



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**Escuela Nacional de Artes Plásticas. Posgrado en Artes Visuales
Academia de San Carlos**

**Del grito al horror:
La expresión de la violencia en el retrato de nota roja de La Prensa**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN ARTES VISUALES, CON
ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO**

Presenta la alumna:

EVA ESCUTIA ALATORRE

**Director: M.A.V. Juan Antonio Madrid Vargas
Ciudad de México, Enero de 2004.**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Índice

Introducción		1
Capítulo I	El retrato fotográfico	5
1.1	Antecedentes históricos	6
1.2	El retrato periodístico	10
1.3	La fotografía como comunicación	14
Capítulo II	Del Expresionismo a la violencia	21
2.1	El Expresionismo como movimiento artístico	22
2.2	Influencia del expresionismo en la fotografía periodística	27
2.3	Entre el rojo y el amarillo: el triunfo de la violencia	30
Capítulo III	La Prensa: ¿el periódico que dice lo que otros callan?	35
3.1	Una mirada a la historia de los periódicos	36
3.2	La evolución de La Prensa	44
3.3	Características editoriales	48

Capítulo IV	Policías y ladrones: las imágenes de La Prensa	53
4.1	Entre lo blanco y lo negro: características gráficas	54
4.2	Frankenstein o la imagen del horror: impacto visual	62
4.3	Nosotros los pobres: aceptación en el consumidor	66
4.4	Hasta en las mejores familias: repercusiones sociales	68
Conclusiones		72
Anexo		76
Fuentes consultadas		85

Introducción

Más allá de los rostros que encontramos día con día en el diario La prensa, de las imágenes que nos hacen estremecer, se encuentra un fenómeno de comunicación que tiene objetivos muy específicos: presentar una realidad, que a través de los ojos del fotógrafo nos muestra una sociedad en la que los *rostros de la desgracia* se vuelven cotidianos.

La fotografía, desde su aparición estuvo destinada a formar parte de la controversia sobre su papel como expresión artística. Primero porque la cámara siempre estuvo vinculada estrechamente a los productos que trajo consigo la Revolución Industrial, la *sociedad burguesa*; después porque se le consideró una copia de la realidad y por lo mismo, se le descalificó como manifestación artística del fotógrafo.

El tiempo y su desarrollo como medio de comunicación y expresión cuestionaron estos argumentos, en especial cuando movimientos artísticos y sociales motivaron que la fotografía se transformara en una denuncia de acontecimientos que la mayoría de la población no podía o no quería ver. Sin embargo, estas imágenes al paso del tiempo, y por razones de índole económico, desvirtuaron su objetivo original para convertirse en un nuevo producto para una población que deseaba *ver el reflejo crudo de su realidad* en los diarios.

Poderosa arma de persuasión, la fotografía forma parte actualmente de un estrecho vínculo entre los hechos y los receptores. El retrato, se convierte en un espejo de la sociedad que consigue convencer, en particular a los lectores de publicaciones como el diario La Prensa (nuestro objeto de estudio), no sólo a través de esa realidad, sino de la expresión de su dramatismo.

El presente trabajo pretende mostrar la importancia del retrato fotográfico, así como su interés documental y expresivo a través del periodismo de nota roja y su influencia en la sociedad.

En el primer capítulo se aborda el tema del retrato artístico y la importancia que ha tenido en la historia de la humanidad, la aparición del retrato fotográfico y su evolución hacia el aspecto documental, así como un análisis del por qué se considera un fenómeno de comunicación social, derivado de los cambios humanos y económicos que ocurrieron en los últimos dos siglos, como revoluciones, guerras, avances tecnológicos y diversas manifestaciones.

En el capítulo dos se hace referencia al movimiento expresionista en el arte y su influencia en el retrato documental del siglo XX, particularmente en la fotografía periodística, la cual encuentra diversas vertientes debido a la competencia económica, y así como documentó importantes sucesos históricos y sociales, también sirvió como pretexto para impulsar un fenómeno que ya había iniciado en Estados Unidos: el *periodismo amarillista*. Para explicar mejor esta nueva forma de presentar la realidad, se da una breve explicación de lo que significa el fenómeno de la violencia en nuestro mundo actual y su influencia en la información de nota roja y *amarillista*, así como sus implicaciones en la percepción de los consumidores.

En el tercer capítulo se expone un breve repaso a la historia de los periódicos en México y el mundo, para posteriormente abordar la evolución del diario La prensa, como representante del retrato periodístico de nota roja y sus características de forma y contenido.

El capítulo cuatro está destinado al análisis de las fotografías, partiendo de algunos conceptos de autores como Daniel Prieto Castillo y Juan Manuel López Rodríguez, sobre teoría y semiótica de la comunicación, para el estudio de las imágenes en diversas categorías. Para ello se eligieron fotografías del periódico La Prensa, que sus mismos colaboradores consideran representativas de la línea editorial del diario.

La intención de este trabajo es mostrar la influencia de movimientos artísticos como el expresionismo en la sociedad, para exponer la problemática por la que atraviesa, por medio de la fotografía periodística.

Finalmente el arte y los medios de comunicación forman parte fundamental en los grandes cambios que día a día transforman a las sociedades en el mundo, son un vehículo para llevar a cabo revoluciones sociales y para que el ser humano reflexione sobre lo que sucede a su alrededor.

Capítulo I

El retrato fotográfico

Definir al retrato fotográfico puede resultar tan sencillo como afirmar que es el testimonio gráfico del ser humano, particularmente de su apariencia física o su personalidad, en un contexto determinado; o tan complicada como advertir que cada disparo roba un poco del *alma* del individuo fotografiado, que se introduce en su espíritu y lo *desnuda* ante los ojos del espectador, porque efectivamente congela los sentimientos y expresión del sujeto en el momento en que es captado por la cámara. Lo cierto es que se trata de una evidencia gráfica de la presencia de un individuo en un lugar específico.

Si bien la fotografía ha sido reconocida como testigo de los acontecimientos de los últimos tres siglos, su involuntaria capacidad de aprehender el momento, consigue, a través del retrato, una de las maravillas que convierten a la cámara en uno de los inventos más importantes del mundo moderno, debido a su capacidad para mostrar a las futuras generaciones parte de la vida y relaciones de individuos que forman parte de una época en la historia. Sin embargo, esta capacidad de retener un momento para la posteridad, la desarrollaron también, aunque con un mayor esfuerzo y menor fidelidad, los pintores y escultores.

En este primer capítulo se trata brevemente la historia del retrato, su evolución y desarrollo como expresión artística a través de diversas épocas, con las características que lo distinguían en cada una de ellas y como se volvió una referencia de la forma de vida y contexto de diversas sociedades.

Posteriormente, se aborda el tema del retrato periodístico, su aparición, su auge como una nueva industria en el siglo XIX y la función social que cumplió a principios del siglo XX, como testigo de los diversos acontecimientos mundiales, así como el poder que como fenómeno de comunicación y comercial ha tenido desde su aparición.

Por último, se explica cómo la fotografía se vuelve una forma de comunicación social, al intervenir en la vida cotidiana de los individuos, sus experiencias y sus deseos; lo que significan las imágenes que percibe a través de los diversos medios de difusión; así como el proceso de comunicación y sus elementos presentes en la elaboración, edición y publicación de las imágenes, a partir de la funciones de cada uno de ellos.

Estos puntos servirán como base para el análisis de diversas imágenes del diario La Prensa, que se presentarán en un capítulo posterior.

1.1 Antecedentes históricos

Se puede ubicar el origen del retrato en las primeras pinturas *rupestres* de la antigüedad, donde se plasmaban las actividades cotidianas de los hombres en su interacción con sus semejantes, pero con características físicas que los distinguían de los animales. Posteriormente, en el antiguo **Egipto**, las estatuas funerarias de los faraones y otros importantes miembros de la sociedad fueron representados individualmente de forma estilizada, respetando la proporción del cuerpo e intentando mostrar su edad y aspecto físico.

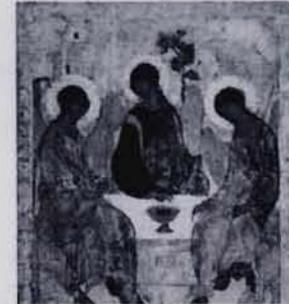
Más adelante, en la Grecia antigua, los artistas buscaban mayor emoción expresiva y destacar las características del lugar del individuo en la sociedad, aunque con ello se perdieron sus rasgos individuales, para enfatizar su función en lo colectivo.



Sin embargo, es hasta la época del **Imperio romano** cuando la representación del rostro logra un nivel más estético y casi perfecto. Se intentó dar a la escultura, arte que proliferó en esta época, el gesto que indicara la personalidad del actor.



En el arte **bizantino** resaltaron los rostros realizados en mosaicos, que restaban expresión, pero agregaban gran luminosidad a los personajes aludidos. Durante el cristianismo, en los primeros siglos de esta era y hasta la Edad Media, además de la representación religiosa predominaron los retratos en esculturas de gobernantes, reyes y nobles que adornaban sus tumbas.

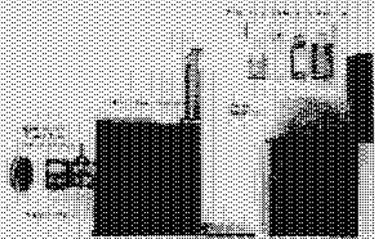


Al llegar el **Renacimiento**, el retrato se desarrolló como una nueva expresión, al enfatizar el papel del hombre como centro del universo y a la naturaleza como su



entorno. El retrato del **Barroco** estuvo dominado por la exuberancia, por lo que se pintaron cuadros de grandes dimensiones, resaltando la aristocracia y poderío de los protagonistas. A principios del siglo XIX, el retrato formó parte importante de la vida del artista, en los que la psicología del individuo se veía reflejada en la imagen plasmada por el pintor o escultor.

Es en ese siglo cuando se desarrolla una nueva forma de expresión que revolucionaría la representación de la figura humana: la fotografía.



Cámara de placa húmeda
(1840-1870)

Considerada en un principio como un invento que registraba las imágenes de la naturaleza, la cámara fotográfica llevó sobre sus hombros el lastre de ser el invento de la nueva era de las máquinas... "Era como si la Revolución Industrial, tras haber alterado por siempre el modo de vida de los seres humanos, se viera obligada a inventar su propio método de autorrepresentación..."¹. La nueva máquina fue desdeñada en un principio, pero valorada posteriormente por sus posibilidades de explotación.

Esa sociedad que se desarrollaba con otra dinámica de producción, encontró en la fotografía una nueva forma de

expresión más económica y rápida que la pintura o la litografía.

La fotografía también resultó ser un campo fértil para aquellos que ofrecían a los ciudadanos un recuerdo duradero y barato, que trascendiera incluso más allá de su propia vida, como lo menciona H. W. Janson: "De este modo, la fotografía se convirtió en uno de los frutos de los valores democráticos proclamados por las revoluciones francesa y norteamericana."² Con la introducción del daguerrotipo a la vida social del siglo XIX, el pintor francés Louis Jacques Mandé Daguerre y el inventor William Henry Fox Talbot lograron revolucionar la representación de los personajes del mundo, y así ya no se necesitaba ser rey, noble o militar para que su imagen permaneciera para la posteridad. El retrato fotográfico se popularizó, no sólo por ser una moda entre la sociedad, sino por su capacidad de llegar a una gran cantidad de personas. Familias enteras posaban durante varios minutos, inmóviles frente al nuevo invento para después verse reflejados en una pequeña imagen, que incluso podían cargar en sus bolsillos o en camafeos. La fotógrafa Giselle Freund enfatiza la revolución que trajo consigo el nuevo

¹ JANSÓN, H. W. *Historia general del arte. Vol. 4. El mundo moderno*, p. 1035

² *Ibidem*, p. 1040

invento: "En el momento de la invención de la fotografía, comenzó una evolución durante la cual el arte del retrato, bajo las formas de la pintura al óleo, de la miniatura y del grabado, tal como se ejercía en fin para responder a la demanda de la burguesía media, quedó casi totalmente desbancado."³ Esta situación, por supuesto, desbancó también a los artistas de la época. La nueva máquina hizo florecer una nueva industria en los países más poderosos de la época, pero significó para los artistas plásticos un duro golpe a sus bolsillos, aunque algunos decidieron probar suerte en esta nueva actividad.



*Daguerrétypomanie
Caricatura de 1840*

³ FREUND, Gisèle. *La fotografía como documento social*, p. 35

Uno de ellos y quien se convirtiera después de ser caricaturista en uno de los retratistas más famosos en el siglo XIX fue Gaspard Félix Tournachon, mejor conocido como Nadar, quien recibió en su estudio a las personalidades y artistas más célebres de Europa como Baudelaire, Rossini, Manet, Delacroix y Verdi. La gran diferencia entre Nadar y sus compañeros retratistas se debió a que "fue el primero en descubrir el rostro humano a través del aparato fotográfico[...]La búsqueda de Nadar no tiende a la belleza externa del rostro; aspira sobre todo a que resalte la expresión característica de un hombre."⁴ Y es que a pesar de que encontró en la fotografía una nueva técnica de representación, no renunció a sus inquietudes artísticas, ni a la función que desde su punto de vista debía cumplir el retrato fotográfico.



*Nadar
Retrato en su globo "Le Géant"
1863*

⁴ *Ibidem*, p. 41

Así, el fotorretrato proliferó en las ciudades más importantes del mundo, como lo indica Stanley Milgram: "El gran crecimiento de la fotografía retratista durante el siglo XIX, que monopolizó la fotografía durante mucho tiempo, evidenció la extraordinaria necesidad existente de una máquina congeladora de imágenes. Entre 1839 y 1849 surgieron estudios fotográficos comerciales en Nueva York, Londres, París y Basilea. En 1849 se hicieron en París 100,000 retratos en daguerrotipo. Para 1860, la ciudad de Nueva York ostentaba más de 50 estudios de fotógrafos retratistas. Es cierto que algunos fotógrafos podían ganarse el sustento tomando y vendiendo fotografías de lugares remotos, pero el aspecto comercial de esta actividad se basaba, abrumadoramente, en los fotorretratos."⁵

Sin embargo, el consumidor buscaba cada vez precios más accesibles y se creó una competencia en la que se ofrecieron costos más bajos pero sacrificando la calidad, además de que proliferó el retoque, por lo que no era raro que la imagen de los sujetos fotografiados finalmente no resultara la misma que el espejo les devolvía cada mañana.

⁵ MILGRAM, Stanley, La máquina congeladora de imágenes, p. 19

El oficio de fotógrafo se volvía cada vez más impersonal y por si fuera poco a finales del siglo XIX aparecen aparatos de manipulación más sencilla "*Apriete el botón y nosotros nos encargamos de lo demás* fue la célebre divisa de Kodak que revolucionaría de arriba abajo el mercado de la foto[...]el *photomaton*, máquina totalmente automática, que en pocos minutos, fotografía, revela y realiza varias pruebas sobre papel, priva al fotógrafo profesional de los considerables recursos de las fotos de identidad."⁶ Ya para el siguiente siglo, la introducción de la cámara en formato de 35 milímetros, en 1925, significó una gran ventaja para los aficionados, por su tamaño pequeño y el bajo costo que representaba su uso portátil. La fotografía se volvió más accesible para la población y se convirtió no sólo en un negocio, sino también en un pasatiempo.

La Segunda Guerra Mundial aprovechó los beneficios del invento para labores de espionaje y control de la población, pero al término del conflicto, las innovaciones que se derivaron de este acontecimiento histórico, sirvieron para desarrollarlo aún más. El uso de la cámara fotográfica se popularizó en todo el mundo; ya no era un artículo sólo para privilegiados.

⁶ FREUND, Op. Cit. P. 81

1.2 El retrato periodístico

Así como en el siglo XIX, el retrato fotográfico familiar se popularizó en casi todo el orbe, la siguiente centuria trajo consigo una nueva valoración de la fotografía y se descubrió, sobre todo en los periodos de guerras, la utilidad que la cámara podría representar para fines políticos o propagandísticos.

El retrato encontró su valor documental, en especial al ser incluido en los periódicos y sobre ello comenta Gisèle Freund: "La introducción de la foto en la prensa es un fenómeno de capital importancia. Cambia la visión de las masas. Hasta entonces el hombre común sólo podía visualizar los acontecimientos que ocurrían a su vera, en su calle, en su pueblo. Con la fotografía se abre una ventana al mundo. Los rostros de los personajes públicos, los acontecimientos que tienen lugar en el mismo país y allende las fronteras se vuelven familiares. Al abarcar más la mirada, el mundo se encoge."⁷ Y entonces, de tener una función decorativa, se descubre a la fotografía como una poderosa arma de persuasión.

