



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS

“ANÁLISIS GRÁFICO DEL PERIÓDICO LA JORNADA”

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

PRESENTA:
LESLIE VIVIANA BORJA ARRIAGA

DIRECTOR DE TESINA
MTRA. ARIADNE GARCÍA MORALES

MÉXICO D.F. 2006



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.

AGRADECIMIENTOS

Todo mi agradecimiento a aquellas personas que confiaron en mi para la realización de esta investigación.

A mis maestros y directores de tesina, por sus sugerencias durante el desarrollo de este estudio.

Al profesor Eugenio Garbuno Aviña, por sus valiosos consejos, por su predisposición incondicional en aclarar mis dudas y por sus notables sugerencias y observaciones en la realización de este trabajo.

Al profesor Ernesto Gutiérrez Cortes, por su fundamental ayuda, por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia para la elaboración de este trabajo.

A mi familia por brindarme su confianza y enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr objetivos.

Sobre todo a mi madre, por su amor, paciencia, comprensión y constante estímulo en mi crecimiento personal y profesional.

Introducción

Capítulo 1. Historia de la llamada "Época Moderna"

- 1.1 Aspectos generales
- 1.2 Ambiente político
- 1.3 La sociedad de los 60 al 2000
- 1.4 México en 1984
 - 1.4.1 Acontecimientos sobresalientes en el mundo
 - 1.4.2 La política mexicana de 1984
- 1.5 Antecedentes de la fundación de *La Jornada*
- 1.6 Origen y fundación de *La Jornada*
 - 1.6.1 Principios e ideologías

Capítulo 2. Sistemas de comunicación

- 2.1 Elementos de comunicación
- 2.2 El diseño y la comunicación visual
- 2.3 La comunicación gráfica
- 2.4 El género y su tipología
- 2.5 El código y su clasificación

Capítulo 3. La prensa escrita o periódico

- 3.1 Características generales
 - 3.1.1 Sistema de comunicación de la prensa diaria
- 3.2 Géneros periodísticos
 - 3.2.1 El reportaje
 - 3.2.1.1 Sentido, significación y enfoque del reportaje
 - 3.2.2 La crónica
 - 3.2.3 El artículo



Capítulo 4. Diseño del periódico *La Jornada*

- 4.1 Aspectos generales
- 4.2 Diseño periodístico
- 4.3 Vicente Rojo y *La Jornada*
- 4.4 Formato de *La Jornada*: tabloide
- 4.5 Sistema gráfico de *La Jornada*
 - 4.5.1 Diagramación
 - 4.5.2 Estilos fijos
 - 4.5.3 Tipografía funcional
 - 4.5.4 Color y fotografía
- 4.6 Secciones

5. Apéndice

La sociedad en el espejo de las princesas. Por: Carmen Lira Saade

6. Anexos

Investigación iconográfica realizada para la exposición: **México en el diseño gráfico: los signos visuales de un siglo**, que reúne imágenes de los periódicos *La Jornada*, *Uno más Uno* y *Reforma*.

Conclusiones

Bibliografía



La labor del diseño gráfico en México durante el siglo XX, ha tenido grandes transformaciones. Su evolución ha enmarcado el nacimiento y desarrollo de nuevas tendencias gráficas y visuales y el surgimiento de innovadores diseños.

El proyecto de investigación: **México en el diseño gráfico: los signos visuales de un siglo**, tiene como propósito fundamental dar a conocer el proceso gráfico de este país, de los principales discursos, géneros y medios.

Bajo estos parámetros de investigación, el presente trabajo muestra el análisis gráfico de uno de los medios informativos más representativos de México: la prensa, específicamente del periódico *La Jornada*.

Este periódico forma parte del proceso gráfico que ha habido en México en los últimos años y su surgimiento representa a toda una sociedad exigente de información verídica y sin tendencias de beneficiar a algún poder, como se ha visto en otras publicaciones.

En el presente trabajo se analizarán los principales acontecimientos históricos en la nación, que influyeron al nacimiento de *La Jornada*, así como el desarrollo del proceso de comunicación, fundamental en cualquier medio visual y gráfico. Se desarrollará una investigación acerca del género editorial, específicamente de la prensa, sus principios y características.

Como tema central se analizará gráficamente a *La Jornada*, sus bases de diseño, factores que intervienen para su concepción editorial, diseño de logotipo, banderas, diagramas, tipografía, color, secciones del periódico, etc.

La Jornada es un periódico relativamente joven en comparación a los que ya circulaban anteriormente, como *El Universal* y *Excelsior* (con más de 50 años de historia periodística), por esta razón, la imagen visual que maneja este diario es muy diferente, llegando incluso a romper con los cánones clásicos de la prensa escrita.

1. HISTORIA DE LA LLAMADA “ÉPOCA MODERNA”

■ 1.1 Aspectos generales

México ha sufrido grandes cambios y transformaciones desde el inicio de su fundación hasta nuestros días. La sociedad, en las diferentes etapas de la historia, ha evolucionado drásticamente, desde ser una sociedad agraria hasta convertirse en una sociedad urbana, con un inevitable crecimiento y madurez.

A lo largo de los años y en las diferentes etapas de la historia de este país, se pueden observar diversos cambios ideológicos, políticos y sociales, los cuales han influido notablemente en el desarrollo del país.

La etapa comprendida desde la época de los 60 hasta el año 2000, se ha caracterizado por una constante relación entre gobierno y sociedad, la cual ha llevado a crisis políticas, provocadas básicamente por una lucha constante de la sociedad por defender su derecho a expresarse libremente y sobre todo defender sus derechos ciudadanos frente al poder político.

■ 1.2 Ambiente político

En el aspecto político, en la época de los 60, gobernó el presidente **Adolfo López Mateos (1958-1964)**. Durante su mandato se reformó la Constitución de la República, se impulsó la educación pública al establecerse el libro de texto gratuito en las escuelas primarias y luchó intensamente por la paz mundial.

Su sucesor presidencial fue el poblano **Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970)**, quien fomentó el desarrollo económico de México, impulsó un plan agrario integral, la industrialización rural y las obras de irrigación. Obligó a todo su gabinete a acatar sus órdenes, su periodo fue más parecido a una monarquía que a una república, jamás permitió la menor revuelta, ya fuera estudiantil u obrera. Los problemas sociales en esta etapa, eran dominados bajo la consigna presidencial de “orden y libertad” y necesariamente en ese orden: primero el orden, no importando como y luego la libertad. Su aplicación estricta del poder generaron un ambiente de disconformidad entre los estudiantes, que antes que nada luchaban por tener la libertad de expresarse, en cualquier aspecto.

El gobierno de Díaz Ordaz fue marcado prácticamente, por estos desajustes políticos, lo que desencadenó el movimiento estudiantil de 1968, un año de grandes protestas de jóvenes en diversos lugares del mundo. Ese movimiento y sobretodo el desenlace en la matanza del 2 de octubre en Tlatelolco, mostró la distancia entre la sociedad urbana y el régimen político autoritario que existía en esos momentos.

En el periodo comprendido de **1970 a 1976**, gobernó **Luis Echeverría Alvarez**, desde el principio de su mandato intentó desarrollar una política progresista, planteó las bases de una apertura democrática y alentó la crítica informativa y de prensa. Aumentó el ritmo de la investigación pública, creó la producción de petróleo, energía y electricidad. Fue construida la red de carreteras, aeropuertos y se crearon los puertos de navegación de altura.

Al entregar la presidencia a **José López Portillo (1976-1982)** se produjo una gran devaluación de la moneda, lo cual fue causa de la crisis nacional de la época. A principio de 1978 se anunció el descubrimiento de grandes yacimientos petroleros en Campeche, y recurriendo a préstamos extranjeros, el gobierno mexicano hizo que Pemex elevara su capacidad productiva. Decretó la amnistía de presos políticos exiliados y perseguidos por el sistema político mexicano en los años anteriores; llevó adelante la reforma política; los partidos como el comunista dejaron la clandestinidad para incorporarse a la legalidad.

El sucesor presidencial en esta ocasión fue **Miguel de la Madrid (1982-1988)**. Durante su gobierno emprendió la renovación moral de la sociedad, elaboró un plan global de desarrollo, estableció a nivel constitucional un sistema de planeación democrática e inició con la apertura económica, la desregulación y descentralización así como la privatización de empresas estatales.

Las elecciones del 2 de julio de 1988, se caracterizaron por la famosa “caída del sistema” de cómputo de votos. Lo que provocó la protesta de los partidos de oposición como fraude electoral. Esto no impidió que se declarara y consumará el triunfo del candidato **Carlos Salinas de Gortari**, quien gobernó de **1988 a 1994**.

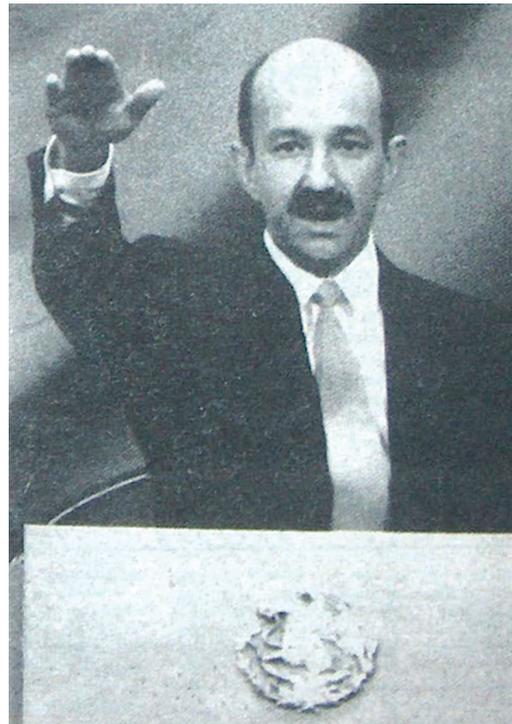


Foto: *La Jornada*. 2 de diciembre 1988.
Año 5. Número 1515.

Su gobierno se caracterizó por controlar la inflación al reducir el gasto y vender más empresas gubernamentales, como los bancos y *Teléfonos de México*, otorgó el reconocimiento legal a las iglesias y la libertad de la población creyente para practicar su fé, restableciendo las relaciones diplomáticas con el Vaticano. Su principal logro en materia económica fue la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte con los Estados Unidos y Canadá. Hacia el final de su periodo y siguiendo la costumbre de su partido, Salinas designó personalmente al candidato oficial Luis Donaldo Colosio, quien fue asesinado durante la campaña presidencial en circunstancias aún no resueltas y, a petición expresa de Salinas, su lugar fue ocupado por **Ernesto Zedillo Ponce de León**, el cuál ganó las primeras elecciones democráticas en la era reciente y asumió el cargo de Presidente el 1 de diciembre de **1994**, concluyendo en el año **2000**.

La presidencia de Ernesto Zedillo estuvo marcada por la crisis financiera más severa de la década con repercusiones internacionales llamada *Efecto Tequila*. Zedillo y Salinas se culparon mutuamente de la crisis. Carlos Salinas, responsabilizó al llamado error de diciembre que fue la táctica de libre flotación de la paridad peso-dólar (la cual había estado controlada en el sexenio de Salinas) en diciembre de 1994, la cual causó una fuga masiva de divisas ante la situación política del país (levantamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional, asesinato de Colosio y otros políticos, etc.).

El precio del dólar se incrementó cerca del 100% ,causando quiebras de miles de compañías, desempleo y que muchos deudores se vieran impedidos de pagar sus deudas. El gobierno de Zedillo ideó el Fondo Bancario de Protección al Ahorro (Fobaproa) para apoyar a la banca nacional contra los deudores.

Durante el resto del sexenio de Zedillo se observó una sorprendente recuperación del empleo y una sana administración de la economía mexicana. En el terreno político la izquierda consiguió sus primeras gubernaturas y, al final de su mandato, se convirtió en el primer presidente emanado del PRI en reconocer una derrota en la elección presidencial.

■ 1.3 La sociedad de los 60 al 2000

Durante la Segunda Guerra Mundial (1939-1945), se originaron muchas de las investigaciones científicas, logísticas y tecnológicas que dieron por resultado nuevas formas de vida a nivel mundial en los años subsecuentes. Todo esto, porque la guerra dio origen al perfeccionamiento de las telecomunicaciones y reactivó el interés por la conquista del espacio, además de que otros inventos como la televisión y las grabaciones magnetofónicas tuvieron importantes innovaciones.

Estos inventos fueron un detonante para la expresión de la sociedad en formas diversas, por medio de la música, arte, radio, televisión, etc. En los años 60, surgió el nacimiento del *rock and roll* y con ello una nueva forma de ver el mundo, con esto el comportamiento de las nuevas generaciones fue distinto, fue un medio de protesta de la sociedad a la situación mundial de esa época.

En México y en muchos otros países surgió el *hipismo*, abanderado por la idea de *amor y paz*. En la segunda mitad de la década de los años 60 surgieron nuevas tendencias musicales, políticas, sociales y culturales, algunas de gran valía, pero otras oscurecidas ante la abundancia de las drogas como la marihuana y el LSD. Fue en esta época, cuando los jóvenes son tomados muy en cuenta ante sus ideas y su fuerza comunitaria.

En la década de los 70, fueron años de cambio, de transición, y también de reafirmación rotunda de un proceso que empezó a mediados de los 60. Tras estos años agitados vino una época mejor en todos los sentidos, eran los 70 y con ellos nuevas modas, nueva música y nuevas formas de pensar. Es en aquellos años que la expresión de la sociedad toma dimensiones asombrosas, de hecho, todo en esa época era grande, como se puede observar en la moda: los peinados, zapatos, las solapas de los sacos, la música, etc. Los medios electrónicos cobraban gran fuerza, la televisión y radio son un ejemplo de ello.

Los 80 se cargaron de un lenguaje religioso y fundamentalista que culpaba a la tecnología y a la modernidad en general de los extravíos contemporáneos. Esta década se caracteriza por su fuerte revolución electrónica. En 1981, la IBM introdujo al mercado el ordenador personal (PC), casi todo artefacto empezó a convertirse en electrónico: lavadoras, teléfonos, lectores de precio en los supermercados, etc.

Fue una época de cambios trascendentales en la economía mexicana. El consumidor en esta década se volvió más racional en sus compras; buscando ofertas de reducciones de precios, comparando calidad y realizando muchas de sus compras en mercados sobre ruedas o tianguis, en busca de nuevos productos.

La década de los 90 se caracterizó por sus importantes acontecimientos mundiales que cambiaron a la sociedad y marcaron la historia hasta nuestros días. Con el derrumbe del comunismo en la Europa Oriental, cuyo símbolo fue la caída del muro de Berlín, y sumado a la crisis político-económica que llevaría a la Unión Soviética a su desintegración a fines de 1991, *la guerra fría* llegaba a su fin. Esto se constituyó en el origen de un nuevo orden mundial, con pocas excepciones, el mundo se unificaba bajo una lengua: el inglés; una tendencia económica; la globalización de los mercados; un medio de comunicación: internet; una fe: la democracia y el capitalismo, y un emperador o representante: Estados Unidos de Norteamérica.

En esta década se originaron tres guerras de orden internacional: la Guerra del Golfo en 1991, en la cual la tecnología militar jugó un papel preponderante para el triunfo de la coalición internacional; la de Bosnia-Herzegovina, que se dio entre 1992 y 1996 y la de Chechenia (1994 a 1996).

Los sistemas informáticos crecieron considerablemente, la vida social y emocional es influenciada por este tipo de tecnologías siendo capaces de cambiar las formas de pensar, sentir y comunicar.



FESTEJO

Parados sobre el Muro de Berlín, tres jóvenes celebran la apertura de las fronteras de la RDA ■ Foto: Ap

Decenas cruzaron el Muro de Berlín

Viene de la 48

mental, varias decenas de estealemanes cruzaron el Muro de Berlín para viajar a la República Federal de Alemania.

El dirigente Egon Krenz expuso hoy ante el Comité Central del PSUA el estado catastrófico de la economía nacional y responsabilizó a su antecesor en la jefatura del partido, Erich Honecker, de la actual situación en el país.

Krenz, también presidente del Consejo de Estado, anunció ante el CC profundas reformas económicas. "Queremos instaurar una economía planificada socialista y de mercado", dijo y pidió a la RFA que apoye a la RDA en este proceso con créditos e inversiones.

Paralelamente, la Cámara del Pueblo

fue convocada para el próximo lunes con la finalidad de elegir como jefe del gobierno al líder de los reformadores, Hans Modrow, y para revocar a uno de los últimos sobrevivientes de la vieja guardia, el presidente del Parlamento, Horst Sieder- mann, de 74 años de edad.

Entretanto, alrededor de 80 mil personas se manifestaron en la localidad de Erfurt pidiendo cambios democráticos. Allí un portavoz del PSUA fue abucheado y se le impidió que hablara. En la localidad de Gera miles de personas se reunieron en tres iglesias para celebrar una "oración por la paz" y a la salida se manifestaron con pancartas en la que exigieron apertura democrática.

El Muro de Berlín, una muralla de hormigón gris de 160 kilómetros de largo y de cuatro metros de altura, se empezó a construir el 13 de agosto de 1961.

Foto: *La Jornada*. 10 de Noviembre 1989. Año 6. Número 1854.

En conclusión, los últimos cuarenta años del siglo veinte (1960-2000), se caracterizan por los grandes avances de la tecnología, medicina y ciencia en general, pero también por atrocidades humanas tales como las guerras, el genocidio y sin que se hayan resuelto las diferencias económicas entre países. Ha sido uno de los períodos de la historia más intensos y convulsivos que al hombre le ha tocado vivir.

■ 1.4 México en 1984

Durante la década de los 80 el estilo de vida y de pensamiento de la sociedad mexicana evolucionaba cada vez más rápido, lo que trajo como consecuencia una mayor conciencia de sus derechos como ciudadanos y una revelación hacia los excesos de poder. Específicamente durante el año 1984, estando al frente de la presidencia Miguel de la Madrid, México vivía una de sus peores crisis económicas hasta ese momento. Los medios informativos no daban cuenta de tal situación, ya que sus intereses políticos y económicos eran

mayores que su ética profesional. Ante esta situación, un grupo de intelectuales y periodistas, emprendieron la aventura de publicar un periódico que diera cuenta de manera real, información que la sociedad de ese momento necesitaba y exigía.

Es así, que en este año surge y se funda uno de los principales diarios: *La Jornada*, el cual es un reflejo de la necesidad de la sociedad por expresarse y dar a conocer sus diferentes formas de pensar.

■ 1.4.1 Acontecimientos sobresalientes en el mundo

- 10 de enero. E.U.A. establece relaciones con la Santa Sede, después de 117 años de relaciones extra oficiales.
- 3 de febrero. Inicia su cuarto vuelo espacial el *Challenger*.
- 12 de febrero. Konstantin U. Chernenko es designado secretario general del Partido Comunista de la URSS.
- 16 de febrero. Fidel Castro en territorio español, acompañado de Daniel Ortega, el líder cubano realiza una escala de cinco horas en España. Es la primera visita de Castro a una capital europea.
- 16 de marzo. Mozambique y Sudáfrica firman un pacto de no agresión, concluyendo antiguas hostilidades.
- 24 de abril. La URSS lanza una nueva ofensiva contra las tropas patrióticas de Afganistán, usando miles de soldados, cientos de tanques y bombardeos intensivos en la zona del valle de Panjshiv.
- 7 de mayo. La URSS anuncia que no participará en los Juegos Olímpicos de Los Angeles.

