



UNIVERSIDAD DE
SOTAVENTO, A.C.



ESTUDIOS INCORPORADOS A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

“ANALISIS DE LA PRENSA ESCRITA EN MINATITLÁN, VERACRUZ.
CASO:DIARIO LA OPINION DE MINATITLAN”

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PRESENTA:

ALBA JUDITH GUZMAN FLORES

ASESOR DE TESIS

LIC. ANA MARIA VILLAREAL FERNANDEZ

COATZACOALCOS, VER.

SEPTIEMBRE 2009



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

Antes que todo doy gracias a **DIOS** por darme la oportunidad de vivir, por esa fortaleza que me ayudó a no desmayar en épocas difíciles; pero sobretodo porque siempre está conmigo y me regala un nuevo amanecer.

A la **UNIVERSIDAD DE SOTAVENTO A.C.**, a sus Directivos, por otorgarme la confianza y brindarme mí beca universitaria durante los 4 años.

A MIS MAESTROS, quienes en las aulas me forjaron para que cada día fuera mejor y me prepararon para los retos de la vida diaria.

De manera muy particular a la **LIC. ANA MARÍA VILLARREAL FERNÁNDEZ** quien durante mi estancia en la Universidad de Sotavento me brindo su amistad y estuvo ahí en el momento preciso para corregir mis errores, pero sobretodo estaré eternamente agradecida por su apoyo en la supervisión de la presente tesis.

A mis jefes el Director **DEL DIARIO LA OPINIÓN DE MINATITLÁN, HIRAM RODRÍGUEZ JARA Y LA SUBDIRECTORA LIC. MIREYA RODRÍGUEZ JARA** por darme la oportunidad de pertenecer a su gran familia de la empresa periodística, brindándome el espacio por 9 años consecutivos.

DEDICATORIAS

A MIS PADRES:

ANTONIA FLORES Y JACINTO GUZMÁN, a ustedes mil gracias por su amor, dedicación, comprensión y confianza, por sus esfuerzos para ser de mi una persona de bien, por darme las herramientas necesarias en mi desarrollo, por ese amor incondicional que me brindan, pero sobretodo agradezco ese regaño que me dieron cuando me hacía falta, logrando que concluyera con mi carrera universitaria. Todo eso ha hecho que hoy ustedes, papá, mamá, sean mi mayor motivo de vida para salir adelante y progresar.

A MIS HERMANOS:

JULIO ALBERTO por su cariño y por sus charlas cuando fueron necesarias; a **JUAN PABLO** por ser un ejemplo de hermano demostrando tu sacrificio en momentos difíciles.

De manera especial, a mi hermana la **QFB. LILIANA BEATRIZ**, por compartir con ella cada momento de mi vida, por su amor, por su ternura, por tu guía y ejemplo al ser una mujer de trabajo, de empeño y de lucha constante para ser cada vez mejor.

PAPÁ, MAMÁ, JULIO, PABLO Y LILI, los quiero con lo más profundo de mi ser; son una familia maravillosa que siempre estuvieron preocupados protegiendo a la menor, a mí, por lo que solo me resta decirles GRACIAS, que DIOS los bendiga y los conserve a mi lado.

A MIS AMIGOS:

A todos aquellos que conocí desde muy pequeña y que juntos crecimos, compartiendo diversas etapas de la vida, gracias por estar a mi lado cuando más los requería. Y también a quienes me dieron un consejo para que fuera una mujer comprometida con mi labor periodística.

ÍNDICE

PÁGS.	
INTRODUCCIÓN	01

CAPÍTULO 1. ¿QUÉ ES LA PRENSA ESCRITA?

1.1 La Primera Definición	04
1.2 Definición del Periodismo	04
1.3 Deberes del Periodismo	06
1.4 Sus propósitos	07
1.5 Objetivos y Metas	08

CAPÍTULO 2. EL PERIÓDICO

2.1 Definición del Periódico	12
2.2 Quienes hacen el Periódico	13
2.3 Fisonomía del Periódico	15
2.3.1 Ejecución del Formato en el Taller	18
2.3.2 Alto de la Plana	19
2.3.3 Planas Interiores	19
2.3.4 Impresión	20

CAPÍTULO 3. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

3.1 Clasificación de Géneros Periodísticos	23
3.1.1. Aspectos fundamentales de los géneros periodísticos	24
3.2 Clasificación de la noticia	28
3.3 Estructura y elementos que integran la noticia	30
3.4 Estilo y Lenguaje	34
3.4.1 Escribiendo tu propio estilo	35
3.4.2 El buen periodista	37
3.4.2.1 Problemas Diarios ¿Quién los resuelve?	37
3.4.3 La Ética	38

CAPÍTULO 4. LA PRENSA EN MÉXICO

4.1 ANTECEDENTES	
4.1.1 En el Mundo	40
4.1.2 En México	44
4.2 La Prensa: El primer volante hasta el siglo XIX	46
4.3 En la Etapa de la Reforma	48
4.4 En los Años 70's	49
4.5 La Situación del Periodismo en México (1989)	50

CAPÍTULO 5. LA PRENSA EN VERACRUZ

5.1 Periódicos en el estado -----	53
5.2 La Industria Periodística -----	55
5.3 La Crisis Económica y la Prensa -----	56
5.4 La Prensa Actual -----	57
5.4.1 Papel del periodismo en la sociedad actual-----	57

CAPÍTULO 6. ANÁLISIS DEL DIARIO LA OPINIÓN DE MINATITLÁN

6.1 Historia -----	60
6.2 Fases de La Opinión en Minatitlán -----	62
6.3 A 75 años y sin cambiar el formato -----	71
6.4 Su influencia y venta actual -----	72
6.5 Distribución de la información en sección -----	74
6.6 Factores que impiden un mayor tiraje y el porqué de la necesidad de un cambio-----	79
6.7 Que debe ser transformado para asegurar un mayor éxito -----	79
6.8 Beneficios de una mejor producción general del diario -----	80

CONCLUSIÓN -----	82
BIBLIOGRAFÍA -----	84

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, de frente a los retos que implica la globalización de la economía a nivel mundial, un periódico es una empresa rentable que para ser más atractiva y redituable requiere una inversión. Sin embargo, muchos empresarios por temor a los cambios y tener pérdidas se conforman con el modelo que les dio resultado desde sus orígenes y se niegan a adoptar cambios sustanciales que ayudarían a lograr una mayor penetración e impacto en sus lectores.

El periodismo para muchos que lo ejercen es pasión, entrega y no se tiene horarios, pues la noticia va surgiendo las 24 horas del día; pero la otra cara de la moneda es el periódico, donde un empresario o dueño del medio de comunicación decide a final de cuentas que información publicar.

Dentro de esta actividad informativa, llamada “El cuarto poder” ocurren un sin número de acciones, desde la labor del reportero, llevar la nota a redacción y si finalmente se publica o no; sin conocer el fondo, todas las mañanas el lector recibe en sus manos un periódico y es quien decide que información leer.

Realmente el periódico es un medio de comunicación muy particular, porque la información está impresa y se puedes leer cuando se desee y todavía circular de mano en mano, a diferencia de la radio y televisión que tiene horarios establecidos.

Por ello, ésta tesis se ha hecho analizando un medio de comunicación con más años en la zona sur del estado de Veracruz, como el “Diario La Opinión de Minatitlán” que ha sus 75 años de fundación, siguen ofreciendo un mismo periódico, relativamente igual, sus 12 páginas y todavía blanco y negro.

Pero la inquietud nace, al conocer que se hace un tiraje diario de 3 mil 500 periódicos, de los cuales 3 mil son una venta segura; en el municipio de Minatitlán es caracterizado como un diario oficial y adquirido por la ciudadanía; tradición, costumbre o información, eso es lo que se analizará.

Sin embargo, lo principal es conocer el porqué a la fecha no ha hecho cambios trascendentales el periódico, pero aún así los lectores lo adquieren.

Motivo por el cual, en el Primer Capítulo se aborda lo que es la prensa escrita, sus definiciones, objetivos y metas; sobre todo porque es común saber

que el periodismo es el oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor.

Mientras que en el Segundo Capitulo básicamente se habla de lo qué es un periódico, como está integrado, quienes participan en la labor diaria, su estructura, sus páginas hasta poder llegar a la impresión, y un vez maquilado ofrecerlo a los lectores.

En el Tercer Capítulo se explica sobre el tema de los Géneros Periodísticos, es decir el contenido que debe traer un periódico, la clasificación de las noticias, los estilos propios de cada periodista y además de un elemento muy importante, la ética.

En el Cuarto Capitulo no se puede dejar de mencionar la prensa en el mundo y en México para conocer un poco más sobre de lo que estamos hablando y principalmente como ha ido evolucionando la prensa; de igual forma en el Quinto Capítulo se habla sobre prensa en el estado de Veracruz que también ha tenido épocas difíciles, pero pese a ello circulan un sin número de periódicos (semanarios hasta diarios).

Por último en el sexto capítulo se hace un análisis sobre nuestro tema principal el Diario La Opinión de Minatitlán, donde además de conocer su historia, su distribución, su contenido, indagaremos las características que han logrado posicionarlo como el periódico con mayor venta en el municipio de Minatitlán, por encima de periódicos regionales; pero sobretodo se realiza una propuesta de mejora que transforme de forma y fondo la imagen del Diario La Opinión de Minatitlán.

CAPITULO I

CAPÍTULO 1. ¿QUÉ ES LA PRENSA ESCRITA?

1.1 LA PRIMERA DEFINICIÓN:

En 1777, el filósofo alemán Georg Hamann ofreció a sus contemporáneos la primera definición del periodismo que decía: “Narración de los acontecimientos más recientes y más dignos de recordar, impresos sin orden y coherencia especial”.¹

La definición de Hamann contiene una perfecta visión –aunque no use la palabra precisa- del principio de la actualidad, al anotar: “acontecimientos más recientes”. Describe el estilo periodístico como narrativo: “narración”, menciona el interés público (o el interés del medio) con las palabras “más digno de recordar”.²

Los periodistas de la época de Hamann carecían de los instrumentos clarificativos de géneros periodísticos que poseemos hoy y sus fuentes eran escasas, en comparación con las del periodismo actual.

1.2 DEFINICIÓN DEL PERIODISMO

Actualmente, la palabra periodismo abarca todas las formas en que las noticias y los comentarios acerca de las noticias llegan hasta el público. Cuanto ocurre en el mundo, si es de interés general y todos los pensamientos, los actos y las ideas que esos acontecimientos provocan, se convierten en el material fundamental del periodista.

Varían las definiciones del periodismo, según el punto de vista de quienes las dan. Para el escéptico, el periodismo es sencillamente un oficio; para el idealista es una brillante responsabilidad y un privilegio.

Prensa o Periodismo Impreso:

Es un sistema abierto de la comunicación humana tecnificada que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes, para transmitirlos a destino mediante un canal llamado periódico.

¹ RIVADENEIRA PRADA, Raúl; Periodismo; Tercera Edición; México, D.F.; Edit. Trillas; 1990;Pág.19

² Op Cit.19

Su función no es únicamente informativa, pues compara y contrapone unos sucesos con otros, argumenta, concluye, y plantea soluciones, influye así en el público lector, esto es, orienta cultural e ideológicamente.

Periodismo:

Proceso de recogida de datos e información (por parte de los reporteros), evaluación (por parte de los editores) y distribución (a través de distintos medios) de hechos de actualidad. Originalmente, el periodismo comprendía sólo los diarios y las publicaciones periódicas.

Sin embargo, en nuestro siglo estos medios se ampliaron con la radio, la televisión y las películas de cine tanto documentales como informativas.

Periódico.

Es una institución de carácter público que busca y recoge la noticia, la analiza y la transmite.

Es una publicación compuesta de un número variable de hojas impresas en las que se da cuenta de la actualidad informativa en todas sus facetas, a escala local, nacional e internacional o cualquier otra publicación que aparezca en forma regular, sea semanal, mensual, trimestral, etc.

Periódicos:

Publicaciones editadas normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias. Los periódicos también contienen comentarios sobre éstas, defienden diferentes posturas públicas, proporcionan informaciones y consejos a sus lectores y a veces incluyen tiras cómicas, chistes y artículos literarios.

En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos se basan en la inserción de publicidad.

A pesar de la aparición del cine a principios del siglo XX, de la radio en los años veinte y de la televisión en los cuarenta, los periódicos siguen constituyendo una fuente primordial de información.

1.3 DEBERES DEL PERIODISMO

Al aceptar, como lo hace, las garantías de libertad, el periodismo acepta también la obligación de merecer esas garantías. El periodismo que se respeta a sí mismo, se esfuerza constantemente, en todas sus formas, por cumplir con esa obligación y por desempeñar sus deberes hacia la sociedad.

Pero de acuerdo a los criterios del autor Fraser Bond “La Prensa debe ser independiente, imparcial, exacta, honrada, tener sentido de responsabilidad y decente.”³

La prensa debe ser independiente. Para ser independiente necesita sostenerse por sí misma, obtener utilidades sin subsidio. NO puede servir bien al público que la apoya si tiene “cola que le pisen”.

Para desempeñar sus deberes con entera independencia y, en consecuencia, con la mayor ventaja para el público la prensa no puede pactar ninguna alianza estrecha con los estadistas del momento, ni puede prescindir de su interés permanente, para conveniencia del poder efímero de cualquier gobierno. El primer deber de la prensa es obtener la comprensión rápida y más correcta de los sucesos del día y, al revelarlos sin demora, convertirlos en propiedad común de la nación. La Prensa vive por sus revelaciones. Cualquier cosa que llega a su conocimiento se convierte en parte del conocimiento y de la historia de nuestra época. El deber de la prensa es hablar.

La prensa debe ser imparcial. Casi todas las personas consideran la imparcialidad como una virtud que se esfuerzan por cultivar.

El periodismo considera la imparcialidad como un ideal. Los mejores escritores y los mejores periódicos tratan de evitar la parcialidad deliberada e intencional. Ahora es un muy común permitir a bandos opuestos que expresen sus respectivos puntos de vista.

El ideal de la imparcialidad lo alcanza el periodismo que evita el error, la predisposición, el prejuicio, el colorido falso.

Lo glorioso de la democracia, como lo han hecho observar muchos periodistas activos, encuéntrase en que es la única forma de gobierno que protege los intereses constantes de una minoría que no ocupa el poder. El periodismo

³ FRASER BOND, F.; Introducción al Periodismo; Séptima Reimpresión; México, D. F., Edit. Limusa; 1985; P´G. 17.

imparcial es el medio peculiar de expresión de esas minorías, porque no encuentran bajo el dominio del gobierno.

La prensa debe se exacta. El esfuerzo por lograr una exactitud imparcial es la medida del carácter periodístico, cualquiera que sea el medio que se emplee. Esparcir hechos verdaderos y objetivos brilla como el ideal del logro periodístico. Naturalmente, la exactitud de la prensa diaria depende del elemento tiempo.

La prensa debe ser honrada. La buena reputación no se adquiere o se sostiene fácilmente, sin luchar por ella a diario. Ningún negocio se encuentra tan sujeto como el periodismo a multitud de cambiantes contactos con el público, a tan variados problemas que demandan decisiones inmediatas. Pero los elementos sencillos de la buena reputación en todas las formas de periodismo son siempre los mismos: Honradez en la noticias y en los anuncios.

La prensa debe tener sentido de responsabilidad. Como lo ha señalado Grove Patterson, “una prensa libre es algo más que la manera de ganarse la vida de quienes la publican”. Goza de esa libertad porque es una institución semipública. Como tal, la prensa tiene un deber hacia la comunidad a la que sirve y que la apoya.

La prensa debe ser decente. El deber de ser decente no sólo se refiere a la decencia del lenguaje y de las fotografías que el periodismo emplea, ya que la ley se encarga de eso, sino a la forma como procede para obtener sus noticias. Como lo han señalado los críticos de los periódicos, se presentan en la vida situaciones en las que ningún periódico decente puede inmiscuirse. Los buenos periodistas imponen en su trabajo, como imponen en ellos mismos, la centra del buen gusto.

1.4 SUS PROPÓSITOS

El periodismo tiene cuatro razones principales de existir: informar, interpretar, guiar y divertir. Desempeña otras funciones importantes, como la circulación de los anuncios y la disseminación de un cúmulo inmenso de información y de comentarios que casi no encajan en el concepto general de la noticia.

Extender la noticia es el fin principal del periodismo como lo ha expresado la Sociedad Norteamericana de Directores de Periódico “la función primaria de los periódicos es comunicar el género humano lo que sus integrantes hacen, sienten y piensan”.

A causa de esa función de extender la noticia, el periodismo disfruta de la protección de las constituciones federal y de los estados. La sociedad brinda su protección por la obligación que tiene la prensa de comunicar noticias.

Desde su primera época, el periodismo ha tratado de influir en el género humano.

El periodismo se esfuerza por conquistar la mente de los hombres a través de la palabra impresa, las caricaturas y las fotografías que aparecen en los diarios, las revistas, folletos y los libros, y también por medio de la palabra hablada que difunden los radiotransmisores.

La noticia es “la materia prima” de la opinión y la opinión puede indicarse sin una sola palabra de comentario –según sea la forma como se dé a la noticia, con prominencia o discretamente. Sin que trate de ocultarlo, el diario trata de influir en sus lectores a través de sus artículos.

Junto con su cometido más serio de informador, intérprete y moldeador de la opinión, el periodismo concede cada día mayor importancia a su función de entretener.

El diario y la revista atraen al público que busca diversión, haciendo resaltar los aspectos frívolos de la vida cotidiana en artículos de “interés humano”, en anécdotas y relatos humorísticos y ofreciendo una colección cada vez mayor de material de distracción que incluye “agudezas de los niños”, crucigramas y tiras cómicas, todo lo cual goza de mucha popularidad

1.5. OBJETIVOS Y META

“El periodismo debe trascender el abismo que lo separa de la casi inaprensible conciencia colectiva, que es el objeto de la acción. Y logrado esto,

inducirle energías y luces que la conduzcan hacia su meta perenne de desenvolvimiento y progreso”.⁴

El periodismo es el oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor.

Si se define como oficio o profesión es porque puede ser cualquiera de las dos, ya que, anteriormente, para ser periodista no era necesario estudiar una carrera universitaria, y aunque en la actualidad esto sucede en muchos casos, hoy en día en muchas universidades existe la carrera de comunicación social, en donde, además de estudiarse las bases del periodismo, se enseña todo lo concerniente a los medios de comunicación.

No obstante, es importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodismo no basta con estudiar comunicación social, pues se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está haciendo, pues si bien es cierto que conseguir una noticia puede ser relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y en dónde.

Aunque el objetivo del periodismo, como anteriormente se mencionó, es el de relatar lo que ocurre en la sociedad, hay varias formas de hacerlo; es decir, existen diversas clases de periodismo dependiendo del tema que se toque y de la manera como se exprese. Las dos grandes clases de periodismo existentes son la del periodismo informativo y la del periodismo investigativo.