Los políticos más importantes fueron fotografiados en lo cotidiano y en el estudio, con el fin de que sus seguidores se convencieran de la fuerza de carácter de

sus dirigentes, así como de su importancia en los acontecimientos mundiales y de esa manera, conseguir el apoyo y lograr sus propósitos.



*Hulton Deutch
Hitler y Musolini
Munich, Alemania. 1937*

Pero también nació una nueva inquietud de algunos fotógrafos que encontraron a través de la lente la forma de expresar su rechazo a las injusticias y a las marcadas y graves diferencias socioeconómicas. "Durante la segunda mitad del siglo XIX, la prensa desempeñó un papel crucial en el movimiento social que abrió los ojos del público a la atroz realidad de la pobreza. La cámara se convirtió en un importante instrumento de reforma a través del estilo documental, un proceso que relata la vida de los pueblos en forma de <<ensayo>> pictórico."⁸ Esta inquietud de algunos fotógrafos del siglo XIX logró que en la siguiente centuria se le diera un valor más social a la

⁷ Ibidem, p. 96

⁸ JANSON, Op. Cit., p. 1090

fotografía, al revelar las condiciones de las nuevas clases sociales que se formaban en los países desarrollados. Beaumont Newhall expresa ese sentir de algunos fotógrafos de principios del siglo XX: "En los años anteriores a la Primera Guerra Mundial, (Wickes) Hine llevó su cámara a Ellis Island (Nueva York) para registrar la llegada de inmigrantes, que eran entonces decenas de millares. Los siguió a las viviendas insalubres que pasaron a ser sus hogares, penetró en las pequeñas fábricas y miserables tiendas donde encontraron trabajo, fotografió a sus hijos que jugaban entre cubos de basura y la escoria social en los barrios bajos de Nueva York..."⁹ La miseria era presentada a través de los rostros de esos personajes inmortalizados a través del lente de una nueva generación de fotógrafos.



Jessie Tarbox Beals,
Familia de inmigrantes
Nueva York, E.U. 1910

A esta óptica del mundo se le llama también documental, ya que refleja la situación real de los hechos y sobre todo, de personas, ya no con fines estéticos o económicos, sino sociales.

Habría que recordar que poco antes del surgimiento de la fotografía, nació también la prensa ilustrada. Diarios como *The Illustrated London News*, *L'illustration* de Paris, *L'illustrazione Italiana*, o el *Haper's Weekly* de Nueva York contaban en sus páginas durante el siglo XIX, con ilustraciones realizadas a través de grabados en madera a partir de bocetos de dibujos o pinturas y muy rara vez de fotografías y cuando así sucedía, carecían de calidad. Sin embargo, y a pesar de múltiples experimentos durante ese siglo, no fue sino hasta la década de 1880 cuando la invención de la placa de autotipia o cliché hizo posible la impresión de imagen fotográfica, acompañada de texto, lo que revolucionó las revistas ilustradas, aunque el lector todavía estaba escéptico a la introducción de fotografías en los diarios y revistas, ya que consideraba que los grabados eran más artísticos. Por ejemplo, "en 1883, el director de la revista inglesa *Illustrated London News*, manifestó: *Creo que el público se cansará con el tiempo de la mera*

⁹ NEWHALL, Beaumont. Historia de la Fotografía, p. 235

*reproducción de fotografías...*¹⁰ Afortunadamente, se equivocó. La fuerza que le dio impulso a la fotografía en las revistas y diarios fue la *autenticidad* que imprimía la imagen a los hechos que captaba, lo cual tomó fuerza a finales de los años 20 en Alemania, país donde había más revistas ilustradas que en cualquier otro lugar del mundo. "En 1930 su circulación conjunta alcanzaba los cinco millones de ejemplares semanales y llegaba, según una estimación a por lo menos veinte millones de lectores. Pero aun de mayor importancia que la popularidad de esas revistas era la forma en que las fotos y texto se integraban en una nueva forma de comunicación, que pasó a ser denominada *fotoperiodismo*."¹¹

El desarrollo de cámaras cada vez más pequeñas y más rápidas, así como la colaboración entre periodistas y fotógrafos trajo como consecuencia que algunos líderes vieran en la fotografía de prensa un nuevo peligro para sus propósitos. Fue así que Adolfo Hitler, en 1933 declaró comunistas a los diarios más importantes de Alemania y expulsó a sus directivos del país. Sin

embargo, la huella había quedado y otros países en Europa y América seguirían el ejemplo de las publicaciones germanas. Y así, muchos fotoperiodistas alemanes, que fueron expulsados por los nazis antes de la Segunda Guerra Mundial, siguieron sus actividades en otros países de Europa y Estados Unidos. En 1928 aparece en París, Francia, la revista ilustrada *Vu*, dirigida por Lucien Vogel y más adelante una publicación en Estados Unidos que estaría por décadas a la cabeza de las revistas ilustradas de tipo periodístico en el mundo: *Life*. En 1934, el empresario norteamericano, Henry Luce imaginó una publicación que debía ser *el libro espectáculo del mundo* y explicó así su propósito: "Ver la vida, ver el mundo, presenciar los grandes sucesos; mirar los rostros de los pobres y los gestos de los orgullosos... ver y tener el placer de ver; ver y ser sorprendido; ver y ser instruido."¹² Una nueva forma de hacer periodismo a través de la fotografía. La primera edición de esta nueva revista apareció el 23 de noviembre de 1936, en la que se introdujo una nueva corriente de una cámara, guiada por la mente, en la que antes se realizaba un trabajo de investigación.

¹⁰ Ibidem, p. 252

¹¹ Ibidem, p. 259

¹² Luce, Henry citado por Newhal, Op. Cit, p. 260



*Primer artículo de LIFE
Estados Unidos, 1936*

Los retratos de *Life* reprodujeron no sólo rostros, sino circunstancias, atmósferas y sobre todo, el carácter

del personaje. En 1957, el fotógrafo Alfred Eisentaed realizó una serie de retratos de personajes importantes de Inglaterra, a los cuales no aplicó maquillaje ni requirió un gran equipo de luces para disimular imperfecciones propias del rostro. Durante la Segunda Guerra mundial, *Life* organizó una escuela para fotógrafos y envió a su propio personal al campo de batalla, lo que dio como resultado que las mejores fotografías bélicas de ese evento aparecieran en las portadas e interiores de la revista.



*Robert Capa
Desembarco en
Normandía, Francia
Junio de 1944*

Pero el retrato no se limitó al aspecto social. En 1913 la revista de modas *Vogue* empezó a publicar fotografías de personajes famosos realizadas por Baron Adolf Demeyer y en 1923, el norteamericano Edward Steichen saltó a la fama, ya que además de fotografiar modas, captó los rostros más famosos de esa época, entre los que sobresalen escritores, actores, artistas y estadistas, destacando el uso de la iluminación artificial y un sólido sentido de la composición.



*Edward Steichen
Greta Garbo para Vanity
Fair
Estados Unidos. 1928*

La función inicial del retrato, la representación estética del individuo resurgía y con ella, toda una industria, que sigue floreciendo hasta la actualidad, en todas sus expresiones. Ya no se limitaba solamente a la simple contemplación. Formas de vida, actitudes, ideologías, rodeaban a este nuevo fenómeno de comunicación.

1.3 La fotografía como comunicación

"Desde el año de 1839, la fotografía ha sido un medio vital para la comunicación y expresión."¹³ Con esta reflexión de Beaumont Newhall se inicia este apartado en el que se pretende mostrar como una de las funciones básicas de la fotografía es la transmisión de ideas, posiciones y sentimientos. La palabra comunicar abarca todo el acontecer de la vida y lo sentidos, pero para que la comunicación se de completamente, debe hacerse extensiva a la sociedad. Esta relación puede ser interpersonal (de persona a persona) o a través de la comunicación de masas (por un medio como la prensa, la radio, la televisión, el cine o el internet). Esto último se vuelve impersonal por su propia naturaleza, como lo indica el investigador Denis McQuail: "El receptor es parte de una amplia audiencia, comparte la experiencia con otros y reacciona de modos predecibles y premodelados. La comunicación de masas implica a menudo el contacto simultáneo entre un emisor y muchos receptores y permite una inmediata y extensa influencia."¹⁴ Es la respuesta predecible lo que hace tan importante y efectiva a la comunicación para lograr

diversos propósitos, que pueden ser de tipo publicitario o propagandístico, y que puede resumirse en la persuasión de los receptores. Pero, ¿cómo funciona este proceso? ¿Cómo se interrelacionan sus elementos?

Emisor y receptor: Estos son los elementos primarios que conforman el proceso de comunicación. Para Daniel Prieto Castillo "emisor es todo individuo, grupo o institución que elabora un mensaje con una determinada intención. Hay que tomar en cuenta la forma en que tal o cual emisor evalúa a sus destinatarios y cómo se evalúa a sí mismo[...]Entendemos por receptor al individuo, grupo o institución que interpreta un determinado mensaje desde su respectivo marco de referencia y mediante un código utilizado[...]El hombre no recibe pasivamente, percibe activamente..."¹⁵ Es por ello que la relación entre emisor y receptor es determinante para conocer los objetivos que persigue cada uno al relacionarse con el otro. En la fotografía, el emisor es el productor de las imágenes, el receptor es el que ve esas imágenes.

Mensaje y código: El mensaje es el vínculo comunicativo entre el emisor y el receptor y el punto esencial de la comunicación, aquello que "aparece a

¹³ Ibidem, p. 7

¹⁴ McQUAIL, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas, p. 57

¹⁵ PRIETO C., Daniel. Elementos para el análisis de mensajes, p. 18-20

nuestros sentidos y en el que se plasma la intencionalidad del emisor"¹⁶ Este mensaje está estructurado por un código que puede ser la palabra o cualquier signo (lingüístico, o visual, en el caso de la fotografía) que represente un acuerdo o regla entre las partes que intervienen y que por lo mismo, puede ser traducido por un conjunto de individuos. El contenido temático es la otra parte del mensaje y se considera como la situación tratada con su carga significativa.

El canal es el medio por el que se trasmite cualquier mensaje, considerándose a todo medio electrónico o editorial "constituyen los elementos que sirven para difundir, para poner en circulación un mensaje[.]Los medios también tienen una influencia en la conformación de los mensajes, les imponen ciertos límites que es necesario conocer, sobre todo en relación con las posibilidades perceptuales de los destinatarios."¹⁷

Contexto: Referirse a contexto es hablar de todo lo que rodea socialmente al individuo y que lo predispone para identificar el mensaje, bajo una carga cultural establecida. En el proceso de comunicación, este factor es

determinante para la decodificación de los mensajes, ya que el receptor realizará un rápido análisis de su entorno para lograr una empatía con aquellos elementos que le son familiares o comunes a su cultura en espacio, tiempo y situación social y económica.

La relación entre los elementos tiene como consecuencia que cada uno cumpla una función específica, como explica el investigador **Juan Manuel López Rodríguez**¹⁸

Emisor

Función emotiva

Con este elemento inicia el proceso de comunicación y al emitir el mensaje, éste llevará además de información, una carga emotiva (relacionada con los sentimientos) o una intencionalidad (punto de vista o elementos de persuasión)

Receptor

Función conativa

Aquí interviene la capacidad de respuesta de la persona a la que llega el mensaje para persuadirla. Es su disposición a descifrar el mensaje y dar una respuesta al mismo para crear un vínculo con el emisor.

¹⁶ *Ibidem*, p. 19

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ LÓPEZ R., Juan Manuel, *La semiótica de la Comunicación*, p. 175

Contexto

Función referencial

Se trata no sólo del contenido de la comunicación, sino de lo que se hace referencia en el mensaje, en cuanto al lugar, situación y tiempo.

Mensaje

Función poética o estética

La importancia de la función poética del mensaje radica no sólo en qué decir, sino cómo decirlo, esto es, provocar una emoción con el mismo mensaje, mediante metáforas visuales.

Código

Función metalingüística

Esta función define el sentido de los signos en un lenguaje específico, por índices internos del mensaje, los canales darán las claves para su interpretación.

En el caso de la fotografía, los actores que intervienen en el proceso de comunicación tienen objetivos específicos, el emisor trata de mostrar o encontrar una realidad concreta y convencer de lo que ahí se presenta. "Las fotografías, sin duda, son hechas tanto -si no más- para ser mostradas, como para ser vistas"¹⁹ El por qué lo

¹⁹ BOURDIEU, Pierre. *La fotografía, un arte intermedio*. p. 135

podemos encontrar en el afán del fotógrafo en mostrar su realidad desde su perspectiva.

Otro elemento importante es el medio por el que llega a los receptores. "Cuando produce sus fotografías, el fotógrafo normalmente se dirige a un canal específico de distribución y codifica sus fotografías para que funcionen en ese canal: produce la fotografía para un diario científico, para un tipo específico de periódico, para fines articulares de exhibición, etcétera. El fotógrafo recurre a un canal de distribución por dos razones: primero, porque un canal particular le permite llegar a un público más amplio; segundo, porque normalmente se le paga por producir una fotografía para un canal particular"²⁰ Muchas veces, al señalar al fotógrafo como responsable por la calidad y contenido de una imagen se olvida que es el medio (o el editor) los que dictan la forma y el fondo del mensaje visual.

Analizando lo anterior, se deduce que cualquier objetivo que tenga el productor de mensajes fotográficos o emisor se traducirá en un mensaje visual que impactará a su receptor. "La creencia fundamental de la autenticidad de las fotografías explica por qué son tan

²⁰ FLUSSE, Vilem. *Hacia Una filosofía de la fotografía*. p. 49

melancólicas las imágenes de quienes ya no viven y de una arquitectura ya desaparecida. Ni las palabras ni el cuadro más detallado pueden evocar un momento de tiempo pretérito en forma tan poderosa y completa como la que logra una buena fotografía.”²¹ De ahí que la fotografía represente una poderosa arma de persuasión para lograr los fines del emisor, en el proceso de comunicación. Pero, ¿cómo lo logra? Los elementos de la comunicación visual difieren del lenguaje oral, que sirve de modelo de análisis en la semiótica. Las imágenes son representaciones o elementos análogos de lo real, por lo que conservan una relación causal con lo que significan, así que se hace necesario plantear cuatro preguntas básicas al analizar la representación de cualquier imagen fotográfica, como lo explica Joan Costa en su obra *La fotografía, entre sumisión y subversión*²²:



Sin autor/Agencia UPI
Protesta en Tennessee.
E.U. 1968

²¹ NEWHALL, op. cit., p. 7

²² COSTA, Joan. *La fotografía entre sumisión y subversión*, p. 146

a) ¿Qué representa? Es el nivel de la simple reproducción, que corresponde a la percepción inmediata (por ejemplo: un grupo de hombres manifestándose frente a soldados).

b) ¿Qué significa? Es el nivel de la expresión, de la **semantización**, que corresponde al desciframiento de la lucha contra la discriminación racial, frente a los soldados que representan a la represión.

c) ¿Cómo se expresa? Es el nivel de la estética, que corresponde a la respuesta a través de la sensibilidad perceptiva, mientras que en los estadios anteriores corresponde a la percepción - comprensión, empírica o inducida (las minorías contra la injusticia).

d) ¿Cómo está hecha? Es el nivel de tecnicidad, el cual será discernido especialmente por quienes poseen conocimientos de tecnología.

En el tema que nos interesa, que es la fotografía en prensa, las imágenes adquieren una gran relevancia porque se trata de representar la realidad y objetividad de los hechos expuestos para interés de la sociedad. “Utilizar la fotografía para dar testimonio de acontecimientos reales y transmitirlos a través de la

prensa es un hecho que parece adecuado a las posibilidades objetivas de la técnica fotográfica y a la definición de esta actividad. Todo ayuda a acercar a la fotografía, medio objetivo por excelencia para registrar lo real, y a la prensa, que tiene como función comunicar las acciones humanas efectivas. Asimismo, en cualquier hipótesis que se plantee, la utilización que la gente de prensa hace de la fotografía lo que *debería ser*. El fotógrafo de prensa transmite la imagen de lo que ha visto del mismo modo que su colega periodista testimonia por escrito.²³ Sin embargo, la transmisión de estos mensajes y su intención no son tan sencillos como aparentan.