- 10 de junio. *The New York Times* publica las conclusiones del fiscal italiano Antonio Albano, en las que se demuestra que los servicios secretos búlgaros contrataron a Alí Agca para que asesinara al papa Juan Pablo II.
- 1 de julio. El ingeniero José Napoleón Duarte es electo democráticamente como presidente constitucional de la República de El Salvador y toma posesión de su cargo.
- 11 de agosto. En E.U.A., Ronald Reagan pronunció las siguientes palabras, mientras probaba un micrófono, sin saber que estaba en el aire (sus palabras fueron radiadas en directo): “Compatriotas americanos, me alegra decirles que hoy he firmado una ley que ilegalizará a Rusia para siempre. Empezamos a bombardear en cinco minutos”.
- 23 de septiembre. Francia concede por primera vez la extradición de tres presuntos miembros de ETA a España.
- 31 de octubre. En la India es asesinada la primer ministro Indira Gandhi, por miembros de su guardia personal de palacio. Es considerada una de las mujeres mas relevantes del siglo XIX y la primer mujer en dirigir un gobierno en la India.
- 12 de noviembre. Julio María Sanguinetti, candidato del Partido Colorado, se impone en las elecciones celebradas en Uruguay, con lo que finalizan 12 años de dictadura militar.
- 19 de noviembre. La explosión de una planta distribuidora de gas en el barrio mexicano de San Juan Iquitzlanhuaca ocasiona un balance de centenares de muertos, más de 200,000 personas evacuadas y 600 viviendas destruidas.
- 3 de diciembre. En India, en la ciudad de Bhopal (ciudad de 800,000 habitantes) mueren 8,000 personas a raíz del escape de gases tóxicos de una planta de pesticidas de la empresa estadounidense Unión Carbide.
- 17 de diciembre. La UNESCO declara el caso histórico de la ciudad española de Córdoba, patrimonio de la humanidad.

■ 1.4.2 Política de México en 1984

En este año se encontraba al frente de la presidencia, Miguel de la Madrid (1982-1988). Desde el inicio de su campaña electoral, escuchó la demanda de justicia. Los problemas de seguridad pública quedaron expuestos con insistencia. Justicia y seguridad pública figurarían entre los grandes temas del Gobierno Federal en el período que comenzó el 1° de diciembre de 1982.

Recibió la banda presidencial en el momento en que el país estaba en la ruina económica con una deuda externa de noventa mil millones de dólares. Pese a lo anterior, ganó con el 71% de los electores, el PAN sólo recibió el 14% de los mismos. Pidió a los mexicanos *apretarse el cinturón*. El gobierno aplicó una serie de programas para reducir la inflación, proteger el empleo y tratar de impulsar la planta productiva.

En un intento de recuperar la legitimidad desgastada por la economía sumida en la depresión resultado de una crisis estructural de grandes proporciones, Miguel de la Madrid usó un instrumento no económico, propuso a la nación como lema de su administración la *renovación moral*; por primera vez la ética sería tomada como eje de un proyecto de gobierno.

Para llevar esta promesa adelante, De la Madrid arremetió contra el antiguo director de Pemex, Jorge Díaz Serrano, amigo íntimo de López Portillo, por un supuesto fraude contra la paraestatal, y contra el ex jefe de la Policía del Distrito Federal,

Arturo *El Negro* Durazo, otro amigo desde la escuela de López Portillo. Durazo era el símbolo de la terrible corrupción y frivolidad del régimen anterior solapado por el ex presidente.

En 1984 fue cofundador del *Grupo de los Seis*, integrado con Grecia, India, Suecia, Tanzania y Argentina. Un año después, Acapulco, fue escenario de la reunión del *Grupo de los Ocho*, en el que participaban también Argentina, Brasil, Colombia, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

Al igual que el resto de los jefes de estado del Grupo de los Seis, el ex presidente mexicano fue distinguido en 1985 con el Premio *Beyond War*. En gran contraste con el lustre de la política exterior durante su gestión, el presidente De la Madrid heredó una economía sumida en una profunda crisis y altas tasas de inflación, que alcanzaron en los años de su gobierno niveles sin precedente en la historia moderna de ese país.

Por esta lamentable crisis económica, el nivel de vida de las mayorías disminuyó. Los salarios reales en 1988 eran 40% menores que en 1980. La inflación que en 1982 fue del 99% anual llegó al 159% en 1987. Obviamente, el ingreso se concentró aún más en los sectores superiores de la pirámide social. Si en 1984 el 10% de los hogares con mayores ingresos concentraban ya el 33% del ingreso total, en 1988 la proporción había aumentado al 39% y la tendencia continuaba: los ricos se hacían más ricos y los pobres se empobrecían.

■ 1.5 Antecedentes de la fundación de *La Jornada*

Los medios masivos de comunicación daban cuenta de la situación política y económica del país; la televisión con algunas limitaciones en expresar la realidad que acontecía en esos momentos, ejercía una notable influencia en la población y en esta época no convenía a los intereses políticos.

Los periódicos más importantes que circulaban eran el *Excelsior* y *El Universal*, que mantenían una línea editorial muy marcada desde sus inicios.

Según periodistas y la percepción de algunos sectores de la sociedad, se caracterizaron por tener un favoritismo especial hacia el gobierno federal.

Desde el inicio de su gestión De la Madrid comunicaba públicamente que la libertad de expresión *era una de las máspreciadas de nuestro sistema democrático* y que ésta se mantendría de manera irrestricta, libre de presiones y cortapisas.

En sus discursos reiteró que *sin una prensa libre y responsable no hay verdadera democracia*, que la libertad de opinión *no es objeto de regateos ni de negocio*; pero en la realidad, numerosos hechos registrados indicaron muy deficientes condiciones en el desempeño de las tareas informativas; basta citar las estadísticas sobre el asesinato a periodistas: 6 fueron victimados en el periodo de Echeverría, 12 en el López Portillo, 24 durante la administración de De la Madrid.

En la prensa escrita surgió la presencia de sectores de la sociedad civil; en diferente tiempo y espacio algunos medios se caracterizaron por su apertura y por convertirse en portavoces de los sectores organizados e independientes del gobierno y los partidos políticos, como por ejemplo la revista *Proceso* en el sexenio de López Portillo, la cual se ha consolidado como una de las revistas políticas más prestigiadas del país y fuera del control gubernamental; en los ochenta el periódico *Uno más Uno* y pocos años después se forma *La Jornada*.

■ 1.6 Origen y fundación de *La Jornada*

La Jornada fue fundada el 19 de septiembre de 1984 por Carlos Payán Véliz, actualmente funge como Directora General, Carmen Lira Saade.

Este periódico se ha constituido como un espacio especialmente sensible de la presencia de algunos sectores de la sociedad civil organizada, reflejando la realidad mexicana de los últimos veinte años, tratando sus problemas de manera democrática.

La Jornada nace en un periodo turbulento de cambios en que se reforman y se producen acontecimientos de gran trascendencia en la vida cotidiana de todos los mexicanos. Su fundación contribuye de manera destacada a la formación de la ciudadanía y la creación de un periodismo hasta ese momento inédito en México, en América Latina y, en buena parte de la prensa escrita de Occidente. Toda una escuela de periodismo, independiente del poder, crítico de sí mismo y, lo más importante, veraz respecto a la información.

■ 1.6.1 Principios e Ideologías

En el México de los años 80, ejercer la crónica política y el periodismo independiente era una actividad en muchos casos riesgosa. Periodistas de gran trayectoria tenían problemas para informar. Las presiones, la censura encubierta y las llamadas de atención eran mecanismos utilizados para quebrar la actividad periodística. Quienes hacían prensa escrita, radio y televisión gozaban de cierta tolerancia en sus opiniones, sobre todo si se trataba de información internacional. Pero más allá de eso, cuando se trataba de asuntos internos, caía todo el peso y la fuerza del estado.

Académicos, intelectuales, científicos y artistas, cuya influencia es notable en la formación de la opinión pública encuentran en este diario un espacio para exponer sus críticas e ideas al orden social.

Hoy *La Jornada* expresa ese espacio democrático cuyas columnas son un referente, siendo reproducidas a todos los idiomas. La página de opinión es hoy por hoy la más destacada en comparación con otros periódicos.

La Jornada juega un papel importante en la lucha por la democracia en México, colaborando al desarrollo de las luchas por la libertad de información en un mundo donde el control monopólico de los medios de comunicación se impone cada día más.

■ 2.1 Elementos de comunicación

La comunicación es un proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes de un punto de origen a un destino (el punto de origen es el emisor y el punto de destino es el receptor), cuyo significado debe ser interpretado de una forma u otra.

Sin comunicación la vida social es imposible. La comunicación implica la transmisión, intencional o no, de mensajes destinados a informar o influir en un individuo o en un grupo de receptores, o simplemente a establecer un puro contacto afectivo, no intelectual, con otra persona.

El lenguaje, hablado o escrito, no es el único medio de comunicación. Hay otras, como la mímica o los gestos, que se superponen al lenguaje, o lo sustituyen, y que pueden enriquecer el mensaje o constituir uno por sí mismas. Además, no todas las comunicaciones se dan a un nivel consciente. Se percibe más de lo que es claramente comunicado. Sigmund Freud habló incluso de comunicación de inconsciente a inconsciente, queriendo decir con eso que los individuos son capaces de percibir nuevos indicios de algo, sin tener conciencia de ello.

Las técnicas publicitarias utilizan este fenómeno psicofisiológico al introducir, por ejemplo, imágenes “subliminales” en sus campañas, con fines de propaganda de un producto. Tales imágenes se “perciben”, pero no se “ven” a causa de su gran rapidez de exposición. Quedan a nivel inconsciente, pero influyen en la conducta de un individuo sin que lo sepa conscientemente.

La comunicación no es un privilegio humano. Existe también, indudablemente, en los animales, ya que los resultados a los que se ha llegado en las investigaciones al respecto con delfines o con abejas son indiscutibles.

La comunicación suele ser un acto compartido, un diálogo en el que el emisor y receptor intercambian los papeles, aunque en ocasiones es unidireccional. Consiste en la transmisión de un mensaje de una persona o entidad a otra, en base a un objetivo prefijado, a través de un determinado medio.

Existen un conjunto de factores que intervienen en la comunicación, estos elementos han sido definidos por Mariola García Uceda, en su libro *Las claves de la Publicidad*.¹

Dichos elementos son necesarios para que se efectúe con un mínimo de eficacia el sistema de comunicación, se definen como:

- *Emisor.* Es la persona, empresa u organización que genera el mensaje. Es la que determina tanto el contenido, como los objetivos del mismo.
- *Objetivo del mensaje.* ¿Para qué se emite el mensaje? ¿Qué se espera lograr con él?. Es el conocimiento de un hecho, formación de una actitud o realización de una acción.
- *Mensaje.* Son las ideas que componen en sí el conjunto de estímulos que se pretende transmitir al receptor. El contenido del mensaje se ve afectado por su contexto, por los anteriores o posteriores mensajes, el espacio, el tiempo y las circunstancias socio-culturales en el que se produce la comunicación.
- *Medio.* Es el instrumento a través del cual se realiza la materialización del mensaje. Incluye los órganos naturales (vista, oído, etc.) y los soportes físicos prolongación de los mismos (un cable, película, etc.), que permiten sensibilizar los sentidos del receptor, en especial la vista y el oído.
- *Receptor.* Es la persona o grupo de personas, que reciben el mensaje emitido. Necesita conocer el código empleado por el emisor, para poder decodificar, interpretar y comprender correctamente el mensaje.
- *Interpretación.* Es la conversión del mensaje recibido en función de los valores y códigos que maneja el receptor.
- *Efecto.* Es el resultado obtenido a través del mensaje; esencialmente, un cambio de comportamiento en el receptor.

¹ Mariola García Uceda. *Las claves de la publicidad*. p.17

- *Retroalimentación.* El receptor, en la comunicación personal, tiene la capacidad de interactuar. El emisor en consecuencia, puede emitir un nuevo mensaje, a este fenómeno se le denomina “feed-back”. En la comunicación masiva, el receptor se limita a recibir mensajes. No puede emitir sus respuestas durante el proceso de comunicación. Sus respuestas consisten en la adopción de una actitud o en la realización de una acción.

■ 2.2 El diseño y la comunicación visual

La comunicación visual es un medio imprescindible para pasar informaciones de un emisor a un receptor, la condición esencial para su funcionamiento es la exactitud de las informaciones, la objetividad de las señales, la codificación unitaria y la ausencia de falsas interpretaciones. Todas estas condiciones se pueden alcanzar solamente si las dos partes que participan en la comunicación tienen un conocimiento instrumental del fenómeno.

Existen casos dentro del diseño, no codificados aún o codificados en parte, en los que la comunicación visual se produce de una manera confusa, ya sea porque lleva consigo otras informaciones no necesarias, o porque la formulación visual es sucia, o porque no se ha establecido ni controlado adecuadamente el código. En el gran número de informaciones visuales que existen por todas partes de una manera desordenada y continua, la comunicación visual intenta definir, basándose en datos objetivos, cuál es la relación más exacta posible entre información y soporte. Un ejemplo de esto, es en los casos de emergencia, en los que una señal de tráfico puede hacerse

con un soporte equivocado, escrito a pluma y sobre un cartón, siendo evidente que su soporte ideal es el ya conocido. Así, en la comunicación visual existen estos dos componentes: la información y el soporte. Componentes que se pueden separar y estudiar aisladamente.

Un soporte exacto quiere decir que ha sido comprobado tanto como código visual y como medio material. A su vez el código puede ser establecido de una manera artificial o bien puede ser estudiado como formando parte de un determinado ambiente.

Así, son soportes para la comunicación visual el signo, el color, la luz, el movimiento, etc., que se utilizan en relación con el que ha de recibir el mensaje. Estudiando y analizando el tipo de soporte más adecuado al tipo de información que se desea transmitir, para que sea de la manera más completa posible, tomando en cuenta al tipo de receptor y sus condiciones fisiológicas y sensoriales, que dejan pasar o no la información.

“Conocer la comunicación visual es como aprender una lengua, una lengua hecha solamente de imágenes, pero de imágenes que tienen el mismo significado para personas de cualquier nación, y por tanto de cualquier lengua.”²

La comunicación visual es todo lo que ven nuestros ojos: una nube, una flor, un cartel, una bandera, etc. Imágenes que tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes. Entre tantos mensajes existentes, se producen dos distinciones: la comunicación puede ser intencional o casual.

Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que recibe, ya sea como mensaje científico o estético. La comunicación visual intencional, puede ser examinada bajo dos aspectos: el de la información estética (un mensaje que informe, como las relaciones volumétricas de una construcción tridimensional) y el de la información práctica (sin el componente estético, como: un dibujo técnico, las noticias visuales de la TV, una señal de tráfico, etc.)

“La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc. Por ello, se presume que un emisor emite mensajes y un receptor los recibe. Pero el receptor está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden alterar e incluso anular el mensaje.”³

² Bruno Munari. *Diseño y comunicación visual*. p.75

³ *Ibid*, p.82

Según la Dra. Luz del Carmen Vilchis,⁴ dentro del sistema de comunicación visual existen varias nociones básicas para su correcta función, entre las que se mencionan los siguientes:

- *Semiosis*. Es un proceso que se desarrolla en la mente del intérprete; se inicia con la percepción del signo y finaliza con la presencia en su mente del objeto del signo. Es una perspectiva que consiste en preguntarse de qué manera las cosas se convierten en portadores del significado.

“La semiosis se refiere a una característica fundamental del comportamiento humano, la capacidad de evocar, representar o referirse a algo, todas ellas relaciones entre el significante y el significado comprendidas en el signo.”⁵

- *Sentido*. Comprende todos los significados de un texto visual. La labor del diseño cobra distintos sentidos según las condiciones y circunstancias políticas, económicas, personales o sociales de su interpretación.

- *Texto*. Es la unidad de comunicación que se comprende como un bloque estructurado y coherente de signos, reúne todas las intenciones comunicativas del diseño visual cuyos elementos no se pueden diferenciar ni separar por ser una estrategia de comunicación, el separar dichos elementos equivaldría a una falsa interpretación del mensaje.

- *Contexto*. Es aquello de lo que se habla, a lo que remite o refiere el mensaje. Es el entorno del cual depende el sentido y el valor de una palabra, frase o fragmento considerados. Es la realidad que rodea un signo, la percepción visual o un discurso, de acuerdo a la experiencia de los emisores y receptores del mensaje.

- *Campo semántico*. Conforman las palabras que tienen significado o rasgos de significado comunes. Implica los conceptos y signos verbales o visuales que marcan el sentido de la realidad o del conocimiento.

- *Función*. Se refiere a la intención y objetivos del mensaje dependientes del diseñador, el texto y el contexto.

⁴ Luz del Carmen Vilchis. *Diseño: Universo de conocimiento*. pp.38-45

⁵ Ibid, p.38

• *Discurso*. Según la intención que predomine en el mensaje que se ha de transmitir, el emisor utiliza diferentes tipos de discurso. El discurso es una unidad más amplia que la oración. Se compone de dos o más oraciones que desarrollan un tema.

“Es la unidad máxima de determinantes del texto visual, está condicionada en la comunicación visual por los fines a los que ésta es destinada. Cada forma deliberada de proceder comprende un modo específico y característico de construir y organizar los mensajes ”⁶

■ 2.3 La comunicación gráfica

El diseño no es tan sólo estética, es comunicación visual y en un marco inundado de oferta y demanda, tanto de productos como de servicios, el aspecto visual se convierte en imagen y personalidad de quién representa.

Más allá de la productividad que representa en cuanto a mensajes, involucra tanto al intérprete, como al contexto comunicativo en cuestión, y también al soporte específico en el cual se realiza.

Por esta multiplicidad de soportes donde circula la labor del diseño, es imposible no asociarlo con el sistema de comunicación ya mencionado.

“Diseñar la comunicación gráfica consiste en proyectar los mensajes que el hombre requiere para establecer un orden significativo.”⁷

“La tarea esencial del diseñador gráfico consiste en una transformación del entorno que se expresa en objetos gráficos, que modifican al hombre mismo”⁸

Existen un sinnúmero de acciones en las que algo se comunica, satisfaciendo necesidades sociales e individuales, en este proceso se es receptor y a la vez emisor de mensajes. El llamado canal que se utiliza para comunicarse puede ser visual, oral, gestual, etc., lo que se transmite a su vez por un medio, utilizando como intermediario sistemas comunicacionales como: televisión, revista o periódico.

La comunicación gráfica es un tipo de comunicación que recurre a un canal visual, que través de los distintos medios, se establece una distancia entre emisor y receptor. Los diarios, revistas, libros o Internet, son medios que albergan esta forma particular de comunicación.

Este tipo de comunicación se desarrolla sobre toda la sociedad, en sectores sociales determinados y específicos. Dentro de su estructura, se ha creado su propio sistema de significaciones, con códigos específicos, produciendo con esto distintos efectos de percepción, recepción y comportamientos dentro de la misma sociedad.

⁶ Ibid, p.45

⁷⁻⁸ Ibid, pp.35-36

En sus distintas expresiones: el empaque, las señales de información, la publicidad con su incitación al consumo, etc; la comunicación gráfica informa o intenta persuadir un cierto orden para el desarrollo de la vida social. Regula los comportamientos humanos en función de las necesidades de algún grupo social, ya sea para orientar, vender, comprar o informar.

Según la Dra. Luz del Carmen Vilchis,⁹ dentro de la comunicación gráfica se establece la siguiente tipología en los discursos:

- *Publicitario*. Es aquél que se manifiesta en todas las expresiones de publicidad, su fin es promocionar objetos, productos y servicios para un fin mercantil. La publicidad hace de su consumidor cada vez más partícipe de la línea comunicativa y de la creación de un tipo de mensaje abierto: rompe las expectativas mediante la sorpresa y el humor y juega con el anunciar y lo anunciado dando lugar a una publicidad que busca llamar la atención en todo momento.

- *Propagandístico*. Aquí se integra la imagen diseñada con el pensamiento político, se promocionan ideas y pensamientos, cuya respuesta se manifiesta con el voto del receptor del mensaje.

- *Educativo*. Está orientado hacia un objetivo, es intencional, es decir, se encamina a la consecución de algo: transmitir contenidos, promover actitudes y valores, etc. Integra la relación de la imagen diseñada con la finalidad de la comunicación didáctica enfocada a la enseñanza. La información del contenido se puede manifestar en productos editoriales como son: libros, revistas, periódicos, etc.

- *Ornamental*. Se refiere a la relación de la imagen diseñada con la función de ornato. Se relaciona con las artes decorativas y los oficios artesanales.

- *Perverso*. Se manifiesta en todos aquellos géneros de comunicación gráfica que causan intencionalmente un daño visual, moral o intelectual. Se distingue en la comunicación amarillista, violenta, morbosa, pornográfica, etc.

- *Híbrido*. Resulta de la unión de dos discursos de diferente naturaleza, lo que puede tener como resultado la fragmentación del mensaje como de sus resultados. Como ejemplo de este tipo de discurso, se encuentran las campañas políticas que utilizan recursos retóricos de las campañas publicitarias.

⁹ Ibid, pp.46-53

■ 2.4 El género y su tipología

El género reúne todas las manifestaciones del diseño de la comunicación gráfica, en las diferentes vertientes de los medios, ya sea por sus características físicas, configuración, producción o reproducción.