La primera, como su nombre lo indica, consiste básicamente en informar hechos actuales que tienen importancia para un determinado grupo de personas o para el público en general. Su interés primordial es localizar sucesos presentes sobre un personaje o sobre un acontecimiento. La tarea más importante que ha de cumplir esta clase de periodismo es lograr que lo que se narre sea actual, a la vez que genera cierto impacto en el público, pues de lo contrario el carácter noticioso del periodismo informativo se perdería.

Por su parte, el periodismo investigativo, aunque también busca dar a conocer algo específico, tiene como principal característica que no sólo tiene en cuenta el presente sino que también se remite al pasado, a las causas que

⁴ ORTEGA, FÉLIX Y HUMANES, María Luisa; Algo Más que Periodista; 2000: Barcelona; Edit. Ariel; 2000. Pág. 68

generaron un hecho en particular. Su punto de partida es la investigación, la búsqueda de datos, de consecuencias, de pistas, de personajes, de testimonios.

“Esta clase de periodismo no necesita como materia prima una noticia, pues aunque a partir de ésta pueda igualmente desarrollarse, el periodismo investigativo puede, por sí solo, generar una noticia. Para ser más claros, puede crearse noticia a partir de una investigación sobre un tema que en determinado momento no tiene importancia en la sociedad, ya sea porque dicho tema resulta ser relevante para una situación que se vive en la actualidad a pesar de que ello no se sabía, o porque se había olvidado y el periodista, mediante su investigación, le da la importancia que se merece y logra que la comunidad en la que acontece dicho tema tome conciencia acerca de él.”⁵

En cuanto al tema sobre el cual hable, el periodismo puede ser cultural, deportivo, político, social, económico y de entretenimiento, entre otros. Hay tantas clases de periodismo como temas en la sociedad; un ejemplo son las secciones en un periódico, donde, además de haber periodismo informativo, hay periodismo investigativo sobre toda clase de temas, cada uno con un tratamiento, un fin y un público especial, pero todos con la intención de reflejar a la sociedad existente en el momento.

El periodismo es, entonces, una especie de espejo donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo; es una manera de saber qué ocurre en lugares lejanos que no es posible visitar, en las ciudades que ni siquiera sabemos que existen; es, en últimas, la forma más práctica de conocer el mundo y lo que sucede con él.

⁵ IBIDEM, Pág. 70

CAPITULO II

CAPITULO 2. EL PERIÓDICO

2.1. DEFINICIÓN DEL PERIÓDICO

Periódico: “Dícese del impreso que se publica periódicamente”.⁶ Es un foro público.

“En las antiguas civilizaciones de Grecia y Roma existían lugares públicos, de libre acceso, donde los ciudadanos daban a conocer sus ideas; tanto autoridades como ciudadanos comunes podían polemizar acerca de política, filosofía o cuestiones de orden social.”⁷

“En Roma se les denominaba como “foros”; en Grecia, por su parte, el lugar público de discusión llevó el nombre de “ágora”, existiendo por lo menos uno de ellos en cada ciudad.”⁸

Actualmente las grandes ciudades cuentan con una rica variedad de foros, los hay políticos, gremiales, académicos, científicos, etc; regularmente acuden a ellos personas especializadas, estudiosos o investigadores con intereses específicos.

De aquellos foros públicos existe uno con una función difusora muy arraigada, accesible a toda persona y cuya única condición para tenerlo a la mano es la capacidad de lectura. Así pues, el periódico es un medio de comunicación que lo mismo ofrece temas de interés general como asuntos especializados; brindando, al mismo tiempo, espacios abiertos a la expresión pública. Se le considera como uno de los instrumentos más eficaces para la vigencia de la libertad de expresión y derecho a la información.

En las naciones democráticas organizadas los periódicos son como un mosaico universal donde se difunden los más contradictorios puntos de vista o los pareceres que sustentan una misma opinión. Esta característica de respeto a la diversidad ha hecho afirmar que “un periódico es como un banquete: siempre hay un platillo para cada gusto”.

⁶ Selecciones Reader's Digest; Undécima Edición; México, D.F.; Edit. Reader's Digest México; 1972; Tomo IX, Pág. 2898.

⁷ CALVIMONTES, Jorge; El Periódico; Cuarta Edición; México, D.F.; Edit. Trillas; 1994; Pág. 26

⁸ IBIDEM Pág. 26

Su aparición en la vida cotidiana ha suplido, con mucha ventaja, a la circulación de folletos y pasquines que en épocas pasadas, eran los vehículos de circulación de las ideas políticas.

El carácter multiplicador de la imprenta y el contenido temático, casi inagotable de los periódicos, hace que se les considere como el libro moderno y económico de grandes colectividades.

Abraham Moles da al periódico el papel de punto de almacenaje de una serie de noticias que le llegan por distintas vías, en donde se elaboran para la definitiva recepción del público: El diario es un organismo central que recoge las noticias de una red de informadores y de organismos secundarios como las agencias de prensa...

El diario, aquel que recoge las informaciones del día, todo aquello que emociona o interesa. Se presenta al lector en un espíritu sintético y superficial, sin mayor literatura...los editoriales y páginas culturales...resultan un tanto más profundas.

El periódico es una institución de carácter público que busca y recoge la noticia, la analiza y la transmite. Su función no es únicamente informativa, pues compara y contrapone unos sucesos con otros, argumenta, concluye y plantea soluciones. Influye así en el público lector; esto es, orienta cultural e ideológicamente.

2.2 ¿QUIÉNES HACEN EL PERIÓDICO?

El personal del Periódico.

Nomenclatura de las funciones.

Director General
Consejo editorial
Director
Subdirector
Jefe de Redacción
Jefe de Información
Secretario de Redacción
Corrector de estilo

Cabeceros
Redactor de Cables
Redactor, redactores de sociales, de crónica roja, de deportes.
Reporteros
Editorialistas
Colaboradores
Corresponsales
Enviados especiales
Fotógrafos o reporteros gráficos
Articulista
Columnista
Responsables de edición
Jefe de talleres o regente
Linotipista
Ayudantes de Linotipista
Armadores
Estereotipista
Corrector de Pruebas
Fundidores
Fotograbadores
Prensista
Ayudantes de prensa
Formadores
Diseñadores gráficos
Traductores
Caricaturistas
Gerente General
Gerente
Administrador
Contador
Cajero
Cajero Auxiliar
Secretarias
Agentes de Publicidad
Jefe de Relaciones Públicas
Jefes de circulación
Jefes de Personal
Archivista o encargados del centro de documentación
Jefe de Almacenes
Técnico Electricista
Distribuidores

2.3. FISONOMÍA DEL PERIÓDICO

“El formato es, en consecuencia, a diferente colocación que se da diariamente a 15, 18 ó 23 informaciones. Esa colocación se prevé a diario en el esquema. Puede asumir cientos de formas distintas. Pero dentro de esos cambios superficiales y diarios persiste el “carácter tipográfico” del diario o sea su fisonomía.”⁹

Una de las características más importantes del periódico es su fisonomía tipográfica. Es la primera impresión que recibe el público; es, en otras palabras, la cara del periódico.

Consciente o inconscientemente esa fisonomía se la da el jefe de redacción. Los tipos decisivos, pero aún así el que los cambia es él, y en última instancia deslucen tipos bonitos si procede descuidadamente, de la misma manera que hace lucir una pobre dotación tipográfica si la maneja con acierto.

El tipo de imprenta y el formato son los dos grandes recursos con que el jefe de redacción configura la fisonomía de su periódico.

Respecto a los tipos, conviene seleccionar uno que se incline a negro, a fin de hacer los encabezados de dos o tres columnas, y otro que se incline a blanco, destinado a los encabezados de una columna. Invertir este orden no es muy recomendable porque el tipo blanco, usado a dos o tres columnas, da la impresión de ser más blanco todavía; Además, el tipo negro es por regla general más abierto, de tal manera que usado a una columna cabe muy pocas letras y se dificulta la redacción de los títulos. Sin embargo, en ciertos casos puede practicarse con buen éxito esa inversión.

Asimismo conviene seleccionar tipos que no sean muy condensados, ya que en conjunto dan la impresión de plasta y son pocos claros. El extremo opuesto, o sean los tipos muy abiertos, presentan el inconveniente de que caben muy pocas letras. Un término medio, en ancho y “color”, es lo más indicado. Aparte de lo anterior cabe recordar lo referente al uso de plomada e interlínea en los encabezados, para hacerlos más claros y contrastados, y la correcta y uniforme sangría en los sumarios, lo cual da armonía al conjunto.

⁹ BORREGO E, Salvador; Periodismo Trascendente, 16ª. Edición; México, D.F., 1986, Edit. Alfaro Hnos. Pág. 101

Respecto al formato, es esencial trazarlo de tal manera que haya el menor número posible de cabezas pegadas, evitando los amontonamientos vertical, lateral y diagonal.

Si se abusa de las cabezas de una columna el conjunto tendrá un desagradable parecido al tablero de ajedrez. Ha de buscarse una equilibrada compensación con cabezas de una, dos y hasta tres columnas, y con sangrados o marcos.

Cuando se va a fundar un nuevo periódico o cuando se quiere formar una nueva plana con fisonomía propia, conviene trazar y ejecutar un plan como el siguiente:¹⁰

*Seleccionar una familia de tipo negro –Hay muchos matices dentro de esa denominación-para encabezados de dos o tres columnas. Basta con el 18, el 24, el 30, 36 y 42. Sacar prueba de estos tipos para ver cuántas letras caben por columna y formar un catalogo.

*Seleccionar una familia de tipo blanco –también hay muchos matices dentro de esa denominación- para encabezados de una columna. Basta con el 18, el 24, el 30 y 36.Sacar prueba para comprobar cuántas letras caben por columna.

*Seleccionar un tipo de complemento –tercero en discordia- de 18, 24 y 30, a fin de utilizarlo en sangrados, marcos o composiciones especiales. Sacar prueba para ver cuántas letras caben por columna.

*Seleccionar tipos grandes, de 48, 60, 72, 84 ó 96 puntos, para los encabezados de ocho columnas. Sacar prueba y ver cuántas letras caben en las 8 columnas.

*Precisar si las cabezas de dos columnas van hacer en dos o en tres líneas, según el gusto.

*Precisar si los encabezados de una columna y de la parte superior de la plana van a ser de dos o tres líneas.

*Precisar si los encabezados de mitad de plana van a ser de dos o tres líneas.

*Precisar si los encabezados de la mitad inferior de la plana van en dos o tres líneas.

*Precisar qué tipo se usará en los sumarios de una columna y qué sangría llevarán, ya sea un cuadratín, cuadratín y medio, dos, dos y medio o tres.

¹⁰ IBIDEM, Pág. 101

*Precisar qué tipo se usará en los sumarios de dos columnas y qué sangría llevarán, ya sea 2, 3 ó 4 cuadratines.

*Precisar si sólo se usarán altas o si algunos encabezados irán en vérsales. Se dice que una cabeza tiene altas y bajas cuando lleva mayúsculas inicial en todas las palabras de cuatro o más letras, o de 5 en adelante, según se quiera.

*Precisar qué sangría llevarán las composiciones sangradas de una y de dos columnas. Medio cuadratín para las primeras y uno para las segundas es un término medio.

*Una vez terminado este plan se tendrá una fisonomía tipográfica. Podrá ser demasiado negra o demasiado blanca, o bien, equilibrada, según el gusto del que haya elegido el tipo, pero de cualquier manera es ya una fisonomía definida y estable pese a los cambios diarios en cuanto a número de noticias y lugar de su colocación (formato). Lo que resta es sujetarse al plan a fin de que la fisonomía no se altere.

*En estas condiciones el formato podrá ir cambiando diariamente, para no ser monótono y para guardar proporción con la importancia de las noticias de que se vaya disponiendo, pero se conservará la misma fisonomía.

El periódico será como una sola persona con diferente traje cada día y se reconocerá a distancia. Diariamente puede mudarse de formato, entre cien y doscientos diferentes y la fisonomía será la misma.

*Es evidente que no conviene cambiar con frecuencia la fisonomía. Sería tanto como que una persona perdiera sus características principales a cada semana o que un producto comercial ya acreditado cambiará continuamente de presentación. A diario hay una nueva edición del periódico y conviene que se diferencie de la anterior por medio de un formato distinto, pero a la vez ha de identificarse con su pasado conservando su propia personalidad fisonómica.

*Si en vez de seguir el plan de 12 puntos que se acaba de mencionar se utiliza un día a una columna el tipo que estaba seleccionado para usarse a dos, y luego se usa en vérsales el que fue seleccionado para usarse en altas y bajas, la fisonomía se desquicia. Se altera el orden y el diario pierde su personalidad tipográfica.

*Observando los principios aquí expuestos es factible aprender a formar bien en diez clases prácticas. No siguiendo estos principios se pueden realizar seis mil ejercicios y no formar ni siquiera mediocrementemente.

Esta no es una hipérbole ni un cálculo teórico. La experiencia así lo ha demostrado en sesenta casos concretos.¹¹

¹¹ IBIDEM, Pág. 102-103

2.3.1 EJECUCIÓN DEL FORMATO EN EL TALLER

De nada sirve haber formulado el plan de 12 puntos y trazar luego un buen formato, sin amontonamientos y equilibrado, si el jefe de redacción o u secretario no vigilan en el taller que tanto el plan como el formato se ejecuten al pie de la letra.

Siempre hay pequeños errores de cálculo que pueden dar al traste con todo lo planeado si su enmienda se deja al azar. Un jefe de redacción que no entra al taller a ver cómo se está ejecutando lo que previamente planeó, es un general que no se asoma al frente de batalla. Es necesario cerciorarse si entraron todas las informaciones esenciales; ver que no haya cabezas cambiadas; arreglar algún título defectuoso o mal medido; vigilar que no haya “pasteles” (o sea composición revuelta, en la que los lingotes se hallan en mal orden), etc.

La primera etapa de la labor del jefe de redacción se inicia cuando empieza a trazar su formato, a valorizar sus noticias y a hacerles encabezados; la segunda, cuando vigila que en el taller se ejecute el formato tal como fue trazado en el esquema, y la tercera, cuando ya impresa y distribuida la edición, la revisa nuevamente para ver si hubo fallas no corregidas, si se omitió una de las noticias esenciales, si el competidor ganó cierta buena información, si salió mal impresa alguna plana, etc.

La segunda de estas puede ser desempeñada por el secretario de redacción o por alguna otra persona que se quede de guardia en el taller, pero es esencial que tanto la primera como la tercera sean atendidas preferentemente por el jefe de redacción.

A continuación se concretan seis de las más importantes cuestiones que el jefe de redacción está obligado a hacer al revisar la edición:

*Ver que el periódico haya salido bien impreso. En caso negativo, gestionar que el jefe de taller arregle la falla.

*Ver que no haya erratas o por lo menos que no haya un número excesivo. Cuando empiezan a aparecer muchas es que los correctores de pruebas o los “corregidores” de metal están trabajando deficientemente.

*Ver si no hay “empastelamientos” o informaciones con cabezas que no les correspondan. Muchas veces estas fallas se deben al descuido del formador o del “organizador” de composición.

*Ver si no hubo algún error de valoración por parte del propio jefe de redacción, en cuyo caso deberá enmendar su criterio para el siguiente número. En ocasiones una nueva noticia no es aprovechada convenientemente, pero advertido el error se

pone más cuidado en el desarrollo de esa misma información para los siguientes días.

*Comparar el diario con el competidor a fin de llamarle la atención a los reporteros que se hayan dejado ganar noticias, o bien, para felicitar y alentar a los que ganaron informaciones o las presentaron mejor.

*Ver si pueden desarrollarse mejor algunos de los asuntos locales publicados en la edición del día; en caso necesario, orientar apropiadamente a los reporteros.

2.3.2. ALTO DE LA PLANA

De acuerdo con el plan trazado por el jefe de redacción, en el taller se forma cada una de las planas del periódico con tipos de metal, dentro de un marco metálico llamado “rama”.

El alto que se le dé a la plana dentro de ese marco o “rama” debe ser proporcionado al tamaño de las páginas que corte la rotativa. Si la plana en rama es demasiado grande, sólo quedará un blanco mínimo en la parte superior e inferior de cada página. Y si la plana es muy chica entonces el periódico aparecerá con franjas blancas muy gruesas en la parte superior e inferior de cada página.

La buena presentación tipográfica de un diario se logra cuidando números y los pequeños detalles.

2.3.3 PLANAS INTERIORES

Los principios expuestos para el formato de la primera plana –la más importante del periódico- son válidos en general para las planas interiores. Conviene cuidar que cada una tenga su fisonomía propia, aunque no sean muy diferentes entre sí.

Por los temas que tratan y por el público al cual se destinan en particular, las planas de sociales y editorial son casi siempre más “blancas” que las de policía y deportes.

El correcto y variado manejo de los cuadratines ayuda muchísimo a darles diferente fisonomía a las planas. Ya se dijo que las columnas tienen 11 cuadratines de ancho; la plana, en total, tiene 99.5 cuadratines y por lo regular se divide en ocho columnas. En consecuencia, es sencillísimo formar una plana muy diferente con sólo alterar esa costumbre.

También es factible formar una plana especial –n la que vaya un artículo grande- fraccionándola tan sólo en tres columnas, cada una de 30 cuadratines, que es el máximo a que “pá composición” en linotipo. A los lados de cada columnaria se dejará un blanco de 1.5 cuadratín, y de 1 cuadratín a la izquierda y a la derecha de la plana, a fin de completar la medida.

En fin las variables son innumerables.

Como el periodismo requiere renovación de tiempo en tiempo, muchas costumbres y principios tipográficos expuestos en este capítulo deben verse como dogmas.

Son simplemente auxiliares más o menos valiosos para dominar la técnica del formato y de la fisonomía, pero el ejercicio, el buen gusto y la originalidad descubrirán aún muchísimas variantes en esta especialidad.

2.3.4 IMPRESIÓN

El periódico mal impreso presenta un aspecto tan desagradable que irremisiblemente pierde seriedad y prestigio; no dan ganas de leerlo. La defectuosa impresión frustra toda buena fisonomía y cualquier armonioso formato.

El director y jefe de redacción tienen responsabilidad moral en la mala impresión del diario y han de investigar las causas de ese defecto y la forma de enmendarlo rápidamente.

“Precisar el porqué de la mala impresión es frecuentemente una difícil tarea hasta para los técnicos y por tanto no es fácil enumerar sus causas; sin embargo, algunas de las más frecuentes se citan a continuación.”¹²

*Que el metal de la fundición está demasiado caliente y quema la matriz.

*Que el metal de la fundición no está suficientemente caliente y fluido para penetrar bien los intersticios de la matriz.