Hay detrás de la imagen noticiosa un análisis del contexto de los acontecimientos y si bien es cierto aquello de que *una imagen dice más que mil palabras*, esa imagen tiene que decir además lo que el productor o emisor piensa del hecho. Como lo señala Pierre Bourdieu: "Para los fotógrafos de prensa, la buena fotografía del periódico no puede solamente ser el *análogo* de lo real. Debe tener algo más que no se encuentra en él y que no puede sino salir del acto fotográfico. Ese algo más es, en primer lugar, la puesta

en evidencia de las intenciones del fotógrafo y de las condiciones en las que se ha producido la toma. La buena fotografía de prensa debe sorprender...²⁴ y esa sorpresa tendrá como fin convencer al espectador de que lo que muestra como su realidad es la realidad de toda la sociedad, que comparte ideologías, costumbres, etcétera. Bourdieu continúa: "La fotografía ha privilegiado cierto tipo de imagen y los valores morales que se relacionan con ella. Bajo la imposición de una necesidad que le era exterior, la prensa la ha adoptado masiva y definitivamente. Por consiguiente, no puede plegarse a las exigencias de la lógica fotográfica que implica el mínimo de intervención por parte del fotógrafo, sin renegar de su propia lógica y de sus propias reglas que exigen la descripción pero también la elipsis y la alusión."²⁵ Esto es, que aunque se procure la objetividad, veracidad y compromiso para presentar la realidad *tal cual*, la imagen fotográfica siempre llevará implícita la visión social de su creador, así como la postura y políticas del medio, e incluso la carga ideológica del lugar y la época en que desarrolla su trabajo.

²³ BOURDIEU, op. cit. p. 187

²⁴ Ibidem, p. 206 y 207

²⁵ Ibidem, p. 204

La Fotografía y el texto

El pensamiento visual precede al pensamiento literario, afirma el investigador de la comunicación Abraham Moles. Sin embargo, en el discurso de la noticia en la prensa escrita, ambos, fotografía y texto (y aquí me refiero a texto específicamente a la información que contextualiza la fotografía, no a los géneros que la sustentan), se complementan para dar fuerza al argumento de presentación de los hechos, como lo confirma Joan Fontcuberta: "Consiste en una especie de puente entre la imagen y el artículo: empieza generalmente con un título, de una explicación después de lo que pasa en la fotografía y finaliza con un comentario."²⁶ Y aunque nuestro objeto de estudio no es propiamente el texto que acompaña a las imágenes en la prensa, considero que es importante comentarlo como una parte integral de la noticia y como complemento de las fotografías y sus fines comunicativos.

El texto responde la mayoría de las veces a esta posición ideológica y a las políticas del medio, llámese periódico o revista, a la que se hizo referencia en el

²⁶ FONTCUBERTA, Joan. Fotografía, conceptos y procedimientos, p. 174

apartado anterior; sin embargo su importancia ante la fotografía depende del contexto que se presenta en la nota informativa o la investigación, en el caso de los reportajes, que la acompañan "...como la función del texto está subordinada a la función de la imagen, el texto nos conduce a la dirección propuesta por el programa del periódico. El texto no explica la fotografía; la sustenta."²⁷ Así, el texto debe ser un auxiliar, una referencia sobre lo que está presentando la imagen, pero no convertirse en un elemento indispensable para explicar la fotografía, ya que de suceder así, ésta perdería la virtud de convertirse en la *imagen de la realidad*. Debe entonces, ser un elemento que más que justificar la imagen, la apoye en el discurso que la fotografía presenta a los ojos del espectador.

Las mejores imágenes periodísticas que se han presentado en diarios y revistas, sobre todo durante el siglo XX y principios del XXI, generalmente no necesitan de una explicación, son convincentes e impactantes por sí mismas, sin embargo, el texto ayuda al lector a ubicarlo en tiempo y espacio, para comprender mejor su contexto.

²⁷ FLUSSER, op. cit., p. 57

Capítulo II

Del expresionismo a la violencia

*El expresionismo es el grito
de los hombres solitarios.
Michel Ragon*

El expresionismo fue un movimiento artístico que buscaba ante todo mostrar el interior del autor y su sentir ante el mundo, proyectar el alma fuera de sí, donde los problemas humanos tendrían siempre más importancia que las cuestiones plásticas. Esta corriente se desarrolló entre finales del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX, como una rebelión ante los movimientos artísticos anteriores como el romanticismo, el realismo y el impresionismo y en abierta oposición a las reglas estéticas decretadas por las academias europeas, especialmente la francesa.

Los autores expresionistas, más que preocuparse por la realidad, representaban sus más íntimas experiencias. Su interés se centraba en las pasiones y la provocación al observador. Por ello, las obras mostraban exageración en las expresiones, a través de la distorsión de rostros y cuerpos, para proyectar su sentir personal y social.

Este movimiento representó para sus precursores no sólo una forma de expresión estética, sino sobre todo un movimiento social que buscaba despertar la conciencia

adormilada de los diversos sectores sociales y económicos de una época que estuvo marcada por el pesimismo de los conflictos y el escepticismo ante el mundo.

En este segundo capítulo se muestra el desarrollo del expresionismo y cómo influyó en la fotografía periodística, particularmente en el retrato, para revelar las nuevas condiciones que se presentaban en la sociedad que se formaba en el mundo, especialmente entre las dos guerras mundiales.

También se aborda la manera en que los principios de este movimiento artístico impactaron a la prensa de la época, de manera que algunos fotógrafos denunciaron a través de la lente los vicios y errores de la sociedad, pero también el rumbo que tomó otro tipo de periodismo que abusó de estos vicios, en lo que se conoce como *periodismo amarillista* y descubriera un gran negocio a través de la exageración de imágenes crudas que representarían la violencia que se genera en las clases más desprotegidas, usando para ello la proliferación de imágenes conocidas como de *nota roja*. Finalmente, se hace un análisis de los diversos tipos de violencia y cómo influyen en el desarrollo de la sociedad.

2.1 El expresionismo como movimiento artístico

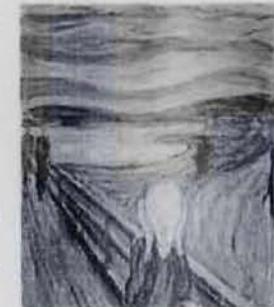
El expresionismo, a diferencia de otros movimientos en el arte no es una escuela, sino un grupo organizado de artistas que tiene su centro de acción sobre todo en 3 ciudades alemanas: Dresde, Berlín y Munich. De manera contraria al impresionismo o al cubismo, el expresionismo, en sus inicios, fue una tendencia de grandes artistas independientes, en los cuales los problemas humanos tienen mucha más importancia que los retos plásticos o de composición. Por ello, uno de sus rasgos esenciales es la deformación de la figura humana para reforzar la expresividad y las emociones.

El expresionismo es un arte que no se ajusta a los límites de la representación convencional. Este movimiento surgido en una época de revoluciones sociales, no podría escapar de la visión pesimista y rebelde de finales del siglo XIX y principios del siglo XX.



Vincent Van Gogh
Autorretrato, 1890

Algunos estudiosos consideran como sus precursores a Vincent Van Gogh y Edward Munch, destacando sobre todo éste último, quien nació en Noruega en 1863. Tuvo una infancia triste, en la que perdió a su madre cuando sólo contaba con 5 años de edad, por lo que quedó al cuidado de su padre, médico de profesión y altruista por vocación, lo que forjó su carácter. La obra de Munch es considerada una reacción contra la dictadura de las clases medias y acomodadas, y lo que consideraba su moral hipócrita. Muchas de sus pinturas son manifiestos en favor de la libertad en palabra y costumbres, pero al mismo tiempo se encuentra influida por el puritanismo de la educación que recibió de su padre. Sus representaciones pictóricas, entre las que destaca **El grito**, causaron revuelo en la Europa de fines del siglo XIX, y la polémica continuó hasta el surgimiento del nazismo en Alemania, donde 82 obras del autor fueron confiscadas, al considerarse una auténtica expresión de un arte *degenerado*.



Edward Munch
El Grito, 1893

Es precisamente en la Alemania de inicios del siglo XX, donde el movimiento expresionista consigue su mayor auge, aunque más de una manera colectiva, que de un autor en particular, en un ambiente de terror, de esperanza y rebelión, ante una sociedad que aumentaba vertiginosamente y que se transformaba de un estado agrario a uno industrial. Sobre esta situación comenta Lionel Richard: "Los futuros expresionistas padecen las consecuencias directas de esta industrialización acelerada, de esta rápida transformación de las ciudades y de esta atmósfera en general[...]De origen urbano casi todos ellos, reaccionan ante los inconvenientes de la superpoblación y se muestran sensibles al avance del proletariado."²⁸ Jóvenes artistas se rebelaban ante la servidumbre del espíritu y combatían los valores morales vigentes, insistían en una revolución del arte, que ya no aspirara a copiar lo real, sino que engendrara una realidad. Armando Plebe explica la formación del primer grupo de artistas expresionistas: "El primer acontecimiento público del movimiento expresionista fue la fundación en 1905, del círculo *Die Brücke* (*El Puente*) por el pintor Ernst Ludwig

²⁸ Richard, Lionel. Del expresionismo al nazismo, p.15

Kirchner, junto con otros (Erich Heckel, Karl Schmidt-Rottluff, Fritz Bleyl)[...]El círculo se llamaba así porque pretendía atraer a todos los elementos revolucionarios o en fermento, según el significado del nombre mismo – puente-[...]Los pintores del círculo *Die Brücke* recogían el impulso de Van Gogh a desarrollar los rasgos concretos de las cosas y de la naturaleza, pero introducían en este impulso su típico gusto por la bárbara primitividad, obteniendo efectos trágicos, en ocasiones no inferiores a los logrados por Van Gogh"²⁹ Esa primitividad es justamente uno de las grandes influencias de este movimiento a las corrientes artísticas que les siguieron y por otra parte, su legado al fotoperiodismo alemán que se desarrollaría en los años posteriores.

Ernest L. Kirchner
Calle de Berlín, 1913



²⁹ Plebe, Armando. ¿Qué es verdaderamente el Expresionismo?, p. 98.

Este círculo conservó y defendió la bandera del expresionismo sobre todo durante la primera década del siglo XX, pero el movimiento evolucionó para dar paso a otra corriente pictórica, que surgió en Munich en 1911: el grupo *Der Blaue Reiter (El caballero azul)*, fundado por Vassili Kandinsky, Franz Marc, August Macke y Paul Klee. "El título *Der Blaue Reiter* era la expresión pública de la amistad y el acuerdo entre Kandinsky y Marc: los caballos eran uno de los temas favoritos de la pintura de Marc, y ambos amaban el color azul[...]El principal rasgo común de los componentes del *Blaue Reiter* fue la lucha contra el arte naturalista y positivista tradicional."³⁰ Parte de este grupo emigró a Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial. El fin del expresionismo como corriente artística se dio a partir de la cuarta década del siglo XX, después de la aparición del *Manifiesto del surrealismo* de André Bretón. Sin embargo, el movimiento expresionista en la pintura extendió su influencia hacia la literatura, el teatro y el cine, como comenta Armando Plebe: "Si para los pintores expresionistas el modo de hacer oír su voz era a través de las exposiciones, la manera más segura para que los

³⁰ Ibidem, p. 113.

escritores hicieran llegar sus creaciones, al menos a un público limitado de simpatizantes, fue el teatro y las revistas de vanguardia[...]Numerosas fueron las revistas del expresionismo, pero dos de ellas, sobre todo, fueron las fundamentales durante todo el período en que se publicaron: *Der Sturm (La tempestad)*, fundada en 1910, que vivió durante 23 años hasta 1932, y *Die Aktion (La acción)*, fundada en 1911, y que también tuvo larga vida, 22 años, hasta 1932."³¹ Ambas publicaciones, de carácter literario la primera y política la segunda tuvieron que enmascarar su tendencia rebelde a raíz del estallido de la Primera Guerra Mundial, al mantener sus reservas frente al entusiasmo a favor del conflicto bélico que manifestaba la población alemana. Las artes escénicas no escaparon a la magia del movimiento y surgieron lo que se llamó *cabarets expresionistas*, cuyo contenido no tendría nada que ver con los espectáculos de variedades. Se trataba de lugares donde estudiantes, pintores y escritores asistían esencialmente a leer poemas, publicados en su mayoría en las revistas *Die Aktion* y *Der Sturm*. En el cine (*mudo* en ese entonces) los personajes se distorsionaban intencionalmente para

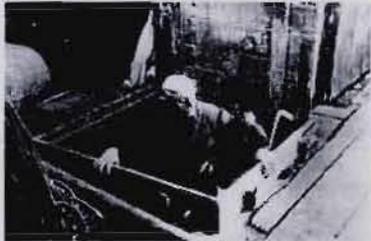
³¹ Ibidem, p. 103-104.

producir en el espectador un fuerte impacto emocional. Una de las cintas más representativas es *El Gabinete del doctor Caligari* de

Robert Wiene (1919). En un análisis que realiza Lotte Eisner sobre las características de esta corriente en el séptimo



arte, destaca: "En *Caligari*, la interpretación expresionista ha conseguido con raro éxito evocar la *fisonomía latente* de una pequeña ciudad medieval de callejuelas tortuosas y sombrías... *el expresionismo evoluciona en una excitación perpetua*. Esa casa o ese pozo apenas esbozado en el ángulo de una callejuela parecen en efecto vibrar con una vida interior



extraordinaria."³² Otras obras cinematográficas que derivaron del expresionismo son *Nosferatu, el vampiro*

(1922) de F. W. Murnau, donde se recrea una verdadera atmósfera de horror con elementos naturales, más que

con escenografía. "Murnau utiliza mejor que muchos fanáticos del expresionismo el hechizo de los objetos animados: en la cala encantada, la hamaca vacía del marino muerto sigue balanceándose suavemente; debido a una extrema preocupación por la desnudez, Murnau tan sólo señala el vaivén del reflejo luminoso de



la oscilación monótona de una lámpara suspendida"³³; así como *Metrópolis* de Fritz Lang (1926), una visión futurista de la industrialización en las grandes ciudades, donde "para describir las masas de los habitantes de

la ciudad subterránea, Lang utiliza la estilización expresionista: seres privados de personalidad, con los hombros encorvados, acostumbrados a inclinar la cabeza, sometidos antes de haber luchado, esclavos vestidos con trajes que no pertenecen a ninguna época."³⁴ Estas películas aun son materia para investigadores de los fenómenos sociales, humanos y estéticos del siglo XX. El expresionismo se extendió en

³² Eisner, Lotte H. *La pantalla demoníaca*, p. 28

³³ *Ibidem*, p. 79

³⁴ *Ibidem*, p. 152

Europa y tocó a la literatura. Aunque algunos autores no se consideraron expresionistas, la influencia del movimiento está latente en sus obras. Uno de ellos, el escritor checo **Franz Kafka** fue uno de los primeros en exponer a través de obras como *Metamorfosis*, *Carta al padre* y *El Castillo* esas emociones que se desbordaban, a través de las metáforas y la transformación de los protagonistas, así como el rechazo a las actitudes de la sociedad que consideraba hipócritas. Kafka, el escritor más importante en lengua germana de esa época, murió en 1924 en Berlín y un año más tarde se publicó su obra póstuma *El Proceso*, donde ya se describe proféticamente el régimen de terror de los años treinta, en Europa, principalmente en Alemania, país que sería protagonista de los movimientos bélicos y sociales más importantes del siglo XX y que influiría de manera muy importante en el desarrollo de la prensa occidental.

2.2 Influencia del expresionismo en la fotografía periodística

Ya se habló del carácter representativo y documental del retrato fotográfico, pero después recorrer brevemente el movimiento expresionista, se pueden deducir las posibilidades de la fotografía en esa búsqueda de mostrar los sentimientos humanos y la rebeldía a través de imágenes gráficas.

La inquietud de los fotógrafos, para mostrar al espectador la expresión de su realidad, lo que sucedía cotidianamente a través del dramatismo de un rostro o una situación en particular, provocó un giro en el tratamiento de la fotografía. La rebeldía de los artistas expresionistas alemanes en sus obras influyó notablemente en los fotógrafos de publicaciones periodísticas, de carácter documental, sobre todo entre la Primera y la Segunda Guerra Mundial. Rostros que descubrieron el terror, la indiferencia, el hambre, la miseria humana. La fotógrafa Gisèle Freund describe así el nacimiento del fotoperiodismo: "La historia del retrato fotográfico se inicia primero en Francia y luego se extiende al mundo entero. La historia del fotoperiodismo, por el contrario, cobra su impulso en Alemania[...]. Fue el país donde trabajaron los primeros grandes reporteros fotográficos dignos de ese nombre, que dieron prestigio

al oficio"³⁵, refiriéndose, por supuesto a la época inmediata a la Primera Guerra Mundial, cuando los germanos atravesaban por una grave crisis política y económica.