Su amplitud incluye todas las posibilidades de la actividad humana, desde pequeños escritos o ensayos, hasta trabajos literarios, periodísticos o investigaciones científicas.

Los géneros se diferencian “ por su función en una esfera determinada de la comunicación y de la acción de sus participantes, por la situación y el contexto socio-histórico.”¹⁰

Dentro del diseño gráfico, los géneros se manifiestan en muy diversas áreas temáticas, destinatarios, sistemas comunicacionales y estéticos, según la Dra. Luz del Carmen Vilchis, se agrupan en:¹¹

- *Género editorial.* Son aquellos objetos impresos cuyo diseño depende de un texto continuo, generalmente proporcionan un conocimiento ya sea superficial o continuo. Su duración puede ser breve o hasta una permanencia indefinida. Se clasifican en: libros, revistas, periódicos, folletos, etc.

- *Género paraeditorial.* Este tipo de género comprende todos aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico se basa en un texto mínimo, reducido a información breve y específica, en el que la imagen llega a tener más importancia que el texto. Aquí se encuentran: volantes, calendarios, etiquetas, timbres postales, calcomanías, billetes, etc.

- *Género extraeditorial.* Comprende aquellos objetos impresos cuyo diseño gráfico tiene como origen un tema determinado, puede o no integrar texto, sin embargo, éste siempre está condicionado por la imagen. Como ejemplo está: el cartel, espectacular, periódico mural, escenografías, etc.

- *Género informativo.* Son aquellos objetos impresos con diversos soportes de impresión, cuyo diseño gráfico se basa en imagen, proporcionando imagen aun careciendo de texto. Aquí se encuentran: la identidad corporativa, señalética, imagen institucional, etc.

- *Género ornamental.* Su diseño gráfico se basa en elementos simples, no proporcionan información y carecen de texto. Su soporte de impresión varía desde ser plasmados en tela, plástico u otros materiales. Se encuentran: papeles y objetos decorativos, objetos promocionales, papeles de envoltura, entre otros.

¹⁰ Leonor Arfuch. *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos.* p.167

¹¹ Vilchis, op. cit., pp.54-56

- *Género narrativo lineal.* Es toda manifestación gráfica cuya interpretación se manifiesta por medio del dibujo, el caso de usar texto, éste es condicionado por la narración misma. Este género comprende: la ilustración, historietas, fotonovelas, dibujos animados, etc.

- *Género narrativo no lineal.* Es aquél diseño cuya interpretación se expone mediante el dibujo y texto basados en un lenguaje digital, siendo su lectura electrónica. Aquí corresponden: los gráficos multimedia, páginas electrónicas, presentaciones, entre otros.

■ 2.5 El código y su clasificación

En un concepto global, el código es aquél conjunto de signos y símbolos que el emisor utiliza para transmitir su mensaje, de tal manera que el receptor pueda captarlo de manera correcta; ambos deben utilizar el mismo tipo de código, para que el mensaje no se altere.

Dentro de la comunicación gráfica, el uso de diversos códigos, generan una estructura en la que la modificación de uno conllevaría a la modificación de otros, y como consecuencia, la alteración del objetivo del mensaje.

Según la Dra. Vilchis,¹² se clasifican en:

- *Morfológico.* Comprenden los esquemas abstractos y figurativos, entre los que están: plecas, planos y contornos o dibujos e ilustraciones, respectivamente.
- *Cromático.* Son todos aquellos esquemas de color elegidos para el diseño, ya sea por su intensidad, luminosidad, contraste entre otros factores.
- *Tipográfico.* Es aquél que reúne todos los textos usados en el diseño, la elección del tamaño, fuente, valor, forma u orientación.
- *Fotográfico.* Comprende todas las imágenes fotográficas utilizadas, en sus distintas tomas, encuadres y escalas. Pueden tener la función de ser un elemento primordial, representar hechos o manifestar una idea.

¹² Ibid., pp.57-58

■ 3.1 Características generales

Por lo descrito anteriormente, la prensa escrita o periódico es un medio de comunicación que se manifiesta dentro del género editorial, mediante un discurso educativo desde la vertiente de información de contenido, con sus diferentes códigos de comunicación gráfica: morfológicos, cromáticos, tipográficos y fotográficos.

Básicamente, es un conjunto de publicaciones impresas en papel, de tirada periódica, destinadas principalmente a difundir información de diversa índole, ya sea política, social, económica, hasta de entretenimiento como cómics y pasatiempos. La prensa ha experimentado una gran diversificación a lo largo de los años, que le ha permitido resistir a la competencia de los demás medios de comunicación electrónicos, tales como la televisión, radio e Internet.

El periódico satisface la necesidad de obtener información a fondo del modo más completo posible acerca del acontecer mundial, nacional o local. Este medio informativo no se concentra con la pura y simple difusión de la noticia, si no que da un enfoque más allá, dando su propio análisis a la información contenida; es en conjunto, un espejo del mundo en que vivimos.

Su comunicación y modo de expresar la información, es claramente diferenciable del propio modo del estilo literario, filosófico o científico, e incluso del habla popular o coloquial, lo que da al lenguaje periodístico su propia personalidad y fundamentos.

El lenguaje periodístico...“es una fuerza, una voluntad de acción, una acometida para alcanzar o para imponer una manera de ver o para forzar una decisión. El lenguaje del periódico es el lenguaje de la vida, es un lenguaje vital, casi diríamos existencial.”¹³

En el lenguaje periodístico, son los hechos quienes hablan a través de las palabras, y los hechos requieren un tratamiento especial de la lengua como medio de expresión. Esto en ocasiones, convierte al lenguaje periodístico en un lenguaje visual, al usar frases cortas y tajantes, así como el uso (en ocasiones en demasía), de los dos puntos, comillas y demás procedimientos expresivos capaces de crear la llamada “frase-impacto”, la cual llega más directamente a la sensibilidad y pensamiento del lector.

¹³ Gonzalo Martín Vivaldi. *Géneros periodísticos*. p.75

La característica más destacada del uso del lenguaje en un periódico es la variedad de vocabulario, el uso de los giros y las construcciones gramaticales, esto por la necesidad de exactitud y precisión para utilizar la palabra correcta en el momento adecuado. Sobresale también el uso de diversas construcciones nominales, como adjetivos, el uso de la aposición, participios, calificativos y gerundios.

El estilo periodístico de cada periódico se define con gran claridad en la redacción de los títulos de noticias y reportajes, por la necesidad de que sean breves, exactos y llamativos. Su objetivo fundamental es llevar al lector directamente a la noticia de una forma condensada y breve.

Según Vivaldi,¹⁴ para que exista un buen estilo periodístico, se deben reunir ciertas cualidades, como:

- *Claridad* en la nota que se escribe.
- *Brevedad* al utilizar las palabras indispensables, justas y significativas para expresar lo que se quiere decir.
- *Exactitud*, no sólo en los hechos que se narran, sino en las palabras que se utilizan para contar tales hechos
- *Precisión* para construir las frases de una forma clara sin divagación de las ideas.
- *Sencillez* al utilizar palabras de uso común, lo que da como resultado el acercamiento de la gran mayoría de lectores.
- *Naturalidad* al hacer uso de expresiones propias de la gente, y evitando palabras rebuscadas, inusitadas o extrañas.
- *Originalidad* al expresar las cosas tal como se ven y se sienten.
- *Variedad* al expresar los hechos que se narran, evitando la monotonía y la pobreza del vocabulario.
- *Atracción* al narrar la noticia, no tanto por lo que se dice, sino por cómo se dice.
- *Ritmo* dentro de la prosa periodística, el cual se marca por los acontecimientos que se narran, ya sea en tono lírico, filosófico, científico, etc.
- *Color* al describir de un modo pintoresco o plástico la noticia.
- *Sonoridad* en los títulos periodísticos, lo que lleva a que una frase-impacto resulte declarativa y llamativa.
- *Detallismo* al describir un suceso lo que hace aun más noticioso el relato.
- *Corrección y propiedad* al escribir la noticia, no olvidando las estructuras fundamentales del idioma en que se escribe, desde el punto de vista gramatical. La propiedad del uso del lenguaje en un periódico tiene como resultado un estilo elegante, sencillo, distinguido, armonioso y sobrio.

¹⁴ Ibid. pp.29-35

■ 3.1.1 Sistema de comunicación de la prensa diaria

El receptor se dirige con un interés activo. Va buscando saber y obtener un conocimiento a través de la lectura. El lector es el que domina el medio a su antojo y conveniencia, lo que le da la libertad de comenzar, avanzar o terminar su lectura a la velocidad que elija.

El medio prensa exige el deseo del lector, con su participación activa que comienza desde el hecho físico de tener que pasar de una página a otra. Impone la reflexión ante la velocidad, “la letra frente a las imágenes; los argumentos frente a los hechos; el valor perpetuo de lo impreso frente a la caducidad y fugacidad de las imágenes.”¹⁵

Tiene una realización rápida, lo que permite que un mensaje llegue de forma directa a los consumidores potenciales, lo que le da un prestigio y más credibilidad a la publicidad que se inserta en sus páginas.

El contenido de un periódico se percibe exclusivamente a través de la vista, por lo que las ilustraciones y/o fotografías, tipografía y maquetación, adquieren junto con el texto un singular protagonismo. Cualquier diario contiene cientos de fuentes tipográficas, cuya elección se hace en base a provocar un interés en el lector.

La creatividad gráfica en este medio, es cada vez más importante; el uso de anuncios e imágenes nuevas y novedosas para el lector, resulta de gran beneficio para el desarrollo de este medio informativo.

¹⁵ Mariola García Uceda. *Las claves de la publicidad*. p.252

■ 3.2 Géneros periodísticos

Un género periodístico es una forma literaria que se emplea para contar cosas de actualidad a través de los periódicos. Su origen se relaciona con la historia del periodismo, a partir de mediados del siglo XIX, se conocen varias etapas:

- *Periodismo ideológico*. Predomina en todo el mundo hasta el fin de la Primera Guerra Mundial. Es doctrinal y moralizador, al servicio de ideas políticas o religiosas. Es una etapa en la que la prensa aportaba muy pocas informaciones y muchos comentarios.

- *Periodismo informativo*. Surge alrededor de 1870, paralelo al periodismo ideológico, se perfila a partir de 1914, primero en Inglaterra y después en Estados Unidos, como un periodismo que se apoya sobre todo en la narración o en el relato de los hechos. Esta etapa ha sido denominada como la *Edad de Oro de la Prensa*, en la que los hechos se imponen a los comentarios.

- *Periodismo de explicación*. Es un tipo de periodismo que busca una mayor profundidad en las informaciones, donde el periodista utiliza una mezcla entre el relato y el comentario, con el objetivo de que el lector, mediante una narración objetiva de los hechos, entienda los juicios de valor de forma fácil y rápida.

Actualmente, en la prensa se diferencian tres tipos de géneros periodísticos: informativo, de opinión e interpretativo.

- *Género informativo*. Se fundamenta en las noticias y en los reportajes objetivos. La noticia es el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita interés público. El reportaje objetivo es un relato que describe un hecho sin incluir opinión o valoración del periodista.

- *Género de opinión*. Incluye las editoriales, como artículos de opinión del periódico y los comentarios que constituyen el planteamiento personal de quien lo escribe.

- *Género interpretativo*. Combina la información con la opinión, dando origen a las crónicas, los reportajes interpretativos, las entrevistas, etc.

■ 3.2.1 El reportaje

“El periódico, aparte de su misión noticiosa y orientadora de la opinión, es fundamentalmente un vivero, un semillero de reportajes. Es decir, de informes, más o menos extensos, sobre los variados problemas, temas o sucesos de la actualidad.”¹⁶

Etimológicamente, reportaje proviene del verbo latino *reportare*, que significa traer o llevar una noticia, anunciar, referir, es decir, informar al lector de algo que el reportero juzga digno de ser referido.

Según Vivaldi el reportaje es:

“Un relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto el tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano. Es una narración informativa, de vuelo más o menos literario, concebida y realizada según la personalidad del escritor-periodista.”¹⁷

El reportaje equivale a dar información de un hecho o suceso de una manera formal. El informador narra los acontecimientos en orden descendente, de mayor a menor interés, procurando llevar al principio de su relato la parte más relevante de la información. Esto facilita la rapidez de la redacción del reportero, al colocar los títu-

los a la cabeza de la información y facilita al lector con sólo leer el principio del reportaje, por lo que queda enterado en pocos segundos o minutos de la esencia informativa.

El reportaje es el gran género diferenciador dentro del periodismo escrito, es así, que no todos los periódicos insertan las mismas noticias, las cuales se les da un trato diferente en cada periódico, aún tratándose del mismo tema. El enfoque que tenga el reportaje sobre el hecho, pone la variedad, equivalencia o semejanza informativa en cada diario.

Los grandes rotativos suelen coincidir entre sí por las noticias que insertan en sus páginas; se diferencian por los reportajes. Y no sólo por el reportaje-noticia, sino, especialmente, por lo que se cuenta del acontecer mundial, en un aspecto no necesariamente noticioso.

En los manuales de periodismo se clasifican tres modelos fundamentales de relato: el *fact story* o relato objetivo de los hechos, que sigue, en su redacción, el módulo de pirámide invertida (empezar con información de mayor a menor interés); el *action-story* o relato más o menos movido o animado, empieza siempre por lo más atractivo, llamativo o impresionante, descendiendo después en el interés de los datos, y finalmente, el *quote-story* o relato documentado que da la información con datos objetivos, acompañados de citas que complementan dichos datos.

¹⁶ Vivaldi, op. cit., p.65

¹⁷ Ibid. p.65

■ 3.2.1.1 Sentido, significación y enfoque del reportaje.

Todo reportaje tiene un claro sentido informativo: se escribe para informar algo que es necesario ser divulgado y conocido. A diferencia de la crónica, en el reportaje se cuenta un hecho importante o significativo, pero sin juzgarlo ni valorarlo. Es el lector quien valora los hechos, según su opinión personal, de acuerdo con los datos del informe.

El reportaje de interés humano o simplemente noticioso exige especiales condiciones de sensibilidad en el reportero: saber ver y saber hacer ver. Basta con describir y contar lo que se ve, sin mayores preocupaciones estimativas.

Por su enfoque, el reportaje “es un género marcadamente impresionista y de perfil realista o neo-realista. Al reportaje se le debe exigir una gran fidelidad respecto de los hechos que se narran y una muy respetable dosis de sinceridad narrativa”.¹⁸

El autor del reportaje debe quedar siempre en segundo plano. Lo importante son los hechos que se narran o las cosas o personas que se describen.

En cuanto al tema que se trate en cualquier reportaje, el periodista tiene total libertad de elegir, todo depende de su sensibilidad periodística y del *sexto sentido* profesional. El problema de esta elección reside en la visión, en descubrir la entraña informativa de un hecho, y saber valorarlo para darle la medida exacta.

El propósito fundamental del reportaje es informar, esto “es más que una obra de misericordia: es una obligación de comunicación social”.¹⁹

Siendo por esto, un género periodístico con gran trascendencia, ya que por sus características objetivas fluye gran parte de la historia contemporánea.

¹⁸ Ibid. p. 83

¹⁹ Ibid. p.85

3.2.2 La crónica

La crónica deriva de la voz griega *cronos*, que significa tiempo. Lo que significa que la crónica, fue ya, mucho antes del periodismo, un medio de comunicación social, un género literario en virtud del cual el cronista relata hechos históricos, según su orden temporal; “es un relato enjuiciado de los hechos que se narran”.²⁰

Periodísticamente, la crónica conserva una estrecha relación con lo temporal, siendo un género informativo, es algo más que pura y simple información, se distingue básicamente por la interpretación y valoración de los hechos que en ella se narran.

“Lo característico de la verdadera crónica es la valoración del hecho al tiempo que se va narrando. El cronista, al relatar algo, nos da su versión del suceso; pone en su narración un tinte personal”.²¹

El cronista tiene la obligación de informar, narrar y contar algo que ha sucedido a su propio juicio, procurando dar a los hechos su exacto valor. Sin noticia, la crónica deja de ser periodística para convertirse en puro relato histórico o en artículo valorativo de un hecho más o menos trascendente.

El estilo narrativo de la crónica periodística es claro, sencillo y conciso, con un contenido objetivo. Se permiten todos los recursos estilísticos: la comparación, metáfora, ironía, paradoja, etc.; pero siempre dentro de una norma fundamental de claridad comunicativa y sin desvirtuar los hechos o deformar la realidad para servir a intereses determinados.

Dentro de este género periodístico, la forma de redactar la noticia es totalmente libre en cuanto a módulos formales, se realiza de una manera informativo-narrativa. Esto es, que el cronista no se somete a la preocupación formal de narrar de una manera descendente los hechos, es decir, comenzando su relato por la información de mayor importancia para continuar con detalles menores, sin embargo, esta regla puede cambiar en muy contadas ocasiones, siempre y cuando la noticia lo exija.

Toda crónica tiene un sentido y una significación: se escribe de algo y por algo o para algo; se cuenta un hecho significativo y se le da al relato un sentido estimativo; al narrar un suceso se procura descubrir su valor, por lo tanto el cronista tiene la responsabilidad de tener una clara visión de los hechos que narra.

²⁰ Ibid. p.123

²¹ Ibid. p.128

El tema de la crónica no es la pura y simple anatomía del suceso, es la narración de los hechos desde un aspecto fisiológico y psicológico, es la noticia desentrañada desde la mirada del cronista. Cualquier aspecto de la vida es buen argumento para escribir una crónica, desde un simple diálogo con otra persona o algún relato leído; con estas herramientas el cronista da a conocer información reveladora, quizá ignorada por otros, despertando un interés en el público lector.

En la crónica periodística se utilizan frases cortas que no excedan de las 15 o 17 palabras y párrafos con un máximo de setenta a ochenta palabras para facilitar la lectura, ya que con esto se hace más armónica la presentación del trabajo, desde el punto de vista tipográfico.

En cuanto al uso del vocabulario, se caracteriza por el uso rico y personal de éste. En el reportaje sólo se mencionan cosas, en la crónica se matiza su narración. De ahí que al cronista se le permite el uso de un lenguaje metafórico, siempre y cuando sus imágenes sean claras, justas, oportunas y coherentes.

3.2.3 El artículo

Un artículo es un escrito firmado que revela una opinión o punto de vista sobre un tema específico, en el cual, el periodista le da una intención grata de charla hacia el lector, comunicándole de un modo fácil y sencillo la información; si se repite cada cierto tiempo en un periódico, se denomina columna.

Todo periódico necesita contar con una base de buenos escritores que elaboren artículos de calidad, para dar a sus páginas la prestancia literaria que todo medio publicístico necesita. Este es un género que necesita el periódico como medio de expresión formativo, ideológico y orientador.

El artículo es un comentario que tiene como fin interpretar el acontecer actual, y su contenido puede tener un carácter filosófico, poético e incluso humorístico.

El artículo es “un escrito, de muy vario y amplio contenido, de varia y muy diversa forma, en el que se interpreta, valora o explica un hecho o una idea actuales, de especial trascendencia, según la convicción del articulista.”²²

La diferencia esencial entre el artículo periodístico y la crónica, es que ésta última tiene un carácter netamente noticioso, la interpretación y opinión del cronista debe ir integrada con los hechos que se narran, incorporando noticias y opinión. En cambio, el artículo puede tratarse de un tema actual sin necesidad de que el centro de éste sea la noticia, la opinión del articulista es el eje y lo fundamental. El hecho o la idea que se comenta, analiza o valora es el propio artículo.

El estilo del artículo es el estilo de quien escribe, salvo las limitaciones impuestas por el buen gusto, la moral, el derecho y la sociedad en que se vive, el articulista escribe bajo su propio criterio, con un tono totalmente personal.

²² Ibid. p.176

Dentro de la forma que debe conservar un artículo, no hay normas establecidas, no existe un orden en cuanto a la manera de escribir. Puede comenzarse por el principio o la conclusión, con sentido cronológico o con una noticia de actualidad, “en el artículo la forma fluye del fondo”²³

Siendo el contenido del artículo de carácter totalmente personal, al leerlo interesa más las ideas del escritor, que la noticia misma. El título, aún siendo significativo, no lo dice todo (como sucede en el reportaje y la crónica), sólo menciona el contenido sin descubrirlo totalmente. Es la firma del autor la que está en primer plano, su estilo y nombre, es quien dirige la atención y el interés para la lectura del propio artículo.

