARCAS

Los más grandes del mundo!

¡MARCAS!

# LA PRENSA

Basilio Vadillo No. 40, Col. Tabacalera,  
C.P. 06030, México, D.F., 4to Piso  
Tel.: 5228 8947

### PRESENTACIÓN

LA PRENSA nació en agosto de 1928 adoptando como misión principal informar con valiente veracidad el diario acontecer nacional, reflejando así el sentir popular, motivo por el cual se convirtió en el portavoz de las causas generales del país, de ahí que surgiera el lema "el periódico que dice lo que otros callan".

LA PRENSA ha llegado a convertirse en el medio periodístico más próspero y de mayor arraigo dentro de las familias mexicanas. Nuestro gran diario es tribuna libre donde las manifestaciones de la gente son siempre bienvenidas y, a la vez, aula donde se nutre de orientaciones que lo guían por la senda del orden, de la cordura y de la dignidad.

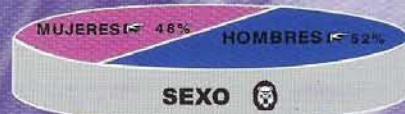
LA PRENSA es un periódico que ha sabido conquistar el corazón de México, creando una propia personalidad, tan fuerte que se ha ganado el cariño y el respeto de todos nuestros lectores y anunciantes.

Finalmente, les diremos que nuestro gran diario cumple 75 años de estar circulando diariamente, signo inequívoco de gran fortaleza y estabilidad de nuestro diario, por lo tanto, tengan ustedes la seguridad que en nuestro medio encontrará un mercado potencial y/o cautivo para hacer llegar sus mensajes a personas que tienen la capacidad para consumirlos y así satisfacer sus necesidades y deseos.



# LA PRENSA

## PERFIL DEL LECTOR



FUENTE: DEMOTECNIA

## TIRAJE

D.F. AREA METROPOLITANA	220,000 EJEMPLARES		(78.5%)
INTERIOR REPUBLICA	59,000 EJEMPLARES		(21%)
CIRCULACION CONTROLADA	1,000 EJEMPLARES		(0.5%)
EJEMPLARES TOTALES	280,000 EJEMPLARES		(100%)



**PROYECCIÓN TOTAL DE LECTORES**  
**CIRCULACIÓN DE LECTORES POR EJEMPLAR: 4.4**  
**280,000 X 4.4 = 1,232,000 LECTORES DIARIOS**

# LA PRENSA

## TARIFAS

A estas tarifas se le incrementará el IVA

	Página par	Página impar
<b>TARIFAS COMERCIALES</b>		
Línea ágata. Sin lugar fijo (SLF)	17.50	20.50
Pág. 5 - 11 - 13 - 15. Dependiendo de la paginación		22.00
Orejas	2,950.00	
Páginas Centrales. Blanco y Negro	45,100.00	
<b>SECCIONES</b>		
Policía. Línea ágata	17.50	20.50
Deportes. Línea ágata	19.00	22.00
Teatros y espectáculos. Línea ágata	18.00	21.00
Cintillo Portada L.A.		98.50
<b>ANUNCIOS ESPECIALES</b>		
Línea ágata. Avisos, Edictos, Esquelas y convocatorias	17.50	20.50
Gacetilla Comercial L.A.	31.50	40.00
Intercambio con medios y clientes L.A.	29.50	29.50
<b>PUBLICIDAD NO COMERCIAL</b>		
Línea ágata. Avisos, Convocatorias, Cartas Abiertas, Etc. S.L.F.		25.50
<b>DESPLEGADO POLÍTICO</b>		
Línea ágata. Gacetillas		73.50
Línea ágata. En páginas 2 ó 3		630.00

## OTROS RECARGOS

### COLOR

- Por posición especial 25% de recargo sobre la tarifa
- Un color adicional 15% de recargo
- Dos colores adicionales 25% de recargo
- Tres colores adicionales 35% de recargo

( Se aplican restricciones de acuerdo al espacio disponible )

### ENCARTES

- Proporcionados por el anunciante
- Tamaño tabloide, precio por millar ( mínimo 30,000 ejemplares)