En los inicios de la tercera década del siglo XX, cuando se encontraba en auge el expresionismo abstracto, la inquietud de los foto-reporteros era lograr esa imagen única que se capta en el momento preciso, pero no sólo como un elemento ilustrativo para sus revistas: "A partir de ahora, ya no serán únicamente los grandes del momento, los actores célebres u otras personalidades de la vida pública quienes aparezcan en las revistas, sino también saldrán temas referentes a la vida cotidiana de las masas populares. La revista ilustrada llega a ser un símbolo de la mentalidad liberal de la época"³⁶, resalta Freund. Esa búsqueda constante de *desenmascarar* la condición humana y mostrarla al público a través de la lente, fue una respuesta a la inquietud de los expresionistas por rebelarse ante su sociedad, pero a través de la *fidelidad* que da la cámara fotográfica.

³⁵ Freund, Gisèle. *La fotografía como documento social*, p. 99

³⁶ *Ibidem*, p. 107

La fotografía como medio de expresión y documental en conjunto da la posibilidad de mover al espectador a la reflexión, y provocar una reacción que va desde el estupor hasta la admiración. Sin embargo, el periodismo moderno llegó a confundir, en su propio beneficio, la realidad con el escándalo.

La revista *Life* se destacó durante el siglo XX como un exponente de la búsqueda de los hechos que impactaran a la opinión pública y la hicieran reaccionar ante los sucesos que se mostraban. Pero aun antes de las intensas investigaciones que realizara esta prestigiada publicación norteamericana, en el mundo se desató un movimiento en la prensa que buscaba afanosamente que los rostros y los hechos mostrados en sus portadas redituaran en la intención de compra de sus lectores.

Esas expresiones significaron una nueva mina de oro para los empresarios de la prensa, ya que los consumidores se habían cansado de observar la *realidad* que las publicaciones presentaban hasta ese entonces. Querían verse ahora en su propio espejo, ver reflejada su realidad, sentirse identificados con las nuevas imágenes. Al igual que los precursores del

expresionismo, la semilla de imágenes que desvelaran la miseria, el drama y la guerra estaba sembrada a través de una nueva inquietud. El artista, el periodista y el empresario, aunque con diferentes fines, así lo entendieron. Esta influencia resultó ser un éxito en los diarios que llegaban masivamente a la población y los que históricamente habían logrado tocar el sentir y actuar de los lectores, principalmente en Estados Unidos.

La competencia entre los diarios a finales del siglo XIX para aumentar su tirada y alcanzar a sectores de la población alejados de la información, provocaron que los editores norteamericanos Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst fueran los precursores de un nuevo tipo de periodismo. Pulitzer, de origen húngaro en el diario *New York World*, que adquirió en 1883; y Hearst, hijo de un senador, en el *San Francisco Examiner* y el *New York Morning Journal*, le dieron un giro a la información al presentarla de manera sensacionalista y escandalosa. Ellos les llamaban *relatos de interés humano* y los ofrecían con llamativos encabezados. Esta nueva prensa fue calificada más adelante como *amarillista*, nombre que surgió cuando primero Pulitzer y

después Hearst publicaron secciones humorísticas en color, entre ellas una tira cómica titulada *The Yellow Kid*. En cuanto a la presentación de la información, su lenguaje era sencillo para que lo entendiera cualquier ciudadano común, con expresiones coloquiales que repetían constantemente; también rompieron con la composición externa de los diarios tradicionales, al incluir grandes titulares y otros elementos que contrastaban con la monotonía de las publicaciones *serias*.

Este nuevo concepto, también conocido como *periódicos de centavo* (por su precio al público), vendría a revolucionar los intereses de los diarios en todo el mundo, especialmente en América y que estaba muy lejos de lo que pretendieron posteriormente los reporteros de *Life*, aunque las ganancias que redituaba este tipo de información resultaran una verdadera tentación: "En un momento dado, el moralísimo *LIFE* abandona incluso su línea de conducta al publicar reportajes sobre la mafia y la corrupción para complacer a los jóvenes. Pero los lectores protestaron vivamente y

se renunció a ese género de *yellow journalism*³⁷, aunque los tabloides sensacionalistas proliferaban ya en gran parte del mundo y su influencia se extendió durante décadas a otros medios como la televisión, donde fue cada vez más frecuente la presencia de este tipo de periodismo.

El *amarillismo* se convirtió así en un fenómeno no sólo de comunicación social, sino económico e ideológico, que si bien restaba credibilidad a los medios que lo practicaban, les ofrecía a cambio una gran aceptación y consumo de sus publicaciones. Prueba de ello es la proliferación de este tipo de periodismo en programas y publicaciones informativos, disfrazados de *interés humano*.

Pero, ¿qué tiene de especial el *amarillismo* para que en determinado momento, incluso las publicaciones serias volteen sus ojos hacia este tratamiento de la información? Y en particular en su relación con la llamada nota roja, ¿qué las hace tan atractivas para la población?, ¿son realmente un reflejo de lo que sucede en las sociedades de los últimos dos siglos?

³⁷ Ibidem, p. 131

2.3 Entre el rojo y el amarillo: el triunfo de la violencia

Es muy frecuente en el periodismo confundir la nota roja con la información *amarillista*, ya que tienen en común provocar el interés de las personas y el escándalo, así que es pertinente detenerse a observar sus diferencias.

En el periodismo se conoce como nota roja a aquellas noticias policiacas que presentan crímenes, asaltos, tragedias, en síntesis, sangre y muerte. En nuestro país, este tipo de noticias tienen una tradición que se remonta a la época colonial. A través de los *pregoneros* (1524), se informaba al pueblo sobre las medidas que tomaba el Ayuntamiento respecto a la vida económica, política y social de la Nueva España.

Entre estas medidas se encontraban los castigos impuestos a alborotadores que ofendían a la justicia o la prohibición de portar armas que no fueran espada o puñal, ya que se provocaba gran alboroto y escándalo en la comunidad.³⁸

Desde la Colonia hasta nuestros días, la noticia sobre crímenes y muerte ha llamado la atención de la población, especialmente por su relación con hechos violentos, pero hay que insistir en que tienen la función

específica de informar a la población sobre hechos concretos, aunque lamentables, del acontecer social.

Por otra parte, el periodismo *amarillista* o sensacionalista es aquel que convierte la información en escándalo, recurre a la exageración y muchas veces a la mentira, para provocar el impacto suficiente que merezca la atención del lector, en otras palabras explota el morbo o curiosidad del espectador.

El *amarillismo* periodístico aunque es una de las estrategias más efectivas para que las empresas informativas consigan gran popularidad y eleven significativamente sus ventas, también es un recurso con el que se manipula a la opinión pública con la capacidad de convertir en grandes verdades las grandes mentiras.

La muerte y el escándalo se vuelven así la nueva cara del periodismo, ya no se *maquilla* la realidad, ahora se le da un rostro cada vez más grotesco para que el lector descubra el más primitivo de sus instintos, el de conservación, el de la lucha del más fuerte contra el más débil, el de la supervivencia en el mundo moderno, el de la competencia feroz, el de *la violencia*. "Hay numerosas oportunidades para la crueldad y el sadismo en el que las gentes podrían permitírselos sin miedo a represalias;

³⁸ REED, Luis y RUIZ C., María del Carmen. El periodismo en México. 500 años de historia, pag. 16

pero mucha gente no lo hace; en realidad muchos reaccionan con cierto sentimiento de repugnancia cuando presencian actos de crueldad o de sadismo³⁹. Es así como Erich Fromm explica las dos principales posturas de los individuos frente a la violencia en las sociedades formadas después de la Revolución Industrial. El mismo Fromm hace una clasificación de la violencia en diversos tipos, según sus motivaciones inconscientes⁴⁰:

- *La juguetona o lúdica*, que se ejerce para ostentar destreza, no para destruir; por lo mismo, no tiene su origen en el odio, ni su finalidad es matar.
- *La reactiva*, que se emplea en defensa de la vida o de otros valores como la dignidad, la libertad o la propiedad. Este tipo de violencia tiene sus raíces en el miedo (el cual puede ser real o imaginario), pero siempre al servicio de la vida. Su finalidad es la conservación, no la destrucción.
- *La compensadora*, que resulta de una vida no vivida y mutilada, y que trata de sustituir la actividad productora en un individuo impotente. Esta violencia puede ser suprimida por el miedo al castigo o desviada por diversiones, pero finalmente, sigue latente. El sadismo está estrechamente relacionado con este tipo de violencia.
- *La arcaica*, a la que Fromm describe como *sed de sangre*, la cual es inherente al hombre y es, según Fromm, su vínculo con la naturaleza. Matar para trascender a la vida. Los sacrificios humanos en algunas sociedades son ejemplo de ella.

Esta violencia arcaica es a la muchos estudiosos del fenómeno se han referido como el gran reto a combatir, ese regreso al animal y lo que impulsa a los hombres a contemplar muertes, asesinatos o tragedias, ante la imposibilidad de realizarlos por sí mismos. Sin embargo, en otra posición se encuentran las consideraciones del antropólogo Santiago Genovés, quien en su obra *Expedición a la violencia* plantea que el origen de los actos violentos en la humanidad se da durante la

³⁹ FROMM, Erich. *El corazón del hombre*, p. 12-13

⁴⁰ Ibidem, p. 20-35

primera Revolución agrícola y toma como causa principal la idea de propiedad, así como el afán de conseguir la tierra o defenderla del otro. Genovés afirma que la evolución acelerada de la tecnología es otro factor que provoca la violencia en las grandes ciudades, debido a la obsesión del hombre por el liderazgo y la posesión de todo lo que él mismo ha creado materialmente, además de otras condiciones que la propician como:⁴¹

- *La falta de espacio*, que provoca el hacinamiento y los conflictos que se generan por la aglomeración de sujetos en espacios reducidos. Sin embargo, Genovés acota que en situaciones límite donde unos necesitan de los otros, este factor no propicia violencia.
- *La ignorancia y el machismo*, que generan frustración y violencia, por carecer de las mismas oportunidades que los otros.
- *La falta de calor humano*, que se basa en la ausencia de cariño, afecto y una imagen familiar. El antropólogo advierte que igual que los

animales, los seres humanos necesitamos estar en contacto afectivo con otros.

- *Falta de aventura*, por la mecanización de los procesos productivos donde interviene el hombre y que lo ha convertido en un robot de su propio entorno y en las relaciones con sus semejantes..
- *Influencia de los medios de comunicación*, que es uno de los factores que más nos interesa, ya que proyecta los estados de violencia entre los hombres y nos hace ser testigos conscientes y voluntarios de actos como asesinatos, violaciones o en general de la muerte de otro individuo. Aunque advierte que otras instituciones como la escuela o la familia pueden y deben ejercer mayor influencia en el individuo, principalmente el que se encuentra en formación, que los medios de comunicación.

Pero, ¿cuál es el papel y la responsabilidad de los medios en la difusión de estos mensajes? El investigador Jorge Iván Bonilla, en su obra *Violencia, medios y comunicación* analiza este tema, a través de un escenario conceptual del fenómeno, partiendo de la dominación y los desequilibrios del sistema social, en

⁴¹ GENOVÉS, Santiago. *Expedición a la violencia*, p. 170-204

particular de las sociedades latinoamericanas "... el estudio de la violencia y su relación con los medios de comunicación ha encaminado sus propuestas hacia tres frentes esenciales:

1. La violencia como un problema estructural de sociedades injustas, desiguales y dominadas.
2. Los mensajes de los medios de comunicación como reproductores de la injusticia, la desigualdad y la dominación.
3. Los medios de comunicación como aparatos ideológicos que fomentan la violencia."⁴²

Desde este punto de vista, la difusión de la violencia convierte en cotidianos los hechos delictivos de una sociedad, misma que se acostumbra a ellos, debido a que vive en un contexto de injusticia, desigualdad y dominación. Sin embargo, el mismo Bonilla justifica el papel de los medios y aclara que críticos, investigadores y periodistas han coincidido en tres aspectos importantes sobre ello, en situaciones extremas como el terrorismo:

"1. Los medios, evidentemente, forman parte del problema.

⁴² BONILLA Vélez, Jorge Iván. Violencia, medios y comunicación, p. 35

2. No obstante, no son el origen del "acto terrorista".

3. Su responsabilidad está en la difusión que de él realizan, y en consecuencia, hacia allí deben encaminarse los correctivos a aplicar."⁴³

Desgraciadamente, la información y la fotografía como parte de ella es una mercancía para las sociedades actuales y pocos son los países que cuentan con reglamentos o leyes que medien entre la información y su manejo, más que su difusión. Tampoco son evidentes los códigos de ética de los medios de comunicación. La mayoría de ellos se quedan en políticas sobre el manejo de la información, pero sin comprometerse con los valores periodísticos.

En Latinoamérica, la proliferación de situaciones que tienen que ver con corrupción, muertes, asesinatos y desastres naturales son una constante y la principal fuente de información de algunos medios, entre ellos, uno de los más populares y exitosos en nuestro país, el que analizaremos en los siguientes capítulos, para tratar de explicar como la violencia se vuelve un producto rentable: el periódico La Prensa.

⁴³ Ibidem, p. 41

Capítulo III

La Prensa: ¿el periódico que dice lo que otros callan?

*La Prensa es hoy por hoy
lo que México quisiera ignorar.*
Carlos Peláez, jefe de fotógrafos del diario

¿Por qué La Prensa? ¿Por qué analizar un periódico que se identifica con las clases populares? La respuesta es simple: este diario, además de ser uno de los de mayor tiraje en el Distrito Federal resulta ser en sí mismo, un fenómeno de comunicación en ventas y contenido.

La influencia de la información de nota roja en los lectores fue descubierta en nuestro país a través de las populares *hojas volantes* desde la época colonial hasta el Porfiriato, donde los títulos e imágenes sobre asesinatos o tragedias llamaban poderosamente la atención de las clases menos educadas, que ante el nulo acceso a la educación y las bellas artes, centraban su atención en aquello que las tenía anclada a su propia realidad: miseria, asesinatos, violencia, tragedia, elementos que aun en nuestros días son una constante en las grandes ciudades.

En este capítulo se presenta una breve mirada a la historia de los periódicos en el mundo, especialmente en Norteamérica, para entender los cambios sociales e

históricos que han propiciado el actual manejo de la información; los esfuerzos de algunos personajes célebres del periodismo mexicano en su intento de crear conciencia en el pueblo para mejorar sus condiciones económicas, sociales y políticas, así como la lucha entre los diversos diarios que hoy compiten por la preferencia de los lectores mexicanos.

Posteriormente, se aborda ya en forma particular la historia del diario La Prensa, desde su surgimiento, la crisis que provocó su cierre por algunos meses y su reapertura, como una cooperativa, hasta ser adquirida por Organización Editorial Mexicana, una de las empresas más importantes de nuestro país. También se presenta parte de la obra del fotógrafo Enrique Metinides, quien retrató por varias décadas para La Prensa las tragedias cotidianas y espectaculares de la Ciudad de México y quien forma parte de la historia del diario como un representante del estilo del periódico.

Por último, se analizarán las características editoriales de La Prensa, sus secciones e información, para entender el éxito que tiene en todo el país, gracias a su carácter popular y llamativo, lo que provoca una gran aceptación entre sus lectores.

3.1 Una mirada a la historia de los periódicos

Se conoce como periódicos a las publicaciones editadas con cierta regularidad, cuya función es informar sobre los hechos más importantes ocurridos en una sociedad, y que constituyen, junto al cine, la radio y la televisión fuentes primordiales de información para la población.

Hasta la Edad Media, las noticias se difundían por vía oral o manuscritos y a pesar que algunos historiadores afirman que los primeros periódicos que hubo en el mundo fueron las *Actas Diurna Populi Romani*, fue a partir de 1609, que se empezaron a publicar los primeros periódicos (semanales) impresos en el norte de Alemania: el *Avisa de Wolfenbüttel* y *Die Relation*, en Estrasburgo, aun cuando la imprenta ya había aparecido mucho antes. “El invento de Gutenberg permitió la rápida reproducción de un mismo texto y ofreció a la escritura las posibilidades de una difusión que el manuscrito no poseía. No obstante, la prensa periódica impresa no nació hasta más de un siglo y medio después de la invención de la imprenta.”⁴⁴ Publicaciones similares surgieron en Suiza, Austria, Bélgica, y posteriormente Francia sacó su primer

periódico semanal (*Gazette*) en mayo de 1631. En Inglaterra, los primeros periódicos fueron el *Weekly News* (1622-1641) y el semanario *A current of General News*. Estas publicaciones y las que le siguieron contaban en su mayor parte noticias extranjeras. En los años siguientes se produjeron hojas volantes conocidas como *newsbooks* o *corantos*.