En cuanto a los temas que se desarrollan en los artículos, no hay limitaciones. Todo depende de que el articulista sepa dar una visión personal, original y auténtica del tema elegido para su artículo. Todo con el propósito de orientar y distraer al lector. Incita a la meditación y la reflexión de muy diversos temas, lo que lo convierte de ser sólo de opinión personal a adquirir una resonancia social.

El periódico es un medio informativo y formativo a la vez, como órgano de ideas y canalizador de opiniones. La manera de lograr esto, es conjuntar un equipo de escritores, que hablen de cualquier tema o problema de una manera correcta. Un buen artículo periodístico sobre algún tema de actualidad obliga al público a pensar con lógica, lo que lo convierte como un buen medio de educación.

El creciente desarrollo cultural produce cada día una mayor cantidad de lectores, con mayores exigencias, que piden al periódico algo más que la noticia. Algo que los haga reflexionar y que los estimule a crear su propia opinión de la noticia, lo que el artículo tiene mucho que ver en esta etapa.

²³ Ibid. p.180

■ 4.1 Aspectos generales

Anteriormente, de todos los medios impresos (revistas, libros, etc.), el periódico en cuanto a su diseño y forma, era el menos atractivo. A lo largo de los años, y por el progreso de la misma sociedad (tanto cultural como tecnológica) se ha ido eliminando esta característica y se ha ido formando poco a poco un cambio para cambiar su apariencia.

En este proceso de cambio, el periódico ha sufrido un impacto impresionante por parte de la televisión, ya que, al ser un medio informativo que ha crecido en demasía en los últimos años, ha dejado sentir su influencia en todos los aspectos de la vida: social, económico, político y cultural.

Un efecto directo de la televisión es que los periódicos han perdido cierta parte de la publicidad nacional que años antes llenaban sus páginas, dándoles una sólida base financiera. Igualmente se ha perdido parte del tiempo del lector, su pasividad hacia los medios, ha originado el desarrollo de observadores en lugar de lectores.

Por el gran progreso tecnológico, la televisión ha sido el medio en dar primero las noticias, desde el lugar de origen. Para evitar esta ventaja cronológica, muchos periódicos se han obligado a darle mayor profundidad y análisis al tratamiento de los temas. El resultado de estos cambios, ha sido lograr que los periódicos, en cuanto a

su diseño se asemejen más a una revista diaria que a un periódico tradicional, todo con el objetivo de captar más el interés por parte de los lectores.

■ 4.2 Diseño periodístico

La década de los 70 y 80, se caracterizaron por un nuevo interés en el diseño de los periódicos, que se refleja en el número cada vez mayor de diarios y semanarios que han cambiado su aspecto. Los directores de los periódicos en los últimos años se han preocupado por los aspectos visuales de sus publicaciones.

Los periódicos comenzaron a hacer experimentos tipográficos y de confección, con esto vino un mayor interés de los lectores en el tema gráfico, así como una necesidad por parte de los editores de periódicos de producir páginas más atractivas gráficamente, mediante diseños con nuevos estilos: titulares más pequeños, fotos más grandes y una mejor clasificación del contenido.

El diseñador de publicaciones, y en este caso del periódico, es aquél que puede producir un periódico de actualidad y atractivo. El periódico debe servir al lector y no debe manejarse para el beneficio del publicista.

En este proceso, el diseñador se enfrenta a tres problemas continuos del periódico: la mecánica de la lectura, al lograr que sea de una manera fácil y sencilla de entender; el segundo problema es la psicología de la lectura, en la cual el periódico debe tener un buen contenido, reforzado con un correcto uso tipográfico; y el tercer problema a resolver es la economía de la tipografía.

El progreso de la tecnología de la producción periodística, ha influido en los cambios de este medio informativo. La impresión en offset, es el sistema de reproducción más comúnmente usado, lo que lo hace mucho más atractivo. Con este tipo de impresión, las ilustraciones pueden manejarse con mayor eficacia y con resultados muchos mejores. La disposición de los elementos no es tan limitada, la composición por áreas y la foliación por computadoras da más libertad en cuanto al diseño y la compaginación periodística.

Al desarrollar sistemas de boceto de páginas auxiliados por computadora, se producen las plantillas, en las cuales, se sigue un patrón de rectángulos, mucho más fáciles de manejar en la elaboración de páginas completas.

“Un periódico no es una galería de arte ambulante, no es en sí algo bello. Es de utilidad, en el mejor y más amplio sentido de la palabra”²⁴

El periódico es un medio dedicado a transmitir noticias y su diseño es parte integral de este proceso, presentándolo de una manera organizada y comprensible. Para obtener este resultado, el diseñador se vale de la utilización de tipos de letra en el texto, en los titulares, fotografías, espacios en blanco, plecas, secuencia de páginas, etc., combinando todo esto de manera adecuada.

La tipografía es la base de esta labor, pero no es la totalidad; el diseño periodístico es el dominio del espacio, es comunicar dentro de un mismo espacio físico, un conjunto de mensajes desvinculados entre sí, sin dejar de darle importancia a cada uno, dentro de un estilo coherente. El diseño, el formato, la tipografía y la impresión son parte tan integral del periódico como las palabras.

²⁴ Edmund C. Arnold. *Diseño total de un periódico*. p. 33

En el caso del periódico *La Jornada*, se ha buscado que sus diseñadores produzcan una apariencia tanto placentera como funcional a dicha publicación, para hacerlo más atractivo para los lectores, valiéndose de distintas herramientas que la misma tecnología les ofrece: el manejo tipográfico, color, fotografías, etc. Para este periódico es importante tener su propia personalidad, que agrade y que sea creíble para los lectores.

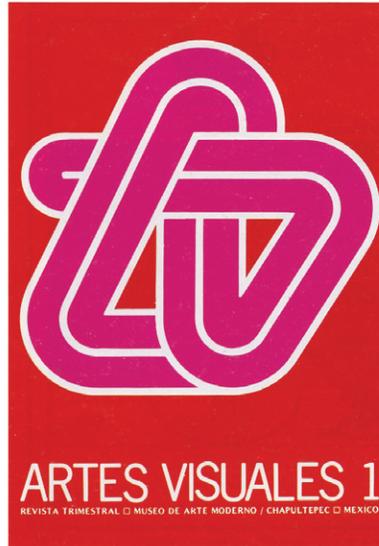
“El diseño periodístico no puede comenzar a existir sin las noticias y la actitud que se adopte ante ellas: sin algo que expresar a un público concreto. Las noticias periodísticas no pueden ser comunicadas eficazmente por medios visuales, sino con un diseño periodístico.”²⁵

²⁵ Harold Evans. *Diseño y compaginación de la prensa diaria*. p. 9

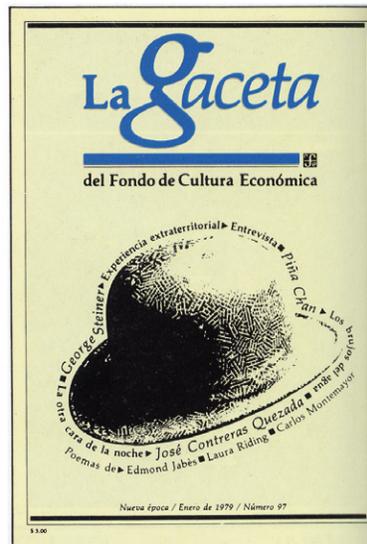
■ 4.3 Vicente Rojo y *La Jornada*

A través de la obra gráfica de Vicente Rojo se observa un gran desarrollo del diseño gráfico en las instituciones culturales más importantes de México. En su técnica de trabajo, destaca la estrecha relación que existe entre textos e imágenes, y los juegos tipográficos pensados para una lectura más ordenada.

Vicente Rojo nace en la ciudad de Cataluña, España en 1932. En su adolescencia realiza estudios de dibujo, cerámica y escultura. En 1949 llega a México a reunirse con su padre, un exiliado español, lo que lo favorece para obtener rápidamente la nacionalidad.



Diseño para revista. 1973. 27 x 21 cms



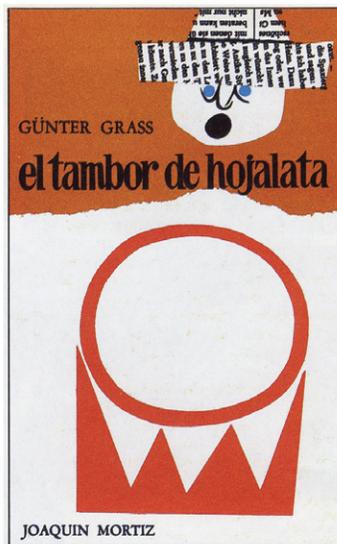
Diseño para revista. 1979. 32 x 23 cms

Tiempo después, conoce a Miguel Prieto (iniciador del diseño gráfico en México) y entra a trabajar en el Instituto Nacional de Bellas Artes como su asistente. Lo incorpora como su ayudante en diversas publicaciones, como en la revista *México en la Cultura*, la que se convertiría, después de la muerte de Miguel Prieto (1956), en un suplemento dominical del periódico *Novedades*, lo cual sirve para que Vicente Rojo asimilara a la perfección las enseñanzas de su maestro, convirtiéndolo también en uno de los pioneros del diseño gráfico de este país.

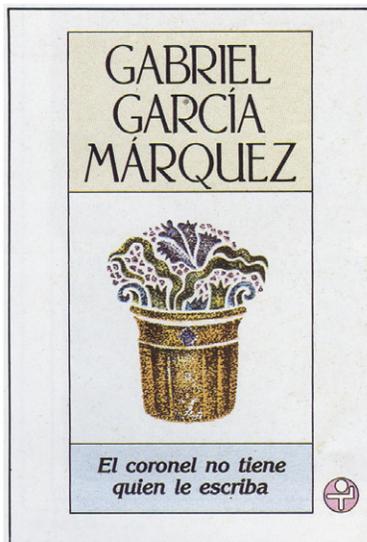
En 1953 crea, junto con Miguel Salas Anzures (editor, crítico y creador de la vida cultural de este país), la revista *Artes de México*, la que diseñó hasta principios de los setenta, a la vez que colaboraba en otras revistas como: *Nuevo Cine* y *Diálogos*. En 1954 se incor-

pora a trabajar en la Universidad Nacional Autónoma de México en la Dirección de Difusión Cultural.

Dos años después, es invitado por Fernando Gamboa, destacado museógrafo, pintor y cineasta, para trabajar en *Teleproducciones* (compañía de cine), en la que diseña letras para películas como: *Torero!*, *Pedro Páramo*, *Nazarín* y películas independientes como: *En este pueblo no hay ladrones*, *En el balcón vacío*, *Tiempo de morir*, entre otras.



Diseño para libro. 1963. 19.5 x 12.5 cms



Diseño para libro. 1988. 19.5 x 13 cms



Diseño de tipografías.

A finales de los años cincuenta realiza portadas de libros para el Fondo de Cultura Económica. Años después, Joaquín Díaz Canedo crea su propia editorial: Joaquín Mortiz, en la que solicita la colaboración de Vicente Rojo, realizando portadas para la colección *Novelistas Contemporáneos*. Al mismo tiempo, elabora la portada de *100 Años de Soledad* de Gabriel García Márquez, en su edición para Sudamérica.

En 1959, Tomás Espresate, Vicente Rojo y José Azorín, fundan lo que se conocería como *Imprenta Madero*, es aquí donde surge *Ediciones Era*.

En los años siguientes, Vicente Rojo realiza diseños para distintas publicaciones: la *Revista de Bellas Artes* (1965), *Universidad de México* (1966), *Plural* (1971), *Gaceta del Fondo de Cultura Económica* (1974), *México en el Arte* (1982), entre otras.

Después de colaborar en diversos suplementos culturales y revistas, se le presentó a Vicente Rojo la oportunidad de diseñar un periódico y en 1984 diseña *La Jornada*.

Carlos Payán Volver y Héctor Aguilar Camín (ambos intelectuales y periodistas), le ofrecieron a Vicente Rojo diseñar un periódico nuevo, el que sería conocido después como *La Jornada*.

Vicente Rojo comenzó a trabajar de inmediato, incluso sin saber detalles del proyecto. Constantes reuniones con Payán, Aguilar Camín, Miguel Ángel Granados Chapa, Carmen Lira y Humberto Musacchio, llevaron a establecer el contenido periodístico del diario, al igual que el diseño gráfico que se desarrollaría.

Por la poca posibilidad económica con la que se contaba, se adoptó un formato de tamaño reducido, conocido como tabloide (29 x 38 cm), en el que, por el diseño compacto que se utilizó, se manejaba mucha información de manera reducida.

Dentro de las 4 columnas establecidas en el diario, Vicente Rojo utilizó en un principio una columna en cada página dedicada a dar noticias en pocas líneas. Este diseño fue utilizado por dos años. Después los directores del diario decidieron que dicho diseño causaba más problemas que ventajas, lo que obligó a Vicente Rojo a diseñar de nuevo el periódico con un sentido más horizontal.

Incorporó también un cuadrado negro para indicar el principio de cada noticia, en las cabezas, textos y después del nombre del autor de la nota.

Por las limitaciones económicas, Vicente Rojo sólo tuvo la posibilidad de utilizar para la tipografía del diario la fuente tipo Times, lo que lo hacía similar al diario español *El País*, por el aspecto formal que mostraba.

Para el cabezal utilizó unas letras recortadas de una revista alemana que era de su propiedad. Dibujó la "L" y la "J", y modificó las letras "a" para darle su propia personalidad a la tipografía.

El sello que acompaña al cabezal asemeja la imagen de un mundo en el que se representa el transcurrir de una jornada, pasando del día a la noche.

Primeras dos opciones de logotipo para *La Jornada*.
Diseños realizados para maqueta (Febrero 1984).

La Jornada 

La Jornada 

Logotipo publicado en el año 1, número 1.

19 de septiembre de 1984

Cambió el diseño, la altura de la ascendente y profundidad de la descendente de la “J” y el diseño y la ascendente de la “d”, así como el diseño del sello.

LaJornada 

Al tercer año de publicación se dan cambios en la ubicación del sello.

LaJornada 

En el diseño de logotipo que actualmente se utiliza, se le da más presencia al sello, ubicándolo al lado izquierdo de la tipografía.



■ 4.4 Formato de *La Jornada*: tabloide

La mayoría de los periódicos tienen un tamaño llamado estándar, grande o sábana, de aproximadamente 38 cm. de ancho por 58 cm. de largo. Estos periódicos suelen ser de volumen considerable, y es común que manejen un gran número de páginas y diversas secciones. Entre los diarios de circulación nacional que entran en este tipo de formato están: *El Universal*, *Excelsior*, *Reforma*, etc.

Manejar este tamaño grande (o sábana) es el resultado de una inversión en maquinaria y equipo a lo largo de la historia, e incluso hasta por tradición.

El diseño de la prensa ha tenido evolución al paso del tiempo. Los primeros periódicos publicados en Estados Unidos eran escasamente mayores a una hoja carta, posteriormente, los periódicos británicos adoptaron el tamaño de página grande para evadir impuestos por el número de páginas impresas y los norteamericanos se adaptaron a este formato.

Poco antes de la Guerra Civil (1860), en Estados Unidos de América se desarrolló lo que se llamó *Penny Press* (prensa de a centavo), lo que hizo surgir un tamaño de página más pequeño, con el objetivo de atraer lectores obreros con su precio de a centavo, haciendo un periodismo de interés más humano. Al mismo tiempo, algunos periódicos de orientación comercial o política adoptaron formatos extremadamente grandes, alcanzando tamaños de 91.5 x 152.5 cm, lo cuales fueron llamados periódicos sábana. Sin embargo, la mayoría de las máquinas y prensas impulsadas en ese entonces por vapor, fueron diseñadas para adaptarse a un formato grande “estandarizado” (38 x 58 cm), dejando a un lado la idea de adaptarse a formatos de mayor tamaño.

El tabloide, al ser la mitad del tamaño grande, se adaptó a este equipo estandarizado, y el único requisito para su producción era un doblez adicional. A pesar de esto, este formato en un principio era limitado para cierto tipo de lectores, ya que los primeros tabloides que circularon en la década de 1920 en Estados Unidos de América, eran dirigidos a un público masivo con un producto editorial que enfatizaba noticias sensacionalistas, lo que llevó a pensar que este tipo de formato era poco serio y con menos credibilidad que el tamaño grande.

Este concepto ha cambiado con el surgimiento a lo largo del tiempo de diarios conservadores y respetados, como el *New York Daily News* o el *Newsday*, en Estados Unidos. En el caso de México se pueden mencionar el *Uno más Uno*, *La Crónica de hoy* o *La Jornada*, entre otros.

El periódico *La Jornada* ha manejado desde sus inicios el formato tabloide: 29 cm x 38 cm. Este tipo de formato tiene la característica de ser cómodo para el lector, puede sostenerlo, transportarlo y doblarlo sin problema.

Este formato ayuda a tener una organización clara y coherente del contenido, siendo fácil dividir el material propio entre secciones y así facilitar su lectura.

Actualmente el costo del papel es muy elevado, y este tipo de formato ayuda a no incrementar los costos de producción en el caso de aumentar páginas. En un tamaño estándar, se suelen agregar hasta 4 páginas, cuando en realidad sólo se necesitarían una o dos; en cambio en el tabloide, se agrega la mitad del papel que se necesitaría en un tamaño más grande, esto es que sólo se agrega una página, lo que ayuda a reducir gastos en impresión.



Foto: *La Jornada*. 3 de Noviembre 2005. Año 22. Número 7613.

En el caso de *La Jornada*, al manejarse en tamaño tabloide, los encabezados tienden a ser un poco mayores, así como las fotografías que son proporcionalmente más grandes.

“El diseño de un periódico comienza con su formato, y la decisión al respecto obedece a una mezcla de consideraciones técnicas, físicas, comerciales y editoriales. El diseño que se haga dentro de este formato, repercute sobre: la índole y cantidad de la publicidad, y las ideas editoriales”²⁶

²⁶ Ibid. p. 50

■ 4.5 Sistema gráfico de La Jornada

Son varios elementos los que se toman en cuenta para la realización de un periódico, y el sistema gráfico es la base de su diseño. Éste se compone por: el diagrama o retícula, estilos fijos, color y apoyos gráficos.

■ 4.5.1 Diagramación

Ningún periódico se podría comunicar con coherencia y economía si no se construyeran sus páginas a partir de una retícula básica, es aquí donde se define el número de columnas que va a tener una página.

En la división por columnas, el diseñador tiene la oportunidad de ordenar textos, fotografías, representaciones gráficas, etc., según criterios objetivos y funcionales.

Una información con títulos, subtítulos, imágenes y textos dispuestos con claridad no sólo se lee con más rapidez, sino que se entiende mejor y se retiene con más facilidad en la memoria.

El espacio de página se divide de acuerdo a una escala de valores: los sucesos de más trascendencia en la primera página, con el titular de mayor tamaño, mientras que las noticias más triviales o no de tanta importancia como la primera se les da un lugar en páginas interiores, al pie de una columna o bajo titulares pequeños.

En conjunto con el diseño de la retícula, se toma en cuenta también el uso de un estilo tipográfico. En esta etapa, la comunicación del periódico se basa en estos dos elementos: tipografía y la disposición en página de la composición de texto, ilustraciones y espacios. Las familias básicas de tipos de letra para titulares y textos son elementos fijos dentro del mismo periódico, tanto que se les considera como parte integral de su conformación.

“La regla: cuanto menor diferencia exista entre las grandes ilustraciones, tanto más tranquila resulta la configuración. Como sistema de organización, la retícula facilita al creador la organización significativa de una superficie o de un espacio”²⁷

La Jornada maneja un formato tabloide y en su diseño actual de portada se utilizan dos tipos de retículas: una de 4 columnas de 14 picas, con medianil de una pica, y otra de 3 columnas de 19 picas, con medianil de 1/2 pica. El margen superior e inferior es de 3 picas; el margen izquierdo y derecho mide 4 y 6 picas respectivamente. Las columnas tienen una altura de 71 picas. Manejan una división de módulos de 8.5 picas, con medianil de 1.5 picas.