*Que el metal de la fundición ha perdido su correcta aleación. Es necesario mandarlo analizar periódicamente (cada 4 ó 6 meses) y reestabilizarlo.

*Que las matrices no son convenientemente “empacadas” con cartón engomado en los huecos.

*Que las matrices son viejas y reseca.

*Que las planchas derivadas de esas matrices no son cuidadosamente rauteadas.

*Que la tinta de la rotativa no ha sido bien preparada.

¹² IBIDEM 108

- *Que los paños de la rotativa son demasiado viejos y endurecidos.
- *Que la rotativa se encuentra sucia.
- *Que la presión en la rotativa es deficiente o exagerada.
- *Que los tinteros de la rotativa están poco abiertos o demasiado abiertos.
- *Que el tipo es viejo o maltratado.

“La mala impresión se conoce inmediatamente si las letras pequeñas no se hallan claramente impresas y aparecen como movidas; si las letras grandes parecen porosas, con pequeños lunares blancos; si en unos lugares las letras son muy negras y n otros menos negras, aunque sean del mismo tipo; si en los huecos blancos hay manchas, y si en los grabados no se distinguen bien las caras de las personas y otros detalles.”¹³

Cuando es defectuosa, la impresión se requiere vigilar cuidadosamente todo el procedimiento, desde que las planas en rama van a ser matizadas. La buena impresión es uno de os detalles esenciales que el director y el jefe de redacción deben cuidar a diario y supervisar al mismo tiempo que revisan su periódico.

Los primeros que protestan por las fallas de impresión son los anunciantes, que constituyen la principal fuente de ingresos de la organización periodística. También sucede con frecuencia que quedan inconformes con su anuncio, sin saber precisar por qué.

Hay publicistas que entregan una matriz de su publicidad para que el periódico saque el estereotipo. Si se procede con descuido y el estereotipo queda mal fundido, la impresión será defectuosa.

¹³ IBIDEM; Pág. 109.

CAPITULO III

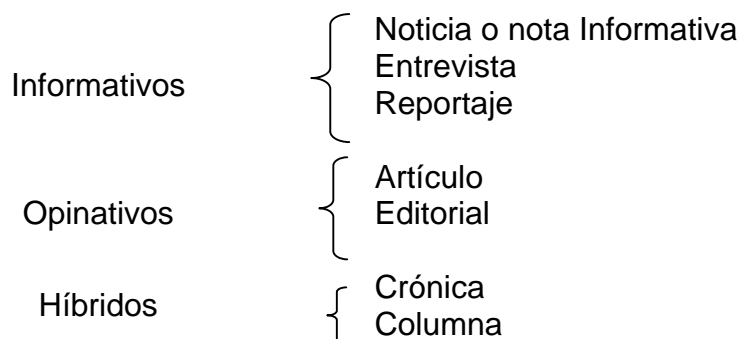
CAPÍTULO 3.- LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

3.1 CLASIFICACIÓN DE GÉNEROS PERIODÍSTICOS

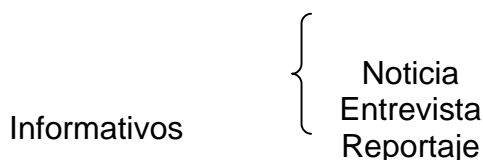
El periodismo se ejerce a través de variadas formas de expresión denominadas géneros.

Los géneros periodísticos se distinguen entre sí por el carácter informativo, interpretativo o híbrido de sus contenidos.

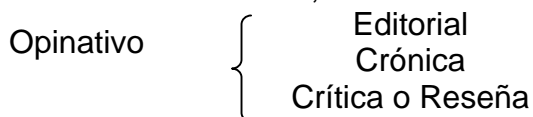
“Una clasificación de los géneros periodísticos:



Otra propuesta de división:



Artículo, dividido a su vez en:



Lejos de constituir compartimientos estancos, los géneros periodísticos se entremezclan y aun llegan a enriquecerse con elementos formales de otras disciplinas (cuento, ensayo, novela). Sin embargo, siempre es posible determinar el género que predomina en cada texto periodístico.”¹⁴

¹⁴ LEÑERO, Vicente y MARIN, Carlos; Manual del Periodismo; Séptima Edición; México, D.F; Edit. Grijalbo; 1986; Pág. 39

3.1.1 ASPECTOS FUNDAMENTALES DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Noticia o nota informativa

“Es el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo.

No es, como tampoco los demás, un género “objetivo”, la sola jerarquización de datos con que se elabora implica una valoración, un juicio, por parte del periodista. Sin embargo, la Noticia o nota informativa es el menos subjetivo de los géneros.

En la Noticia no se dan opiniones. Se informa del hecho y nada más. El periodista no califica lo que informa. No dice si le parece justo o injusto. Conveniente o no. Se concreta a relatar lo sucedido y permite, así, que cada receptor de su mensaje saque sus propias conclusiones.

En resumen: la Noticia debe redactarse sin interpretar. El periodista se atiene a la verosimilitud y a la oportunidad para dar cuenta de los hechos, le gusten o no.”¹⁵

Entrevista

“Se llama así a la conversación que se realiza entre un periodista y un entrevistado; entre un periodista y varios entrevistados o entre varios periodistas y uno o más entrevistados. A través del diálogo se recogen noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios.

Como método indagatorio, la Entrevista se emplea en la mayoría de los géneros periodísticos. La información periodística de la Entrevista se produce en las respuestas del entrevistado. Nunca en las preguntas del periodista.

A la Entrevista que principalmente recoge informaciones se le llama *noticiosa o de información*; a la que principalmente recoge opiniones o juicios se le llama de *Opinión*, y a la que sirve para que el periodista realice un retrato psicológico y físico del entrevistado se le llama de *Semblanza*.”¹⁶

¹⁵ IBIDEM, Pág. 40

¹⁶ IBIDEM; Pág. 41

a) **“Entrevista noticiosa o de información:** Es la que aporta los principales elementos de las notas informativas o la que da, por sí misma, toda la Noticia.

b) **Entrevista de Opinión:** No necesariamente es noticiosa, a menos de que el juicio que se obtenga resulte de gran interés y de que el declarante sea un personaje prominente.

c) **Entrevista de Semblanza:** Tampoco es necesariamente noticiosa, pero cumple su función en la medida que transmite, junto con opiniones sobre distintos temas, el mundo interior de los personajes sujetos de Entrevista: cómo son, cómo viven, qué piensa de sí mismos, cuál es su formación religiosa o filosófica, cuáles sus hábitos, etcétera.

d) **En la entrevista de Semblanza** el periodista puede expresarse con mucha mayor flexibilidad que en la Noticia o en las entrevistas noticiosa y de información. En este género, el reportero interpreta, compara, describe libremente al personaje.”¹⁷

Crónica

“Es la exposición, la narración de un acontecimiento, en el orden en que fue desarrollándose. Se caracteriza por transmitir, además de información, las impresiones del cronista. Más que retratar la realidad este género se emplea para recrear la atmósfera en que se produce un determinado suceso.

Se distinguen estos tipos de Crónica:

a) **Crónica informativa:** En la que el cronista se limita a informar sobre un suceso, sin emitir opiniones. Este género abunda en las publicaciones.

b) **Crónica Opinativa:** En la que el cronista informa y opina simultáneamente.

c) **Crónica Interpretativa:** La que ofrece los datos informativos esenciales pero, sobre todo, interpretaciones y juicios del cronista.

La Crónica se ocupa del cómo suceden los hechos y, en el caso de la interpretativa, también del por qué.”¹⁸

¹⁷ Op Cit. Pág. 41,42

¹⁸ IBIDEM, Pág. 43

Reportaje

“Es el más vasto de los géneros periodísticos. En él caben los demás. Es un género complejo que suele tener semejanzas no sólo con la Noticia, la Entrevista o la Crónica, sino hasta con el ensayo, la novela corta y el cuento.

Los Reportajes se elaboran para ampliar, completar, complementar y profundizar en la Noticia; para explicar un problema, plantear y argumentar una tesis o narrar un suceso.

El reportaje investiga, describe, informa, entretiene, documenta.

El reportaje pertenece también, por cuanto a la veracidad de su información, el escrúpulo con que se escogen las fuentes de esa información y el cuidado en su redacción, al tipo de periodismo que no admite rectificaciones sustanciales y mucho menos desmentidos. Muestra la realidad para que la realidad mueva, sacuda, convenza al lector y se propicie la transformación de esa realidad.

En el reportaje, el periodista hace intervenir su propia sensibilidad literaria para dar vida a lo que cuenta. Respetando la realidad, la personalidad del periodista se vuelca en el Reportaje de la misma forma en que un escritor se vuelca en la novela.

Los reportajes son frecuentes en los diarios pero su mejor medio de expresión, dada la amplitud que suelen alcanzar, son las revistas.”¹⁹

Columna

“Es el escrito que trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y cuya característica singular es que aparece con una fisonomía, una presentación tipográfica constante, y tiene además un nombre invariable.

Se distinguen estas clases de Columna:

a) **Columna informativa:** La que da a conocer varios hechos cuya trascendencia no los hace merecedores de un sitio independiente en la publicación. Sintetizadas, esas informaciones se presentan en bloque para dar cuenta de los principales acontecimientos de la semana o la quincena, o para dividir por tema o especialidad, brevemente, asuntos de interés público.

b) **Columna de comentario:** La que ofrece informaciones de pequeños hechos, aspectos desconocidos de noticias o detalles curiosos de

¹⁹ Op Cit. Pág. 43

personales y hechos, con la inclusión de comentarios a cargo del columnista, quien suele ser analítico, agudo, irónico, chispeante, festivo.

c) **Columna-crítica o Columna-reseña:** La que informa y comenta asuntos que requieren especialización. Las hay sobre distintas áreas del quehacer social pero las más representativas son las de libros, cine, arte, música y teatro.”²⁰

Artículo

“Es el género subjetivo clásico. En el Artículo, el periodista expone sus opiniones y juicios sobre:

- Las noticias más importantes (Artículo editorial).
- Los temas de interés general, aunque no necesariamente de actualidad inmediata (Artículo de fondo).”²¹

Editorial

“Es el análisis y el enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día en el caso de los diarios, o de la semana, la quincena y el mes, en el de las revistas. La característica esencial de este género es que resume la posición doctrinaria o política de cada empresa informativa frente a los hechos de interés colectivo.”²²

A diferencia de cualquiera de los demás géneros, el Editorial no aparece firmado. Sus conceptos son responsabilidad de la empresa periodística, que de esta manera expresa sus convicciones ideológicas y su posición política.

La elaboración de Editorial y del Artículo requiere de periodistas especializados. Articulistas y editorialistas deben tener, además de una vasta cultura, un amplio dominio del idioma, a fin se que la argumentación de cada uno de sus juicios sea tan sólida como las conclusiones que pretenden imponer.

²⁰ IBIDEM, Pág.45

²¹ IBIDEM, Pág. 45

²² Op Cit. Pág. 45

3.2 CLASIFICACIÓN DE LAS NOTICIAS

Si bien las noticias son tan variadas como la realidad, pueden ser calificadas por su relación con tres líneas generales.²³

- *Con la afirmación o negación de un hecho.
- *Con la consumación de un suceso.
- *Con la fuente que proporcionó los datos esenciales.

La afirmación o negación de un hecho no debe confundirse con la valoración que del mismo puede hacerse. Una noticia afirmativa no necesariamente es positiva, como una negativa puede no ser tal en su significado para un determinado público.

Por regla general, la noticia afirmativa tiene mayor impacto en los receptores.

La negativa, la que da cuenta de lo que no se hizo o dijo, tiene un tono aclaratorio propio del desmentido y rara su vez suscita el interés periodístico. Desde luego, existen noticias negativas de suma importancia.

“Respecto a la consumación del hecho existen tres categorías:

- Noticia de un hecho consumado:** La que se refiere a un suceso que ya ocurrió.
- Noticia de un hecho futuro:** La que anticipa un suceso que está por ocurrir.
- Noticia de un hecho probable:** Cuando se informa que “probablemente” o “tal vez” ocurra un suceso.

En relación con la fuente de donde surgieron los elementos centrales de la noticia puede hablarse de:

- a) **Noticia oficial**
- b) **Noticia Extraoficial**
- c) **Noticia de Observación Directa**
- d) **Noticia de Ambiente**

²³ Op Cit. Pág.50

Cuando una institución pública o privada se responsabiliza de la información que proporciona se está frente a una noticia oficial.”²⁴

La Noticia Oficial prescinde, por regla general, de un declarante, al menos en el primer párrafo o entrada del texto informativo. Lo más importantes, lo que más resalta, es el carácter institucional de la información. Tanto el informante como el comunicado pasan a un segundo término cuando el contenido de la noticia involucra a toda la institución.

Cuando un funcionario o empleado de una institución pública o privada proporciona una información confidencial pero autoriza su difusión, la noticia se vuelve extraoficial.

Por su mismo carácter, la noticia extraoficial suele ser menos relevante que las oficiales. En este caso, el reportero debe tener cuidado en confirmar la solvencia del empleado o funcionario que le dio la información y, al publicarla, de hacer resaltar el carácter extraoficial de la noticia. Según la magnitud del hecho, podrían generarse aclaraciones y desmentidos que pondrían en riesgo incluso la carrera de periodista, si no es que al existencia misma de su medio de información.

En la Noticia de Observación Directa pueden agruparse todas las demás noticias que el reportero atestigua de manera personal. De gran importancia son para esto las entrevistas: la mayoría de ellas se manejan como noticia.

Cuando no es un hecho sino una especie de atmósfera lo que se retrata, se está ante una Noticia de Ambiente, muy próxima al reportaje. Es el caso de las informaciones que tienen que ver con temporadas de vacaciones, de lluvias, de fiestas tradicionales, así como de crisis económica, desempleo y subempleo; de compras de pánico o de seguridad pública. En la Noticia de Ambiente caben las impresiones personales del reportero, pues no exige la objetividad extrema característica del común de las noticias.

²⁴ IBIDEM, Págs. 51-53

3.3 ESTRUCTURA Y ELEMENTOS QUE INTEGRAN LA NOTICIA

Los elementos que integran cualquier hecho noticioso reflejan:²⁵

- 1.- El Hecho: Qué ha sucedido.
- 2.- El Sujeto: Quién realiza la acción.
- 3.- El Tiempo: Cuándo sucedió.
- 4.- El Lugar: Dónde se llevó a cabo.
- 5.- La Finalidad: Para qué o por qué se efectuó.
- 6.- La Forma: Cómo se realizó.

“Las seis preguntas responden a las interrogantes que suele hacerse cualquier persona interesada en la información. La respuesta determina la amplitud de la noticia. No siempre es necesario responder a las seis; ello dependerá de las características de cada hecho noticioso, pero con frecuencia se responde por lo menos a cuatro. Con este mínimo de respuestas el receptor identifica rápidamente la noticia.

Es importante que el periodista sepa identificar cada uno de estos elementos y que acierte en la valoración de los mismos, pues a partir de la clasificación y valoración de estos elementos es como se elabora la nota informativa. Cualquier omisión o error en la recopilación de datos redundará en la calidad final del trabajo y, por tanto, en la comunicación con el público.

La valoración que realiza el reportero de los elementos que integran la noticia y el ordenamiento en función de esa valoración llevan implícita una determinada carga ideológica. Así, la simple omisión o postergación de uno de ellos o, por el contrario, el destacar otro, da al receptor un mensaje con determinado valor político-ideológico.

No basta, sin embargo, una correcta identificación y una valoración adecuada de estos seis aspectos fundamentales de la noticia para llevar al público un mensaje completo.

Al periodista, al reportero, se les exige una visión más amplia, más compleja del fenómeno sobre el que está informando (se requiere por ello una formación integral, que permita la incorporación de otros elementos – antecedentes, relaciones, repercusiones, referencias geográficas, históricas,

²⁵ LEÑERO, Vicente y MARIN, Carlos; Manual del Periodismo; Séptima Edición; México, D.F; Edit. Grijalbo; 1986; Pág. 57.

ambiente político y sociológico que permitan comprender en toda su importancia y trascendencia los hechos que se narran).”²⁶

La información de los hechos, pues, no excluye la información que el periodista ha asimilado en su desarrollo intelectual.

Sólo así se proporciona al público una información integral.

ESTRUCTURA DE LA NOTICIA

Las principales partes de que consta una noticia son:

Cabeza o titular
Sumario o secundaria
Entrada
Cuerpo
Remate

1. *“Las cabezas o titulares y sumarios o secundarias* son “el grito”, la llamada de atención con que los medios informativos anuncian la noticia. En los impresos, se presentan en caracteres de imprenta de mayor tamaño que la información propiamente dicha y recogen de ella lo más sobresaliente, lo de mayor impacto. El reportero nunca escribe las cabezas ni las secundarias. Hacerlo es tarea del Jefe de Redacción o de los “cabecadores” del diario o revista.

Para el reportero, la elaboración de una noticia comienza en “la entrada”, el párrafo inicial.

2. *La entrada*, conocida también con el nombre de lead; del inglés “to lead” (que significa introducir, conducir) es el primer párrafo, por lo común de cuatro a seis líneas de máquinas de setenta golpes, donde idealmente se da a conocer lo más sobresaliente del hecho. De este modo, el receptor que no pueda o no quiera asimilar la noticia completa, con leer la entrada queda enterado de lo que ocurrió. A veces es necesario que la entrada abarque una mayor extensión, pero siempre se agota en los primeros párrafos.

3. *El Cuerpo*, es el desarrollo de la noticia dada a conocer por la cabeza, los sumarios y la entrada. Ese desarrollo se realiza por lo general en orden decreciente de importancia. Lo más sobresaliente del hecho debe quedar siempre en la entrada; lo menos importante, hacia el final.

²⁶ IBIDEM, Pág. 58

4. *El Remate*, es el último párrafo de una noticia, y su característica central, aunque parezca paradójico, es contener un dato secundario pero concluyente, de tal suerte que al lector le parezca natural que allí termine la noticia que acaba de conocer. Desde luego, lo más importante de la nota informativa ya se habrá expuesto. El remate, entonces, tiene un valor secundario, de utilidad sobre todo estilística.²⁷

La entrada de la noticia

“Ya se ha dicho que la forma más frecuente como se presenta la noticia es la del orden de importancia descendente. La entrada, por lo tanto, contiene los más importantes elementos de la información, los cuales, por lo común, deben quedar expuestos en una extensión que va de cuatro a seis líneas de máquina, de sesenta golpes cada una. Siete a lo sumo (recuérdese la conveniencia de la concisión).

Es célebre la que para muchos estudiosos del periodismo fue la primera entrada noticiosa que se redactó. La escribió un corresponsal de la agencia informativa Associated Press.”²⁸

Las entradas que no especifican lugar de origen de la noticia ni fecha, se refieren a sucesos ocurridos en la ciudad donde se edita el periódico, y el cuándo está referido a la fecha en que aparece la publicación.