En 1702 se funda también en Inglaterra, el *Daily Courant*, cuyo posterior editor Samuel Buckley llamó a la prensa el *cuarto poder*, además de plantear la división entre información y opinión y que daría pie a la proliferación de periódicos en Europa, como el *Daily Universal Register*, y posteriormente *Times*, fundado en 1785 por John Walter.

En Norteamérica, fue en 1690 cuando aparece el *Publick Occurrences*, un periódico con sólo tres páginas, aunque sólo vio la luz su primer número, así que el primer periódico estadounidense de tirada continua fue el *Boston News-Letter*, fundado en 1704 por John Campbell. Este periódico, contenía noticias diversas desde lo que ocurría en Europa, finanzas y sucesos de carácter social. En 1721 James Franklin fundó el *New England Courant* en Boston; y colaboraba

⁴⁴ ALBERT, Pierre. *Historia de la Prensa*, pág. 15

con él en la redacción su hermano Benjamin Franklin, quien en 1728 publica el *Pennsylvania Gazette*. A estos informativos le siguieron otros como el *Boston Gazette*, de Sam Adams; el *Pennsylvania Magazine*, de Thomas Paine y el *New York Weekly Journal*, que en sus inicios enfrentaron la censura y la crítica.

El primer diario de Estados Unidos, el *Pennsylvania Evening Post*, inició su circulación en 1783, y le siguieron una veintena más, todos ellos incluyendo noticias económicas y políticas, de interés para la burguesía, que tomaba fuerza después de la Revolución Industrial. En 1833, Benjamin Henry Day edita el *New York Sun*, pionero de los diarios baratos, conteniendo notas de crímenes y violencia para un público menos exigente. Incluía, como lo proponía su editor, información de *interés humano* y era más económico que sus competidores, ya que sólo contaba con 4 hojas. El éxito de este periódico mostró sus frutos, debido a diversos fenómenos sociales como el desarrollo de las comunicaciones, la industrialización y la acelerada urbanización de las grandes ciudades. Para una audiencia masiva, surgieron también el *New York Herald*, el *New York Tribune* (ambos con un precio

de 2 centavos) y el *New York Times*, con un estilo más serio. Por otra parte, el *New York Tribune* de Horace Greeley, fundado en 1841 y también de carácter popular, se negó a publicar rumores policiacos y se preocupó por reunir información segura y precisa sobre los asuntos de actualidad, que interesaran a la sociedad norteamericana.

Los países de habla hispana no fueron ajenos a la evolución de la prensa en Europa y Estados Unidos, y así durante el siglo XVIII, surgieron periódicos como *La Gaceta de México* en 1722; siendo nuestro país pionero del periodismo en Latinoamérica. Posteriormente apareció la prensa sudamericana y del Caribe, con títulos como *Primicias de la Cultura de Quito*, Ecuador 1729; *La Gaceta de Santa Fe de Bogotá*, Colombia 1735; *la Gaceta de Perú*, 1743; y el *Papel Periódico de la Habana*, Cuba 1790. Estas publicaciones fueron testigos y voces de los movimientos que transformaron a las naciones que en los siguientes años proclamaron su independencia y vieron como se modificaban las estructuras sociales y políticas en la conformación de la nueva geografía del continente.

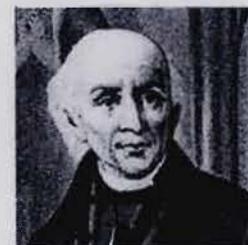
Los periódicos en México

Según algunos investigadores⁴⁵, a México cabe el orgullo de ser el país donde se estableció la primera imprenta del continente en 1539 y se publicó la primera hoja noticiosa en América. Este documento es la *Relación del espantable terremoto que agora nuevamente ha acontecido en las Yndias en una ciudad llamada Guatemala*, editado en nuestro país en 1541, y a partir de ello, inició la publicación de informaciones esporádicas, conocidas como *hojas volantes*.

México también fue la cuna del primer periódico auténtico en América latina conocido como *La Gaceta de México*, auspiciado por el doctor Juan Ignacio María de Castorena Ursúa y Goyeneche, en 1722. El investigador Rafael Carrasco detalla las características de la publicación: "Fue un periódico muy completo con secciones de noticias oficiales, religiosas, comerciales, sociales y marítimas. Desde el número 2 insertó una sección titulada Libros Nuevos, para dar cuenta de los publicados en México y España y que inició con un comentario a las Orientaciones Evangélicas de Fray Ángel Maldonado. Las noticias aparecían divididas por

⁴⁵ CARRASCO Puente, Rafael. *La Prensa en México*, p. 36

ciudades: México, Campeche, Acapulco, Zacatecas, Guadalajara, Veracruz, Puebla, Valladolid (Morelia) y del exterior informó de sucesos acaecidos en La Habana, Guatemala, Manila, Zebú, presentando, a partir del número 3, un resumen de noticias de Madrid, Paris y Roma."⁴⁶ Esta publicación, denominada más adelante *Mercurio* tuvo una gran influencia entre la sociedad mexicana en la primera etapa del periodismo nacional, así como las *gacetas* realizadas por Manuel A. Valdés Murguía y Saldaña hasta principios del siglo XIX, cuando aparece el primer diario de nuestro país: el *Diario de México*, en 1805; durante el movimiento independentista surgen periódicos como *El Despertador Americano*, fundado en 1810, por el sacerdote Francisco Severo Maldonado, por encargo del cura **Miguel Hidalgo** y dos años más tarde: el *Ilustrador Nacional*, del también presbítero José María Cos. De esta época destacan diversos textos, como los de Joaquín Fernández de Lizardi en *El Pensador*, donde da *consejos* al virrey, lo que provoca su encarcelamiento



⁴⁶ Ibidem, p. 36

en 1812 y el cierre definitivo del periódico en 1814. El mismo autor publica en 1820 *El Conductor Eléctrico*, que alcanzó los 24 números y posteriormente *Buscapiés* y *El Diario Político y Militar Mejicano*. Antes de morir edita *Testamento* y *Diario de Pensador Mexicano*. Con él inicia el verdadero periodismo político en nuestro país. De esta época destacan las caricaturas políticas, con la introducción de la litografía. Los diarios más sobresalientes de este periodo son *El Observador de la República Mexicana* y *El Indicador de la Federación Mexicana*. En 1848, el escritor Manuel Payno dirige *Eco del Comercio*, donde exigía seguridad para los comerciantes y proponía un programa completo de reformas al gobierno. *El Monitor Republicano* y *El Siglo Diez y Nueve*, éste último dirigido por Francisco Zarco, son los periódicos más destacados del movimiento liberal. En contraparte, los diarios conservadores *El Universal* del español Rafael de Rafael, el periódico religioso *La Cruz* y *Diarios de avisos* de Vicente Segura se dieron a la tarea de combatir lo que llamaron la ruina del país, a causa de los liberales. Los ideales de la Reforma dieron inicio a una nueva etapa del periodismo nacional, con la figura

de don Ignacio Ramírez, conocido como *El Nigromante*, cuyo estilo permaneció hasta fines del siglo XIX y las primeras ideas revolucionarias.

Al asumir **Don Benito Juárez** la presidencia de la



República, decreta en 1861 la suspensión por dos años del pago de la deuda pública, tanto interior como exterior, lo que trajo como consecuencia la intervención de

Francia, en enero de 1862, acción apoyada por los periódicos conservadores *L'Estafette des Deux Mondes* y *El Pájaro Verde*, al contrario de *La Orquesta*, que

incita a todos los mexicanos a tomar las armas contra la intervención extranjera. Cuando en junio de 1864, **Maximiliano de Habsburgo** y su esposa



Carlota llegan a México como flamantes emperadores, el periodismo nacional intensifica su labor tanto a favor como en contra del Imperio. Entre los diarios que lo apoyaban al nuevo régimen estaban *L'Ere Nouvelle*, *El Periódico Oficial del Imperio Mexicano*, *La Sociedad Mercantil*, *El Imperio*, *La Gaceta Oficial del Imperio*,

Bandera Imperial, El Cronista de México, Le Trait d'Unión y La Iberia. En contraparte, se encontraban *El Payaso, El Pito Real y El Correo de México*, de Ignacio Manuel Altamirano, financiado por el gobierno de Juárez. Con el fusilamiento de Maximiliano en 1867 y el regreso de Juárez al poder, surgieron diarios como *La Hoja Eléctrica, El Sufragio Libre, El cascabel y el Monitor Tuxtepecano*, en los cuales se criticaba la constante permanencia del Benemérito en la presidencia del país, hasta su muerte, en 1872, cuando Sebastián Lerdo de Tejada ocupa la presidencia e intenta reelegirse en 1876. Sin embargo aparece un personaje que se lo impide: **Porfirio Díaz**, quien inicia

en ese año lo que sería su larga dictadura y nombra a Filomeno Mata, director del *Diario Oficial de la Federación*, en su gobierno. Los periódicos lerdistas iniciaron los ataques a



Díaz y Mata finalmente se une a este tipo de prensa, al publicar en 1878 el *Anuario Universal* y en 1881 el *Diario del Hogar*, lo que le costó ir varias veces a prisión. Porfirio Díaz contratacó con diarios como *El*

Partido Liberal y El Imparcial, así como con la compra de periodistas, a los que mejoraba el sueldo si opinaban a favor de su gestión. De esta época no podemos olvidar al gran caricaturista **José Guadalupe Posada** (autor de la *muerte catrina*), quien ilustró con sus obras de arte los acontecimientos más importantes del fin de



siglo XIX, al colaborar con litografías en el suplemento literario y recreativo *La Patria Ilustrada*, cuyo editor era don

Ireneo Paz, (abuelo del premio nobel Octavio Paz). Posada también participó en las *hojas volantes*, que contenían noticias sensacionalistas como asesinatos, catástrofes y hasta profecías. De estas hojas volantes surge posteriormente *La Gaceta Callejera*, dirigida a un público con escasa educación académica, por lo que la imagen y los títulos muy descriptivos (*El horroroso crimen del horroroso hijo que mató a su horrorosísima madre*) eran indispensables. Sin embargo, esta publicación irregular (salía solo cuando los eventos lo ameritaban) también plasmó hechos importantes como la Muerte del General Manuel González en la Hacienda de Chapingo el día 8 de mayo de 1893. Miguel Velasco

Valdés lo califica como periodismo ínfimo: "Hacia 1888, advino un degeneración del periódico "amarillista", consistente en la narración de sucesos, aunque verídicos, deformados al extremo de que aparecían escandalosos y de pésimo gusto."⁴⁷ En 1896 llegó a nuestro país la tecnología más avanzada de la época (linotipos, rotativas de alta velocidad y máquinas de rotograbado para incluir fotografías) con el fin de apoyar a *El Imparcial*, de corte popular y precio de un centavo. Con el propósito de enfrentar esta competencia, Francisco Montes de Oca saca a la luz a *El Popular*, diario en el que también colaboró José Guadalupe Posada, creando además de sus caricaturas, viñetas, encabezados y tipografía. Con el cambio de siglo, la fotografía fue tomando mayor importancia en los diarios y desplazando el trabajo de los grabadores. El siglo XX también trajo a México un florecimiento de la prensa crítica y se contaban en todo el país alrededor de 300 publicaciones de todas las tendencias: liberales, socialistas o anarquistas, mismas que sufrieron el cierre y destrucción de sus imprentas por parte del régimen de Díaz. Durante la dictadura, periódicos como

⁴⁷ VELASCO V., Miguel. *Historia del periodismo mexicano*, p. 133.

Regeneración de los hermanos Flores Magón y *El País*, así como los semanarios *El Ahuizote*, *El Hijo del Ahuizote* y *El Colmillo Público* informaron sobre el malestar popular que dio origen a la Revolución Mexicana. Los Flores Magón también mostraron a sus lectores lo que acontecía durante el movimiento revolucionario, con una postura radical, pero desgraciadamente, debido al alto nivel de analfabetismo en la población, sus ideas no lograron influir en las acciones de los ciudadanos. El nuevo siglo y las ideas revolucionarias trajeron consigo lo que se conoce como el periodismo moderno mexicano. Surgen así los dos diarios más importantes del país, hasta nuestros días: *El Universal*, fundado por Félix F. Palavicini, en octubre de 1916 y *Excelsior* de Rafael Alducín, en marzo de 1917. Ambos diarios tenían una marcada influencia norteamericana tanto en su diseño como en sus fotografías y contaban con colaboradores de la talla de Amado Nervo, Antonio Caso o **José Vasconcelos**, por lo que se mantuvieron a la vanguardia del periodismo nacional. Frente a ello, el general Salvador Alvarado edita en abril



de 1919 *El Heraldo de México*, que incluía páginas en inglés y los “monitos”, caricaturas de entretenimiento, por primera vez en el país. Entre 1917 y 1921 surgen diversos diarios en el interior de la república como *El Informador* de Guadalajara; *La Opinión*, de Torreón; *El Constitucionalista* de Tlaxcala, *El Mundo* de Tampico o *La Crónica* en Puebla, por mencionar sólo algunos. En febrero de 1922, *El Universal* se pone nuevamente a la cabeza de sus competidores con la aparición de *El Universal Gráfico*, pionero de los diarios *vespertinos* del país, mientras su competencia más fuerte, *Excélsior*, iba en picada, tras la muerte de su fundador Rafael Alducín. Para evitar el cierre del diario, un grupo de redactores, obreros y empleados se constituyen en sociedad cooperativa en enero de 1932, con lo que recuperan su crédito y el financiamiento de la banca, para continuar sus operaciones.

En 1924, los artistas José Clemente Orozco, Diego Rivera y David Alfaro Siqueiros dirigen *El Machete*, vocero del Partido Comunista Mexicano. En 1928 se funda el periódico *La Prensa*, dirigido por José E. Campos, Miguel Ordorica y Mario Santaella.

Otros diarios que han ejercido gran influencia en la vida social y política de nuestro país a través de los años son:

- *El Nacional Revolucionario*, que después se conocería solo como *El Nacional*, órgano oficial del PRI, desde 1929.
- *La Afición*, primer diario deportivo, fundado en 1931.
- *Novedades*, que aparece en 1935, año en que Vicente Lombardo Toledano también publica *El Popular*.
- En 1936, *Excélsior* saca a la luz su vespertino *Ultimas Noticias*, También en ese año surgen el *ESTO* y *El Sol de México*, en la empresa editorial más grande del país, propiedad de José García Valseca, la cual posteriormente fue adquirida por Mario Vázquez Raña.
- *Ovaciones* surge en 1947 y *The News* en 1950. En los sesenta aparece *El Día*; en 1977 *Uno más Uno*.

- En 1981 *El Financiero*; en 1984 *La Jornada* y en 1988 *El Economista*.
- El diario *Reforma* aparece en 1993, y actualmente se distribuye principalmente a través de suscripciones y en locales cerrados, debido a que por su afán de circular los 365 días del año, se desligó de la Unión de Voceadores y Expendedores de Periódicos de México.

En la década de 1980, en México se publicaban alrededor de 250 revistas de ámbito nacional, tanto de información general como especializadas o algunas otras claramente sensacionalistas, como *Alarma*, que llegó a emitir tiradas superiores al millón de ejemplares, en una década donde grandes tragedias como las explosiones en San Juan Ixhuatepec, en 1984 o los sismos de 1985 en el Distrito Federal acaparaban las primeras planas.

Frente a la gran competencia que representan los medios electrónicos de comunicación, los periódicos adoptan nuevos enfoques, sobre todo con imágenes más *crudas y realistas* de una sociedad cada vez más violenta.

3.2 La Evolución de La Prensa

El diario La Prensa salió a la venta con un precio de 10 centavos y un contenido variado. En él se podía leer en su portada *Registrado como artículo de 2a. clase en México D.F. el 30 de agosto de 1928.*

Ese primer número lo conformaban 2 secciones, con cinco columnas en cada página, en las cuales se informaba de noticias nacionales, políticas, policiacas e historietas nacionales y extranjeras, así como consejos para la mujer. Una tercera parte era su sección de *rotograbado*, donde se incluían fotografías en sepia de estrellas de Hollywood y políticos mexicanos.