Este tipo de retículas se caracteriza por ser dinámicas, ya que dependiendo de las necesidades del diseñador, dichas columnas se combinan, quedando en algunos casos, cajas de texto o imágenes dentro de 2 o hasta 3 columnas.

²⁷ Josef Müller - Brockman. *Sistema de retículas*. p. 1

Diagramación de portada a 3 columnas.

La Jornada

DIRECTORA GENERAL: CARMEN LIRA SAADE
DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PAYAN VELVER

MEXICO, DISTRITO FEDERAL • AÑO 22 • NUMERO 7613 • www.jornada.unam.mx • JUEVES 3 DE NOVIEMBRE DE 2005

10 PESOS

Diagramación de portada a 4 columnas

La Jornada

DIRECTORA GENERAL: CARMEN LIRA SAADE
DIRECTOR FUNDADOR: CARLOS PAYAN VELVER

MEXICO, DISTRITO FEDERAL - AÑO 22 - NUMERO 7613 - www.jornada.unam.mx - JUEVES 3 DE NOVIEMBRE DE 2005

10 PESOS

En el caso de la contraportada, se utiliza una retícula de 5 columnas. Las medidas de los márgenes son las mismas, sólo varía en los márgenes izquierdo y derecho, que son opuestos: 6 y 4 picas respectivamente. Se maneja una división de módulos de 9 picas, con medianil de 1.5 picas.

Se utiliza la columna situada en el margen de corte en toda su altura (72 picas), tiene una medida de 14 picas, con medianil de 1.5 picas. Las cuatro columnas restantes tienen una medida de 10 picas cada una, con medianil de una pica entre ellas. Tienen una altura de 72 picas. Estas 4 columnas se utilizan como cajas completas para texto o fotografías, con marco de 1pt.

Es importante que un periódico cuente con una retícula básica, que se comience por divisiones legibles para la composición. Con este diagrama la página dispone de una variedad de información en un orden claro, lo que ayuda a enfocar prioridades, siendo más rápido componer los textos sobre una medida habitual.

Diagramación de contraportada a 5 columnas



■ 4.5.2 Estilos fijos

Se llama así a todos los estilos definidos por el director de diseño para todas las secciones del periódico, incluyendo portada y contraportada.

Un estilo muy importante es la placa con el nombre o bandera (cabezal): es el nombre del periódico en forma de exhibición que aparece en la primera plana.

Es una marca registrada, que representa toda la historia, leyenda y principios del periódico, que le dan su propia personalidad.

La Jornada maneja un diseño muy característico en su portada y contraportada, ya que en ambas maneja el uso de la bandera, en diferentes proporciones y con distinto tratamiento gráfico. Este recurso ayuda a no restar importancia a las noticias publicadas en ambas partes del periódico.

La bandera de portada de *La Jornada* mide 58 picas (24.6 cm) de base por 12.5 picas (5.3 cm) de alto. En la portada, está compuesta por el nombre del periódico, logo, líneas de folio (fecha, volumen, número y precio), créditos y plecas.

Bandera de portada

Ícono: Situado a la izquierda del nombre del periódico, a una distancia de 2mm. Mide 6.8 picas de base x altura.

Nombre del periódico: Situado a la derecha del ícono, a una distancia de 2mm. Mide 51.5 picas de base por 11 picas de alto, (desde la altura ascendente de la "d" hasta la línea descendente de la "j").



Medida total de la bandera:
58 picas (24.6 cm) de base por 12.5 picas (5.3 cm) de alto.

Créditos: Línea #1: Fuente tipo Helvética bold a 10 pts, en altas, con una escala horizontal del 80%.
Línea #2: Helvética bold a 8 pts, en altas, con una escala horizontal del 80% y un tracking de 80 pts. Interlineado de 11 pts, justificado a la izquierda de la bandera.

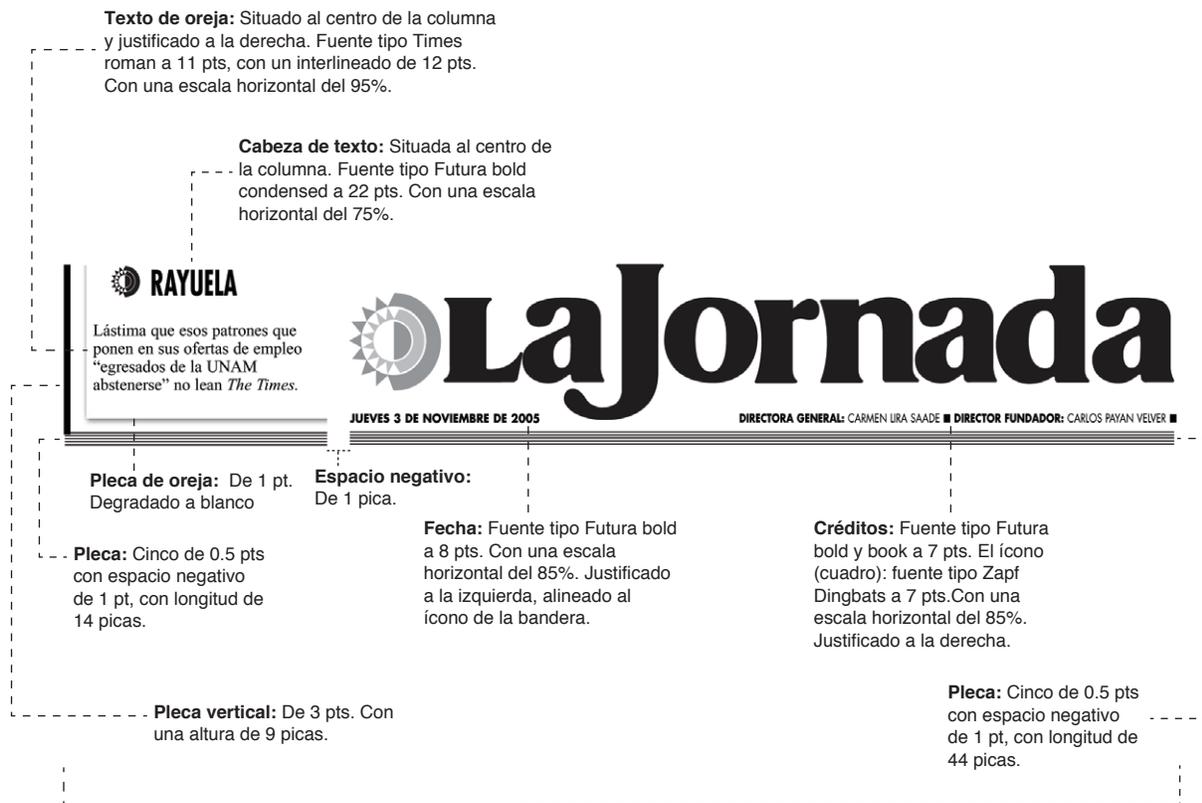
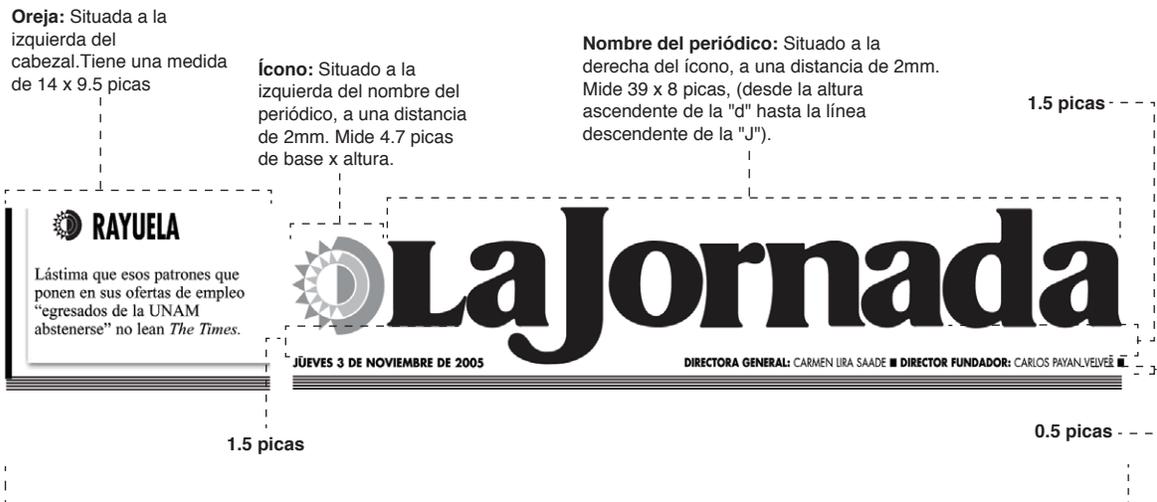
Precio: Fuente tipo Futura bold condensed a 11 pts, en altas.

Fecha: Fuente tipo Arial bold a 10 pts, en altas, con una escala horizontal del 90%. En una sola línea con demás líneas de folio justificados a la derecha de la bandera



El diseño de bandera que se aplica en la contraportada incluye: nombre del periódico, logo, fecha, créditos y orejas.

Bandera de contraportada



El encabezado principal de la portada destaca de las demás porque el tamaño de las cabezas, kickers y fotografías es mayor y se le da más espacio dentro de la composición de la página.

Cabeza principal justificada a la izquierda, a 4 pisos máximo, a dos columnas. Tipo Times bold a 70 pts. Con una escala horizontal del 95% y un interlineado de 72 pts.

Fotografía a 2 columnas, con una altura a proporción del diseño de la página.

Kicker principal (balazo) justificado a la izquierda. Fuente tipo Times bold italic y bold a 20 pts. Balazo: fuente tipo Zapf Dingbats a 22 pts.

Cabezal de foto: fuente tipo Times bold a 20 pts. Centrado a la foto.

Pleca: de 1 pt a dos columnas, con espacio en negativo de 6pts.

■ **The Times: es líder en Iberoamérica**

La UNAM, entre las 100 mejores del mundo

- Ocupa el escalón 95; remontó una centena de puestos en un año, destaca el diario inglés
- Tiene el sitio 20 de excelencia en el campo de las artes y las humanidades
- Está por encima de instituciones de países desarrollados, pese a sus menores recursos
- En labores científicas también se codea con centros educativos de primer nivel

KARINA AVILES

■ 3

COMITE DE RECEPCION



Foto crédito: Fuente tipo Futura bold a 5 pts, justificado a la derecha de la columna, con espacio de 2 pts

Carteles en Mar del Plata, Argentina, en la víspera del arribo de George W. Bush a la Cumbre de las Américas. En esa misma ciudad, el canciller venezolano Ali Rodríguez confirmó que el presidente Hugo Chávez participará el 4 de noviembre en la gran marcha de repudio al mandatario estadounidense

STELLA CALLONI, CORRESPONSAL

■ 28 y 29

Firma a una columna: Fuente tipo Futura bold condensed a 8 pts. Ícono: fuente tipo Zapf Dingbats a 10 pts. Con una pleca de 1pt a una columna, con espacio en negativo de 1pt. Numeral justificado a la derecha de la columna, fuente tipo Times bold a 12 pts.

Balazos a dos columnas justificados a la izquierda, a 4 pisos máximo cada uno. Fuente tipo Times roman a 18 pts. Con un tracking de 22 pts y un interlineado de 19 pts. Sangrados a la derecha. Balazo: fuente tipo Zapf Dingbats a 18 pts.

Texto pie de foto: Fuente tipo Arial regular a 8 pts, con un interlineado de 10 pts, a dos columnas

Este tipo de encabezado es muy importante tanto en forma como en contenido. Debe tener alta legibilidad. Esta es la característica que hace que unas pocas palabras salten de la página a través del ojo y dentro de la mente del lector. Como cuerpo del tipo, las letras deben tener la mayor altura-x y debe ser tan redonda como sea posible. En el caso de *La Jornada* se manejan los encabezados principales de portada en máximo 4 pisos, justificados a la izquierda para darle mayor peso.

En el diseño de la contraportada se maneja el uso de toda una columna de texto. Aquí se informan notas nacionales e internacionales mediante el uso de balazos; secciones especiales o columnas de opinión. Las 4 columnas restantes están destinadas al uso de cajas de texto o fotografías.

Su diseño tanto de portada como de contraportada, se basa en lo que se llama sumario, esto es que presenta artículos, notas o una pequeña sinopsis de la noticia junto con la referencia de la página que se trate.

RAYUELA

Las ideas que nos guían que poseen en sus ofertas de empleo "graduates" de la UNAM "absentees" no son *The Times*.

La Jornada

MIÉRCOLES 3 DE NOVIEMBRE DE 2005 DIRECTORA GENERAL CARMEN DEL CASTILLO DIRECTOR PÁGINAS: CALISTO MALINCHINI

Espectaculares resultados de nuevo fármaco contra el cáncer de mama

■ En pacientes tratadas con Herceptin se redujo 46% el riesgo de que el mal se repita

■ Es efectivo en etapas tempranas; se desata demanda mundial por el medicamento

JERRY LARSEN, DE INDEPENDENT ■ 3a

DÍA DE MUERTOS EN ACTEAL

Tzotziles rinden tributo a sus difuntos mediante ofrendas en el panteón de la comunidad zapotecana, en las que también se recordó a las víctimas de la matanza ocurrida en diciembre de 1997

América quedó fuera de la Copa Sudamericana; Vélez le repite 2-0

■ Miguel España assume la dirección técnica de los Pumas

■ Imponen al club resulto de 537 mil por desmesas en CU

■ 25a y 26a

Remataron histórico acervo de la SMGE

Planos y mapas del siglo XIX fueron vendidos a precios ridículos: Guillermo Tovar

MONICA MATOS-LEDA

El acervo de la biblioteca de la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística (SMGE), parte del cual fue volado el sábado 29 de octubre por las galerías Luis C. Marín "a precios ridículos", se oferta, aunque si se hubiera digitalizado, como preposición desde hace meses alban Oscar Mondragón y Guillermo Tovar y Tovar, volvió así mismo a *La Jornada*.

Según destacó el sucesor del historiador Rodrigo Martínez, quien labora en la Dirección de Estudios Históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), el presidente de la SMGE, Cuauhtémoc Cisneros Madrid, ofreció 57 kilos de planos y mapas del siglo XIX a la casa subastadora con el argumento de que la sociedad necesita recursos económicos.

Tovar y Tovar comentó que si en verdad que la SMGE necesita

unos otros mapas que destruyeron antes volaron materiales".

Añadió que en dicha ocasión de la sociedad fue desistimiento, pero a que comente un volumen acervo que no está del todo completo en la biblioteca "hay el catálogo en mano, los libros están desordenados, mal acomodados, hay quejas de los investigadores, libros raros y de información de investigación".

La sociedad desea la "gran biblioteca" en que se encuentra la sociedad fundada el 18 de abril de 1833, con socios como Lucas Alamán, el propio Benito Juárez, Joaquín García Icañales y Francisco Pimentel, señaló Guillermo Tovar. "La sociedad es que los materiales culturales deben poner en marcha los recursos necesarios para que pronto sean accesibles entre el frente de instituciones como la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística".

hoy

ENTORNO TECNOLÓGICO

Letra S

| columnas | |
|------------------------------------|-----|
| NAVIGACIONES • PRIMO MAGE | 14 |
| ASTILERO • JUAN FERNÁNDEZ LÓPEZ | 16 |
| DINERO • DANIEL GARCÍA COOK | 18 |
| MEXICO SA • CARLOS FERNÁNDEZ AGUIA | 32 |
| ANTIBIOTICA • ACHARD RIVELMAN | 12a |

opinión

| | |
|--------------------------|----|
| MATEI BATES GUZDARRAMA | 26 |
| ANDRÉS AUBRY | 26 |
| OSCARO RODRÍGUEZ ARÁJIZO | 27 |
| RODRIGO SÁNCHEZ BERNABEU | 27 |
| OSCARO DRICHAUD SNEY | 29 |
| ANGEL GUEZA CABRERA | 38 |
| OLGA HARMONY | 6a |

Foto: *La Jornada*. 3 de Noviembre 2005. Año 22. Número 7613.

■ 4.5.3 Tipografía funcional

Dentro de los aspectos que se deben tomar en cuenta para un correcto diseño de periódico, es el uso de una tipografía adecuada, que permita la atención del sujeto y no perturbe su ritmo de lectura.

En el diseño editorial, el texto es el medio que sirve para guiar los procesos del pensamiento del lector hacia lo que se espera sea la comprensión de un mensaje que concuerde con la intención de la fuente de origen.

Siempre se debe tomar en cuenta la importancia del movimiento de lectura del ojo cuando se diseña una página. Muy especialmente en la primera plana, la atracción inicial, precede a cualquier otra acción por parte del lector.

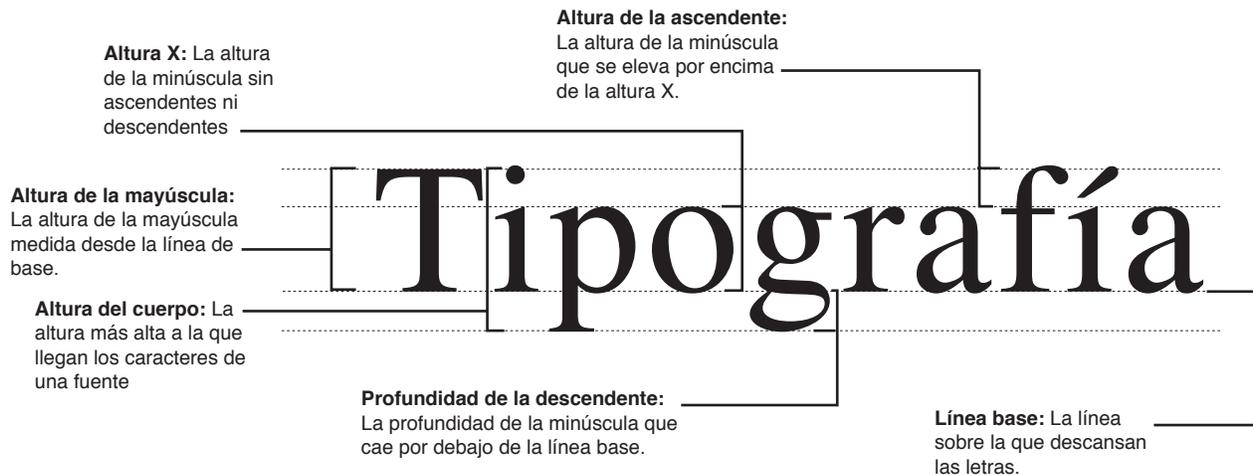
En cualquier página del periódico, en la esquina superior izquierda se sitúa la principal área óptica, conocida como *POA*. Aquí, es donde el diseñador debe atrapar la atención del lector mediante elementos gráficos como: tipografía, ilustraciones, fotografías, etc. Cuando el ojo llega a la esquina inferior derecha, la página se ha terminado, esta es el área terminal o *TA*. Al llegar a esta parte, el lector tiene la decisión de continuar o no la lectura y depende del diseñador que esta acción se lleve a cabo.

Una manera de lograr este interés por parte del lector, es el manejo adecuado de la tipografía, así como, la redacción, composición y ubicación del texto dentro de la diagramación del periódico.

”La tipografía es todo símbolo visual visto en la página impresa. Estos símbolos colectivamente se denominan caracteres e incluyen letras, números, signos de puntuación y otros símbolos diversos, como el signo de pesos, el de centavos, el símbolo & , las fracciones, etc.”²⁸

²⁸ Arthur T. Turnbull. *Comunicación Gráfica*. p. 76

La tipografía en general se analiza mediante términos que se refieren al aspecto de los propios caracteres. Dichos términos se mencionan en el siguiente esquema:



Existen unidades de medición características de la comunicación gráfica. Entre las principales se encuentran: el punto, la pica, la unidad, la eme (o cuadratín) y la línea ágata.

El tamaño del tipo se mide en puntos y la longitud de la línea en picas. Hay 6 picas en una pulgada y 12 puntos en una pica; por tanto hay 72 puntos por pulgada.

La unidad superior o pica es mide 0.423 mm.

Los tamaños de los tipos generalmente se usan de 4 pts. a 72 pts., aunque la tecnología ha permitido variaciones de hasta 144 pts. Los tamaños del tipo que varían de 4 a 12 puntos son referidos como tipo común o de texto.

Los tamaños de tipo para texto usados con mayor frecuencia van de 6 a 12 puntos y se incrementan cada vez por un punto; los tamaños para los tipos usados para titulares más comunes son de 14, 18, 20, 24, 30, 36, 48, 60 y 72 puntos.