Encartes de 4 páginas ... \$ 366.00  
Encartes de 8 páginas ... \$ 438.50

Encartes de 16 páginas ... \$ 515.00  
Encartes de 32 páginas ... \$ 585.00

EL AVISO  
**EFFECTIVO**  
DE  
LA PRENSA

### CLASIFICADOS

Palabra Mayúscula.....\$ 4.00  
Palabra Minúscula.....\$ 3.00  
Por espacio L.A.  
Aviso Efectivo.....\$ 13.50

# LA PRENSA

## MEDIDAS MECÁNICAS

**AVISO EFECTIVO 6 COLUMNAS B/P**

<b>UNA PLANA</b> 200 L.A. X 5 COL. = 35 CMS DE ALTO X 25.5 CMS DE ANCHO	<b>UNA ROBAPLANA</b> 160 L.A. X 4 COL. = 29 CMS DE ALTO X 20 CMS DE ANCHO	<b>MEDIA PLANA</b> 100 L.A. X 5 COL. = 18 CMS DE ALTO X 25.5 CMS DE ANCHO	<b>1/4 DE PLANA</b> 83 L.A. X 3 COL. = 15 CMS DE ALTO X 15 CMS DE ANCHO		90 L.A. x 3 COL. 16.5 CMS x 12.84 CMS \$ 3,645.00 50 L.A. x 2 COL. 8.90 CMS x 12.84 CMS \$ 1,350.00 30 L.A. x 4 COL. 5.8 CMS x 12.84 CMS \$ 1,620.00 + I.V.A.
--	--	--	--	--	--

**CADA COLUMNA MIDE 5 CMS**

**CONDICIONES**

1 COL. =	3,898 CMS
2 COL. =	8,219 CMS
3 COL. =	12,541 CMS
4 COL. =	16,862 CMS
5 COL. =	21,184 CMS
6 COL. =	25,5 CMS

- 1.- Todos los anuncios están sujetos a la aprobación del periódico. Cuando el diseño de un anuncio desplegado se asemeje a las columnas del periódico o el tipo de letra usado se confunda con la tipografía del mismo, podremos incluir el texto "PUBLICIDAD" en el encabezado.
- 2.- El tamaño mínimo de un anuncio será de 20 líneas ágata de alto por una columna de ancho. El alto del anuncio se medirá de pleca a pleca y el ancho de medianil a medianil.
- 3.- Solamente serán aceptadas las órdenes de publicación, cancelación o cambio de originales hechas por escrito. Pueden ser enviadas por fax, en forma directa, o a través de agencias de publicidad o de nuestros agentes autorizados.
- 4.- Aceptamos reservaciones de espacio hasta las 12:00 horas del día previo a la aparición del anuncio.
- 5.- Los originales mecánicos deben ser entregados en nuestras oficinas a más tardar a las 18:00 horas del día previo a la publicación del anuncio. Los materiales a color deben de ser enviados a más tardar a las 14:00 horas del día previo a su publicación, cuando se entreguen con selección a color. Cuando se solicite la selección a color a LA PRENSA deben enviarse 48 horas antes del día de la publicación.
- 6.- En la disponibilidad de páginas impares se dará preferencia a los anuncios de mayor tamaño.
- 7.- En la disponibilidad de páginas centrales se dará prioridad a la primera reservación de espacio recibida.
- 8.- Los anuncios para clientes residentes en el extranjero deberán ser pagados por anticipado al tipo de cambio vigente al día de pago.

## REPOSICIONES

- Las reposiciones de anuncios se harán bajo las siguientes condiciones:
- 1.- Cuando se omita un texto, fotografía o diseño del original mecánico enviado por el anunciante.
  - 2.- Cuando no aparezca el anuncio contratado por el anunciante.
  - 3.- Cuando la reclamación sea dentro de las 48 horas siguientes a la inserción del anuncio y sea aceptada por LA PRENSA.
  - 4.- Cuando en anuncios pautados con anticipación se omita una fecha, en este caso se repondrán solamente los anuncios no publicados.
  - 5.- Las reposiciones se harán dentro de las 72 horas siguientes a la reclamación, siempre y cuando exista espacio disponible dentro del periódico.
  - 6.- Los errores en originales u órdenes de inserción causadas por el anunciante, su agencia de publicidad o su agente de ventas no darán lugar a reposiciones.

**PUBLICIDAD TELS.: 5228 8947; 5228 8982, FAX: 5228 8981 e-mail: publicidad@la-prensa.com.mx**