Desde sus inicios, La Prensa mostró una clara tendencia hacia la nota policiaca, pero no sólo desde su lado informativo, sino poniendo énfasis en las circunstancias *oscuras y crudas* que rodeaban al evento. Por ejemplo, se lee en uno de sus primeros números: "Está envenenado el pulque de la Ciudad de México"⁴⁵. Esperanzados en el potencial que tendría el diario en la preferencia del público, los dueños lanzan una promoción, en la cual prometen regalar 25 mil pesos a uno de los lectores del nuevo periódico. Su emisión

dominical era especial, ya que contaba con un suplemento de entretenimiento y relatos, así que tenía un precio de 15 centavos.

En 1935, el diario enfrentó inconformidades internas, por lo que tuvo que ser cerrado por siete meses, para renacer como una cooperativa y enfrentar la fuerza de sus competidores El Universal y Excélsior. Por esta razón se decidió dar aun más fuerza a la nota policiaca, con una tendencia claramente *amarillista*, utilizando al morbo, el delito y la sangre como sus ganchos de venta, situación que prevaleció durante muchos años y por la cual fue identificado.

Con la competencia de revistas como *Alarma*, la cual por cierto dirigían ex colaboradores del periódico, La Prensa ha formado parte importante en la historia gráfica de los desastres y las desgracias del mexicano, en particular del habitante de la capital del país. El lado oscuro de la "Ciudad de los Palacios" tantas veces oculta, es revelada por el diario desde hace décadas. De ello da cuenta el fotógrafo Enrique Metinides, en su obra *El Teatro de los hechos*.

⁴⁵ Diana La Prensa. Primera plana 2a. Sección del 31 de agosto de 1928

Enrique Metinides
Portada de su libro *El teatro
de los Hechos*.
México, 2000



Metinides, de ascendencia griega y quien iniciara su labor en el periódico desde los doce años, al lado de su mentor, el fotógrafo Antonio Velásquez "El Indio", vivió en carne propia experiencias que congelarían la sangre del más experimentado reportero; captó el dolor de los rostros de la desgracia y se convirtió sin duda en uno de

los pilares del estilo gráfico de La Prensa.



Enrique Metinides
Avionazo
México, 1969

Su amigo Alfonso Morales se refiere así a la trascendencia del trabajo del fotógrafo, en cuanto a los acontecimientos trágicos, pero cotidianos de la ciudad de México: "Metinides no fue el único fotógrafo que contribuyó a la fama y popularidad de *el periódico que dice lo que otros callan*, un medio donde dejaron obra e hicieron escuela grandes reporteros como Miguel Casasola, Agustín *el Chino* Pérez Escamilla y Faustino Mayo, pero la constancia de sus coberturas, las miles de primeras y últimas planas que ganaron sus imágenes, lo convierten en el mejor representante de un estilo definitorio, por sus virtudes y defectos, de la nota roja mexicana[...] El género de Enrique Metinides cultivó y enriqueció en su labor de cinco décadas, en medios más poderosos y con la materia de una ciudad más grande y explosiva, insegura y temerosa, vive desde hace unos años un *boom* inusitado, estimulado por los desfiguros de la clase gobernante y el exitoso lanzamiento de los *reality shows*... Nadie que se sepa ha escapado a este mórbido y catártico teatro de los hechos."⁴⁹ Teatro que ganó y sigue ganando la preferencia de los mexicanos.

⁴⁹ METINIDES, Enrique. *El teatro de los hechos. Introducción de Alfonso Morales*. p. 11 y 12



Enrique Metinides
Retratos de tragedias
México, 1950-1963

Las fotografías de La Prensa llamaron la atención de los lectores desde su aparición. Sus portadas y



contraportadas fueron y son *el gancho* para la venta de la publicación. La realidad de las clases populares fue expuesta por el periódico, aunque la denuncia de su condición no fuera el objetivo principal. La aparición de la

fotografía en color, que significó para el diario una nueva época, dio también un nuevo matiz dramático a las

imágenes del rotativo, que aunque no cambió del todo su estilo, expresaba con mayor fidelidad el dolor de la tragedia y por lo mismo se vieron en la necesidad de *bajar el tono* de las fotografías, ya que a pesar de su tendencia claramente policiaca, no quería exagerar la presencia de sangre en las imágenes que se publicaban.



Enrique Metinides
Mujer atropellada
México, 1979

Los eventos que conmovieron a la opinión pública fueron retratados por los reporteros gráficos del diario.



Enrique Metinides
Choque en el metro
1975

Actualmente, en su tercera época, La Prensa pertenece a la **Organización Editorial Mexicana S.A. de C.V.**, la cual es la empresa periodística más importante de habla hispana y uno de los tres grupos más grandes del mundo.

La historia de este grupo (OEM) se divide en tres etapas, la primera durante su fundación en los años cuarenta y la adquisición de periódicos de diversos estados de la República. En su segunda etapa, durante los años setenta, la empresa toma el nombre de Editorial Mexicana, al ser adquirida por Mario Vázquez Raña y actualmente, en su tercera etapa, agrupa 60 periódicos y una red de actividades periodísticas que está integrada por:

- 35 editoras
- 10 mil empleados
- 56 periódicos diarios
- 56 rotativas
- 36 estaciones remotas vía satélite
- 2 unidades móviles de transmisión remota
- 1 agencia de información
- 1 estación de televisión

- 2 estaciones de radio
- 1 impresora de libros, revistas, folletos, carteles y publicidad comercial.

Como parte de esta empresa, La Prensa cuenta con su página en internet, donde se puede consultar la información que incluye en sus publicaciones. Su dirección <http://www.la-prensa.com.mx>. Su director actual es Mauricio Ortega Camberos y su jefe de redacción Jesús Sánchez Ramírez.

El estilo del periódico es claramente dirigido a las clases populares, presentando información que tiene que ver con accidentes, crímenes o eventualidades que se relacionan con tragedias humanas (tratamiento esencial de la nota roja) a través de sus fotografías y textos.

Aunque a la fecha, la tendencia del diario hacia el *amanillismo* ha disminuido, aun es claro su interés por dar una gran importancia a los sucesos policíacos, con una propensión a la exageración y el escándalo. Su argumento: los lectores lo piden, porque ven reflejadas sus problemáticas cotidianas en las páginas del periódico, lectores que han conservado durante décadas, gracias al estilo que los identifica frente a la gran oferta de publicaciones similares.

3.3 Características editoriales

El diario La Prensa, es un periódico cuyo formato no se definió de manera fortuita, sino que siguió el mismo tamaño que tenían los diarios sensacionalistas de 1920 en Estados Unidos y que durante mucho tiempo se les identificó en todo el mundo; formato que es fácil de leer e incluso de doblar y cargar para sus lectores.

La Prensa tiene un precio de 4 pesos por ejemplar. Incluye en su portada y contraportada fotografías con las noticias principales de corte policiaco. Cuenta en promedio con 56 páginas, con una retícula principal de 5 columnas. La tipografía que utiliza el diario es *sin patines* para los encabezados y títulos principales y *con patines* para el desarrollo de la nota. Tomamos como ejemplo, la publicación del 24 de junio de 2002. El directorio de



llamativas para lograr que el lector se acerque a leer de

qué se trata. En la parte superior de la página aparece el nombre del diario, seguido por un cintillo donde aparecen el nombre de la editorial, su director general y el director del diario. Abajo se encuentra un logotipo del periódico, el lema *el periódico que dice lo que otros callan*, el lugar de impresión, la fecha, así como el año de circulación y el número. Desde hace unos meses también se encuentra la dirección del diario en Internet. Según estudios de mercadotecnia (y revisado a través de una encuesta realizada para esta investigación) La Prensa es comprada y leída sobre todo, por comerciantes, obreros y campesinos, con un bajo nivel escolar y escasos recursos económicos, a los que llama en especial la atención secciones como espectáculos y deportes, pero sobre todo las fotografías que incluye en su sección policiaca. La redacción de la información es sencilla, sin palabras complicadas y en notas cortas, con un lenguaje tomado de la vida cotidiana, a fin de que su público pueda leerlas sin dificultad y no se pierda entre páginas, comentarios y declaraciones que sí incluyen otros diarios.

El periódico cuenta en su interior con diversas secciones constantes como:



- **Noticias de Primera Plana**, que incluye las notas más importantes del día, las cuales pueden ser de carácter nacional, internacional, policiaco, etc.



- **Editorial**, con el punto de vista del diario, respecto a los temas de actualidad, especialmente políticos.



- **Política**, con la información más importante del quehacer político nacional.



- **Información General**, con temas de interés para los lectores, que incluye información nacional e internacional.



- **Aviso Efectivo**, espacio destinado a los anuncios clasificados que los propios lectores o anunciantes presentan al diario y donde se pueden encontrar productos, servicios o empleo.



- **Estado de México**, que incluye información general de la entidad, en especial sobre obras del gobierno mexiquense en diversos municipios.



Federal y área conurbada.

- **Metrópoli**, con notas del Distrito



ámbito deportivo, notas, entrevistas y estadísticas.

- **Deportes**, con lo más importante del



cine, teatro y televisión.

- **Espectáculos y pasatiempos**, que informa sobre lo más importante del



Investigan muerte de maestro

- Y la más rentable para el periódico: **Policía** la cual cuenta no sólo

con la mayor cantidad de páginas del diario con información de este tipo, sino además incluye *Archivos Secretos*, con relatos de casos y delinquentes en la historia.

La Prensa, como todos los diarios, cuenta además con la participación de diversos colaboradores, que van desde el ex candidato del PRI a la presidencia de la república, Francisco Labastida Ochoa hasta el comediante Flavio, en columnas como:

- Fax Urgente
- Templete
- Arcoiris
- Así lo dice LaMont
- El consultorio de Luis Suárez, el mentalista
- Vox Populi, una de las más antiguas y populares del periódico.
- Flavio y su política
- Apantallando

Estas secciones siguen el mismo estilo en la redacción de las notas de los reporteros del diario, intentan no confundir a los lectores y los comentarios de los colaboradores son sencillos, e incluso a veces graciosos o en doble sentido.

La Prensa basa su éxito principalmente en la importancia que da a la noticia policiaca, la cual es consecuencia de los actos violentos de individuos en una sociedad. Y es precisamente el contenido de sus imágenes, a través del retrato fotográfico lo que se analizará en el siguiente capítulo, esa realidad de México, ante la cual a veces se prefiere cerrar los ojos. Una realidad, que en opinión de sus productores, *La Prensa dice y otros callan*.

Capítulo IV

Policías y ladrones: las imágenes de La Prensa

La sangre siempre será la sangre...
Carlos Peláez
Jefe de Fotógrafos de La Prensa.

Este último capítulo comprende el análisis de las imágenes del periódico La Prensa, las cuales fueron elegidas principalmente de la última época del diario, con la ayuda del Jefe de Fotógrafos, Carlos Peláez, quien permitió reproducir las más representativas de la publicación, por su contenido y calidad.

Para su estudio se ha dividido en cuatro apartados, con títulos que, evitando la obviedad, describieran las características gráficas y sociales de las fotografías, con apoyo en el análisis que hace el investigador Pepe Baeza en su obra *Por una función crítica de la fotografía de prensa*.

El primer apartado *Entre lo blanco y lo negro* aborda las características gráficas, con el estudio de su contenido y los elementos visuales que la integran, sin dejar de lado el aspecto formal, con base en el estudio de la violencia presentado en el tercer capítulo.

En *Frankenstein o la imagen del horror* se explica el impacto visual que causan estas fotografías en el espectador y de qué manera influye en su preferencia hacia la publicación. Para su estudio se utilizan

conceptos de Daniel Prieto en su obra *Elementos para el análisis de mensajes*, que se explicaron en el primer capítulo. También se recurre a *La semiótica de la Comunicación* de Juan Manuel López para analizar las funciones específicas de cada uno de los elementos del proceso de comunicación en una imagen determinada.

En el tercer apartado *Nosotros los pobres, ustedes los ricos* se analizan los factores que determinan el éxito de circulación y venta de La Prensa, como un reflejo de los vicios y problemas de la sociedad.

Hasta en las mejores familias sirve de conclusión a este capítulo para explicar las repercusiones que las fotografías del diario pueden acarrear a la sociedad mexicana, con el apoyo de una encuesta entre sus lectores.

Es importante aclarar que las imágenes incluidas en este capítulo fueron proporcionadas por el personal del diario, quienes hicieron hincapié en que no contaban con el nombre del autor, por considerar a las fotografías como patrimonio del periódico, así que se identifican solamente como *Archivo La Prensa*. Los títulos fueron sugeridos por el propio personal, haciendo sólo alusión al tema que representan.

4.1 Entre lo blanco y lo negro: características gráficas

El bien y el mal, la naturaleza del hombre, la lucha constante entre el ser y el deber ser. La gama de grises que durante toda su vida acompañan a cualquier ser humano. La violencia de los hechos cotidianos. El retrato de sujetos en desgracia se ha convertido en un fenómeno de comunicación que atrae la atención y el interés comercial.

Aquello que a finales del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX pretendía ser el estandarte de una lucha social de los artistas de la cámara, para mostrar la miseria de algunos sectores de la población, hoy se ha convertido en un artículo rentable para los medios de comunicación. Esa inquietud que movía a los fotógrafos a descubrir el interior de los seres humanos, muestra ahora lo peor de su exterior.

Asesinatos, miseria, muerte, delincuencia son una constante y como una ironía, lo que busca la gente en los medios. Un círculo de hecho-necesidad-producto, que lleva a los empresarios a cambiar políticas por ganancias. La nota roja, es actualmente esa visión de nuestra realidad, la eterna lucha entre el bueno y el malo, lo blanco y lo negro, reflejado en las imágenes del periódico de mayor circulación: La Prensa.

Contenido

Las fotografías del diario La Prensa se han caracterizado principalmente por su carácter *sangriento*, o al menos así es como lo reconocen sus lectores. Sin embargo los propios realizadores del periódico niegan esta versión y aclaran que la sangre, como elemento, es precisamente lo que procuran evitar en las imágenes.

Hace dos décadas, los anunciantes exigieron que las fotografías no fueran tan explícitas, porque ello le restaba seriedad y credibilidad a sus productos, por lo que los ejecutivos de la empresa tomaron la decisión de *bajar de tono* las imágenes, aun cuando ya lo habían hecho con la introducción del color a la fotografía en la década de los años setenta. Sin embargo, el público dejó de comprar La Prensa y nuevamente se cambió a la política inicial, aunque les sirvió de experiencia para valorar cuándo una fotografía debe incluir escenas sangrientas y cuándo no. La política es simple: si el personaje en cuestión es alguien famoso, la imagen del occiso se dejará tal cual, pero cuando se trata de un ciudadano común, se intenta no tomarlo directamente a él, sino a los dolientes, esto es, a los familiares que se encuentran consternados por la muerte del sujeto.

Como ejemplo de esta política, la siguiente imagen muestra el dolor de la muerte, pero nunca la sangre, a diferencia del estilo que presentaban en décadas anteriores. Para el fotógrafo es más intenso y revelador el rostro de los dolientes, la desesperación de enfrentar a la desaparición de un ser querido, el hijo o la madre, que las condiciones físicas en que quedaron los fallecidos.



Archivo La Prensa
Niño atropellado
México, 1995

Sin embargo, no todo es nota roja en el diario... Generalmente, la portada se dedica a la nota del día, la cual puede ser política, social, económica, de espectáculos o deportiva y la contraportada, por tradición es policiaca, aunque puede variar.

Por ello, no es raro ver en los puestos de periódicos que se exhiba la contraportada de La Prensa o el diario extendido, de tal manera que se vean la primera y la

última página. El voceador sabe, por experiencia, que ésa es la fórmula para vender la publicación.

En este caso, la portada está dedicada a las declaraciones del cardenal Norberto Rivera, respecto a la inseguridad que se vive en la Ciudad de México y el país, así como la postura del procurador capitalino, Bernardo Bátiz sobre el mismo tema.

Portada del Periódico La Prensa
México 24 de junio de 2002



Mientras tanto en la contraportada vemos las reacciones a otra "tragedia": la derrota de España en el mundial de fútbol, debido al arbitraje y las reacciones de este evento. Durante esta temporada la nota que "vendía" era lo relacionado al mundial, así que el diario lo aprovechó y destacó en la contraportada para llamar la atención del lector y comprara el periódico para conocer la opinión de los especialistas frente a la "injusticia" que los aficionados consideraban se había cometido contra España.