La *eme* (*cuadratín*, en español) es un cuadrado del tamaño del tipo que se está componiendo, por lo tanto una eme de 10 puntos es un área de 10 puntos de ancho y 10 puntos de alto. En la composición tipográfica tradicional, el cuadrado eme era un cuerpo cuadrado en blanco, es decir, no había ningún carácter de impresión sobre él, se usaban primordialmente para la sangría de los párrafos. El medio cuadratín o media línea se llama *ene*.

La *unidad* es una medida de amplitud de las diversas letras y otros caracteres, y del espacio entre los caracteres y entre las palabras. Es una fracción del ancho de la eme, contiene 18 unidades. Las letras se diseñan designándole a cada carácter cierto número de unidades. El carácter no llena del todo la amplitud de las unidades que le fueron asignadas; el breve espacio adicional es necesario para que los caracteres compuestos no se toquen entre sí. La amplitud de los diversos caracteres se denomina ancho, y esta dimensión puede variar de una familia a otra.

La *línea ágata* es una medida del espacio utilizado para los anuncios. El costo de la publicidad con frecuencia se cotiza de acuerdo con la línea ágata que se define como una columna de ancho (horizontal) y 1/14 de pulgada de altura. No es lo mismo que una línea de tipografía. Por ejemplo: un anuncio de 28 líneas ágata, es un anuncio de dos pulgadas de altura y una columna de ancho, que se expresa correctamente: 28 x 1.

Dentro del diseño de *La Jornada* se utilizan distintas fuentes tipográficas:

Arial Regular
Arial Bold

Futura Bold
Futura Bold Condensed
Futura Book

Helvética Regular
Helvética Bold

Times Bold
Times Italic
Times Roman

Zapf Dingbats

El tamaño del tipo, obviamente, es un factor de legibilidad. *La Jornada* maneja el tipo Times en sus variantes bold, italic y roman, en cabezales principales y secundarios, kickers (balazos) y para el cuerpo de texto de columnas. En diferentes puntajes, desde los 8 pts hasta 70 pts, con diferentes interlineados.

La fuente tipo Futura, en sus diferentes variantes y tamaños, es utilizada en créditos y firmas de notas y fotografías. El tipo Arial es aplicada en los pies de foto, con un puntaje de 5 pts. mínimo. La variante Helvética bold, es utilizada en los créditos de la bandera de contraportada.

El tipo Zapf Dingbats es utilizado como elemento para el kicker, como inicio de nota, como fin de pleca, o como acentuación gráfica para dar interés al texto.

■ 4.5.4 Color y fotografía

La Jornada desde sus inicios se ha caracterizado por el poco o nulo uso del color en sus páginas. Actualmente el uso del color es exclusivamente para fotografías en portada y contraportada, preferentemente las que tienen mayor peso informativo, y en páginas interiores, para algunos anuncios publicitarios. El 90% de sus páginas son impresas a una sola tinta negra.

Aquí un ejemplo donde se incluyeron fotografías a color (CMYK), que forman parte de la cabeza principal:



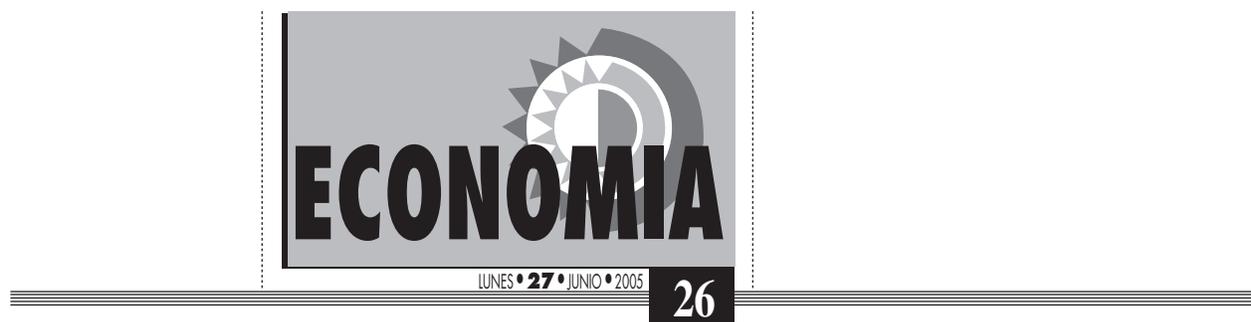
Foto: *La Jornada*. 5 de Noviembre 2005.
Año 22. Número 7615.

■ 4.6 Secciones

El periódico *La Jornada* se conforma por variadas secciones:

- *Portada*. Presentación de las principales noticias del día. Reúne dos características fundamentales: información veraz, oportuna y equilibrio noticioso.
- *Editorial*. Artículo de opinión que recoge el sentir institucional y colectivo del periódico. Los lectores conocen la opinión abierta y directa del medio sobre distintos temas de actualidad.
- *Correo Ilustrado*. Sección dedicada a la publicación de cartas de los lectores hacia la directora del periódico, a manera de crítica personal.
- *Política*.
- *Economía*
- *Ciencias*
- *Cultura*
- *Gastronomía*
- *Espectáculos*
- *Cartelera*
- *Deportes*
- *El Mundo*
- *Estados*
- *La Capital*
- *Sociedad y Justicia*
- *Contraportada*. Se destaca información nacional e internacional, fotografías a gran tamaño (abarcando hasta 4 columnas), una columna con cabezas secundarias, relación de columnistas y secciones especiales.

Diseño de banderas de algunas secciones de *La Jornada*



5. APÉNDICE

Por Carmen Lira Saade
Directora General de *La Jornada*

Fuente: [http:// www.lajornada.unam.mx/info/](http://www.lajornada.unam.mx/info/)

■ La sociedad en el espejo de las princesas

Las transformaciones nacionales han sido tan vertiginosas y abundantes en estas dos décadas que no es fácil recordar la vida política y mediática del país en 1984, el año que nació *La Jornada*. No había por entonces en el país –salvo las excepciones de *Proceso*, *el Unomásuno* y algunas publicaciones marginales– medios realmente independientes del poder. Una red de complicidades, sumisiones y conveniencias, hacía la prensa una parte orgánica del régimen. El accionista principal de *Televisa* se declaraba “soldado del PRI” y no tenía más competidores que los canales del gobierno, cuyos directivos eran nombrados desde el despacho presidencial. Sólo unas cuantas estaciones radiofónicas ofrecían noticieros regulares y nadie soñaba con barras de análisis político ni resultaba imaginable la actual proliferación de locutores que no sólo critican al aire a funcionarios públicos sino que con frecuencia los amonestan y hasta los insultan. Los medios electrónicos de aquellos años no habían descubierto la potencialidad comercial de la política vista como producto de entretenimiento.

El poder político apelaba a variados y sutiles mecanismos de control de la prensa: desde la amistad y el compadrazgo con directivos y propietarios o pequeñas o grandes gratificaciones para reporteros y columnistas, hasta la privación de publi-

dad oficial o la negativa de *PIPSA* –monopolio estatal en aquel tiempo– a vender papel. Si nada de eso funcionaba, el régimen procedía a descubrir pecados en la contabilidad del medio insumido o, como último recurso, a practicar la abierta injerencia en la vida interna de la publicación y al golpe de estado en asambleas de accionistas o cooperativistas, como ocurrió en *Excélsior* en 1976.

La uniformidad de la prensa era parte de la unanimidad de la vida política, la cual transcurría, básicamente, dentro de las filas del partido oficial y sus apéndices. Quienes trataban de fundar o mantener partidos independientes, fueran de derecha o de izquierda –como Acción Nacional y el Comunista Mexicano–, eran vistos como apóstoles ingenuos, si no es que como carne de presidio y tortura. Los sindicalistas que se apartaban de los usos y costumbres del corporativismo eran como víctimas de golpeadores y policías. Los activistas agrarios que renegaban de las ligas oficiales solían morir venadeados en algún camino rural. Y eso, por no hablar de quienes optaban por el camino de la guerrilla.

Hacia 1984, México era constitucionalmente un país democrático, federalista, igualitario, laico y respetuoso de la división de poderes y de las garantías individuales,

pero en la práctica era una nación autoritaria, ritualista, centralista hasta la paranoia, obsesivamente presidencialista y violadora de los derechos humanos. El grueso de la sociedad, por su parte, toleraba poco las singularidades y diferencias y no estaba muy al tanto de su creciente diversidad. Ese entorno marginaba a los indígenas, a los no católicos, a las mujeres, a los no priístas, a los homosexuales, a los sindicalistas autónomos, a los artistas ajenos a la cultura oficial, a los migrantes, a los académicos, a los activistas de las más diversas causas sociales, a los que pregonaban la viabilidad de la democracia en el país, a quienes pugnaban por el establecimiento de un estado de derecho, a los que veían en la justicia social y la redistribución de la riqueza algo más que reglamentarias escalas discursivas. Esas porciones de la sociedad simplemente no existían para los medios informativos.

Con ese telón de fondo un grupo de periodistas decidió abandonar el *Unomásuno* por diferencias irreconciliables con la dirección del diario. La salida de la que había sido nuestra casa fue una ruptura dolorosa y nos tomó algunas semanas reagruparnos, reflexionar dialogar y acordar la pertinencia de echar a andar un nuevo periódico que diera cabida a las expresiones de pluralidad y diversidad, aún incipientes, de la sociedad civil, y que contribuyera a la preservación de consensos nacionales históricos que empezaban a correr riesgos por la infiltración en el poder político de jóvenes tecnócratas neoliberales: defensa de la soberanía, respeto a la autodeterminación, función rectora del sector público de

la economía, redistribución de la riqueza, educación pública laica, gratuita y obligatoria, obligación del Estado de garantizar la salud, la vivienda y el salario remunerador, entre otros.

El proyecto no fue bien recibido por el empresariado, para el cual toda propuesta con orientación democrática y social resultaba una conjura comunista, ni por el gobierno de Miguel de la Madrid, en el que confluían las primeras expresiones del credo neoliberal con la más atrasada cultura antidemocrática priísta. En la sociedad, en cambio, la iniciativa generó un desbordamiento entusiasta. La convocatoria a construir un nuevo medio informativo se presentó la noche del 29 de febrero en un salón del *Hotel de México*, cuando al núcleo original de periodistas se habían sumado ya científicos, académicos, escritores, artistas, cineastas fotógrafos, militantes políticos de varias tendencias y luchadores sociales. Esa noche propusimos un diario en el que tuviera cabida el pluralismo de un país que ya no se reconocía en la unanimidad y que veía con alarma las crecientes amenazas a las conquistas sociales logradas durante los regímenes posteriores a la Revolución Mexicana.

El entorno político no era la única adversidad. Los convocantes del nuevo proyecto teníamos clara la tarea a realizar, pero no contábamos con los medios económicos para llevarla a cabo. La parte principal de la solución provino de los artistas plásticos, encabezados por Rufino Tamayo y Francisco Toledo, quienes realizaron generosas e insólitas aportaciones en espe-

cie para que la iniciativa pudiera prosperar. Rara excepción y circunstancia de privilegio en la conformación de una empresa: *La Jornada* no tuvo socios capitalistas sino socios artistas y, como aliados y amigos, a figuras destacadas de la cultura. En los tiempos iniciales, Francisco de la Vega y Alejandro Gómez Arias nos ofrecieron su consejo y su apoyo, Gabriel García Márquez nos regaló un reportaje salido de su pluma, Vicente Rojo realizó el diseño del diario, Juan Sepúlveda nos rentó el edificio de Balderas 68, Alberto Bitar puso su imprenta a nuestra disposición, Manuel Barbachano Ponce nos dedicó la premiere de la película *Frida*, producida por él, dirigida por Paul Leduc y con Ofelia Medina en el papel estelar. La enumeración es obligadamente incompleta y necesariamente injusta, pero los nombres arriba referidos representan con sobrada dignidad a las muchas manos solidarias que ayudaron al nacimiento de *La Jornada*.

Debemos lealtad a los artistas, intelectuales, académicos, periodistas, políticos y escritores que participaron en la fundación del diario, así como a los estudiantes, obreros, amas de casa, profesionistas, campesinos, pequeños empresarios, promotores de derechos humanos, comerciantes, poetas y desempleados que decidieron arriesgar lo único que tenían en la bolsa, el equivalente de veinte o treinta dólares de aquel entonces, y convertirse en accionistas de nuestro periódico.

A partir de esa noche la comunidad de *La Jornada* vivió en la intensidad y el sobresalto de organizar las formas de trabajo,

diseñar la elaboración de las páginas, realizar innumerables trámites legales y, sobre todo, despejar la incertidumbre económica. El gobierno nos negó, durante nuestro primer año, la publicidad oficial, y transitamos por ese periodo con la espada de Damocles de un corte en el suministro de papel que, como se ha dicho, estaba controlado por el gobierno. Nuestros únicos activos eran una línea ética y editorial bien definida, un público dispuesto a darnos un anticipo de confianza y algunos recursos materiales para sufragar el arranque del nuevo diario: una gran pinacoteca, dos pisos de oficinas en un edificio rentado, una docena de líneas telefónicas, mobiliario de oficina obtenido a cambio de publicidad, dos docenas de máquinas de escribir, 12 computadoras personales más o menos compatibles con la primera y más elemental *PC de IBM* y dos fotocomponedoras usadas. Por supuesto, sin imprenta ni red de distribución propias.

En la madrugada del 19 de septiembre de 1984 asistimos en tropel a los talleres de Alberto Bitar para ver salir de las máquinas los primeros ejemplares de nuestra edición número uno. Hubimos de pasar por el encontronazo entre las expectativas generadas antes de nuestra salida y nuestros primeros números, escasos de páginas, vacilantes en la edición y periodísticamente débiles, aunque apegados a los principios de nuestra línea editorial. Por esos días algunos se refirieron al diario naciente como panfleto, hoja parroquial, "*La Mejor-nada*", sin embargo, unos meses después ya estábamos tirando veinte o treinta mil ejemplares. La razón era que desde la primera edición, nos dimos a la tarea de contar no sólo

las versiones, sino también los sucesos de un país que no existía para el resto de los medios. También fue que se dio cabida a voces ajenas a las corporaciones oficiales, a los grupos económicos y financieros, a la industria del espectáculo, a los designios de los grandes poderes y a la moral social hegemónica que no podía concebir “malas palabras”, y ni siquiera giros coloquiales, en el papel impreso.

El pacto entre *La Jornada* y su público vivió una primera y temprana confirmación con la cobertura de los sismos de 1985. La mañana del 19 de septiembre, reporteros, redactores, colaboradores, directivos, y hasta empleados administrativos del diario, aún con el desvelo del brindis por nuestro primer aniversario, realizado la noche anterior, salimos a las calles llenas de escombros para descubrir la magnitud de la catástrofe, la parálisis de las autoridades y el impulso masivo, solidario y espontáneo de la población, que desde los primeros minutos empezó a organizarse para rescatar a los atrapados, buscar a los desaparecidos, trasladar a los heridos, sepultar los cadáveres y ayudar a quienes lo habían perdido todo. En las ediciones subsecuentes de *La Jornada* se fue configurando el gran protagonista del episodio trágico: el pueblo de la ciudad, mezclado en clases y orígenes sociales, en sexos, edades, barrios de origen y orientaciones políticas. La súbita vocación organizativa demostrada por los habitantes del Distrito Federal, su capacidad para asimilar, sin paralizarse, las gravísimas pérdidas humanas y materiales, contrastó con la inmovilidad de las autoridades urbanas y federales. En nuestras páginas los men-

sajes de emergencia, las solicitudes de donación de sangre, las voces de informantes anónimos y las cartas de lectores que hacían y proponían, se mezclaron con las crónicas de Carlos Monsiváis, Elena Poniatowska y Cristina Pacheco, para entregar el retrato de una sociedad golpeada pero viva y activa, y se insinuó la distancia entre la gente y las instituciones gubernamentales.

Aquel desastre natural venía precedido de un desastre económico de mayor extensión. El sexenio de 1982 a 1988 transcurrió en una crisis permanente en la que se conjuntaron inflación, desempleo, caída de los precios del petróleo, altas tasas de interés, una renovación moral que naufragó en la corrupción y la venalidad estructurales, fugas de divisas, quiebras financieras y miseria, mucha y extrema miseria en extensas regiones del país. La demanda de una reforma democrática del régimen iba haciéndose general en las clases medias y en los sectores populares. Después de casi 50 años en el poder la mayoría hegemónica del partido oficial (PNR-PRI) era un obstáculo infranqueable para cualquier intento de cambio democrático, por más que en el país empezaron a cundir insurgencias cívicas asociadas a procesos electorales.

La eliminación de la educación superior de masas, gratuita e irrestricta era —y no ha dejado de serlo— uno de los objetivos de las estrategias modernizadoras en curso de 1982.

A fines de 1986, y esgrimiendo razones académicas sin duda atendibles, la Rectoría de la UNAM lanzó un plan para mejorar la educación superior que pasaba por la exclusión de ella de centenares de miles de jóvenes. El momento para emprender una reforma universitaria de ese signo parecía propicio, toda vez que los movimientos estudiantiles no habían vuelto a tener expresiones masivas desde la mañana del 2 de octubre de 1968. En efecto, en 1986 la resistencia a los planes de la Rectoría empezó siendo marginal y pasó casi inadvertida para la opinión pública. Pero durante el invierno las protestas fueron ganando adeptos y una tarde de febrero del año siguiente tuvieron un primer punto culminante con una manifestación que reunió a más de doscientos mil jóvenes en el Zócalo. Grupos de artistas, organizaciones de desempleados, ligas feministas y organismos de lo que ahora se conoce como la diversidad sexual, llegaron al mitin a externar su simpatía hacia los estudiantes.

Esa tarde, la dirección del diario decidió parar el trabajo por un rato y acudir al Zócalo —que no estaba lejos de nuestra redacción— para ver de primera mano lo que estaba ocurriendo. Volvimos a nuestros puestos, unas horas después, con la idea de que aquella manifestación era, además de una muestra de expresión estudiantil, un síntoma social, la expresión de un vuelco político que no tardaría en manifestarse a escala mayor en el país. En la marcha no sólo se expresaba el rechazo de los estudiantes a los planes modernizadores de la Universidad, sino también la angustia de una juventud a la que la reforma universi-

taria estaba dejando sin futuro y sin lugar en el mundo porque, ante la contracción del mercado laboral, la educación superior era el único espacio al que podía aspirar un mexicano al cumplir los 18 años. En su portada del día siguiente, el diario destacó una foto panorámica de la manifestación, acompañada de este titular: “La manifestación más grande desde 1968”.

En contraste, los otros diarios reaccionaron con sospechosa uniformidad. En todos ellos se minimizó y distorsionó la manifestación como un acto “de lesbianas, homosexuales y drogadictos”. Aquello era evidencia suficiente para el sesgo informativo que imperaba en la mayor parte de los medios.

El manejo económico del gobierno de De la Madrid generó, además de una grave recesión, fracturas políticas e ideológicas en la clase política que se hicieron insalvables en 1987, año preparatorio de la sucesión. Un grupo del PRI, encabezado por Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo, pidió a la dirigencia del instituto que estableciera reglas claras y transparentes para designar a los candidatos que habrían de presentarse en los comicios del año siguiente. Los inconformes no fueron escuchados. De la Madrid designó a Carlos Salinas como candidato presidencial del PRI y los disidentes abandonaron el partido. Cárdenas fue postulado por una coalición de pequeños partidos, hasta entonces controlados por el gobierno, y su candidatura pronto suscitó la adhesión de importantes fuerzas políticas y sociales, las cuales se agruparon en el *Frente Democrático Nacional*. Poco antes de las elecciones, aquella

campaña obtuvo el respaldo del *Partido Mexicano Socialista*, en donde se agrupaban las principales fuerzas de izquierda. La derecha, por su parte, postuló a Manuel Clouthier, y ambas candidaturas abrieron la posibilidad de una derrota priísta en un comicio presidencial. No ocurrió así, opero, según las cifras oficiales, Salinas apenas logró sobrepasar el 50 por ciento de los sufragios, margen históricamente bajo para un postulante del partido oficial, que hasta entonces solía ganar elecciones con el 70 u 80 por ciento de los votos.