Las noticias que provienen de una ciudad distinta a la de donde se publica el diario –ya sea del mismo país o del extranjero- van anteceditas por el lugar de origen, por la fecha y, cuando son noticias proporcionadas por una agencia informativa, por el nombre de la agencia.

La entrada es la parte más importante del relato noticioso, de la elaboración, y también la más difícil.

²⁷ IBIDEM 58-60.

²⁸ IBIDEM, Pág. 60

Tienen que seducir al lector, persuadirlo para que continúe la lectura: atraerlo, informarlo. Por esto debe ser clara, directa y sencilla. Sobre todo, estructurada y escrita de tal manera que los demás elementos de la información resulten complementarios y/o anecdóticos.

La ventana de la entrada. No basta que la entrada conteste a las preguntas esenciales para decir que así cumple su cometido. Desde sus primeras palabras, la entrada debe llamar la atención del receptor, debe impactarlo. La entrada se dispara. Lo más singular, lo de mayor énfasis, el rasgo más interesante o más significativo debe “abrir” la información.

“Las palabras con que se inicia la entrada reciben el nombre de Ventana.

Cualquiera de las preguntas fundamentales que responde la noticia –qué, quién, dónde, cuándo, cómo y por qué- pueden utilizarse como ventana, según en cuál de ellos se localice el rasgo que el periodista, de manera razonada, quiera destacar para que la noticia tenga “punta”.²⁹

- ⇒ El **Qué** se utiliza como ventana en informaciones sobre acontecimientos de trascendencia, donde lo que pasó es más relevante que cualquier otro elemento.
- ⇒ El **Quién** es muy utilizado como ventana en noticias sobre declaraciones o actos que fincan su importancia de la persona o institución que las hace o lleva a cabo. Los grandes “personajes noticia” son a menudo ventana de la entrada porque en ellos el quién cobra significación.
- ⇒ Casi siempre el quién empleado como ventana facilita la redacción de la entrada y aun del cuerpo de la noticia; es el sujeto de la frase y, por construcción lógica, el sujeto va al principio.
- ⇒ El **Cuándo** casi nunca representa un rasgo de significación digno de aparecer como ventana. La mayor parte de las noticias tiene como denominador común el “hoy”, “ayer”, “anoche”, “esta mañana”, etcétera.
- ⇒ Casi siempre el cuándo se utiliza para noticias de realización futura.
- ⇒ Hay casos en que el cuándo merece la ventana de la entrada de manera indiscutible.
- ⇒ El **Dónde** se usa como ventana únicamente cuando el hecho es importante o significativo por el lugar donde se produce.
- ⇒ El **Cómo** se utiliza en la ventana, generalmente, cuando se reseñan acontecimientos vivos, presenciados por el reportero, y cuando los detalles humanos, la forma en que se produjo el acontecimiento, dan la clave de su significado.
- ⇒ El **Por qué** o **para qué** se utiliza en hecho o declaraciones cuyos móviles o razones requieren de una explicación para el público receptor, a fin de que pueda percibir la significación del acontecimiento.

²⁹ IBIDEM, Pág. 62-66

3.4. ESTILO Y LENGUAJE

“El **estilo periodístico** es la utilización del lenguaje para construir una realidad. No hay una definición exacta del concepto "Estilo Periodístico" porque hay tantos estilos como periodistas.” Lo que tenemos que tener claro es que vamos a utilizar nuestro estilo para cautivar al lector y para hacer que se lea toda nuestra noticia. En nuestra tarea como redactores, la palabra tiene un papel fundamental. Por ello, nuestro trabajo requerirá de un esfuerzo expresivo para encontrar la frase o la palabra más correcta en cada uno de los casos.”³⁰

El estilo es el conjunto de características o cualidad que diferencian y distinguen una forma de escribir de otra. El estilo es el sentido vital, la personalidad transferida al desarrollo oral o escrito del tema.

En tanto que la redacción y la gramática son instrumentos que sirven para lograr la mejor manera de expresar una idea, el estilo indica el modo -personal e intransferible- de hacerlo.

El estilo, por otra parte, exige la delimitación previa del tema a desarrollarse. En principio, noticia es todo acto de comunicación de un acontecimiento dentro de un tiempo y en un espacio territorial determinados.

Si no hay comunicación, si no se hace notar un acontecimiento, no hay noticia.

Sin embargo, no todos los acontecimientos son noticia. No son noticia aquellos acontecimientos que no tienen interés para los sectores, clases y grupos sociales o la sociedad entera, que está acostumbrada a la "cotidianeidad" de determinados hechos o acontecimientos. Pero esto que sucede en un lugar y que allí no interesa, puede ser de extraordinario valor "por lo inusitado", en otro lugar.

Lo mismo sucede en el manejo del tiempo, de la "actualidad noticiosa", del "uso del ayer, hoy y mañana" que debe tener en cuenta todo profesional de la comunicación de masas.

³⁰ MARTÍN VIVALDI, Gonzalo; Géneros Periodísticos; Primera Edición; México, D.F.; Edit. Prisma; 1986, Pág. 23.

La noticia es la publicación -hacer público o notorio- del acontecimiento actual en el lugar preciso que interesa. Ayer, hoy y mañana, son las únicas instancias de tiempo que valen en el periodismo moderno. Otro tipo de información es eso, información, pero no noticia.

3.4.1 ESCRIBIENDO TU PROPIO ESTILO

En nuestra búsqueda de la objetividad, hemos echado a perder nuestras informaciones. Igualmente, las hemos vuelto aburridas, llenas de datos, en las cuales las palabras, como los cables de los electricistas, fueron enredadas de tal forma que parecen bolsas de lodo cuando pudieron haber sido perlas". (Ralph McGill).

- Escriba con sentido de la historia. Hay un viejo chiste en periodismo: un reportero cubrió una inundación y empezó su nota describiendo a Dios parado en unas montañas viendo los estragos de la inundación. Su jefe, después de leerla, le dijo al reportero: "Olvídese de la inundación. Consiga una entrevista con Dios".
- Evite el uso de los adjetivos.
- Evite las palabras que terminan en "ando, iendo y mente".
- Evite el uso de cláusulas dependientes.
- Una idea por cada oración.
- Evite cualquier forma del verbo Ser o Estar.
- Ponga material enfático al principio y al final de un párrafo.
- Redacte de tal forma que sea muy difícil cortar la nota en cualquier parte
- Antes de escribir piense qué ángulo de la historia escogerá, qué citas debe utilizar y, lo más importante, qué es lo que le interesa del tema central.
- Absorba lo que es interesante y úselo.
- Cuando el primer párrafo es bueno, el lector siempre ve algo que lo atrapa. Para eso sirve básicamente la "pirámide invertida", es decir, colocar los hechos más importantes a la entrada (lead) de la nota e ir desarrollándola en el cuerpo y finalizar con lo menos indispensable.
- La garrafa es lo contrario de la pirámide, presente los acontecimientos en forma narrativa o cronológica, como si la noticia se diera como cuando se sirve de una botella.
- La narrativa directa casi no se usa en periodismo pues tiene la forma de una novela.
- El diamante es una de las formas de redactar más difíciles. Básicamente tiene una introducción narrativa que conduce al punto clave en donde se revela el tema principal, que a su vez lleva a la vieja "pirámide invertida".
- El huevo de ganso, es una historia que puede comenzar con una premisa a la que se puede regresar al final. Inclusive, el reportero, si tiene habilidad, puede colarse él mismo en la historia, sin entrometerse.

- ❑ No olvide que nada es peor que caer en los sobados formulismos o clichés. Sea original, aun con lo que no lo es.
- ❑ Un buen final es la forma que tiene el reportero de compensar al lector por haber leído toda la información.
- ❑ Un editor está dispuesto a sacrificar otros espacios para que una nota BIEN ESCRITA sea publicada completa.
- ❑ Simplifique, si no puede hacerlo, no podrá entender nada. Siempre hay palabras que pueden ser eliminadas e ideas que pueden ser condensadas.
- ❑ Teja el drama, no lo despedace. Idealmente, cada párrafo debe estar ligado al siguiente. No despedace la nota, que el lector no tenga que estar buscando en todos lados las diferentes ideas que le presente.
- ❑ La buena redacción es 20% instinto, el cual nace con usted al saber cómo hacer las cosas; 20% alma, sentimiento, pasión, sensibilidad; 10% experiencia, algo que tomará mucho tiempo conseguir, pero que será necesario para redondear una carrera, y 50% muchas ganas. Escribir, dijo alguien, es un acto de arrogancia.
- ❑ No distorsione los hechos. Las cosas pasan como pasan.
- ❑ Casi nunca debe utilizar el yo en sus informaciones periodísticas, a menos que cite a alguien más.
- ❑ Una de las formas de escribir con un sentido de la historia requiere que usted haga algo que sus lectores tengan una vista en cinemascopio de los eventos que suceden a su alrededor. El lector debe comprender que lo que está pasando está muy lejos de ser algo trivial.
- ❑ Recuerde: cada persona tiene por lo menos una buena historia que contar y quizá la mejor manera de decir cualquier historia -desde terremotos hasta peleas urbanas- es a través de la gente involucrada en ellas.
- ❑ Al escribir, mantenga su objetividad, pero no redacte una nota tan suavemente que no sea leída. Usted es reportero, no secretaria.
- ❑ No se involucre con los sujetos de la historia, pero dígame a sus lectores lo que vio que ellos hicieron.
- ❑ La vida es interesante por naturaleza. La apatía es algo que a veces nos envuelve. Los periódicos no deben ser la fuerza de la apatía.
- ❑ Las mejores historias suelen comenzar con una escena, pero cuidado, no se deje llevar por su "maravillosa" prosa y olvide los puntos que trata de establecer. Explique, pero no se sobrepase al hacerlo.
- ❑ El buen redactor periodístico es aquel o aquella que puede escribir una gran historia al igual que un asunto trivial e inclusive bobo.
- ❑ La clave para escribir intrépidamente es lanzarse. Vea lo que puede hacer y si lo puede lograr. Prepárese para fallar.
- ❑ Escuche con atención a sus editores. Los buenos editores respetan a los buenos reporteros.

3.4.2. EL BUEN PERIODISTA

* Para ser un buen reportero o periodista hay una regla sencilla: se debe estudiar y aplicar lo aprendido.

* Calcule que cometerá algunos errores y prepárese para aprender de ellos. El periodista que no se arrepiente de sus errores está en el camino del éxito. Pregúntese a sí mismo: "¿Esto es realmente lo que quiero hacer?".

* Cuando escriba cuestionese: "¿Qué supe verdadera y responsablemente de todo esto?".

* Los editores generalmente respetan a un reportero que puede escribir a máquina con facilidad y rapidez.

* Para obtener un puesto, usted necesitará organizar muy bien sus ideas y presentarse a sí mismo. ¿Tres condiciones indispensables?:

1).- Un resumen de sus actividades académicas y laborales.

2).- Una colección de recortes fotocopiados de sus notas publicadas, junto con cualquier premio que haya obtenido

3).- Una lista de personas que puedan dar buenas referencias de usted. Especifique las metas que desea alcanzar y, en general, lo que ha aprendido, pero resista la tentación de presentar TODOS los trabajos que le han publicado, seleccione los mejores, quizá seis u ocho de sus mejores artículos o reportajes.

* Para lograr buenas primeras impresiones al editor, hay que ser puntual, vestir correctamente y escuchar con atención (se puede tomar nota de todo lo que le diga su jefe)

* Es conveniente llevar un diario o un libro de notas. Allí puede registrar impresiones, dudas, experiencias, advertencias de editores y reporteros, nombres de nuevos contactos, números de oficinas y residencias. También puede anotar las diversas órdenes de trabajo.

* Hay que tener además iniciativa propia. Las órdenes de trabajo no vendrán solas hacia usted, hay que pedir las.

* Cada experiencia cuenta mucho para su progreso personal.

* Tenga cuidado con los boletines de prensa, pueden ser engañosos.

3.4.2.1 PROBLEMAS DIARIOS, ¿QUIÉN LOS RESUELVE?

* En información general hay que tener agudeza mental, curiosidad sobre todas las cosas y rapidez. Se puede echar mano de lo que se ha escrito al respecto en días anteriores. Hay que formular un plan, mantenerse constantemente en contacto con el periódico. El reportero de información general empieza el día sin saber dónde va a estar o sobre qué va a escribir. El editor le puede llamar sin previo aviso para escribir sobre cualquier asunto que surja.

* En notas de color, tome apuntes de lo que crea relevante. No se detenga nunca y hable con más de una persona.

* Aprenda a formar la entrada (o lead) de su nota en la mente.

* Atienda su propio "olfato" periodístico.

* El reportero de planta necesita reaccionar a tiempo ante cualquier cambio imprevisto en sus fuentes; debe buscar constantemente, además, algo excepcional. Usted sabrá dónde va a estar, pero no sabrá qué va a reportear.

* El reportero de asuntos especiales o en misión especial, debe empezar su trabajo ¡lo más pronto posible! Tendrá la ventaja de saber por adelantado dónde va a estar y el tema sobre el que va a escribir. Tiene tiempo para formular un plan de trabajo y escribir mejor su reportaje.

* Hay que saber cuándo mantener en secreto las fuentes de información.

* Recuerde: "Para cada problema hay una solución. Espere obstáculos y dificultades".

3.4.3. LA ÉTICA

* Dese tiempo para reflexionar: ¿Qué significa todo esto y quién soy yo para tratar este asunto?

* Recuerde: Todo lo que usted escriba, inevitablemente afecta la vida de alguna persona.

* Mucha gente confía en su profesionalismo y su honestidad.

* Objetividad: "Independiente, impersonal, sin prejuicios". Subjetividad: "Basado en prejuicios personales.

* En la era de la información, somos los árbitros.

* Para ser imparcial, pregúntese: ¿Le he dado a cada quien su lugar justo? ¿He revisado todas las variantes? Cuando concluya su información, vuelva a preguntarse: ¿Si yo fuera el lector confiaría en esta interpretación?

* Para ser imparcial, puede usar una lista de pasos:

- Apéguese a los hechos y cuando dude, atribuya.
- Nunca inserte su opinión personal.
- Sea discreto en el uso de adjetivos.
- Evite los señalamientos intrascendentes.
- Todo el que tenga algo que decir, merece una tribuna.
- Evalúe sus relaciones.
- Usted es un observador no un participante.
- Ponga atención a lo que digan sus editores.
- No se olvide de los niños, hasta los ladrones tienen hijos.

* Si su nota ofende a ambas partes de una disputa, probablemente habrá hecho bien su trabajo.

* Nunca, NUNCA, presuma que las cosas van a suceder de tal o cual forma.

* Usted no puede condenar sin evidencias.

* No incurra en difamación. Para evitarlo:

- Compruebe siempre los hechos, no asuma.
- Compruebe los hechos en diferentes fuentes.
- Prefiera los documentos.

- Considere nombres y direcciones como zona de peligro, escríbalos muy correctamente.
- Reproduzca correctamente los títulos de cada persona.
- Cuando tenga dudas, atribuya.
- En casos judiciales, arguya.
- Busque la otra cara de la moneda.
- En asuntos judiciales, apóyese en los expedientes.
- No se confíe de cómo escriben los policías.
- Sospeche hasta de su propio archivo.
- Es mejor ser ambiguo que claramente equivocado.
- Y recuerde, cualquier noticia puede ser una trampa para bobos.

* No empiece a recibir "embutes" o "chayotes". Usted estará más comprometido.

* Evite el sensacionalismo. Pregúntese: ¿Ofenderá la noticia los sentimientos del público? En otras palabras, ¿repugnará a una persona normal? Si es así, no la escriba.

* No tome ningún riesgo que su patrón no esté dispuesto a tomar por usted.

* Nunca mienta.

* Si usted imagina una broma peligrosa, guárdela para usted solo.

* No permita que sus bromas particulares lleguen al público o irriten la piel de un malhumorado editor.

* No utilice ninguna palabra obscena. Los periódicos están diseñados para el consumo de la familia.

* Usted puede retener información, pero tiene la responsabilidad de mantener bien informados a sus editores de lo que deben saber.

CAPITULO IV

CAPÍTULO 4. LA PRENSA EN MÉXICO

4.1 ANTECEDENTES

4.1.1. En el Mundo

El surgimiento del periódico, realmente corresponde a la época moderna, aunque algunos investigadores tratan de encontrar un origen remoto, con base en la escritura jeroglífica del siglo XVIII antes de Cristo, como antecedente prístino de nuestras fuentes habituales de noticias, o en el mundo romano, según lo trató de demostrar, Joseph-Victor Le Clerc, en su libro “Des journaux chez les Romains”, publicado en 1838, la verdad es que, el periódico, aunque no su consecuencia inmediata, fue posible gracias a la invención de la imprenta.

En el aspecto ideológico, el nacimiento del periódico obedece a la influencia del Renacimiento, que incita el interés del hombre por analizar, por conocer cosas nuevas.

Según el especialista Georges Weill antes de la invención de la imprenta se acostumbraba la noticia “escrita” de escasa difusión, por supuesto; de ahí en adelante existió la “noticia”, impresa, que por otros historiadores del periodismo, consideran como antecedente del periódico propiamente dicho. En Alemania por ejemplo, toma en seguida el nombre que acabará desguindando al periódico: se llama Zeitung. Estas hojas que tienen sólo un número y preparan los periódicos futuros, no son todavía periódicos. Eran los años del siglo XVII, en que otro entronizan la etapa moderna y otro sistema económico, complejo.

“El periódico nace pues con los albores del siglo XVII. Además de dos a tres ensayos rápidamente abandonados, el primero diario capaz de subsistir empezó en Inglaterra en 1702; no lo hay en París antes de 1777 y en los Estados Unidos antes de 1784. A los contemporáneos de Luis XIV y de Guillermo de Oranje, les bastaba periódicos que aparecieran cada semana. En Francia la “gazette” hebdomadaria – o sea el mismo nombre de la moneda de cobre, de se escaso valor, con que pagan a los vendedores cada ejemplar del semanario.”³¹

EL PRIMER PERIÓDICO EUROPEO.-En Francia apareció en 1633 la publicación periódica denominada “Nouvelles” considerada como el primer periódico europeo. “En 1664, el 8 de agosto, el Parlamento de la ciudad de París otorgó un privilegio a favor de Denis de Sallo, para publicar “Le Journal des Savants” cuyo primer número apareció el primero de enero de 1665. En Holanda

³¹ Caleidoscopio Histórico de la Prensa Internacional; LOPEZ DE LA PARRA, Manuel; Revista de Revista; Editora Semanario Excelsior, Pág. 42; 1991, No.4244; 3 de Junio.

aparece en 1656, el “Amberes Courant”. En 1645 comenzó a publicarse en Turín el periódico “I Successi dil Mondo”. En Rusia fue el zar Pedro El Grande quien fundó en Moscú el primer periódico del país. Uno de los periódicos rusos más importantes es el Novoie Vrenia (Nuevo Tiempo), fue fundado en 1868 y tuvo carácter nacionalista. Posteriormente fundaron los revolucionarios “Pravda” (Verdad), de tipo político y la “Izvestia”, principal periódico de información. EL diario Iskra (Chispa) y el periodismo mural, redondean buena etapa de la época revolucionaria de ese país. Mientras, que en Oxford, en 1865, se publica la “London Gazzette”.”³²

Respecto a prensa en lengua española aparece el “Diario de Barcelona” en 1792, cuando todavía España, detentaba su hegemonía en nuestro hemisferio. Después en 1789 con el desarrollo de la revolución industrial, periódico llega a ser en todas partes, menos en Europa, diario alejándose de la revista; se puede afirmar que el periódico y su actividad conexas –el periodismo–, se consolidan en la segunda mitad del siglo XIX, convirtiéndose en una empresa bien organizada.