Contraportada del Periódico
La Prensa
México 24 de junio de 2002



Sin embargo, es el estudio de las imágenes de nota roja lo que interesa a esta investigación. En ella encontramos características comunes, que la hacen identificable y diferente a otras publicaciones. En primer término, la presencia inevitable de la figura humana (por lo que se considera retrato) y su frágil condición ante los fenómenos sociales que él mismo ha provocado, como la delincuencia y el crimen. Desvelan el sufrimiento ante los hechos que ya son cotidianos en todas las esferas sociales. Éste es uno de los éxitos de La prensa, a decir de sus colaboradores: el que sus lectores (de clase media baja) se sientan identificados con estos acontecimientos. Que encuentren en sus páginas la desgracia de familiares, amigos o conocidos. Lamentable, pero real.

Descubren su propia condición en las páginas del periódico: lo que les sucedió, les sucede o les sucederá. Se convierte así en el diario acontecer de su propia vida. Otro acierto de las imágenes de La Prensa, es que no se conforma con el hecho cotidiano. La experiencia le ha llevado a dar seguimiento a algunos acontecimientos que considera de interés para sus lectores. Uno de los más recientes y que más éxito tuvo fue la muerte del conductor Francisco Stanley. Fueron meses e incluso años, en que el periódico siguió con gran interés las investigaciones que en torno a este asesinato realizaron las autoridades.

Pero no tiene que ser una personalidad para captar el interés del diario. Es precisamente el ciudadano común el que busca el periódico y por ello, las historias cotidianas son su principal fuente de información. En un intento por clasificar este tipo de imágenes, el investigador español Pepe Baeza las define como documentales: "El documentalismo, que comparte con el fotoperiodismo el compromiso con la realidad, atiende más a fenómenos estructurales que a la coyuntura noticiosa, hecho que además de alejarlo de los plazos de producción cortos del fotoperiodismo lo mantiene abierto[...]De hecho,

algunos autores como Eugéne Smith consideran el fotoperiodismo como un *documentalismo con un propósito*. Un propósito definido por el encargo y por la voluntad mediática de difusión.⁵⁰ En el siguiente caso, las imágenes refieren a un hecho noticioso, pero se convierte en documental en el momento que se le da seguimiento al suceso para presentar el *lado humano* de la nota informativa. Es el relato gráfico de una madre que el 10 de agosto de 1995 abandonó a sus 4 hijos en plena vía pública y completamente desnudos. Los niños fueron recogidos por la Cruz Roja y ahí se presentó la madre, arrepentida para exigir que se los devolvieran; las autoridades la trasladaron al Ministerio Público, donde fue detenida por abandono. La madre se encontraba en la crujía y el fotógrafo la descubrió en un recorrido por la prisión.

Archivo La Prensa
México, 1995



⁵⁰ BAEZA, Pepe. Por una función crítica de la fotografía de prensa, p. 32-35.

Las condiciones para la fotografía no fueron las mejores, pero la imagen sí logró captar la expresión desconsolada de la mujer.



Archivo La Prensa
México, 1995

Dos días después, la mujer fue liberada. Inmediatamente se dirigió a una congregación de religiosas, quienes se encargaron de cuidar de los niños, mientras la madre estuvo en prisión. Las monjas fueron testigos del encuentro entre la mujer y sus hijos.



Archivo La Prensa
México, 1995

Finalmente en el interior del asilo, la madre da gracias a Dios por permitirle tener otra oportunidad para convivir con los suyos.



Archivo La Prensa
México, 1995

Son este tipo de imágenes e historias las que conmueven a la opinión pública

y como lo menciona Pepe Baeza, el propósito mediático en este relato es la identificación del lector con el suceso, que lo sienta como parte de su realidad y considere al diario como un reflejo de sus circunstancias.

Por otra parte, las fotografías de La Prensa, tan criticadas por su contenido violento, han recibido premios internacionales de periodismo, entre ellos, el Premio Ortega y Gasset, que otorgan los periodistas españoles a imágenes mundiales. En 1996, La Prensa fue reconocida por las siguientes fotografías, debido a la *oportunidad* con que fueron tomadas.

Archivo La Prensa
Sigue vivo
México, 1996



El hombre fue herido con un "pico" y trasladado por elementos de la Cruz Roja para ser atendido. A pesar de que el arma le atravesó el tórax, el sujeto continúa con vida. En otra, un hombre intentó suicidarse con un arma de fuego en pleno centro de la ciudad de México y a pesar de lo que pudiera parecer, no lo logró.



Archivo La Prensa
Falló al matarse
México, 1996

Aquí el fin mediático es otro: mostrar con toda su crudeza dos acontecimientos que desgraciadamente resultan cotidianos en las grandes urbes de nuestro país, en particular en la Ciudad de México: la violencia en todo su esplendor, pero además lo inverosímiles que pueden resultar algunos acontecimientos, el conservar la vida, a pesar de los ataques directos a la integridad física, a los principios fisiológicos y anatómicos del ser humano, que algunos lectores consideran *milagros*.

Las imágenes anteriores son un ejemplo del estilo del diario, con diferentes objetivos: Por una parte, presentar el aspecto humano de la *nota roja*, en el seguimiento que se le hace al caso de la madre. El relato fotográfico muestra a través del rostro de la mujer la angustia, el arrepentimiento, la alegría y la fe, en una historia que resulta conmovedora. En las dos últimas fotografías la oportunidad les da el valor documental del que se habló anteriormente, aunque la presencia de la sangre identifica perfectamente la línea tradicional del periódico.

El contenido de las imágenes está supeditado a la reacción que quiere provocar en el lector. Desde la portada y la contraportada, el objetivo del diario es llamar la atención, pero a diferencia de otros periódicos que su fin principal es presentar el hecho noticioso del día, en La Prensa esto queda en segundo término cuando lo que expone es el escándalo o la crudeza de los acontecimientos cotidianos.

Busca en primer término identificarse con los problemas de sus lectores, ya sea a través de un hecho sangriento o de un tema que le atraiga sensiblemente. Es esa lucha entre lo blanco y lo negro de la conducta humana lo que el diario quiere explotar, en ocasiones con la presencia

de sangre, otras con el factor humano, el dolor, la desesperación, la tragedia, pero sin perder de vista al protagonista de sus historias: el propio lector y los problemas a los que se enfrenta día con día en sus relaciones familiares, laborales y sociales, su supervivencia en *la jungla de asfalto*.

Aspectos formales

En las imágenes policíacas por su naturaleza, es muy difícil tener un control sobre la composición, ya que de todos los documentos gráficos del periodismo, son las que requieren de mayor rapidez en la toma, porque los acontecimientos surgen en un instante y las autoridades intervienen en determinado tiempo, sin dar oportunidad al fotógrafo para captar las imágenes con un análisis previo. Sin embargo, con los modernos sistemas de edición, es posible *recortar* la imagen y tomar sólo el encuadre que sirva para ilustrar el hecho. Aun así, hay imágenes, tomadas del acervo del periódico La Prensa que son dignas de comentarse por las características formales que presentan y de las cuales, representan el tipo de imágenes que el diario ha querido presentar a sus lectores, no sólo la muestra de la realidad en el México

urbano y rural, sino también el cuidado que han impreso en cada una de ellas, como ejemplo de que el contenido no está reñido con la forma, sino que se integran para que el lector encuentre un significado completo en la imagen.



Archivo La Prensa
Accidente fatal
México, 1994

En esta fotografía, el objeto central es la niña auxiliada por elementos de rescate en un trágico accidente automovilístico, donde murieron sus padres. La expresión de dolor de la víctima es lo que llama la atención, pero además es el *centro compositivo* de la misma, ya que a partir de ella se distribuyen los elementos a su alrededor. Los rostros de los rescatistas que intentan calmarla son también parte importante en la composición de la imagen y finalmente el fondo, donde se aprecia a los *curiosos* que nunca faltan en un accidente, le dan realismo a la fotografía.

En otras ocasiones, se pueden *construir* las imágenes, cuando las circunstancias, el involucrado, las autoridades y el tiempo lo permiten, para mostrar al lector todos los elementos que se presentan en el hecho. Tenemos como ejemplo las siguientes imágenes.



Archivo La Prensa
Asesinos en Naucalpan
México, 1995

En la primera, se presenta a dos acusados de un robo, con las armas con las que cometieron el ilícito centradas en las miradas, uno de los elementos que más explota La Prensa, para ilustrar las intenciones de los individuos. El fotógrafo hace una composición *en cruz* de los elementos que conforman la imagen, para resaltar la frialdad de los agresores y mostrar las manos asesinas con las pistolas con las que amenazaron a sus víctimas, en un primer plano para destacar los objetos. El punto de atención es efectivamente el cruce de las armas y las miradas.

En otro caso, se le pidió a un acusado de homicidio que colaborara para ilustrar el motivo del asesinato: el robo de unas botas.



Archivo La Prensa
Por unas botas
México, 1995

La miseria que se vive en algunas comunidades empuja a los individuos a cometer delitos para satisfacer sus necesidades básicas. La fotografía, en una composición *triangular*, muestra los elementos básicos que la hacen impactante. En primer plano, el motivo del delito: las botas y el pie descalzo del delincuente. En segundo plano, el instrumento: el cuchillo que privó de la vida a su víctima y en el fondo, el asesino, el campesino que no tenía los medios económicos para comprar calzado.

La composición no sólo representa un orden estético de los elementos, también forma parte del lenguaje que el fotógrafo utiliza para expresar el sentimiento de los actores, respecto al hecho fotografiado. Los rostros definen el carácter e intención de los actores.

4.2 Frankenstein o la imagen del horror: impacto visual

A principios del siglo XIX, una escritora inglesa escandalizó a la sociedad conservadora de la época. Mary Shelley publicó una novela que movió las conciencias, al presentar la historia de un monstruo, creado por un hombre, a partir de los despojos de otros: Frankenstein, ser que se rebela ante su creador y sobre todo ante la sociedad que lo excluye por ser diferente. Ese Frankenstein se repite día a día en las grandes ciudades. Hombres y mujeres que se rebelan ante una realidad que tienen que sufrir cotidianamente.

A través de su historia, los diversos medios de comunicación han intentado, con diferentes objetivos, presentar esa realidad. La literatura, la pintura, los diarios a través de la fotografía la develan conscientemente, como lo considera Pepe Baeza: "Los mensajes visuales que conforman la iconósfera contemporánea compiten duramente entre sí. Esta competencia se efectúa sobre una enfatización del mensaje propio que supone en muchas ocasiones abandonar los límites estilísticos que han desarrollado históricamente los diferentes tipos de imagen, pero no para superarlos desde la propia tradición sino, en clara sintonía con tendencias globales de la posmodernidad,

para sustituirlos, hibridarlos y confundirlos con los estilos de otros géneros o de otros usos radicalmente distintos."⁵¹ Así, la competencia obliga a los medios a *impactar visualmente* al lector a través de la imagen, de hacer uso de sus herramientas para lograr de él, como receptor una respuesta a los estímulos que presenta. El estilo y la estética de las imágenes sufren modificaciones al compás de los cambios sociales y económicos para satisfacer las necesidades o deseos del consumidor, necesidades y deseos que muchas veces son impuestos precisamente por los medios. En el caso de las fotografías de La Prensa, su mensaje va más allá de la simple información. Su contenido dramático hace de la imagen un objeto digno de analizarse en el proceso de comunicación. Tomemos como ejemplo, esta fotografía de dos niños, víctimas de violencia familiar.



Archivo La Prensa
Menores golpeados
México, 1990

⁵¹ Ibidem, p.13

Los responsables del diario, como emisores publicaron esta imagen, que cumple con las características de su producto, cruda, directa, dramática, y que muestra una problemática social específica: la violencia contra menores.

El mensaje es claro: muestra los rastros físicos de golpes, mordidas y quemaduras, pero sobre todo, la mirada perdida y sin esperanza de dos infantes, que no encuentran sentido a su vida. Esto es lo que más llama la atención de la fotografía: la desesperanza. Este mensaje se envía a través de un código que es la imagen fotográfica: los colores, las formas, la figura humana forman un código visual que dice más que cualquier texto: la violencia de las clases que viven en la ignorancia y la miseria.

Su canal de transmisión es el propio diario, el cual es comprado por la misma clase que se refleja en la imágenes. Es su forma de vida, sus circunstancias, que hacen que se sienta identificado con los hechos presentados.

El receptor está conformado por los lectores del periódico, quienes traducen el contenido temático de la imagen y lo ubican en un contexto histórico, político,

económico y social para entender los elementos que la componen. En este tipo de fotografías las funciones de los elementos que conforman el proceso de comunicación⁵² son claros:

Función emotiva del emisor.

Explora los sentimientos que el lector o receptor puede experimentar al presenciar esta imagen: compasión, rabia, tristeza, etc.

Función conativa del receptor.

Es la capacidad que el receptor tiene de responder al mensaje, en este caso con el interés en leer la nota completa para enterarse del caso, como una respuesta a los sentimientos que provocó en él la imagen.

Función referencial del contexto.

Como se mencionó en capítulos anteriores, las fotografías se convierten al paso del tiempo en un documento histórico, porque en él se muestran las características de los sujetos fotografiados.

En este caso, la imagen nos dice a qué condición social pertenecen los niños, cual es su edad aproximada, a que problemática se enfrentan, qué tipo de padres o tutores

⁵²LÓPEZ R., Op. Cit., p. 175

están a su cargo, etc. En síntesis, hace reflexionar sobre la condición de los infantes y su entorno violento en una sociedad que presenta características económicas, políticas y familiares específicas.

Función estética del mensaje.

Aun en las fotografías de *nota roja*, el mensaje guarda una función poética o estética, se intenta que la imagen provoque una emoción, a través de las metáforas visuales, como la mirada de los niños, la compañía que se hacen el uno al otro, el compartir la desgracia, lo desgarrador de su vestimenta, los propios golpes. Para La prensa, esta función es básica en sus fotografías, ya que es el vínculo más fuerte que lo une con sus lectores, no es la oportunidad de la nota como noticia, sino las fibras que mueve en su interior.

Función metalingüística del código.

Los elementos que componen la fotografía, como las formas, el color y su propio contenido, permiten que el receptor traduzca el mensaje a través del canal que es el diario y el código, la imagen visual. Esto es, el lector puede traducir la intención de la fotografía, en este caso la denuncia de *violencia familiar*, porque está consciente

del diario que está leyendo y el tipo de temas y fotografías que se presentan.

Pero ¿qué nos dice la fotografía?

REPRESENTACIÓN

En primer término, representa a dos niños golpeados, quemados y mordidos, víctimas de violencia por parte de los adultos. Denuncia un grave problema que se presenta de manera frecuente en las zonas marginadas del país.

SIGNIFICACIÓN

Después personifica un drama que viven unos infantes en familias de clase baja, las condiciones en que son tratados, debido a las diferentes situaciones que se presentan en su hogar: alcoholismo, drogadicción, hacinamiento, abuso físico, violencia intrafamiliar, etc.

EXPRESIÓN

Alude a la comprensión y la sensibilidad perceptiva del receptor. Expresa la desgracia que viven día con día los niños de zonas marginadas y la nula sensibilidad de las autoridades y la sociedad en general para atender los conflictos a los que se enfrentan los infantes y sus familias.

TÉCNICA

Y por último, es una imagen que fue realizada utilizando una película de color, con una cámara fotográfica reflex, formato 35 milímetros (que es el formato más común entre los reporteros gráficos de nuestro país), con un objetivo normal o *zoom* (que da la posibilidad de ir desde un gran angular, hasta un telefoto) y un flash. El proceso de revelado e impresión se realizó con técnicas tradicionales en el laboratorio de uso normal del periódico.

Todos estos elementos logran en el espectador la respuesta esperada por el medio, además de la empatía que el diario cotidianamente va sembrando entre sus lectores, "no hay que perder de vista que, mientras exista confianza en un determinado emisor, nada hay en las auténticas fotografías que nos impida el disfrute y el valor que deriva de una imagen vinculada directamente con la realidad"⁵³. Y así, ese Frankenstein que todos los días vemos reflejado en las páginas de La Prensa seguirá teniendo el mismo impacto y credibilidad en la percepción de sus lectores, lo que se traduce en el éxito de venta y de circulación que cotidianamente reporta el periódico.

⁵³ Ibidem, p. 24

4.3 Nosotros los pobres: aceptación del consumidor

En la época de oro del cine mexicano, una serie de películas del director Ismael Rodríguez, interpretadas por Pedro Infante robó el corazón y el bolsillo de los mexicanos. El éxito en taquilla de la trilogía *Nosotros los Pobres*, *Ustedes los ricos* y *Pepe el Toro*, demostró que temas tan difíciles como la desigualdad social, la desintegración familiar, la drogadicción, la prostitución, la delincuencia y la corrupción no sólo podían ser llevados a la pantalla, sino que además captaban poderosamente el interés del pueblo, en especial de las clases marginadas. Varias décadas después, a partir de 1995, programas de corte *policiaco*, como *Duro y Directo*, *Fuera de la Ley* y otros retomaron la idea, para llevarla a la pantalla chica, con el lógico éxito en *rating*. Para ello, pidieron asesoría a los expertos: el personal del periódico La Prensa.