Las sospechas de la manipulación fraudulenta de aquellos comicios persisten hasta la fecha, y tal vez no puedan esclarecerse nunca. En cambio, quedó perfectamente documentada la abierta parcialidad de los medios impresos y electrónicos hacia las candidaturas del partido oficial. En los periódicos, y mucho más en la televisión y en la radio, las actividades de Cárdenas y de Clouthier fueron sistemáticamente reducidas, en tanto que la campaña política de Salinas se llevaba la parte del león en tiempos y líneas ágata. En este contexto, nuestro diario fue calificado de “cardenista”, no porque lo fuera, sino porque era el único que informaba sobre las campañas opositoras, incluida la de Cárdenas, y de su posterior lucha por el esclarecimiento y la limpieza de la elección.

Para entonces, entre *La Jornada* y sus lectores se había establecido ya una estrecha retroalimentación. Los atropellos y las corruptelas eran dados a conocer en la sección del correo de los lectores, con la garantía de que, si encontrábamos fun-

damento en la denuncia, enviaríamos a nuestros reporteros a investigar el caso. Otro dato ilustrativo era que la mayor parte de las marchas que se realizaban por entonces planificaban su recorrido de tal forma que los manifestantes pasaran frente a nuestras oficinas de Balderas 68. Allí se detenían, para agradecernos la cobertura a sus causas o, en ocasiones, para reclamar-nos airadamente el que no les hubiéramos concedido el espacio que creían merecer o que no hubiésemos informado de sus movimientos con el enfoque que ellos querían.

Ciertamente, tal relación entre el medio impreso y su lectorado no siempre ha sido cómoda. Con motivo de las elecciones estatales de 1989 en Michoacán —donde el cardenismo histórico y el moderno tienen un bastión fundamental—, *La Jornada* publicó, días antes de los comicios, una encuesta, cuyos resultados no favorecían al candidato de los cardenistas, Cristóbal Arias, sino al del PRI. En el cierre de campaña del primero, muchos de sus simpatizantes gritaban “muera” a *La Jornada* —como lo reportamos puntualmente—, mientras sostenían bajo el brazo un ejemplar de nuestro periódico.

En nuestra primera década cubrimos y dimos visibilidad a muchas gestas y situaciones políticas y sociales, tanto nacionales e internacionales: las resistencias cívicas ante la imposición electoral en Chihuahua, Tabasco, San Luis Potosí y otras entidades; la primera admisión oficial de una gubernatura opositora, en Baja California; el desarrollo de la epidemia de sida y los esfuerzos científicos y educati-

vos para contenerla; la caída de las dictaduras militares en Sudamérica; las guerras civiles centroamericanas y los sucesivos procesos de pacificación; las invasiones estadounidenses a Granada y Panamá; el arrasamiento de Irak, los fallidos empeños del primer George Bush por establecer un “nuevo orden mundial” y el derrumbe del bloque socialista; el proceso de negociación y aprobación del Tratado de Libre Comercio y las resistencias que éste generó, tanto en la sociedad mexicana como en la estadounidense.

Partidaria histórica de la No Intervención y siempre atenta a la vigencia de las soberanías nacionales sobre los recursos naturales, la opinión pública mexicana tuvo claro, desde un primer momento, los verdaderos motivos del arrasamiento de Irak a raíz de la invasión de Kuwait. En *La Jornada* intuíamos que a la par de los aprestos bélicos, los medios occidentales preparaban una monumental operación informativa para distorsionar la verdad de esa primera Guerra del Golfo Pérsico y convertirla en un espectáculo de masas. Las mentiras de medios considerados serios (“Irak es la cuarta potencia militar del mundo”) eran la antesala de un show tecnológico que habría de distraer a la atención pública de las verdaderas razones de la contienda. Sin ignorar que en Irak gobernaba un dictador sanguinario, sabíamos que los reinos y emiratos del golfo no eran, por su parte, ejemplos de democracia pluralista. Percibíamos la doble moral de unos poderes mundiales que se rasgaban las vestiduras por Kuwait, pero callaban ante situaciones como las de Palestina, Chipre, Timor Oriental y el Sahara

occidental; desconfiábamos, en fin, de los severos embargos y bloqueos económicos contra Irak, cotejados con la complacencia occidental al régimen racista de Sudáfrica y a la fabricación de armas nucleares por Israel.

Desprovistos de recursos para enviar a nuestros reporteros a la zona de conflicto, decidimos contar la guerra con lo que teníamos, que eran los servicios cablegráficos, ordenados por hora de recepción, para dejar que nuestros lectores se hicieran su propia versión de lo que ocurría. Mantuvimos ese esfuerzo durante toda la guerra. Hicimos esa apuesta por la inteligencia y el sentido crítico, y ganamos un incremento en la credibilidad de *La Jornada*.

En México, el gobierno de Carlos Salinas de Gortari proseguía, radicalizando, las políticas de modernización salvaje de su antecesor; apertura comercial indiscriminada, sospechosas ventas al mejor postor de los activos estatales, ataque frontal a las conquistas obreras, sindicales y populares y reducción de las instituciones estatales de bienestar social. En lugar de éstas, Salinas estableció mecanismos discrecionales de beneficencia por medio de los cuales obtenía la fidelidad electoral de sectores y poblaciones. Como parte de la ofensiva antipopular se modificó el régimen constitucional de tenencia de la tierra. Con la obsesión salinista de la rentabilidad, la competitividad y la eficiencia, los campesinos pobres, comuneros, ejidatarios y jornaleros, fueron abandonados a su suerte. El agro dejó de ser alternativa de vida —o, al menos, de sobrevivencia— y se volvió

un ámbito sin horizontes para millones de mexicanos, muchos de ellos indígenas. La única perspectiva que les ofrecía el gobierno modernizador era emigrar a las ciudades para integrarse a las masas de miserables urbanos.

A lo largo del gobierno salinista, *La Jornada* no ocultó su oposición a estas políticas. Sin ignorar la imposibilidad de que el país permaneciera anclado en un modelo de desarrollo agotado, y conciencia de la necesidad de actualizar la economía, dábamos al mismo tiempo espacio a quienes demandaban solidaridad y responsabilidad para con las víctimas del viaje neoliberal.

Chiapas era, y sigue siendo, en el país un caso singular. En el mejor de los casos, la Revolución Mexicana y sus propuestas agrarias llegaron a ese estado tarde y mal; los ensayos de democratización realizados por el Estado en las dos décadas anteriores, con todo y que tenían mucho de cosmético, ni siquiera se aplicaron en la entidad, en donde la estructura de poder seguía siendo anticuadamente oligárquica. En el campo chiapaneco, alterado además por corrientes migratorias locales ocurridas en la segunda mitad del siglo recién pasado, por la pugna entre la Iglesia católica y las confesiones protestantes y por la cercanía con la convulsionada Centroamérica, la modernización salinista tuvo efectos desastrosos. Mientras el gobierno federal centraba toda su atención en llevar al país al Primer Mundo y al seno exclusivo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la oligarquía chiapaneca cometía toda clase de

abusos, amparada por su alianza histórica con el poder central. Si en casi todo el país los espacios de expresión y participación se ensanchaban en forma lenta pero real, en Chiapas los luchadores sociales, los líderes comunales, los promotores de derechos humanos y los políticos disidentes, eran sistemáticamente agredidos, amenazados o asesinados.

En 1992, organizaciones campesinas de Chiapas emprendieron una caminata hasta la ciudad de México para denunciar los asesinatos políticos, el abandono social y la opresión reinante en su región de origen. Los cientos de tzeltales, choles y zoques que participaron en esa marcha, bautizada *Xi'Nich (La Hormiga)*, debieron regresar a sus pueblos con las manos vacías. El 12 de octubre de ese mismo año, en lo que posteriormente habría de verse como una prefiguración o un ensayo general, cerca de 15 mil indígenas de los Altos tomaron simbólicamente San Cristóbal de las Casas y derribaron la estatua del conquistador Diego de Mazariegos. *La Jornada* dio cobertura periodística a tales manifestaciones y las ligas campesinas y las comunidades indígenas, se volvieron fuentes e interlocutores habituales de nuestros enviados y corresponsales.

Fueron representantes comunales los que nos informaron, en mayo de 1993, que efectivos del Ejército mexicano habían chocado con un grupo que no era de delincuentes comunes ni de bandas de traficantes de droga. Mientras el México oficial vivía con ansiedad la inminencia de la firma del Tratado de Libre Comercio y mientras

la opinión pública se conmocionaba por el asesinato del cardenal Juan Jesús Posadas Ocampo, la noticia de los enfrentamientos en la sierra de Corralchén entre soldados y guerrilleros fue destacada en la primera plana de nuestro periódico. En los 20 días posteriores dimos seguimiento a esos hechos y sus secuelas.

Aunque la consecución de la normalidad democrática nunca dejó de ser un reclamo de los afectados por la modernización y de la verdadera oposición, especialmente para el Partido de la Revolución Democrática, con sus más de dos centenares de militantes asesinados durante aquel sexenio, la capacidad de seducción de Salinas y su grupo no sólo se proyectó hacia la prensa extranjera. En México el gobierno logró afiliar a muchas voces, hasta entonces críticas o independientes, a su proyecto modernizador. En los barrios más exclusivos y en las oficinas financieras, pero también en amplios sectores de la clase media, cundió el espejismo de un México moderno y rico que por fin ingresaba al Primer Mundo. Muchos pensaban que, en tanto los supermercados estuviesen repletos de productos de consumo libremente importados, el advenimiento de la plena democracia podía esperar, y que las reivindicaciones de los marginados se irían resolviendo a medida que los resultados del “milagro mexicano” gotearan de la cúspide a la base de la pirámide social.

Estos elementos permiten entender por qué ni el gobierno ni la opinión pública se inquietaron con la información que publicábamos sobre el movimiento guerrillero en

Chiapas. Por nuestra parte, ignorábamos las dimensiones del alzamiento que se preparaba, pero compartíamos con nuestros lectores los antecedentes y la información de que disponíamos.

Los directivos del diario fueron informados—por corresponsales en Chiapas—de que algo extraordinario estaba pasando en San Cristóbal de las Casas en las últimas horas de 1993. En medio de los festejos y los brindis, se autorizó a la reportera Rosa Rojas que viajara, en el primer vuelo disponible, a cubrir la información. El mismo 10 de enero de 1994, nuestra compañera entrevistaba a Marcos en la plaza de San Cristóbal.

La noticia del alzamiento indígena en demanda de democracia, justicia y dignidad, le dio la vuelta al mundo en pocas horas. En *La Jornada* compartimos el estupor y el desconcierto generalizados; si algo nos distinguió en aquellos momentos fue, acaso, el percibir que la insurrección era el más trascendente suceso político que había ocurrido hasta entonces en el sexenio en curso. Por otra parte, desaprobábamos los métodos violentos, pero reconocíamos que a los indígenas les asistía la razón en sus demandas. Con esas nociones en mente enviamos a los escenarios del conflicto un nutrido contingente de reporteros, cronistas y fotógrafos. Otro grupo cubría las reacciones al conflicto en las oficinas gubernamentales capitalinas, entre los congresistas y entre los diplomáticos. El único ámbito al que *La Jornada* no tuvo acceso en esos días fue a las filas de los rebeldes, los cuales parecían haberse esfumado en la selva y en las cañadas chiapanecas.

De súbito la reacción de los marginados de siempre ante los designios tecnocráticos se volvió la misión informativa más importante a la que nos habíamos enfrentado. En los primeros días de la guerra se desarrolló en *La Jornada* la convicción de que era necesario detener la confrontación armada. No pocos de nuestros reporteros habían vivido de cerca los conflictos centroamericanos y conocían la cara real de la guerra. En los diez años de vida que tenía por entonces el periódico, habíamos condenado inequívocamente toda forma de violencia política y habíamos abogado por un cambio pacífico en el país. Cuando estalló el conflicto chiapaneco, nuestro diario tomó inmediatamente posición a favor de las comunidades indígenas y a favor de la paz.

La polémica nacional sobre la insurrección y sus respuestas gubernamentales se desarrolló en forma preponderante, en nuestras páginas. Allí escribieron Octavio Paz, Carlos Fuentes, Carlos Monsiváis, Manuel Vázquez Montalbán, Umberto Eco, Gunter Grass y muchos otros. Allí, junto a las fotos de los muertos, se publicaron reseñas históricas de Chiapas, radiografías económicas de la entidad, análisis antropológicos, reflexiones sobre los conflictos religiosos y culturales en la zona. Con todas las divergencias del mundo, y desde las más variadas perspectivas, en *La Jornada* se expresó como consenso la necesidad de la paz, y el periódico exhortó a la sociedad para que exigiera el fin del conflicto. A mediados de enero, una impresionante manifestación llenó el Zócalo capitalino. El orador único del acto fue el padre Miguel

Concha, luchador de toda la vida por los derechos humanos, provincial mexicano de los dominicos e infaltable colaborador semanal, a lo largo de estos veinte años, de nuestro diario.

Por cálculos políticos aún desconocidos, porque escuchó el clamor de paz que se había generado, o por ambas cosas, el 14 de enero Salinas decretó un cese unilateral del fuego, nombró un comisionado de paz, removió al secretario de Gobernación, envió al Congreso una ley de Amnistía y dejó de referirse a los rebeldes como extranjeros, extremistas, “profesionales de la violencia” y “transgresores de la ley”.

Cuando recibimos el primer comunicado de la dirigencia insurgente, firmado por el subcomandante Marcos, decidimos publicarlo completo, y hemos mantenido hasta la fecha la decisión de dar a conocer íntegros los manifiestos de los rebeldes, pese a que, desde los primeros días del conflicto, en diversos sectores gubernamentales, políticos e intelectuales, se nos acusó, abierta o veladamente, de ser prozapatistas y “apologistas de la violencia”. De hecho, en 1994 no tardaron en aparecer las anónimas amenazas de muerte, así como pasquines, volantes y carteles en los que se acusaba a nuestro periódico de ser vocero del EZLN. No obstante, hemos proseguido esa tarea informativa porque tenemos el mandato fundacional de dar tribuna a los sectores que no la tienen, y los zapatistas fueron, y en alguna medida siguen siendo, parte de esos sectores.

Ciertamente, en los diez años transcurridos desde el alzamiento los insurrectos de Chiapas han resistido implacables presiones militares y paramilitares, han ido construyendo en sus comunidades una institucionalidad propia, se han colocado en diversas ocasiones como protagonistas de la escena nacional —como durante la marcha a la capital en marzo de 2001—, han ganado un sitio prominente en el movimiento altermundista internacional y se han vuelto un punto de referencia indispensable en la reflexión y el debate político contemporáneos.

En aquellos primeros meses de 1994 no teníamos, en *La Jornada*, una noción de la trascendencia nacional y mundial que habría de tener la revuelta zapatista, pero pensábamos que los textos del Comité Clandestino Revolucionario Indígena (CCRI) eran documentos históricos que debían ser conocidos por la opinión pública, de la misma forma que los comunicados de la Presidencia o los boletines de las cúpulas empresariales. Por medio de *La Jornada*, que formaba parte de la extinta red internacional de publicaciones *World Media*, la palabra de los indígenas chiapanecos en rebeldía llegó a diario hasta Madrid, París, Dublín, Tokio, Ginebra, Viena, Río de Janeiro, Lisboa, Zurich, Boston, Estambul, Jerusalén, Montevideo, Munich, Roma y El Cairo y, por supuesto, a millones de lectores.

La peor tragedia de 1994 fue el homicidio del candidato presidencial priísta, Luis Donald Colosio, el 23 de marzo de 1994, en Lomas Taurinas. Un crimen de tal

envergadura no había ocurrido en México desde 1927, cuando fue asesinado Alvaro Obregón. La sociedad se cimbró y acudió a los medios para tratar de entender la pesadilla nacional que estábamos viviendo. La tarde del crimen se repitieron las amenazas anónimas contra *La Jornada*. La secuencia de crímenes políticos no se detuvo con la llegada de Ernesto Zedillo a la Presidencia; en los inicios de su gobierno, en cambio, aparecieron otros graves factores de inestabilidad: la crisis económica, la ruptura con el antecesor y el encarcelamiento de Raúl Salinas, la intensificación del acoso contra las comunidades zapatistas, las masacres en Chiapas y otras entidades (Aguas Blancas, Acteal, El Charco), las sucesivas reformas electorales, los escándalos político-policiacos y la expansión de la delincuencia, la amenaza creciente del narcotráfico, las campañas electorales de 1997, el promisorio desempeño de la oposición el 6 de julio de ese año, el consiguiente estreno de un gobierno perredista en la capital de la República y el surgimiento de un Poder legislativo en condiciones de ejercer su plena soberanía.

El suceso económico más visible de la década pasada fue, aparte de la crisis misma, el fraudulento rescate bancario realizado por el gobierno para favorecer, en detrimento de la población, a los especuladores que se habían hecho con el control de los bancos en el sexenio anterior. *La Jornada*, cubrió día a día los vericuetos de ese saqueo nacional sin precedente y los numerosos intentos —infructuosos, hasta ahora— para frenarlo, sancionarlo o, al menos, esclarecerlo.

En la segunda mitad del sexenio zedillista se hizo evidente que la Presidencia ya no tenía el control del país y que la sociedad había ganado las batallas más importantes para establecer una democracia formal cuya piedra de toque era entendida por algunos como la alternancia de partido en el Ejecutivo Federal. Con la carga de la corrupción, mediocridad, insensibilidad tecnocrática y autismo político de su gobierno, Zedillo hubo de renunciar a la facultad “metaconstitucional” de heredar el cargo. La madurez ciudadana, la nueva institucionalidad electoral autónoma y el contexto internacional hacían imposible una repetición, en 2000, del fraude, la imposición y la usurpación de 1988. Ante esa circunstancia se delinearon pronto dos posturas en la oposición: la de quienes veían la alternancia partidaria como un fin en sí mismo y la de quienes abogaban por ganar la Presidencia para impulsar desde allí un nuevo modelo de país. Como se sabe, la primera prevaleció en las urnas y, más allá de la impactante e histórica primera derrota priísta en una elección presidencial, el cambio prometido por los vencedores se quedó en un mero cambio de las siglas en el poder. En lo económico y en lo social el país ha seguido por el camino de desgaste y frustración iniciado en 1982; en lo político la inexperiencia y la torpeza de los nuevos gobernantes ha superado los defectos correspondientes de sus antecesores. El foxismo dilapidó su formidable capital político inicial sin resolver uno solo de los problemas fundamentales del país: la desigualdad, la miseria, la impunidad, la corrupción la inseguridad, la cuestión indígena o la falta de crecimiento económico.

En tal circunstancia, *La Jornada* ha ejercido un periodismo crítico, pero responsable y ha reconocido los aciertos gubernamentales. Un ejemplo es la decisión oficial de dar marcha atrás a los planes de construir un aeropuerto en Texcoco, proyecto descabellado y depredador que provocó la justificada resistencia de los ejidatarios de San Salvador Atenco. Nuestro diario también respaldó la actitud del Ejecutivo Federal de distanciarse de la criminal aventura bélica que el segundo George Bush emprendió no contra el régimen de Saddam Hussein, sino contra los iraquíes en general.

El pretexto para esa agresión, los atentados terroristas del 11 de septiembre de 2001, fueron el punto de partida de un viraje profundo, para mal, de la circunstancia planetaria. Los ataques de Al Qaeda dieron contenido y dirección al gobierno de Bush, hasta entonces ausente y carente de objetivos. Los atentados permitieron configurar un proyecto de actualización expansiva de la hegemonía estadounidense y una ofensiva contra las libertades civiles y los derechos humanos, tanto dentro como fuera de Estados Unidos. Las principales aplicaciones concretas de esa nueva orientación han sido, hasta ahora, dos guerras devastadoras, injustificadas y criminales, contra los pueblos afgano e iraquí, y un trastocamiento generalizado de la legalidad internacional y sus instituciones. Tanto en el momento de los ataques terroristas como en las agresiones bélicas referidas, *La Jornada* ha realizado esfuerzos de cobertura informativa, reflexión y esclarecimiento, que han incrementado su credibilidad.

6. ANEXOS

Investigación iconográfica realizada para la exposición: **México en el diseño gráfico: los signos visuales de un siglo**, que reúne imágenes de los periódicos *La Jornada*, *Uno más Uno* y *Reforma*.

Clave Iconográfica: Primera plana. Prensa

Nombre de la imagen: Toma de poder de Carlos Salinas de Gortari

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, viernes 2 de diciembre de 1988.