En Londres en 1704 aparece “News Letters” considerado el primer periódico británico. En 1782 John Walter, funda el “Daily Universal Register” y en 1788, le cambió el título por “The Times”, que se ha mantenido sin interrupción hasta nuestros días . Es el más tradicional diario inglés con más de 198 años de historia. Pronto “The Times” alcanzó su más alto nivel de periodismo. En 1890 inició la publicación de sus famosos suplementos (literarios, pedagógicos, finanzas, comercio, etc).

“En Francia, el “Moniteur Universalle”, fundado bajo los auspicios de Napoleón, da el tono y los otros periódicos tienen que seguir su pauta. Sin embargo el diario francés moderno nació en los días de la toma de la Bastilla. “El Journal des Debats”, en 1807 se convierte en Journal de L’Empire. En la segunda mitad del siglo XIX, la prensa francesa participa en la transformación económica del periódico. “le Siécle”, llamado el periódico de los tenderos; “La Presse” se fundaron en esos años. “L’Opini3n Nationale”, “le Journal des Debats”, “Les Temps”, “Le Avenir National”, L’Union, La Gazzette de France y Le Monde eran los periódicos franceses de tendencia política encontrada.”³³

En España: La Época fundado en 1849, El Imperial en 1847; La Correspondencia de España en 1859, El Heraldo de Madrid poco después y en 1904, el ABC; mientras que El Sol, La Luz y El Debate en la segunda época de nuestro siglo. Otros títulos de periódicos de Barcelona son; El Vapor en 1833, El

³² Caleidoscopio Histórico de la Prensa Internacional; LOPEZ DE LA PARRA, Manuel; Revista de Revista; Editora Semanario Excélsior, Pág. 42; 1991, No.4244; 3 de Junio.

³³ IBIDEM, Pág. 43.

Telégrafo y el Correo Catalán en 1858, La Publicidad en 1877, La Vanguardia en 1887 y EL Noticiero Universal en 1895. En Roma apareció La Tribuna en 1883.

PULITZER Y HEARST.- “Medio siglo después entra en escena del periodismo norteamericano, los dos hombres que iban a darle al periodismo sensacionalistas, todo su impulso; Joseph Pulitzer y William Randolph Hears. Eran los días en que los avances técnicos derivados de la Revolución Industrial habían llegado impetuosos, originando la modificación de impresión como el caso del “New York Times” fundado en 1851 y el “Washington Post” que cambió su tendencia democrática en 1933 por su actual inclinación liberal.”³⁴

En el transcurso del siglo XX, la prensa alcanza su plena consolidación como medio de difusión y como instrumento para orientar a la opinión pública, convirtiéndose en grandes consorcios de poder e influencia.

Desde que se fundó la prensa diaria, en el curso del siglo XVII hasta finales del siglo XIX, en los principales países europeos y en Estados Unidos se fundaron 515 periódicos importantes, la mayoría ya ha desaparecido.

PRINCIPALES DIARIOS LATINOAMERICANOS.- “En las ciudades de Lima y Guatemala fueron las primeras localidades de nuestro continente donde registran hojas de noticias en el siglo XVI. En Argentina con la venida del virrey Nicolás de Arredondo el periódico “Gazeta de Buenos Aires” en 1799. En Venezuela “El Mercurio Venezolano”, “El Publicista” y “La Gazeta de Caracas”. En 1827 se edita en Chile “El Mercurio”. El Periódico más importante de época fue “El Comercio de Plata” que se publicó en 1845 a 1869.”³⁵

En Brasil apareció el primer periódico en 1808, el “Diario de Pernambuco”; en Cuba aparece en 1790 “El Papel Periódico”. El primer periódico que vio la luz en Montevideo fue “La Estrella del Sur” fundado en 1807.

En la India se puede citar el “Véngale”, de Calcuta; el “Madrás Mail”, “El Pionner” fundado en 1821.

Los periódicos como la vida del hombre nacen, crecen, se reproducen y mueren pero siempre surgen otros que van a recoger la bandera de la actividad que ha creado el ingenio humano y continuarán registrando para la historia los acontecimientos más relevantes que ocurran en el mundo.

³⁴ IBIDEM, PAG. 43

³⁵ IBIDEM, PAG. 44

4.1.2 EN MÉXICO

Hablar de la historia del periodismo en nuestro país, es remontarse al siglo XVIII. “Fue un primero de enero de 1722 cuando Juan Ignacio Castoreña y Ursúa (cuyo verdadero nombre era Juan Ignacio María de Castorena Ursúa Goyeneche y de Villarreal) oriundo de Zacatecas, fundó el primero periódico mexicano con carácter noticioso y periodicidad fija: La Gaceta de México, que incluía noticias de la Nueva España.”³⁶

Castorena y Ursúa, reconocido como el primer periodista del país, instaló sus oficinas en la esquina de las calles que hoy conocemos como Monte de Piedad y Tacuba en cuyo lugar en 1968 se descubrió una placa alusiva al tercer centenario del natalicio del escritor.

“La introducción de la imprenta en América en 1539, incitó a múltiples intentos periodísticos. Primero aparecieron las hojas de volantes (cuartillas sueltas de carácter informativo). La primera que apareció en México, se debe al impresor Juan Pablos –que fue quien trajo la imprenta- y anunciaba la relación del terremoto ocurrido en Guatemala en 1541; o sea mil 600 años después del antecedente más antiguo de la primera publicación periódica de noticias que se conoce en todo el orbe, que se rememora al año 59 a. De C., en el Imperio Romano se debió a Julio César.”³⁷

“Transcurrieron 181 años –entre 1541 y 1722-, lapso en el que aparecieron diversas publicaciones impresas de mayor o menor importancia, de entre las que destacó la edición del Mercurio Volante en 1693, obra de Carlos de Sigüenza y Góngora.”³⁸

En México al margen de quienes elaboraron los códices prehispánicos, existió también, el primer reportero, cronista o corresponsal de guerra como ahora se llamaría: Bernal Díaz del Castillo, cuya Historia Verdadera de la Conquista de la Nueva España, es primero antecedente de llamémosle “prensa” de la historia Hispanoamericana. No fue Bernal un periodista, claro, pero bajo las órdenes de Hernán Cortés era el relator de las noticias.

³⁶ Caleidoscopio Histórico de la Prensa Internacional; LOPEZ DE LA PARRA, Manuel; Revista de Revista; Editora Semanario Excélsior, Pág. 26-28; 1991, No.4244; 3 de Junio.

³⁷ Op Cit. Pág. 29

³⁸ Op Cit. Pág. 29

La aparición de la Gaceta publicada por Castorena fue interrumpida sin previo aviso en su sexto y último número, en el que se le cambió el nombre por el de Florilegio Historial del México.

Siguiendo la política editorial de su antecesor, "Juan Francisco, Sahagún de Arellano redacta y vuelve a publicar La Gaceta de México en 1728, con breves modificaciones esa segunda aparición duró hasta 1739, año en el que sufrió un nuevo cambio de nombre por el de Mercurio Volante.

En la segunda mitad del siglo XVIII, José Antonio Alzate se convierte en promotor del movimiento intelectual al editar en 1768 el Diario Literario, pero 20 años más tarde logra publicar su famosa Gaceta de Literatura en 1788, en ese tiempo vuelve aparecer la tercera Gaceta de México pero ahora bajo la batuta de Manuel Antonio Valdés .³⁹

Al culminar la época colonial en 1805, surge el nacimiento del diarismo nacional, al aparecer el primero de octubre el Diario de México que dirigió Don Carlos María Bustamante y Jacobo Villaurrutia. Este diario se convierte en el más importante periódico de su época.

El éxito de este diario propicia la aparición de otros, entre ellos destacó el primer periódico de provincia de la Nueva España El Jornal Económico Mercantil de Veracruz fundado en marzo de 1806 y se considera el más antiguo del estado.

Fue en 1810, cuando Miguel Hidalgo ocupaba la ciudad de Guadalajara cuando creyó oportuno editar un diario que combatiera las ideas de los españoles y para que a su vez difundiera la ideología del Independencia y fundó el 20 de diciembre del mismo año El Despertador Americano, diario insurgentes. Hasta 1812 se fundó El Ilustrador Nacional con el apoyo de Ignacio López Rayón, Andrés Quintana Roo y José María Cos, más tarde cambió su nombre a Ilustrador Americano.

"En 1812 no sólo prodigo en aparición de periódicos, sino el año en que se promulgó e hizo válida la Ley de Libertad de Expresión, con ello comenzaron la circulación de infinidad de periódicos El Pensador Extraordinario, El Papel Nuevo de Ahora, El Amigo de la Patria, El Juguetón, El Censor Extraordinario y otros.⁴⁰

³⁹ Op cit. Pág. 30

⁴⁰ Op Cit., Pág. 32

Más adelante, a pesar del golpe de estado dado por Santa Anna, la prensa federalista prosiguió su desarrollo, destacando la labor de Manuel Gómez Pedroza y José María Tonel. En 1839, se da una fuerte embestida a la prensa reformistas y encarcelan a Gómez Farías y otros.

A principios de la década de los "40's don Ignacio Cumplido funda El Siglo Diez y Nueve que apareció y desapareció varias veces y aun así duro 56 años hasta los tiempos del emperador Maximiliano."⁴¹

Con la importancia de la maquinaria tipográfica moderna en 1871, el periódico tiene mayor auge y aparece El Federalista con Justo Sierra y Manuel Gutiérrez Nájera.

En la época de Porfirio Díaz sobresalen El Hijo del Ahuizote, Restauración etc., y continuó la aparición de periódicos donde se escribió la Historia de México.

4.2. LA PRENSA: DEL PRIMER VOLANTE HASTA EL SIGLO XIX

A partir de 1521, con la Conquista, fueron destruidas las estructuras sociales ya desarrolladas y con ello también estructuras culturales y de los medios de comunicación.

"Ibarra de Anda documenta documento que aztecas y toltecas escribían noticias sobre papel de henequén. Estas, pegadas a palos, eran sostenidas en estatuas. Durante los 300 años de dominio colonial español, el sistema de información se orientó de acuerdo con las necesidades de los gobernantes."⁴² Las publicaciones periódicas de estos tres siglos estuvieron fuertemente impregnadas por la nueva religión y moral y sirvieron a la propagación de comunicados oficiales y disposiciones de los virreyes. Estos volantes y periódicos colonias se dirigían a un pequeño círculo de lectores.

Alrededor de 1536, el italiano Juan Pablos estableció en la ciudad de México la primera imprenta del continente y fueron libros de carácter religioso, además como ya se citó también imprimió el volante más antiguo de México titulado Relación del

⁴¹ Op Cit., Pág. 33

⁴² BOHMANN, Karim; Médios de Comunicación y Sistemas Informativos en México; Primera Edición; Edit. Alianza Editorial Mexicana;1989; Pág. 56.

Terremoto de Guatemala. En el siglo XVII las relaciones y los volantes vivieron un apogeo, en el siglo siguiente paso a segundo plano con la aparición de las primeras gacetas y mercurios.

Luego aparecieron La Gazeta de México y Noticias de Nueva España. De la época de la prensa colonia merece mencionarse el Almacén de Noticias que podría considerar el precursor de las actuales agencias de anuncios fundado en 1803.

“De ahí se desprende la gama de diversos periódicos que fueron aparecieron como el Diario de México, El Jornal Económico Mercantil de Veracruz, El Ilustrador Nacional, El Federalista Mexicano, El Pensador Mexicano; del lado conservador La Patria, El Universal, EL Pájaro Verde, La Voz de México.”⁴³

Durante la presidencia de Benito Juárez (1867-1872) la prensa mexicana disfrutó de grandes libertades. En los 70's surgieron los primeros periódicos obreros, El Socialista, El Hijo del Trabajo, La Comuna y La Huelga.

Mientras que durante el primer período de Porfirio Díaz –quien asumió la presidencia el 23 de noviembre de 1876- fue tolerante con la prensa. En los 80's, el gobierno, con sus primeros rasgos dictatoriales, aplicó estrictos controles sobre la prensa. “En el porfiriato no sólo se obligó a la prensa de oposición a callar por medio de la política de subvenciones, sin que también estaban en el orden del día las represiones directas como la clausura de las imprentas o la persecución de los periodistas. Entre las publicaciones reprimidas se encuentran El Demócrata, La Oposición y se persiguieron periodistas como Juan Panadero, Filomeno Mata, Diego Arenas Guzmán, Lucio Cabrera y los hermanos Magón.”⁴⁴

Pero también en ese momento surgieron periódicos nuevos y leales al gobierno como La Prensa y El Nacional, además también fundaron algunos en provincia.

Si bien los periódicos se seguían distribuyendo mayoritariamente por medio de suscripciones, a partir de mediados de los 80's se desarrollo como medio de distribución la venta en quioscos y en las calles. “Los periódicos todavía tenían un tiraje reducido debido a los elevados precios y al alto índice de analfabetismo. Con

⁴³ IBIDEM, Pág. 58

⁴⁴ IBIDEM; Pág. 60

el periódico moderno El Imparcial aumentó el público lector pues se venía a 2 centavos y otros a 6 centavos.”⁴⁵

4.3 EN LA ETAPA DE LA REFORMA

México es el gran laboratorio para el estudio del periodismo político. “La Prensa nace con la consumación de la Independencia y se crece hasta el advenimiento de la prensa industrial a fines del siglo XIX. Con diferentes matices, sigue hasta hoy con unos rasgos peculiares: en la mayor parte de los casos es un periodismo dependiente del poder.”⁴⁶

Estudiar la prensa en México es estudiar el poder mismo en toda su expresividad. El periodismo mexicano es un medio de comunicación del poder o contra el poder. Hay muchos países con periódicos subservientes del poder, pero pocos como en México.

Como bien dice en su libro Petra Ma. Secanella, “la libertad de expresión ha sido la meta de los periodistas mexicanos, que hasta hoy siguen demandando la plena capacidad para ejercer honestamente su profesión.”⁴⁷

Junto a la reforma política, la ley que reglamentara la comunicación social debía haber sido el logro del sexenio de López Portillo, lamentablemente no fue así. La reforma política salió triunfante, pero la reglamentación del artículo 6º. de la Constitución (derecho a la información) espera mejores tiempos.

En las palabras de uno de los periodistas más influyentes de los medios actuales, Manuel Buendía, los dos procesos han seguido distintos caminos. “La reforma política ya es para la actualidad, para el futuro inmediato y para la historia, la realización más importante del gobierno de López Portillo, porque se cuidó, con la precisión del detalle, con una estrategia en el tiempo y en el espacio.”⁴⁸

⁴⁵ IBIDEM, Pág. 66

⁴⁶ SENEALLE, Petra María; Periodismo Político en México; Primera Edición; México, D.F.; Edit. Prisma, 1980, Pág. 7

⁴⁷ IBIDEM; PÁG. 7, 8

⁴⁸ IBIDEM., Pág. 9

4.4 EN LOS AÑOS 70'S

La Prensa de los años sesenta está marcada por el “aperturismo” bien calculado de Echeverría para conseguir la categoría de izquierdistas y de líder del tercer mundo. Las cosas fueron bastante bien hasta que el osado presidente se encontró con las críticas del Excélsior. Las maniobras de Echeverría lograron la tempestuosa salida de Scherer y su grupo de la Cooperativa del Excélsior. Con ello se acaba la imagen de Echeverría respetuoso de la libertad de información y de expresión.

“Con José López Portillo como presidente siguió la apertura, hasta que al final se encontró con un caso bastante parecido al de Echeverría y con los mismos protagonistas: Scherer y Proceso, la revista que fundaron parte de los expulsados de Excélsior en 1976.”⁴⁹

“La transformación de la prensa mexicana desde los años 60 a los 70 es un hecho claro. En los 60's la prensa era abrumadoramente de derechas, de los siete diarios que habían en México sólo El Día podía considerarse de izquierdas, si bien dentro de la ortodoxia priísta. Con la aparición del proceso a finales de los años 70 y de Unomásuno, la publicación más importante de la izquierda tenían una cobertura asegurada.”⁵⁰

Proceso, la revista de Scherer, se constituyó rápidamente en una competencia informativa para los diarios. Se configuró como una revista de información y análisis.

Unomásuno, el periódico de izquierda pensante, es un producto ágil y manejable. Ha conseguido romper con una tradición centenaria y utilizar con eficacia el lenguaje coloquial.

La izquierda tiene también su espacio en el Excélsior de la última época. Los columnistas son en una proporción izquierdas, incluso militantes. El Universal también tiene columnistas de todos colores.

Los órganos de opinión constituyen una representación más realista del espacio político mexicano de lo que manifiesta el sistema electoral. De ahí el inevitable encononazo entre los medios escritos y los presidentes de la República. Es paradójico que lo que molesta a esos presidentes es precisamente

⁴⁹ IBIDEM; Pág. 41

⁵⁰ IBIDEM; Pág.42,43

la mejor demostración de que el sistema político mexicano puede recibir la homologación del democrático y pluralista.

4.5 LA SITUACIÓN DEL PERIODISMO EN MÉXICO (1989)

Utilizando los datos aportados por “Medios Publicitarios Mexicanos, S. A. De C. V., Tarifas y Datos”, se señala que para una población de 82 millones de habitantes, con un 15 por ciento de analfabetas, el número de periódicos que se edita es de 317, con un tiraje total diario de 11 millones 20 mil 496 ejemplares, lo cual es una cifra modesta, si se toma en cuenta los tirajes comprobados de los siguientes diarios de Estados Unidos, Inglaterra, Japón, Francia e Italia.