Medidas y técnica: 38 cm. X 29 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *La Jornada*. Año 5 Número 1515
Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.

BIBLIOTECA DE MEXICO

La Jornada

DIRECTOR GENERAL CARLOS PAYAN VELVER ■ MEXICO, D.F. AÑO CINCO ■ NUMERO 1515

HOY VIERNES 2 DE DICIEMBRE DE 1988

■ Propone un programa de bienestar social

Democracia y recuperación económica, anuncia Salinas

■ Promoverá una nueva reforma electoral ■ La garantía política más urgente es la transparencia de los comicios; "comparto esa inquietud ciudadana", dice ■ Llama a moderar las prácticas de las fuerzas políticas, "comenzando por el propio gobierno"

■ Pagar la deuda externa "ya no será prioridad, sino volver a crecer" ■ Por encima de los intereses de los acreedores está el interés de los mexicanos ■ Evitará la confrontación

■ Propone un acuerdo nacional para erradicar la pobreza extrema, garantizar la seguridad pública, dotar de servicios básicos a los estados y restablecer la calidad de vida en la ciudad de México

■ Habla de modernizar las relaciones con la Iglesia y la prensa

■ No habrá milagros, pero sí hay esperanza ■ Ni temor ni desencanto, sí firmeza y optimismo

TEMARIO NACIONAL

Carlos Salinas de Gortari asumió la Presidencia de la República saliendo al paso de los asuntos electorales y urgentes de la agenda nacional, ofreciendo un programa de gobierno renovador y en un momento que ilustra simultáneamente la viveza del conflicto político y su transición hacia economías reestructuradas.

El resaca de las iniciativas anunciadas ayer por el mandatario refleja el estado de ánimo de los mexicanos mexicanos. Por ello y porque las propuestas tienen un ámbito preciso de aplicación, puede considerarse que el nuevo gobierno arranca con el ánimo de no eludir, de encarar claramente la situación del país en sus reales dimensiones.

El marco de la renovación es la que conviene Salinas es el proceso de cambio institucional, el nuevo período de desarrollo, la revolución científico-técnica y el desarrollo de la modernidad. A estos fundamentos se refiere la intervención presidencial, como punto de partida.

La modernización del país, renewal el mandato, impone un cambio en la relación entre el Estado y la sociedad. Las demandas actuales exigen, necesariamente, hacer la figura de límites a las tendencias disgregadoras en la política, la economía y las relaciones sociales.

Algunas consideraciones desambigan en el esquema de desarrollo. El reconocimiento de la disidencia, la reforma electoral, el aliento a una nueva cultura política, el esfuerzo por alinear la carga de la deuda y recuperar el crecimiento, el combate a la pobreza, la restauración de la seguridad pública, la disciplina de servicios sociales y la atención a la crisis de la capital, son sustancialmente concomitantes a sus contrarios, formando que hacen fuerza la disarmonización nacional y habilitar un programa renovador.



La toma de protesta ■ Foto: Fabrice Lodo

■ Régimen de saqueo efectivo, reforma fiscal, suspensión del pago de la deuda y detener la reprivatización de empresas, propuso el FDN antes de que sus legisladores abandonaran el recinto

■ Ingreso justo, plena vigencia de los derechos humanos y reforma integral de la legislación electoral, demandó el PAN en sesión de Congreso ■ Carteles de protesta de la bancada panista

■ Manifestación de cardenistas por la tarde ■ Llamó Cuauhtémoc a fortalecer la organización del pueblo ■ Propuso un frente común de deudores latinoamericanos

■ Marcha-caravana de panistas ■ Anunció Clouthier que formará un "gabinete paralelo"

■ Conato de enfrentamiento en el Zócalo entre la fuerza pública y grupos que coreaban consignas en apoyo a Cárdenas

■ Pablo Hiriart ■ Crónica del Palacio Legislativo

■ Hermann Bellinghousen ■ Desfile, bronca y besamanos frente al nuevo señor de Anáhuac

■ Dolores Campos ■ La República de las mujeres

■ PLAZA PUBLICA Miguel Angel Granados Chapa

■ Dos días, dos presidentes ■ Las ofertas de Salinas

El Presidente Salinas que dijo en su primer discurso, atendiéndole al discurso de toma de posesión parvulo en un momento que, sin duda, hizo comunicar la integración de un gabinete que no será el convencional ideado para la aplicación de los tests del mensaje inaugural. Aparte de involucrar a algunos designados y por consiguiente la dificultad probable de acuerdo interno entre secretarios, la característica que impone en los cuerpos políticos y en los economistas, es la dureza y la cerrazón, antes connotadas en las primeras palabras presidenciales de Salinas.

700 pesos

Clave Iconográfica: Primera plana. Prensa

Nombre de la imagen: Elección democrática de candidatos priístas

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, lunes 5 de marzo de 1990.

Medidas y técnica: 38 cm. X 29 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *La Jornada*. Año 6 Número 1968 Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



Clave Iconográfica: Historieta

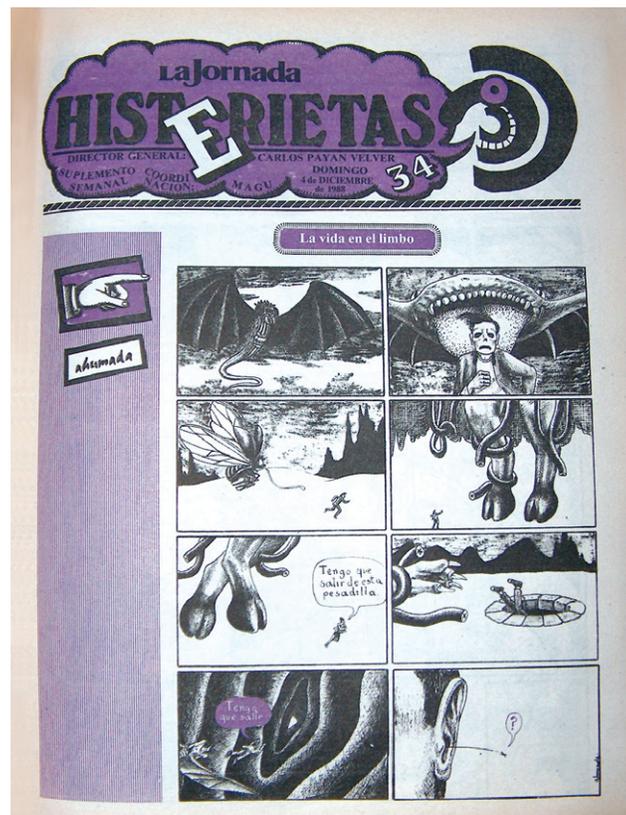
Nombre de la imagen: Histerietas de *La Jornada*

Diseñador de la imagen: Magu

Lugar y fecha del diseño: México D.F, domingo 4 de diciembre de 1988.

Medidas y técnica: 38 cm. X 29 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *La Jornada*. Suplemento semanal Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



Clave Iconográfica: Primera plana. Prensa

Nombre de la imagen: Condena de Raúl Salinas

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, viernes 22 de enero de 1999.

Medidas y técnica: 38 cm. X 29 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *La Jornada*. Año 15 Número 5166.
Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



Clave Iconográfica: Primera plana. Prensa

Nombre de la imagen: Pide el comercio otra mixtura en la economía

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, martes 2 de octubre 1984.

Medidas y técnica: 38 cm. X 29 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *La Jornada*. Año 1 Número 14. Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



Clave Iconográfica: Primera Plana

Nombre de la imagen: Cárdenas

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, sábado 6 de diciembre 1997.

Medidas y técnica: 38 cm. X 29 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *La Jornada*. Año 14 Número 4761.
Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



Clave Iconográfica: Interiores. Prensa

Nombre de la imagen: Cuarta visita del Papa Juan Pablo II a México

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, sábado 23 enero 1999.

Medidas y técnica: 38 cm. X 29 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *La Jornada*. Año 14 Número 4761.
Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



Clave Iconográfica: Primera plana. Prensa

Nombre de la imagen: Una nueva era. Año 2000

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, sábado 1 de enero de 2000.

Medidas y técnica: 34.5 cm. X 58 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *Reforma*. Año 7 Número 2211 Hemeroteca Nacional



Clave Iconográfica: Primera plana. Prensa

Nombre de la imagen: Fox saca al PRI de Los Pinos.

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, viernes 1 de diciembre de 2000.

Medidas y técnica: 34.5 cm. X 58 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *Reforma*. Hemeroteca Nacional.



Clave Iconográfica: Primera plana. Prensa

Nombre de la imagen: "Nuestro Compromiso" *Uno más Uno*

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, 14 de noviembre de 1977.

Medidas y técnica: 29 cm. X 38 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *Uno más Uno*. Año 1 Número 1. Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



unomásuno
 México, d f, 14 de noviembre de 1977/año 1/1/director general: manuel boerra, coasta

unomásuno
Nuestro compromiso

Somos conscientes de una crisis nacional que también afecta al continente de modo grave. El panorama que con la aprobación el 2 de julio del 1976, cuando el pueblo mexicano dio su voto, ha abierto en su trayectoria los caminos de la democracia, se abre el primer capítulo. La primera consecuencia de los votos que otorgamos fue, entre los cuales, la confianza en el gobierno y la certeza de que el futuro del país está en manos de los mexicanos y no de los extranjeros, que impiden el desarrollo de la nación y la libre y ordenada a la comunidad de acción entre nosotros.

Como, al llegar al término del pasado gobierno, nos constituimos en la única instancia de legitimidad que vive en la nación que nos da nuestro futuro, nos comprometimos a una confianza racional no sólo en nuestra capacidad y aptitud, sino también en un país que requiere afirmación y unidad de criterio.

Antes, como ahora, necesitamos el propósito de asumir una actitud unívoca y responsable, intentamos participar en una sociedad íntegra en sus diversos aspectos.

Creemos que la armonía social es posible si se valoran, aunque fuera por modestos programas, la personal contribución de los trabajadores al desarrollo nacional. Proponemos que se establezca el mecanismo de participación para establecer la política social que implica la renovación de la sociedad mexicana mediante un régimen de relaciones equitativas entre los mexicanos.

Somos conscientes de que los sustentamos, pero sabemos que no se trata de un lugar de reunión de voluntades, sino de una diversidad de roles, no de un lugar de reunión de voluntades, sino de una diversidad de roles, no de un lugar de reunión de voluntades, sino de una diversidad de roles.

En la línea de la unidad de criterio, nos comprometimos a una confianza racional no sólo en nuestra capacidad y aptitud, sino también en un país que requiere afirmación y unidad de criterio.

Esperamos que este compromiso sea el primer paso.

Falta de oposición, una amenaza a la sociedad: González Guevara

La dispersión de partidos lleva a políticos a crear grupos de presión. Analizarán los diputados la cuenta pública del gobierno echeverrista

Miguel López Saucó/1

El PRI, en el ámbito político nacional, está prácticamente solo. No tiene opositor político serio y esto ha provocado, en los últimos días del Partido, una gran actividad política. La dispersión de partidos lleva a políticos a crear grupos de presión. Analizarán los diputados la cuenta pública del gobierno echeverrista.



Somalia rompe con Cuba y se aleja de la URSS

España
Ametrallaron 2 veces la casa de Adolfo Suárez

Adolfo Suárez
 MADRID, España, 13 de noviembre (EFE). AFP y Lario Rivero) - El primer ministro español, Adolfo Suárez, dijo hoy estar en su despacho oficial, el Palacio de Marivent, fue ametrallado dos veces en los últimos días por sujetos no identificados.

La selva lacandona, foco de tensión cercano al estallido incontrolable

Rafael Carrión/1

SAN CRISTOBAL LAS CASAS, 13 de noviembre.- Desarmados, hambrientos, paralizados y secuestrados por unos 70,000 indígenas -objetos de la marginación de programas- que viven en la selva lacandona, el grupo de resistencia local que por un período hace pocos meses y no podrá ser controlado más que con el cambio de estructura de la nación.

Hace meses, un grupo de políticos fue atacado en el lugar cercano a San Quirico, municipio de Ocoingo.

Reforma en lodos motecados

M. Moreno Barba/1

Los canales, por ahora, sólo tienen agua estancada. Los canales, por ahora, sólo tienen agua estancada. Los canales, por ahora, sólo tienen agua estancada.

Las 12 de la noche de un presidente

Fernando Botívar

Como es lógico, el presidente de una monarquía tradicional en un momento crítico para el continente de modo grave. El panorama que con la aprobación el 2 de julio del 1976, cuando el pueblo mexicano dio su voto, ha abierto en su trayectoria los caminos de la democracia, se abre el primer capítulo. La primera consecuencia de los votos que otorgamos fue, entre los cuales, la confianza en el gobierno y la certeza de que el futuro del país está en manos de los mexicanos y no de los extranjeros, que impiden el desarrollo de la nación y la libre y ordenada a la comunidad de acción entre nosotros.

Bajo la rueda

Juan Lezama

Desde un momento vital. Los habitantes que no pretenden a vivir como por siempre, que hoy amaneció haciendo frío y que temen un frío del que nadie los salvará de la ciudad y es que el presidente de la nación es un hombre que no tiene miedo a la responsabilidad. ¿Y qué?

Hay otros que tienen miedo, que temen a la responsabilidad. ¿Y qué?

Hay otros que tienen miedo, que temen a la responsabilidad. ¿Y qué?

México tendrá que venderle gas a EU: Charles Curtis

Preside la Comisión Reguladora de Energía. Llevarlo es muchas veces más caro, afirma

Raymond Riva Palacio, correspondiente

WASHINGTON, 13 de noviembre.- El presidente de la Comisión Reguladora de Energía, Charles Curtis, dijo que México tendrá que venderle gas a Estados Unidos.

"No es una oferta de venta de gas", agregó el funcionario, "es una oferta de venta de gas a un precio que sea más caro que el que se vende en México".

"El gas natural que se vende en México es muy caro", dijo Curtis, "y eso es porque el gas natural que se vende en México es muy caro".

"El gas, en un país vecino, donde tenemos tanta actividad de explotación y producción, es muy barato y eso es porque el gas natural que se vende en México es muy caro".

Patty Hearst y su celadora: Bimemorias

The New York Times' exclusiva en México para unomásuno

Mi primera nota del año

Por Enrique Louder Jr.

Clave Iconográfica: Primera plana. Prensa

Nombre de la imagen: Fuerzas francesas e inglesas al Pérsico

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, viernes 10 de agosto de 1990.

Medidas y técnica: 29 cm. X 38 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico Uno más Uno. Año 13 Número 4589. Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



Clave Iconográfica: Interiores. Prensa

Nombre de la imagen: Lecumberri: Próximo Archivo General de la Nación.

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F, martes 4 de abril de 1978.

Medidas y técnica: 29 cm. X 38 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico *Uno más Uno*. Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



En 1982, Lecumberri recibirá a un nuevo huésped: el Archivo General de la Nación

El edificio de la cárcel de Lecumberri, donde se custodia el archivo general de la Nación, será el hogar de un nuevo huésped: el Archivo General de la Nación. El edificio de la cárcel de Lecumberri, donde se custodia el archivo general de la Nación, será el hogar de un nuevo huésped: el Archivo General de la Nación.

La construcción de la Central de Abastos a mediados de año. La Comisión de Desarrollo Urbano General, informó que a mediados de año...

Una de las enormes murallas que divide a los juzgados penales con la cárcel de Lecumberri, en el momento, dentro del programa de reorganización del inmueble.

En la parte posterior de la cárcel de Lecumberri se construye un parque público. Ciudad y gobierno. En un momento de gran actividad...

Una de las puertas del ex penal de Lecumberri, ahora en etapa de reconstrucción.

Una atmósfera pesada comienza a ser creada en el Archivo General de la Nación.

Huelga de hambre de trabajadores despedidos de la Tesorería del DDF. Los trabajadores normalistas despididos de la Tesorería del Distrito Federal...

El Desplazamiento del Distrito Federal. Los normalistas despididos en el proceso de reorganización de la Tesorería...

Clave Iconográfica: Primera plana. Prensa

Nombre de la imagen: Tropas de Iran invaden Kuwait

Diseñador de la imagen: Sin dato

Lugar y fecha del diseño: México D.F., jueves 2 de agosto 1990.

Medidas y técnica: 29 cm. X 38 cm. Offset

Ubicación de la imagen: Periódico Uno más Uno. Año 13 Número 4581 Hemeroteca de la Biblioteca de México José Vasconcelos.



Después del análisis gráfico realizado a *La Jornada* se puede concluir que en cuestión de diseño se han visto cambios en su concepto visual a lo largo de los años, en cuanto al uso de columnas, tipografía y distribución de texto. El logotipo (realizado por Vicente Rojo), sigue respetando el diseño de la tipografía, pero ha sufrido variantes el ícono característico de este periódico, en el tamaño y su ubicación.

Al analizar el diseño, específicamente de las banderas tanto de portada y contraportada, el uso tipográfico en datos, folio y fecha tiene muchas variantes en cuanto a tamaño y fuente, lo que da como resultado que no sea un diseño uniforme.

En los encabezados y notas principales utilizan una misma fuente (Times) en sus diferentes variantes, pero se llega en algunos casos a cambiar el porcentaje de la escala horizontal de la tipografía e incluso el puntaje del interlineado.

Actualmente su diseño conserva elementos fijos, como el uso de fotografías a gran tamaño, de 2 y hasta 4 columnas, tanto a una tinta negra como a color; el uso de grandes encabezados de notas principales; y en la contraportada, la característica columna utilizada para notas secundarias, relación de columnistas y secciones especiales.

Al concluir la presente investigación, se puede decir que este periódico, en cuanto a diseño, está carente de una uniformidad gráfica, siendo necesario una unificación en los conceptos visuales que utilizan.

Sin embargo, *La Jornada* después de más de 20 años de circulación, es un diario que se resiste al tiempo, y que sus principios e ideologías lo conservan como un periódico con un periodismo y una personalidad propia.

BIBLIOGRAFÍA

- Arfuch, Leonor, Norberto Cháves, María Ledesma. *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires, Editorial Piados, 1997, 232 pp.
- Arnold, Edmund C. *Diseño total de un periódico*. México, Editores Asociados Mexicanos EDAMEX, 2ª ed., 1986, 285 pp.
- A van dijk, Teun. *Estructuras y funciones del discurso*. Siglo Veintiuno Editores, 5ª ed., 1988, 161 pp.
- Diccionario Geográfico. *Almanaque Mundial 1985*. Panamá, Editorial América, 1985.
- Escalante, Gonzalbo Pablo. *Nueva Historia Mínima de México*. México, El Colegio de México A.C., 2004, 315 pp.
- Evans, Harold. *Diseño y compaginación de la prensa diaria*. México, Editorial Gustavo Gili, 1984, 228 pp.
- García, Mario R. *Diseño y remodelación de periódicos*. España, Ediciones Universidad de Navarra, S.A., 1984, 302 pp.
- García Uceda, Mariola. *Las claves de la publicidad*. Madrid, ESIC editorial, 4ª ed., 2000, 380 pp.
- Llovet, Jordi. *Ideología y metodología del diseño*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1979, 161 pp.
- Martín, E. y L. Tapiz. *Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. Barcelona, Ediciones Don Bosco, 1981, 651 pp.
- Martínez, de Souza José. *Diccionario de Tipografía y del Libro*. Barcelona, Editorial Labor, S.A., 1974, 545 pp.
- Moen, Daryl R. *Newspaper layout of design*. United States of America, Iowa State University Press, 4ª ed., 2000, 239 pp.
- Müller-Brockman, Josef. *Sistema de retículas*. México, Editorial Gustavo Gili, 2ª ed., 1992, 180 pp.
- Munari, Bruno. *Diseño y comunicación visual*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 5ª ed., 1979, 359 pp.
- Rojo, Vicente. *Cuarenta años de diseño gráfico*. México, Ediciones Era, 1990, 78 pp.
- Turnbull, Arthur T., Russell N. Baird. *Comunicación Gráfica*. México, Editorial Trillas, 1986, 429 pp.
- Vilchis, Luz del Carmen. *Diseño: universo de conocimiento*. México, Centro Juan Acha. Investigación Sociológica en Arte Latinoamericano, 2ª ed., 2002, 163 pp.
- Vivaldi, Gonzalo Martín. *Géneros Periodísticos*. Madrid, Ediciones Prisma, 2ª ed., 1983, 394 pp.