Comenzando con Japón, donde el “Asahai Shimbun, que se edita en Tokio, tiene un tiraje de 18 millones de ejemplares diarios, y sigue luego el Izvestia, de Moscú con 10 millones 500 mil. Mientras que el New York Times, tiene un tiraje de lunes a sábado, de un millón 22 mil 869 ejemplares; los domingos se eleva a un millón 589 mil 290. Del Daily News, su tiraje comprobado es de un millón 285 mil 869, de lunes a sábado; los domingos es de un millón 615 mil 38 ejemplares.”⁵¹

Pero debe recordar que en cada una de las ciudades norteamericanas, existe un periódico de información regional, local y nacional.

No obstante lo elevado de la edición del New York Times y Daily News, de ninguna manera presumen de ser voceros nacionales.

“La embajada de Estados Unidos, por conducto de su Departamento de Servicios Informativos, dio a conocer que Los Ángeles Times, tiene un tiraje diario de un millón 116 mil 334 ejemplares; el Washington Post, 769 mil 318; el Miami Herald, 416 mil 196 y el Chicago Tribune 715 mil 18.

En París se edita Le Parisien, que distribuye 422 mil 796 ejemplares, parecido a los tirajes de los periódicos del Distrito Federal, pero con la circunstancia de que la

⁵¹ VALENCIA RIOS, Alfonso; Apuntes del Periodismo; Primera Edición; Veracruz, México; Edit. Talleres Gráficos; 1991; Pág.427

capital de Francia no llega ni a la mitad del número de habitantes que tiene México.”⁵²

En nuestro país, los gigantes del tiraje se encuentran en el Distrito Federal, lo que se explica porque se trata de la urbe planetaria más grande, ya que cuenta con 20 millones de habitantes y en su zona de influencia hay 140 mil factorías de tipo grande, mediano y pequeño.

Siendo el Excélsior el de mayor tiraje seguido por El Herald, La Jornada, La Prensa, El Sol de México, El Nacional, Unomásuno, Esto, Diario de México, El Universal, Novedades. Es de suponerse que el mayor porcentaje del tiraje de estos periódicos se venden en el Distrito Federal, porque allí se encuentran el sostén por medio de la publicidad, no sólo del os periódicos sino también de las revistas. Llega también publicidad de provincia, pero en forma reducida. Pero como es el Valle de México donde se encuentran los núcleos empresariales, es allí donde se genera un volumen de miles de millones de pesos en publicidad.

⁵² IBIDEM, Pág. 428

CAPITULO V

CAPÍTULO 5. LA PRENSA EN VERACRUZ

5.1 PERIÓDICOS EN EL ESTADO

Hasta los años 90's en la entidad veracruzana existían 21 periódicos, 71 radiodifusoras y en televisión el Canal 4 Más de Jalapa y Telever en el puerto de Veracruz, sin embargo a últimas fechas resurgió con el nombre de RTV (Radio y Televisión de los Veracruzanos), así como la televisora OLMECA TV.

Los Periódicos Diarios son los siguientes:

- Diario de Sotavento
- El Mundo de Córdoba
- El Sol del Centro
- El Sol de la Cuenca
- Diario de Xalapa
- Gráfico de Xalapa
- Mundo de Xalapa
- El Sol Veracruzano
- La Opinión de Minatitlán
- Diario del Istmo
- El Mundo de Orizaba
- La Opinión de Poza Rica
- El Mundo de Poza Rica
- Eyipantla
- La Voz de la Huasteca
- El Dictamen, con su segunda edición La Tarde
- La Noticia
- Notiver
- La Nación
- Liberal del Sur

En los últimos años han aparecido el Diario AZ, Diario Política, Notisur, Orale, entre otros; no sin hacer de lado un sin número de semanarios que se crearon en los últimos años.

Los núcleos periodistas más relevantes se localizan en el puerto de Veracruz, Minatitlán, Coatzacoalcos, Poza Rica, Orizaba, Córdoba, porque es donde se encuentran los más importantes centros industriales y comerciales que son los que aportan con publicidad la existencia de los diarios.

“El número de páginas y la calidad de los mismos, está en relación directa con los centros comerciales que estén en funcionamiento, ya que son éstos los que permiten despliegue de páginas, inclusive de secciones especializadas, como el caso de El Dictamen, que tiene la más amplia red de corresponsales y cuenta con páginas de finanzas, agricultura, ganadería, dedicándole gran espacio a las informaciones y fotografías de las corresponsalías que funcionan en todas las poblaciones.”⁵³

Además la más importante base de circulación se funda en las vías de comunicación, y en este aspecto Veracruz es uno de los que tiene mayor kilometraje en carreteras y caminos vecinales.

Jalapa es el principal centro burocrático en todo el centro del Golfo.

Primero, las numerosas dependencias estatales y municipales que allí se encuentran, pero además porque todas las Secretarías del Estado tiene allí oficinas.

“En la Capital del Estado no hay industrias que valgan la pena, salvo la cafecultura, que ahí se concentra con fines de comercialización nacional e internacional. Pero siendo capital de un estado que tiene 207 municipios, cuenta con varios periódicos de circulación diaria, con gran número de lectores.”⁵⁴

Otro factor importante de Jalapa para la demanda de diarios, libros y revistas, es el alto nivel cultural de los habitantes.

⁵³ VALENCIA RIOS, Alfonso; Apuntes del Periodismo; Primera Edición; Veracruz, México; Edit. Talleres Gráficos; 1991; Pág.411

⁵⁴ IBIDEM, Pág.412

5.2 LA INDUSTRIA PERIODÍSTICA

El número de periódicos que se editan en el estado son más de 21 y el tiraje total asciende a 500 mil 700 mil ejemplares.

Los periódicos de mayor circulación, se encuentran en los núcleos urbanos y con gran desarrollo industrial, como es el caso del Puerto de Veracruz, en cuya zona de influencia se encuentran poderosas industrias.

En esta área demográfica industrial donde se edita El Dictamen, Decano de la Prensa Nacional, tiene como resultado una creciente publicidad que se maneja y que significa muchos millones de pesos diarios.

El formidable triángulo industrial Coatzacoalcos-Minatitlán-Cosoleacaque, es el otro centro periodístico que sirve a más de un millón de habitantes y a aún impetuoso comercio, que se alimenta fundamentalmente de los salarios que se pagan a miles de obreros, así como sueldos a técnicos, jefes de diversas dependencias, etc., pero además deber tomarse en cuenta su zona marítima, por la cual se realizan importaciones y exportaciones.

Ahí se edita Diario del Istmo, La Opinión de Minatitlán y ahora también el Liberal del Sur y algunos otros con menor influencia entre la población; y sobretodo que han surgido en las últimas fechas como NOTISUR y ORALE!!.

Sigue luego la capital del estado, Jalapa, donde radican los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, sin industrias, pero con más de medio millón de habitantes en su zona de influencia.

Son varios los diarios que se editan y tienen numerosa clientela, lo que permiten editar periódicos políticos, por el gran número de personas que están implicadas en una extensa cantidad de actividades burocráticas, no solamente en estado, sino las federales que se han establecido, como es el caso de INMECAFE, Delegación de Agricultura y Recursos Hidráulicos, Delegación de ANAGSA y otras oficinas.

Poza Rica de Hidalgo ocupa el tercer lugar como centro de periodismo, pues se editan tres diarios, que obtienen su publicidad de un sector comercial en expansión, como resultado de la refinería y de la planta petroquímica.

En San Andrés Tuxtla se edita el diario Eyipantla, con un equipo de gran calidad que se nutre de la publicidad de la extensa zona comercial que comienza en Lerdo de Tejada, los ingenios azucareros de San Francisco y San Pedro, continua con Santiago Tuxtla y luego Eyipantla, centro turístico de importancia.

Los tirajes de los periódicos del Estado de Veracruz, se vienen incrementando como resultado del desarrollo de la industria y el comercio, que son los determinantes en la publicidad, que a su turno les dan vida a los diarios.

Las extensas áreas rurales y semi rurales que tenemos en el Estado, no dan oportunidad de que surjan periódicos diarios, si acaso, semanarios.

5.3 LA CRISIS ECONÓMICA Y LA PRENSA

La prensa del estado de Veracruz, como la de todo el país, viene resintiendo las graves consecuencias derivadas de la crisis económica, que ha impactado a la edición de periódicos, manteniendo en unos casos, estacionarios los tirajes, y en otros reduciéndolos, por la exagerada carestía del papel y el encarecimiento de todos los servicios informativos, materiales, gráficos, películas, refacciones, cámaras fotográficas, etc.

El problema que para ampliar su tiraje tienen los periódicos de nuestra entidad, se ve constreñido por la miseria que reina en las áreas marginadas y rurales, y entre el sector obrero, porque adquirir un periódico para quien gana salario mínimo, resulta un enorme sacrificio.

“Se debe agregar a lo anterior, el alto porcentaje de analfabetas que existen, y que es aproximadamente de un 15 por ciento, pese a que las autoridades lo nieguen sistemáticamente.”⁵⁵

Analfabetismo y miseria constituyen barreras muy significativas para la expansión de los tirajes de periódicos, que por ello tienen sus principales centros

⁵⁵ IBIDEM, Pág. 430-431

de distribución en las áreas urbanas, donde el suelo de los obreros y empleados permite la compra de periódicos y revista.

Y sin olvidar que de una forma u otra los medios electrónicos han venido a desplazar a los periódicos.

5.4 LA PRENSA ACTUAL

El interés de la información está muy desarrollado en nuestro país. En contraste con lo que ocurre en otros países, donde un periódico es para cada familia, aquí, un diario es para varias, por el sistema de cadena amistosa de la lectura.

Para los fines de difusión de una noticia o para la publicidad, es preciso tomar en cuenta esta forma especial de circulación, que es tan peculiar en el medio.

En el estado de Veracruz existe una extensa variedad de periódicos de carácter regional y local, predominando los primeros, por la circunstancia de que hay áreas muy definidas en lo industrial y comercial, que constituyen el sustento de los medios impresos, a través de la publicidad.

Actualmente existen una variedad de periódicos en el estado de Veracruz, algunos oficiales otros izquierdistas.

5.4.1 PAPEL DEL PERIODISMO EN LA SOCIEDAD

Desde sus inicios, el periodismo ha sido parte fundamental de la sociedad y de todo lo que ocurre en ella. Gracias a él es posible saber algo de lo que sucedió en el pasado, a la vez que registra el presente y esboza el futuro.

Sin embargo, es en las últimas décadas donde el periodismo y los medios de comunicación han cobrado una importancia jamás pensada, convirtiéndose en un poder de magnitud similar al de la política y la economía, ello hasta el punto de que estas dos últimas, en algunas ocasiones, se han de plegar a lo que ha sido denominado "el cuarto poder".

Cuando se habla de la sociedad se habla, por extensión, de lo que el periodismo ha producido en ella, pues éste, al registrarla, al reflejarla, termina por dibujar sus contornos y los de los acontecimientos presentes y futuros, pues es debido a la información que el periodismo difunde que la gran mayoría de las personas toma una posición definida frente a los acontecimientos, los grupos y las personas.

Según esto, se hace imprescindible hablar de la ética del periodista; es decir, de su responsabilidad y de los principios con los que se supone que ha de actuar para no afectar negativamente el curso de los acontecimientos que narra; no obstante, esto no siempre ocurre, pues el periodismo se ha ido convirtiendo en una forma aparentemente transparente de escalar posiciones en la sociedad, de manipular situaciones y de alcanzar fines no siempre benéficos para la sociedad, los hombres y el mundo (claro está que lo anterior también depende de las leyes que, en cada país, regulan a los medios de comunicación).

Cabe aclarar que el papel del periodismo ¿y por tanto del periodista? en la sociedad, es el de crear conciencia sobre las diferentes situaciones que acontecen en pro de generar una mejor calidad de vida, así como advertir a la sociedad acerca de las posibles consecuencias que ciertas acciones pueden acarrear, a la vez que ha de procurar comunicar todas aquellas acciones que tienden hacia el bien común de las personas y del mundo.

En últimas, el periodismo ha de suministrar, a las personas y al mundo que las contiene, herramientas informativas y cognitivas suficientes para que las relaciones de los hombres con los hombres y las de éstos con el mundo se tornen, cada vez más, en relaciones de fraternidad, hermandad y generosidad.

Tanto el periodismo como los medios de comunicación cumplen un papel fundamental, pues es por intermedio de ellos que conocemos los hechos; de lo que se puede concluir que, puesto que lo que ellos digan, expresen o informen es lo que, al final, conocemos, es evidente que de su veracidad, transparencia y honestidad depende que el mundo que nos muestran sea el verdadero.

CAPITULO VI

6.1. HISTORIA.

NACE LA OPINIÓN DE MINATITLÁN

“... Don Manuel Rodríguez Olán, nació en la ciudad de Villahermosa, Tabasco el 9 de diciembre de 1897. Fue el onceavo hijo de una familia de 12



hermanos. Siendo estudiante, en su tiempo libre, trabajaba de ayudante en un restaurant oriental. Después trabajó en una imprenta atraído por el olor de la tinta y el papel. La edad de 15 años salió de Villahermosa y viajó a la ciudad de Coatzacoalcos, Ver., aquí consiguió empleo como vendedor de un mercado, posteriormente sigue su recorrido hasta llegar a Veracruz.

En el puerto se relaciona con trabajadores de los muelles. El mar lo atrajo y se decide a navegar. Primero fue a Tijuana, después a San Francisco, navegando por el pacífico hasta conoce el mundo; así visitó Grecia, Rusia, Japón, Australia, China, Hong Kong y Shangai. De este modo también viajó a Sudamérica, a ciudades como Argentina, Chile, Brasil y el Caribe.

Más tarde llegó a Estados Unidos y vivió en Nueva York, donde trabajo en una fábrica de calcetines, mudándose después a estado de Alaska, donde trabajo en una fábrica de salmón.

Al volver a México, trabajó para El Universal y después de adquirir experiencia, retornó a Veracruz, entró a trabajar a El Dictamen; durante su servicio en esta empresa estalló una huelga en la que ganaron los que se sublevaron, por haber apoyado a la empresa tuvo que dejar este periódico.

En el año de 1930 llegó a Minatitlán y le gustó, por lo que decidió establecerse en este lugar y fundó el semanario “La Razón” asociándose con el señor Juan García. Este periódico duró sólo 3 ó 4 semanas y hubo 3 ejemplares.

Finalmente, el 9 de agosto de 1934 fundó el sólo y con 500 pesos de aquella época el periódico “La Opinión”, ubicado en la calle de Iturbide No. 23.” (1)



En el mes de junio de 1936, Don Manuel Rodríguez Olán contrae matrimonio con la señorita Hermila Jara Rocha con quien procreó seis hijos: Hiram, Renán, Mireya, Javier, Manuel y Rolando.

“ Hiram, por ser el mayor asumió la dirección del diario el 8 de enero de 1983 y Rolando como Subdirector; sin embargo con el paso del tiempo este deja la Subdirección la cual fue asumida por su hermana Mireya.

Pese a que don Manuel Rodríguez recayó por su enfermedad siguió pendiente del buen funcionamiento del diario “La Opinión de Minatitlán” hasta su fallecimiento el 12 de diciembre de 1989”. (2)

Por su parte la señora Hermila Jara de Rodríguez una mujer emprendedora y trabajadora desde sus inicios de periódico ha trabajado intensamente en éste ocupando el puesto de cajera, sin embargo los años y su enfermedad lograron que dejará la administración del diario y la ausencia de su querido esposo llevaron a su muerte el 28 de julio del 2003.

1. VALENCIA RIOS, Alfonso; Historia del Dictamen pp11

2. Periódico “La Opinión de Minatitlán”; No. 897; publicado el 17 de mayo de 1940. p.3

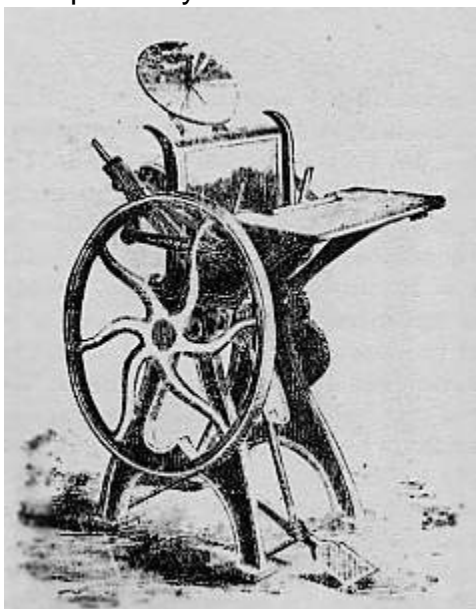
6.2 FASES DE LA “LA OPINIÓN DE MINATITLÁN”.

El primer número del periódico “La Opinión de Minatitlán” aparece el 19 de agosto de 1934, el cual fue impreso en tamaño tabloide en los talleres propiedad de su fundador Don Manuel Rodríguez Olán.

A principios de la década de los años 30's, la ciudad de Minatitlán carecía de energía eléctrica por lo que ésta se encontraba en un verdadero atraso. A la falta de este servicio, el dueño del periódico comenzó a realizar las gestiones pertinentes para introducir dicho servicio.

En el primer ejemplar de “La Opinión de Minatitlán”, aparece el titular principal con la leyenda: “Ya hay luz en Minatitlán”.

Las gestiones realizadas por Don Manuel Rodríguez, tuvieron el éxito esperado y las calles de la ciudad contaban con alumbrado público; sin embargo, los talleres del periódico no contaban todavía con este servicio, pero eso no fue un impedimento para que no siguiera publicándose.



“Por la falta de energía eléctrica y sin contar con adelantos tecnológicos, sólo poseían una prensa pedal y el método de composición a mano (tipos movibles). Esta prensa por varios siglos fue y es utilizada por los impresores, misma que es accionado por un pedal con movimientos que ejecuta el hombre con su pie de arriba abajo sin perder el ritmo.

El sistema de impresión de estas máquinas se considera rudimentario, la composición que se desea imprimir se coloca al centro de la prensa con los tipos hacia atrás. El papel se aprieta con las manos contra la prensa y los tipos pintados se ponen en contacto y para que queden impresos la presión se ejerce con la mano.

El movimiento que se realiza con el pedal sirve para imprimir varios ejemplares del mismo tipo” (3)

El Diario fue registrado como artículo de segunda clase el 15 de agosto de 1934, y en sus número iniciales; el primera edición publicó su edición de lunes a sábado con cuatro páginas y se vendía al público en 5 centavos, en tanto que la edición dominical aumentaba por el suplemento que contenía 2 páginas más, por lo que aparecía con 6 cada domingo y su precio se duplicaba a 10 centavos.

3. Archivo del periódico “La Opinión”.

Mientras que en su estructura desde su primer ejemplar hasta nuestros días es tipográfica, en el transcurso de estos 69 años los adelantes técnicos han ido poco a poco cambiando tan sólo la impresión de sus notas informativas, fotografías y publicidad.

Como ya se mencionó, “el primer ejemplar de “La Opinión de Minatitlán” fue el 19 de agosto de 1934 en formato tabloide, pero dos años después da un gran salto pues su formato pasa a estándar. Por lo regular los periódicos con pocos recursos inician su actividad con el formato tabloide y al consolidarse económicamente optan por el formato estándar”. (4)

AGENCIA NOTICIOSA A.C

“.. El 17 de mayo de 1940 “La Opinión de Minatitlán” anunció su suscripción a la A. P. The Associated Press (Prensa Asociada). La Agencia Informativa más grande que proporcionaba al periódico de Minatitlán las noticias sobre los acontecimientos nacionales y mundiales.”

“Teniendo en cuenta las múltiples erogaciones que se necesitan hacer para introducir los servicios de agencias informativas, el precio de cada ejemplar costo a partir de esa fecha 10 centavos. Esta alza nada significa para los grandes benéficos que aportará al a región”. (5)

Mientras que en cuanto a material fotográfico “.. la recepción de fotografías en los años 40's se hacía mediante el transporte aéreo de la ciudad de México a Minatitlán por la falta de equipo receptor de imágenes, mientras que las noticias las recibían por vía telegráfica”. (6)

DEJAN LA PRENSA PEDAL

La prensa pedal es abandonada en 1945, al ser sustituida por una prensa plana accionada por energía eléctrica que sirvió para modernizar el proceso de impresión pues de esta manera se pudo imprimir con mayor velocidad los ejemplares.

Según el método de la prensa, la tinta se traslada de una superficie saliente del papel. Es semejante al estampado de tipos de goma; las letras están en relieve y hacia atrás. Cuando se aprieta el tipo contra la tinta y sobre el papel, la imagen queda trasladada a éste.

4. Archivo del periódico “La Opinión”.

5. Periódico “La Opinión de Minatitlán” No. 897 publicado el 17 de mayo de 1940, p3.

6. Periódico “La Opinión de Minatitlán”, No. 1051, publicado el 14 de noviembre de 1940; p1.

En las prensas primitivas, la letra se fundía de un molde en relieve y con los tipos hacia atrás. El papel se apretaba a mano contra la prensa y los tipos pintados de tinta se ponían en contacto con ésta en virtud de la presión de una platina operada a mano, de ahí que se llame prensa.

Hay tres clases de equipo moderno de prensa: la platina, el cilindro y la rotativa. La platina imprime juntando dos superficies planas. En la de tipo de concha, la platina oscila contra una forma en posición vertical, sujeta al carro de prensa por una abrazadera. El cilindro rueda sobre la forma; el papel que está sujeto al cilindro como unas uñas, es llevado contra la prensa y la forma. El carro se mueve atrás y adelante en su carril y al dar la vuelta el cilindro, la forma avanza con éste.

LUDLOW, MAQUINA TITULADORA

El progreso técnico del periódico “La Opinión de Minatitlán” continuó en 1948 al comprar la máquina tituladora de nombre Ludlow, mejor conocida en el argot tipográfico como la “Lulú”.

Esta es una combinación de composición a mano y a máquina. Se ordenan en “gabinetes” los distintos tamaños y estilos de matrices, para el manejo del tipógrafo. Las matrices se arman a mano en la barra y la línea se aprieta con un tornillo de orejas y se coloca en su sitio. Se pasa después a una máquina fundidora y a los pocos segundos queda vaciada la línea. Después de utilizada para imprimir, el metal se vuelve a fundir y a usar para otro trabajo. El método ludlow permite una reproducción perfecta y limpia, porque utiliza un nuevo tipo para cada trabajo.



Es un sistema rápido, porque se tarda poco tiempo en redistribuir los tipos de las formas muertas o en recoger los de las formas verticales o cerradas. Aunque esta máquinas funden tipos de tamaños pequeños, generalmente se consideran a propósito para encabezados o titulares grandes y se empelan mucho en los periódicos y revistas.

COMPOSICIÓN A MANO

La composición de tipos a mano era el método más común para imprimir cualquier texto de lectura, que es el invento de Guttember. Este hasta la fecha se sigue usando pese a los nuevos métodos.

“La Opinión de Minatitlán”, empezó sus actividades periodísticas con dicho método el cual dejan de utilizar en 1950, cuando adquieren el linotipo.

Se puede decir que ésta es la etapa artesanal de la historia del periódico, por estar hecha a mano.

Este método de trabajos se realiza de la siguiente manera: el tipógrafo saca los tipos de la caja y los coloca uno a uno en una bandeja de metal conocida como galera, las líneas de texto se leen de izquierda a derecha, sólo que están boca abajo y el impresor va al revés para poderse leer.

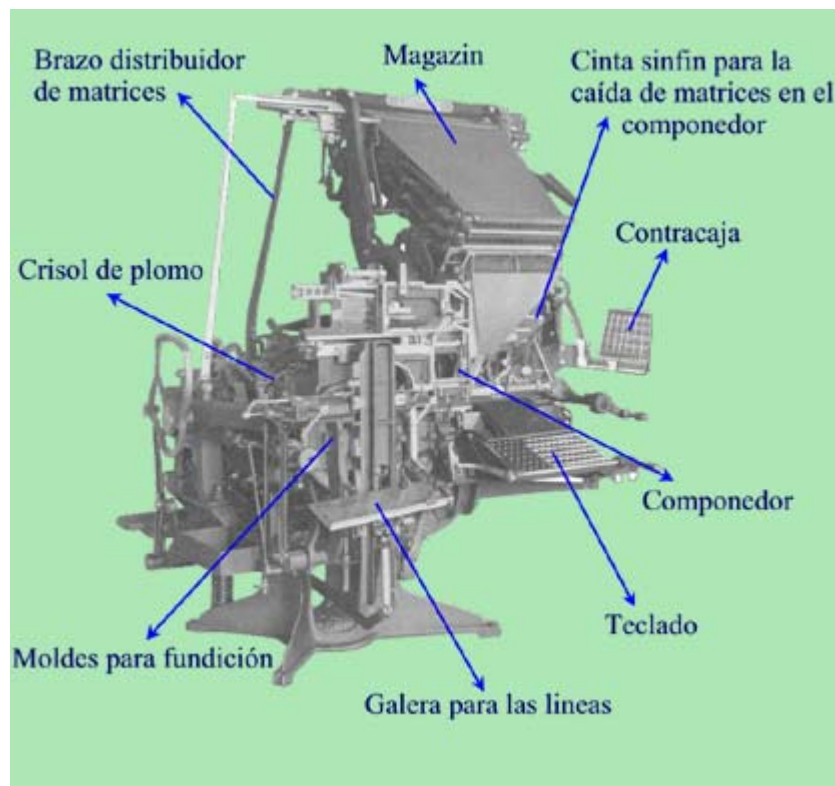
Las ventajas de este método es que la composición a mano permite un buen espaciado y una gran libertad en el diseño de una página de lectura. Es un método muy lento y caro, pero de gran eficiencia, estética y legibilidad.

Los errores se corrigen fácilmente y el tipo puede utilizarse de nuevo.

EL LINOTIPO REVOLUCIONA LA INDUSTRIA EDITORIAL

“La Opinión de Minatitlán” al adquirir en 1950, el primer linotipo, logra revolucionar sus métodos de impresión por la rapidez que ofrece esta máquina.

El linotipo, aunque en la actualidad ha dejado de ser de uso común, en algunos talleres de impresión se continúa usando. Esta máquina tiene como ventaja el fundir renglones enteros de tipos en sendas de barra y distribuye las matrices para una nueva composición.





El Operador maneja un teclado parecido al de la máquina de escribir, que controla la entrega de las matrices; cuando se oprime una tecla se libera la matriz correspondiente, que cae en el recogedor, equivalente al que utiliza el componedor a mano. Cuando la línea está terminada, las matrices se sueltan, ajustan, funden y distribuyen automáticamente. Mientras ocurre esto, el linotipista procede a componer las líneas siguientes.

Pese a la rapidez con que se opera, tiene una desventaja, cuando se comete un error, es preciso hacer toda la línea.

TELETIPOS A CORTA DISTANCIA

Con el mismo objetivo de proporcionar siempre un mejor servicio noticioso a su público, la dirección de este diario en 1950, contara el servicio de un teletipo a la Secretaría de Comunicaciones y Transporte para recibir la información de la Agencia A.P.

SE IMPRIME EN ROTATIVA

Ante la necesidad de imprimir un mayor número de ejemplares en menos tiempo, en el año de 1972 el señor Manuel Rodríguez Olán viajó a Alemania en donde anualmente se exhiben las modernas rotativas que cuentan con los nuevos avances tecnológicos y fue aquí donde adquirió la rotativa Harris que hasta la fecha continúa usando.

Cabe señalar que técnicos alemanes, en su momento, viajaron a Minatitlán para encargarse de su instalación, logrando así una mayor calidad en la impresión misa que se torna clara y nítida, lo que redundo en beneficio para el lector.



La rotativa es una de las tres clases equipo moderno de prensa, además de la platina y el cilindro. Esta es particularmente eficaz por la rapidez con que trabaja y la economía representa a la larga. Por el método de la rotativa, la impresión se hace a base de planchas curvas enrolladas en los cilindros.

El material impreso es llevado sobre un cilindro giratorio, mientras el otro que también gira, imprime el papel sobre la plancha. El entintado se realiza por medio de un rodillo que está en contacto continuo con el cilindro de la plancha.

El procedimiento de la prensa permite reproducir el tipo más destacado y limpiamente que cualquier otro y constituye un medio excelente para lograr impresos a media tinta y a color.

LA OPINIÓN DE MINATITLAN CONTRATA SERVICIO DE NOTIMEX

El contratar los servicios informativos de la Agencia A.P. encarecería los costos de producción de la empresa periodística “La Opinión de Minatitlán” por lo que se decide en 1975 solicitar los servicios de la Agencia Mexicana NOTIMEX, lo que hace que dichos costos disminuyan considerablemente.



La adquisición de este nuevo servicio no impidió que el público de este diario dejara de estar bien informado, porque está proporciona noticias del día acontecidas en el país recogidas por su extensa red de corresponsales, de igual manera proporciona noticias sobresalientes de diferentes partes del mundo por contar con personal en varios países, también se cuenta con la información que se genera diariamente de la agenda de trabajo del primer mandatario del país.

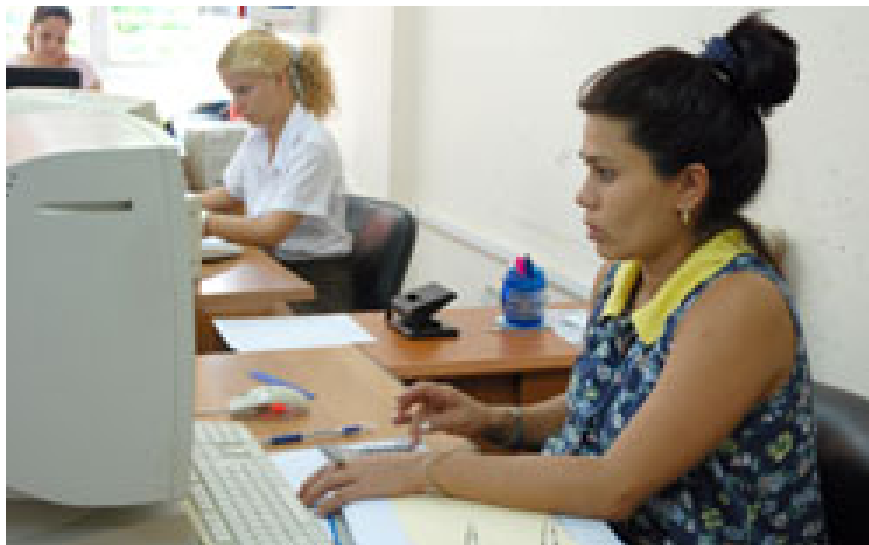
NOTIMEX también ofrece información para las diferentes secciones del periódico que van desde hechos deportivos, culturales, financieros, científicos, entre otros.

IMPLEMENTAN EL USO DE COMPUTADORAS

En 1978 marca un período de avance tecnológico por demás importante: Al entrar “La Opinión” a la era de la computación, modernizando el sistema de procesar la información, de esa forma el uso de las computadoras desplaza

En los años 60's se adquiere el equipo radiofoto para recibir el material gráfico que comienza a publicarse.

En la década de los 80's, adquiere el moderno equipo llamado fax, también por vía telefónica recibían información. Con precisión fue en 1985 el periódico local procuraba estar a la vanguardia de los adelantos técnicos.



En los últimos años “La Opinión de Minatitlán” a podido informar a sus lectores de las noticias nacionales e internacionales porque cuenta con suscripción a la Agencia Informativa NOTIMEX”; mientras que las fotos son adquiridas a esta misma empresa de noticias o en ocasiones son tomadas de páginas de internet.

Así también se abastece de información nacional de agencia de noticias como EL UNIVERSAL; mientras que también le proporcionan material agencias noticiosas del estado de Veracruz.

6.3. A 75 AÑOS Y SIN CAMBIAR SU FORMATO

El Diario La Opinión de Minatitlán lleva 75 años interrumpidos informando a la ciudadanía minatitleca, un periódico que ha tenido como objetivo informar de los hechos más relevantes a la población.

Sin embargo, a 75 años de su surgimiento, es realmente admirable que no ha cambiado su formato, continua imprimiéndose en blanco y negro con 12 páginas de lunes a sábado; mientras que el domingo sólo son 8 páginas y aparte se imprime un suplemento dominical que contiene eventos sociales.



Actualmente, el Director Hiram Rodríguez Jara, hijo mayor de fundador Manuel Rodríguez Olán, el ha mantenido el mismo formato del periódico con 12 páginas, con un costo al público de 4 pesos.

6.4 SU INFLUENCIA Y VENTA

De acuerdo a la información proporcionada por personal del Diario La Opinión de Minatitlán, hace todavía 15 años tenían un tiraje de 8 mil periódicos diarios, sin devolución alguna, pero en la actualidad ha disminuido a 4 mil ejemplares, de la misma manera sin devolución alguna.

“Un método que se lleva a práctica en La Opinión desde hace muchos años y que implemento su fundador Manuel Rodríguez, es que, periódico que saliera de aquí tenía que ser vendido y no haber devolución por parte de los voceadores”, dijo la encargada de la imprenta y distribución Norma Green quien lleva 18 años trabajando en esta empresa.

Detallando “actualmente se trabaja igual, desde las 05:00 de la mañana que sale el tiraje llegan los voceadores a buscar el periódico y se llevan los que consideran que venden, porque en ese mismo momento lo tienen que pagar y por supuesto si un voceador se lleva 80 ejemplares es porque los vende, de lo contrario no tendría su ganancia”.



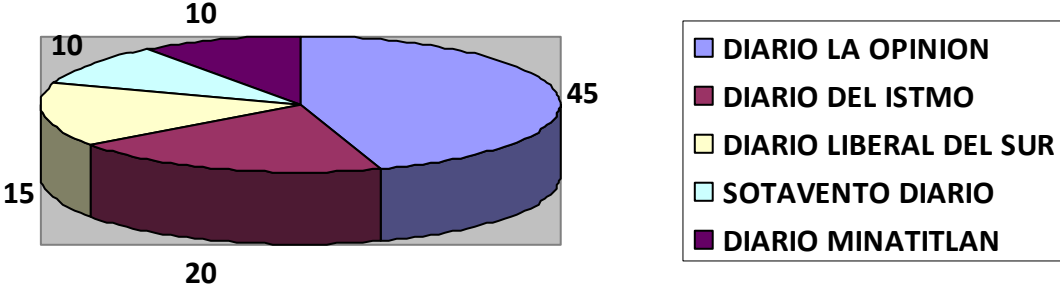
Sin embargo, este fenómeno del Diario La Opinión tiene muchos complementos que hacen que sea hoy en día el periódico de mayor circulación en Minatitlán, sin ser superados por los de reciente creación como el Sotavento Diario y el Diario Minatitlán; incluso ni los medios regionales como Diario del Istmo y

Diario Liberal tienen una circulación de 3 mil 500 periódicos diarios en Minatitlán, mientras el resto unos son enviados a las oficinas de Gobierno del Estado, a dependencias de la paraestatal de PEMEX, y otro tanto a los municipios vecinos de Cosoleacaque y Zaragoza.

Esto ha llevado, que el Diario La Opinión de Minatitlán sea para muchos la fuente oficial y por sus años, se ha caracterizado por dar las versiones oficiales de los gobiernos estatales y municipales, además de dependencias, organizaciones e instituciones escolares, teniendo una credibilidad en su información.

Otro factor que hace a este periódico el más vendible y confiable, es que maneja todas las esquelas de las personas que fallecieron el día anterior, sin excepción alguna, incluso más de uno de los lectores lo ha expresado “ahí nos enteramos quienes mueren en Minatitlán”.

En un muestreo realizado a 100 personas de diversos puntos de localidad, coincidieron que un 45 por ciento adquieren La Opinión, mientras que el otro 55 por ciento está distribuido en otros periódicos, sin importar que los otros ofrezcan más páginas, color e información de la zona sur.



6.5 DISTRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN EN SECCIONES

6.5.1. PRIMERA PLANA:

De acuerdo al formato que se ha manejado desde hace años, en la primera plana manejan alrededor de 12 a 14 notas nacionales, las más importantes, únicamente se colocará una nota local en primera cuando sea de gran relevancia.

Por ello de las más de 600 notas diarias que pueda enviar NOTIMEX u otra agencia informativa, el Jefe de Información debe utilizar su criterio y elegir las principales notas nacionales para primera plana, misma que vienen mayor explicadas o el complemento de la nota hasta la página 10.



6.5.3 SECCIONES SOCIALES Y ESPECTACULOS:

SOCIALES

Editorial

En grande celebra Ayuntamiento de Minatitlán a las madres

El Ayuntamiento de Minatitlán celebró el día de las madres con un programa que incluyó la entrega de becas a las madres de familia de los alumnos de la zona. El programa se realizó en el salón de actos del Ayuntamiento, donde se entregaron un total de 2,000 becas a las madres de familia de los alumnos de la zona. El programa fue encabezado por el alcalde Ignacio Trujillo Cortés y contó con la presencia de los regidores y los funcionarios municipales. El programa se realizó en un ambiente de alegría y respeto por el día de las madres.

En grande celebra Ayuntamiento de Minatitlán a las madres

El Ayuntamiento de Minatitlán celebró el día de las madres con un programa que incluyó la entrega de becas a las madres de familia de los alumnos de la zona. El programa se realizó en el salón de actos del Ayuntamiento, donde se entregaron un total de 2,000 becas a las madres de familia de los alumnos de la zona. El programa fue encabezado por el alcalde Ignacio Trujillo Cortés y contó con la presencia de los regidores y los funcionarios municipales. El programa se realizó en un ambiente de alegría y respeto por el día de las madres.

SOCIALES

En grande celebra Ayuntamiento de Minatitlán a las madres

El Ayuntamiento de Minatitlán celebró el día de las madres con un programa que incluyó la entrega de becas a las madres de familia de los alumnos de la zona. El programa se realizó en el salón de actos del Ayuntamiento, donde se entregaron un total de 2,000 becas a las madres de familia de los alumnos de la zona. El programa fue encabezado por el alcalde Ignacio Trujillo Cortés y contó con la presencia de los regidores y los funcionarios municipales. El programa se realizó en un ambiente de alegría y respeto por el día de las madres.

En grande celebra Ayuntamiento de Minatitlán a las madres

El Ayuntamiento de Minatitlán celebró el día de las madres con un programa que incluyó la entrega de becas a las madres de familia de los alumnos de la zona. El programa se realizó en el salón de actos del Ayuntamiento, donde se entregaron un total de 2,000 becas a las madres de familia de los alumnos de la zona. El programa fue encabezado por el alcalde Ignacio Trujillo Cortés y contó con la presencia de los regidores y los funcionarios municipales. El programa se realizó en un ambiente de alegría y respeto por el día de las madres.

Estas son las secciones más sencillas, pues como su nombre lo dice y es muy común en todos los periódicos ya que publican reuniones, fiestas y demás; normalmente son espacio pagados por aquellas personas que tienen interés en difundir sus reuniones.

Mientras que en espectáculo es información generada en el ámbito artístico, así como las notas más sobresalientes de la farándula.

SOCIALES

Continúa Manuel Saval en estado crítico tras operación en arteria

Manuel Saval continúa en estado crítico tras la operación que se realizó en su arteria. El paciente se encuentra en el Hospital General de México, donde se realizó la cirugía. El estado del paciente es grave y se espera que continúe en estado crítico por algunos días más.

Continúa Manuel Saval en estado crítico tras operación en arteria

Manuel Saval continúa en estado crítico tras la operación que se realizó en su arteria. El paciente se encuentra en el Hospital General de México, donde se realizó la cirugía. El estado del paciente es grave y se espera que continúe en estado crítico por algunos días más.

ESPECTACULOS

Chris Brown niega haber filtrado fotos de Rihanna desnuda

Chris Brown niega haber filtrado las fotos de Rihanna desnuda que se hicieron públicas. Brown afirma que las fotos fueron filtradas por un tercero y que él no tiene nada que ver con ellas. Rihanna también ha expresado su desconfianza hacia Brown.

Susana Alexander, el Teatro lleva nombre de Mujer

Susana Alexander, una destacada actriz mexicana, llevará el nombre de un teatro en la ciudad de México. El teatro se llamará 'Teatro Susana Alexander' y se inaugurará próximamente. Alexander es una de las más importantes actrices de México y su legado será honrado con este nombre.

Muere padre de Alexis Ayala, de causas naturales

El padre de Alexis Ayala falleció de causas naturales. Alexis Ayala es un actor mexicano conocido por su papel en 'El Chapulín Colorado'. Su padre falleció tras una larga enfermedad.

Protagonizará el español Antoni Banderas el filme 'The big bang'

Antoni Banderas protagonizará el filme 'The big bang'. Banderas es un actor español conocido por su papel en 'The Hitman's Bodyguard'. El filme será dirigido por uno de los mejores directores de México.

6.5.4 SECCION INTERNACIONAL

Al igual que la información nacional, aquí se tienen que escoger alrededor de 8 notas internacionales, por supuesto las más importantes.

Esto ha llevado, a que los lectores tengan un mayor interés porque en el Diario La Opinión de Minatitlán, pese a que es un periódico en blanco y negro vienen toda la información nacional o internacional de manera resumida. Además de reconocer que hoy en día los medios electrónicos han desplazado a los medios impresos, claro que en un periódico se encuentra la información más detallada.

MARTES 12 DE MARZO DE 2009

INTERNACIONAL

PAGINA 9

Levanta la voz Benedicto XVI contra quienes niegan el genocidio nazi

Jerusalén, Israel, 11 de marzo. El papa Benedicto XVI rinde homenaje a los seis millones de víctimas judías del holocausto en el Museo del Holocausto de Jerusalén.

El papa Benedicto XVI se levantó la voz contra quienes niegan el genocidio nazi durante su visita a Jerusalén, Israel, el 11 de marzo. El papa se reunió con los líderes de la comunidad judía y expresó su solidaridad por la pérdida de seis millones de víctimas judías durante el Holocausto.

El papa Benedicto XVI se levantó la voz contra quienes niegan el genocidio nazi durante su visita a Jerusalén, Israel, el 11 de marzo. El papa se reunió con los líderes de la comunidad judía y expresó su solidaridad por la pérdida de seis millones de víctimas judías durante el Holocausto.

Durante tiroteo en base militar de Irak

Miembros de las Fuerzas Armadas de los Estados Unidos fueron atacados por insurgentes iraquíes durante un tiroteo en la base militar de Camp Liberty, el 11 de marzo.

El ejército estadounidense anunció que cinco soldados fueron asesinados y otros cinco resultaron heridos durante un tiroteo en la base militar de Camp Liberty, el 11 de marzo. Los atacantes fueron identificados como miembros de la Brigada de la Muerte.

Exporta González a mirar al futuro en Bicentenarios latinoamericanos

El secretario de Defensa de Estados Unidos, Robert Gates, anunció hoy que el ejército de los Estados Unidos no tiene planes de enviar soldados a Irak.

El secretario de Defensa de Estados Unidos, Robert Gates, anunció hoy que el ejército de los Estados Unidos no tiene planes de enviar soldados a Irak. Gates dijo que el ejército se está preparando para una posible contingencia, pero que no tiene planes de enviar soldados a Irak.

Despega Atlantis para misión de equipamiento del Hubble

El telescopio espacial Hubble fue equipado con nuevos instrumentos durante la misión STS-125 de Atlantis.

El telescopio espacial Hubble fue equipado con nuevos instrumentos durante la misión STS-125 de Atlantis. La misión fue lanzada el 11 de marzo y se espera que dure una semana.

6.5.5 SECCION REGIONAL Y POLICIACA

La sección regional es la página 11, ahí ya está establecido que se publican todo tipo de eventos políticos, reuniones, actividades de salud o instituciones educativas, al igual que deportes son de las secciones más leídas por contener la información general que acontece en el municipio.

Además que el Diario La Opinión se ha caracterizado por hacer una gran labor social con la población, y si la ciudadanía tiene una queja, comentario o inconformidad siempre cuenta con ese espacio en este periódico.



Mientras que la sección policiaca es la página 12 o bien conocida como la contraportada, por supuesto que ahí se exponen todas las notas relacionada con accidentes, detenidos, delincuentes y demás.



La nota policiaca de las más difíciles, porque no hay mejor foto que aquella que es tomada a la hora y en lugar de los hechos, incluso se comenta que todos los buenos reporteros deben comenzar por la nota roja, sin duda la más fría, donde los sentimientos tienen que hacerse a un lado y llevar a tu periódico la mejor toma fotográfica.

Y en el caso del Diario La Opinión siempre ha dado a conocer la nota roja tal y como ocurren los hechos, sin caer en el amarillismo o sensacionalismo y eso ha llevado a que cuente

con la credibilidad de los miles de lectores que diariamente adquieren este medio informativo.

6.6. FACTORES QUE IMPIDEN UN MAYOR TIRAJE Y EL PORQUÉ DE LA NECESIDAD DE UN CAMBIO

En estos momentos de crisis, sería crisis para los medios escritos, el internet parece ser culpable. Incluso estudios reflejan que la gente cita más a internet que a la prensa como "proveedora" de noticias. Esto es especialmente significativo para los jóvenes que utilizan como fuente de información a Internet por encima de los periódicos, como se refleja en la siguiente imagen. Sólo la TV está por encima.

El internet, que surgió este año como una de las principales fuentes de noticias de la campaña, ha superado todos los demás medios de comunicación como la televisión, salvo una salida para las noticias nacionales e internacionales.

Situación que ha llevado a que todos los medios impresos reduzcan su número de tiraje, ya que las ventas en la actualidad no son las mismas, aunado a la competencia de otros medios

Los medios impresos se enfrentan a un futuro incierto; que debe ser no de cambio, ni de renuncio sino de fortalecimiento. Cada vez que aparece un nuevo medio los demás "tiemblan"; esta concepción no está muy alejada de la realidad de los medios impresos, ya que con la adecuación de las redes se ha ido desapareciendo el papel, de esta manera se van desplazando las ediciones impresas y se van volviendo más famosas las ediciones on-line, de manera que el paso a seguir es un paso de cambio y de rejuvenecimiento de los medios impresos para no dejar que las nuevas tecnologías acaben con ellos.

Es por ello que después de 75 años, es necesario o mejor dicho urgente que el Diario La Opinión que hoy se ha mantenido entre los más vendidos en su municipio, se transforme, tenga un cambio para poder ofrecer a los lectores una información más completa, más contenido fotográfico, pero sobretodo la utilización de impresión a color.

6.7 QUE DEBE SER TRANSFORMADO PARA ASEGURAR UN MAYOR ÉXITO

Los medios impresos tienen que enfrentarse a un futuro problemático, el mundo va cambiando y los medios tienen que percatarse de esto e ir evolucionando de tal manera que se encuentre a la vanguardia con las necesidades de los lectores.

Principalmente formas innovadoras de presentar la información, vivimos en una sociedad donde lo dinámico es lo que más llama la atención, entonces es aquí donde los medios deben aprovechar los recursos de las nuevas tecnologías e ingeniar estrategias fáciles y prácticas de mostrar los contenidos; un ejemplo podría ser mostrar información más completa pero menos tediosa a la hora de leer.

Esencialmente que la información manejada sea más completa y se tengan más fuentes a la hora de mostrar una verdad, es decir tener más garantía de veracidad en lo que se publica; como anteriormente lo mencione también es necesario que exista mayor dinamismo con respecto a las publicaciones.

Aunque las estrategias de los regalitos y todo esto que se ha ideado para no perder lectores, no son del todo malas, son nada mas relaciones de consumismo ya que se compran ediciones impresas para no perderse el regalo que viene con ésta.

Pero se deberían manejar estrategias menos formales en cuanto a los precios , mientras que uno no paga nada por ver un periódico en la red, en la calle se debe comprar el periódico, no regalar información pero sí que sea más fácil de conseguir y más accesible, con mejor información , que den ganas e interés leerlo.

Por lo cual, si consideramos entre todo eso al Diario La Opinión sin dudar alguna aumentarían sus ventas, con una transformación total iniciando con el color y dejar a un lado el blanco y negro; pero la base para todo cambio depende de la mentalidad del empresario, quien en muchas ocasiones tiene miedo a invertir.

Por lo tanto, para un mayor éxito es necesario: Hacer un periodismo participativo donde involucren a los lectores, involucrar a una audiencia, ya sea grande o pequeña, en la creación de contenido también le da un sentido de pertenencia —una afinidad con la marca del medio que se cree que no tiene hoy— así como una relación más íntima con los autores de las historias; permitir que su audiencia hable sobre las historias noticiosas y las extienda también incrementa la retención y el entendimiento.

6.8 BENEFICIOS DE UNA MEJOR PRODUCCIÓN GENERAL DEL DIARIO

Mientras haya una mayor inversión y capacidad del personal, habrá un mejor producto que llamamos periódico, si este ofrece calidad en papel, información, contenido fotográfico, sin duda será un éxito y traerá mayores beneficios para los inversionistas.

Porque aunque existan medios electrónicos los periódicos continúan siendo el medio principal para los anunciantes. Los periódicos que se publican diariamente alcanzan una audiencia diversa y amplia.

La audiencia se concentra en regiones específicas. Los consumidores buscan los anuncios en los periódicos; así pues, son más receptivos a los mensajes publicados en ese medio.

La esencia de los periódicos es la de publicar información de sucesos que ocurrirán inmediatamente puesto que publican los eventos a llevarse a cabo diaria, semanal o mensualmente. Esto le permite desarrollar su mensaje de acuerdo a los eventos que sucederán en momentos claves, ya sea, el fin de semana o la temporada de pagar las contribuciones.

Si un periódico logra avanzar en cuanto a sus capacidades tecnológicas para poder ofrecer una reproducción de fotos y colores de mejor calidad. Además, ya pueden ofrecer una mayor y mejor gama de colores, los lectores se verán más involucrados activamente en la lectura del periódico. El hecho de que deben sostenerlo y virar sus páginas produce una mayor atención en los anuncios.

Si el Diario La Opinión pusiera en práctica este cambio, será de los medios más consolidados a 75 años de su fundación, sin embargo será su actual dueño quien tenga la última palabra.

**"NO DEJES JAMÁS QUE LA VERDAD
TE PRIVE DE UNA BUENA HISTORIA"**

CONCLUSION

Nadie discute que estamos en un período apasionante de la transición entre el pasado de la prensa escrita y el futuro de la prensa digital, con el consecuente debate entre unos que dan por muerta a la primera y otros que sostienen que la segunda no podrá cumplir de la misma forma eficaz, las funciones que cumplió la primera.

La primera, es que debe adaptarse a los nuevos tiempos, transformar su presentación, porque muchos periódicos no han cambiado desde su creación, ofreciendo así un formato más novedoso y atractivo.

En segundo lugar, que debe buscar nuevas fórmulas innovadoras de financiación, que posibiliten su independencia, porque hacer un buen periódico escrito es cada vez más caro.

Y, por último, que se complemente con una sección digital, porque el cambio de soporte ha implicado también el de los contenidos.

De ahí que los periódicos escritos sigan siendo indispensables, porque en ellos, a diferencia de los digitales, los lectores buscan que les jerarquicen y seleccionen unos hechos, que se los interpreten y que les permitan identificarse con lo que representa un periódico por el que pagan.

Si se limitan a ofrecer sólo noticias, ya nacerán viejos, por ello los periódicos escritos tendrán que dar menos noticias, más seleccionadas y mejor analizadas. Primarán así la excelencia ofreciendo grandes reportajes, análisis exhaustivos, y destacadas firmas que aporten opiniones con fundamento.

En definitiva, un periodismo de calidad dirigido a un público más cultivado. Ese periodismo, de la prensa escrita, no podrá nunca desaparecer.

Por lo cual, el Diario La Opinión de Minatitlán aunque ya es un medio consolidado, es necesaria la inversión para ofrecer un periódico de calidad, que le atraiga a los jóvenes, las nuevas generaciones quienes han perdido el hábito de la lectura y optan por información digital.

Hasta ahora, el periódico La Opinión, es un medio local y el de mayor demanda, pero esto ha ido disminuyendo porque hace 20 años, se tenía un tiraje mayor a los 15 mil, -esto de acuerdo a la información proporcionada por uno de los propietarios-.

Por lo tanto es urgente, que se inyecten recursos a este medio de comunicación, que se cambie el formato, mayor número de páginas, mayores secciones y sobretodo ofrecer un medio a color que llame la atención.

Ya que mientras las generaciones vayan pasando y el medio siga igual, la demanda cada vez será menor.

Pero todo dependerá de una sola persona, el Director y dueño de la empresa periodística más reconocida en Minatitlán.

BIBLIOGRAFIA

- ¹ RIVADENEIRA PRADA, Raúl; Periodismo; Tercera Edición; México, D.F.; Edit. Trillas; 1990;Pág.19
- ³ FRASER BOND, F.; Introducción al Periodismo; Séptima Reimpresión; México, D. F.,Edit. Limusa; 1985; Pág. 17.
- ⁴ ORTEGA, FÉLIX Y HUMANES, María Luisa; Algo Más que Periodista; 2000: Barcelona; Edit. Ariel; 2000.Pág. 68
- ⁶ Selecciones Reader's Digest; Undécima Edición; México, D.F.; Edit. Reader's Digest México; 1972; Tomo IX, Pág. 2898.
- ⁷ CALVIMONTES, Jorge; El Periódico; Cuarta Edición; México, D.F.; Edit. Trillas; 1994;Pág. 26
- ⁹BORREGO E, Salvador; Periodismo Trascendente, 16ª. Edición; México, D.F., 1986,Edit. Alfaro Hnos.
- ¹⁴ LEÑERO, Vicente y MARIN, Carlos; Manual del Periodismo; Séptima Edición; México, D.F; Edit. Grijalbo; 1986; Pág. 39
- ²⁵ LEÑERO, Vicente y MARIN, Carlos; Manual del Periodismo; Séptima Edición; México, D.F; Edit. Grijalbo; 1986; Pág. 57.
- ³⁰ MARTÍN VIVALDI, Gonzalo; Géneros Periodísticos; Primera Edición; México, D.F.; Edit. Prisma; 1986, Pág. 23.
- ³¹ Caleidoscopio Histórico de la Prensa Internacional; LOPEZ DE LA PARRA, Manuel; Revista de Revista; Editora Semanario Excélsior, Pág. 42; 1991, No.4244; 3 de Junio.
- ³⁶ Caleidoscopio Histórico de la Prensa Internacional; LOPEZ DE LA PARRA, Manuel; Revista de Revista; Editora Semanario Excélsior, Pág. 26-28; 1991, No.4244; 3 de Junio.
- ⁴² BOHMANN, Karim; Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México; Primera Edición; Edit. Alianza Editorial Mexicana;1989; Pág. 56.

⁴⁶ SENEKALLE, Petra María; Periodismo Político en México; Primera Edición; México, D.F.; Edit. Prisma,1980, Pág.7

⁵¹ VALENCIA RIOS, Alfonso; Apuntes del Periodismo; Primera Edición; Veracruz, México; Edit. Talleres Gráficos; 1991; Pág.427

¹ VALENCIA RIOS, Alfonso; Apuntes del Periodismo; Primera Edición; Veracruz, México; Edit. Talleres Gráficos; 1991; Pág.411

1. VALENCIA RIOS, Alfonso; Historia del Dictamen pp11
2. Periódico “La Opinión de Minatitlán”; No. 897; publicado el 17 de mayo de 1940. p.3
3. Archivo del periódico “La Opinión”.
4. Archivo del periódico “La Opinión”.
5. Periódico “La Opinión de Minatitlán” No. 897 publicado el 17 de mayo de 1940, p3.
6. Periódico “La Opinión de Minatitlán”, No. 1051, publicado el 14 de noviembre de 1940; p1.

Centro de Estudios de la Universidad; Guía ¿Qué es la tesis?, Toluca, Mex.; Universidad Autónoma de México; 1996.

ECO, Umberto, Cómo se hace una tesis: Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escrita; Primera Edición; Barcelona, España; Edit. Gedisa, 1996. 267 p.

SABINO, Carlos A.; ¿Cómo hacer una tesis?; Primera Edición; México, D.F.; Editorial Lumen, 1994.

TABORGA TORRICO, Huáscar; Como hacer una tesis; México, D.F. Edit. Grijalbo, 1930.