Las fotografías del diario son conocidas y reconocidas a nivel nacional. Su estilo y temática provocan diversas reacciones en el lector, desde la curiosidad, hasta el rechazo, pero lo más importante, son imágenes que día a día son buscadas y consumidas.

Los lectores son fieles consumidores del periódico, a pesar de los cambios de políticas en el manejo de las fotografías. Con un tiraje de 140 mil ejemplares al día y el

10 por ciento de devolución en el Distrito Federal, según la Unión Nacional de Voceadores, La Prensa, se ubica en segundo lugar de ventas sólo después del periódico Esto⁵⁴. Uno de sus éxitos es efectivamente, su temática: la nota roja; otro su carácter popular, ya que su información gira esencialmente en torno a la problemática de las clases socioeconómicas con menos ingresos; su accesibilidad a las masas, a la colonias con menores recursos y más problemas, que encuentran en las páginas de La Prensa un espejo de lo que acontece en sus comunidades.

Los tirajes, según la Unión de Voceadores

Nombre	Tiraje	Devolución	Sistema de suscriptores
Periódicos matutinos			
El Día	300*	Entre 15 y 25%	
unomásuno	1,000	Entre 15 y 20%	
Diario de México	1,000	30%	
El Sol de México	3,000	Entre 20 y 30%	
El Heraldo de México	7,000	25%	
Noticias	15,000*	18%	30% del tiraje
Milenio Diario	15,000	35%	
La Jornada	35,000 a 40,000	15%	
El Universal	80,000	15%	20% del tiraje
La Prensa	140,000	10%	30% del tiraje
Excelsior	66,000*	10%	
Ovaciones 1ª Edición	50,000	15%	
Esto	150,000	15%	
México Hoy	5,000	60%	
El Economista	20,000	Entre 40 y 50%	
El Financiero	85,000	Entre 40 y 50%	
Periódicos vespertinos			
Ovaciones 2ª Edición	75,000		
Últimas Noticias de Excelsior	9,000		
La Tarde	2,000		
El Sol de Mediodía	13,000		
Cuestión	2,500		
Crónica	7,000*	Aproximadamente 28%*	

* Ver siguiente nota
 Estas cifras corresponden sólo a puestos de periódicos, no a locales cerrados.

⁵⁴ Revista etcétera, *Cuánto imprimen y cuánto venden los diarios capitalinos*. Agosto de 2002, www.etcetera.com.mx

El vecino de Ciudad Nezahualcóyotl, Tepito, Tacubaya, puede ver reflejada su realidad, puede sentirse parte de la historia de una ciudad tan conflictiva como el Distrito Federal y su zona conurbada. Como ejemplo, esta imagen que día con día se repite en las calles de las ciudades más grandes de nuestro país: un hombre asaltado que se presenta a las oficinas del Ministerio Público para levantar un acta de lo sucedido.



Archivo La Prensa
Victima de la delincuencia
México, 1995

Los números son fríos, La Prensa es uno de los diarios que menos devolución registra en el Distrito Federal y uno de sus argumentos publicitarios más fuertes es *cómpralo temprano, porque se acaba* y es que en varios puntos de la ciudad, especialmente en puestos de periódicos que se encuentran dentro de estaciones del metro, así como en el centro de la Ciudad de México, los voceadores terminan de vender el diario antes que cualquier otra publicación de su tipo.

4.4 Hasta en las mejores familias: repercusiones sociales

Los polémicos programas de televisión conocidos como *Talk show* también aprovechan los problemas que día con día se presentan en las clases más necesitadas del país, especialmente del Distrito Federal y su área conurbada para ganar auditorio.

Consciente o inconscientemente, emisiones como *Cosas de la Vida*, que conduce Rocío Sánchez Azuara, en Televisión Azteca o *Laura en América* (Perú), con Laura Bozo en Televisa muestran la raíz de los principales problemas que aquejan a las sociedades urbanas de Latinoamérica: la desintegración familiar y la miseria económica, social y moral. Pero hubo un programa que incluso hizo mofa y escarnio de ello: *Hasta en las mejores familias*, emisión que resultó todo un escándalo, sobre todo para asociaciones moralistas y legisladores, que no soportaron ver en sus televisores peleas, groserías veladas y sobre todo una conducta agresiva de los panelistas y los asistentes. La presión de estos grupos logró retirarlo del aire, pero dejó a su paso el ejemplo de que la gente ve en este tipo de programas lo que vive todos los días: su realidad y aquellas circunstancias con las que se identifica.

Publicaciones que analizan la participación de los medios de comunicación en la sociedad, como la revista *Etcétera* son críticas en cuanto al exceso de los vicios y problemas en las grandes urbes: "La discusión en torno de la llamada *telebasura* deberá aún observar la tendencia creciente a presentar, en otros formatos quizá, la violencia, miseria e intimidad de las personas como espectáculo que continuará mientras mantenga altos *ratings*⁶⁶, lo que se traduce en ganancias para las empresas que los patrocinan. Y aunque algunos noticieros se alimentan precisamente de notas que muestran exceso de sangre o violencia, en otros, la experiencia les ha hecho cambiar de políticas, como lo menciona Sergio Sarmiento en una entrevista a la misma revista *Etcétera*:

"Fui vicepresidente de Noticias por tres años y estuvimos en primer lugar, pero metíamos nota roja, nota muy sensacionalista, y ese tipo de información la hemos quitado completamente de nuestros noticieros. Si quisiéramos subir el *rating* sabemos cómo hacerlo, yo lo

⁶⁶ GONZALEZ, Arturo, *Nuevos talk show en uno e dos años*. *Etcétera*. Julio 2002. www.etcetera.com.mx

sé subir divinamente, pero la empresa [TV Azteca] nos está pidiendo otra cosa. Nos ha prohibido estrictamente el uso de cadáveres, de sangre, si metemos notas policiacas tiene que ver con temas más profundos de seguridad pública.”⁵⁶ Sin embargo, el antecedente de las ganancias que reportan este tipo de notas siguen siendo una tentación para las empresas. Una de las más fuertes críticas al periódico La Prensa es el argumento de que *violencia genera violencia*. Los responsables del diario, en especial en el área de fotografía consideran que las imágenes son simplemente un *reflejo de la realidad*.

A través de una encuesta aplicada a 100 personas de diversas colonias del Distrito Federal y área conurbada, los lectores afirmaron que en comparación con otros diarios, La Prensa refleja la realidad y tiene una temática policiaca, de la que carecen otros. El tema de las imágenes sangrientas también fue parte importante de la elección para la compra de este diario.

La mayoría de los lectores resultaron de sexo masculino (86%) frente a las mujeres (14%), la mayoría de 30 años

en adelante (65%), en especial comerciantes y choferes (50% del total). La encuesta también arrojó interesantes resultados en cuanto a la forma en que la sociedad, en particular los lectores del diario, perciben lo que se presenta en La Prensa. Por ejemplo, respecto a sus preferencias de compra, las personas encuestadas respondieron que eligen el periódico por la información que contiene y las imágenes que presenta, más que por el precio, que resulta ser de los más baratos en el mercado.

Entre las secciones preferidas del público están por supuesto la sección policiaca, deportes y espectáculos (85% del total), por arriba de la información general. Las fotografías son lo que más llama la atención de los lectores (64%) y entre ellas, la mayoría considera que son de buena calidad y que reflejan la realidad. Además, 62% de los encuestados asegura haber visto publicado algún suceso que ocurrió en su colonia.

Los resultados reflejan los motivos del éxito de La Prensa, frente a otros diarios. Es un producto rentable que explota por igual la radio y la televisión, a través de una violencia que se presenta en las calles como

⁵⁶ MEJÍA Méndez, Nelly. Sergio Sarmiento: Yo se subir divinamente el rating. Etcétera. Octubre 2002. . www.etcetera.com.mx

conssecuencia de la lucha por la supervivencia del más fuerte, el más poderoso, el más agresivo.

La información y la realidad tratadas como mercancía, en especial a través de las imágenes que presentan los medios traen consigo graves riesgos y sobre ello insiste Pepe Baeza: "las diversas formas de control de los grupos de comunicación por parte de los más poderosos grupos económicos del mundo, cuando no directamente a su servicio, van reduciendo el campo de la confrontación libre de ideas y de la movilización de los ciudadanos, sobre todo desde el dominio de la televisión, pero también de la prensa. A la inmensa mayoría le llega ya sólo mensaje, referencias, valores de conformidad y resignación, disfrazados de exuberancia y profusión, y las imágenes son tal vez el mecanismo más eficazmente utilizado para estos fines. La imagen es uno de los soportes fundamentales de todas las estrategias contemporáneas de persuasión y de uniformización del gusto; es el más depurado mecanismo de control de mercado"⁵⁷ El retrato de la muerte que hace La Prensa, a decir de sus colaboradores, es una manera de mostrar los vicios y problemas de la sociedad, una sociedad

sumida en la violencia y que encuentra en sus imágenes ese reflejo de su entorno, de su propia situación. Sin embargo, sus colaboradores confiesan que preferirían no tener material para mantener el diario en los excelentes niveles de venta en que se encuentra, pero poder disfrutar de una sociedad más equitativa y menos violenta.

El retrato que presenta La Prensa no puede seguirse viendo sólo como una imagen aislada que mueve al morbo o a la curiosidad. Es necesario que se reflexione sobre lo que revela en torno a la convivencia de los seres humanos. Aun siguiendo sus propios intereses, las imágenes de hombres y mujeres en el diario llevan en su interior, con intención o sin ella, ese reflejo de la realidad y la reacción ante la violencia, generada por la injusticia, la corrupción y sobre todo, la indiferencia de la misma sociedad frente a sus vicios. Es importante que el lector observe las imágenes con una visión más crítica de lo que sucede en su país y de lo que puede hacer o exigir para cambiarlo y no quedarse sólo en la descalificación o la justificación de lo que se ha llamado *su realidad*. Los rostros de la desgracia deben ser objeto de reflexión, más que de curiosidad.

⁵⁷ BAEZA, Op. Cit., págs. 9 y 10

Conclusiones

Resultó de gran interés personal desarrollar el tema de este trabajo. Lo que inició como una curiosidad sobre la inquietud que despiertan las imágenes de la nota roja en los lectores de La Prensa, terminó como un breve, pero interesante viaje a la historia del retrato fotográfico, el expresionismo, la violencia, el *amarillismo* y la propia evolución del periódico.

La frase *del grito al horror* que da título a esta investigación es por sí misma una expresión de esa búsqueda de los receptores por encontrar una explicación a los fenómenos delictivos a los que diariamente se enfrentan y que los medios, en ocasiones de manera irresponsable, difunden.

Así, al terminar el presente trabajo, se llegó a las siguientes conclusiones:

- El retrato fotográfico, que en sus inicios tuvo una función decorativa, se convirtió posteriormente en un medio documental para presentar la realidad de diversas sociedades en diferentes épocas.
- El movimiento expresionista influyó en la búsqueda de los primeros periodistas del siglo pasado por lograr que la fotografía transmitiera las vivencias y situaciones de individuos que padecían los efectos de la pobreza, la guerra o la desigualdad, como un reflejo de los problemas de las sociedades de la primera mitad del siglo XX. Sin embargo, y aunque algunas revistas como Life (E.U.) o Vu (Francia) lograron rescatar el espíritu de la denuncia social que el expresionismo inspiró, otras publicaciones tomaron como pretexto ese intento por desvelar la realidad para exagerarla y escandalizar con ella, a través del *amarillismo*.

- No se puede considerar a la violencia como un mal aislado, ya que es el resultado de diversos fenómenos como la falta de espacio y privacidad, el ansia de poder, la ignorancia y la influencia de los medios de comunicación, que intervienen en la percepción y las acciones de los individuos.
- La nota roja y el amarillismo no tienen que estar necesariamente unidos en la información. La nota roja se refiere específicamente a hechos policíacos y el *amarillismo* al escándalo, aunque en conjunto, resulte un producto atractivo para el público y los medios de comunicación.
- Con una gran tradición periodística en América Latina, México representa en el continente un ejemplo (para bien o para mal) de diversidad de opciones sobre los estilos de información.
- El periódico La Prensa surgió como una copia de las publicaciones *amarillistas* en Estados Unidos, pero encontró en nuestro país un campo fértil para su crecimiento y evolución, debido a que las clases con menos recursos y educación encuentran en sus páginas lo que ocurre diariamente en su entorno, como sucedía con la gaceta callejera y los pregoneros de épocas anteriores.
- Los retratos de La Prensa intentan presentar también (aunque con menos frecuencia), el sentido humano de la nota roja, así como cierto cuidado en el manejo formal y compositivo de las imágenes, cuando esto es posible, por las propias características de la información policíaca.
- El horror que reflejan las fotografías de La Prensa impactan al espectador porque llevan consigo todo un mensaje, con funciones emocionales, estéticas, metalingüísticas y referenciales de los individuos y las situaciones presentadas.

- El lector de La Prensa se identifica con las imágenes porque forman parte de *su realidad*, de las desigualdades económicas, sociales y educativas que le rodean.

La expresión de la violencia en el retrato de nota roja de La Prensa mostró también las razones de los fotógrafos y editores del diario de lo que significa su realidad y de la responsabilidad que resulta para ellos el mostrarla a sus lectores.

Por supuesto que todos estos aspectos en conjunto tienen repercusiones en la sociedad, cuando se presentan a través de un medio tan eficaz como el periódico y aquí cabría reflexionar sobre si los propios medios están conscientes de su función social y el poder que tienen sobre sus receptores para poder explicar el círculo violencia – ciudadanos – medios. Como se comentó al final del último capítulo, es necesario ver con ojos más críticos este fenómeno para no caer en el error de la descalificación o la complicidad.

Anexo

Cuestionario para lectores de La Prensa

Metodología:

El presente cuestionario tiene como objetivo conocer las preferencias de los lectores de La Prensa, respecto al diario, su contenido y sus secciones. La población objetivo son lectores asiduos del periódico, hombres y mujeres.

La temática del cuestionario gira en torno las distinciones sobre el diario, frecuencias de lectura y expectativas sobre su contenido.

Cobertura geográfica y temporal: fue aplicado durante el mes de abril de 2002 a 100 lectores del periódico La Prensa, en la zona metropolitana del Valle de México. Se aplicó en colonias del Distrito Federal, como Obrera, Tepito, Tacubaya, Agrícola Oriental y Federal, así como en municipios del área conurbada como Coacalco y Nezahualcóyotl.

El único requisito que se pidió a las personas es que fueran lectores del diario, destacando entre ellos taxistas, operadores de microbús, boleros y comerciantes.

A continuación se presenta el formato del cuestionario y los resultados, mismos que sirvieron para realizar una interpretación que se incluye en el capítulo 4.

Sexo _____ Edad _____ Colonia _____ Ocupación _____

1. ¿ Con qué frecuencia lee el periódico La Prensa?

- a) diario
- b) dos veces por semana
- c) una vez por semana
- d) ocasionalmente

2. ¿Por qué compra este periódico?

- a) porque es más barato
- b) porque tiene muchas imágenes
- c) por su información

3. ¿Otras personas de su familia leen La Prensa?

a) Sí. ¿Quiénes? _____ b) No

4. ¿Qué secciones prefiere del diario?

5. ¿Qué le llama más la atención del periódico?

- a) las fotografías
- b) el texto
- c) las caricaturas
- d) los clasificados

6. ¿Qué diferencia encuentra en La Prensa en comparación con otros diarios?

- a) las notas policíacas
- b) las imágenes sangrientas
- c) que refleja la realidad

7. ¿Recuerda alguna noticia que le llamó en especial la atención en La Prensa?

8. ¿Ha visto en La Prensa, publicado algún hecho sobre su colonia o alguien que Usted conoce?

- a) No
 - b) Sí ¿cuál?
- ¿Tenía imágenes?

9. En caso afirmativo, ¿qué le pareció?

Resultados del cuestionario

Sexo:

Mujeres	14%
Hombres	86%

Edad:

00-18	4%
19-30	31%
31-50	46%
51-adel.	19%

Colonia:

La mayoría fue de colonias de nivel socioeconómico "C" y "D"

D.F.	86%
E. Mex.	34%

Ocupación:

Comerciante	34%
Chofer(taxi/micro)	16%
Empleado	14%
Estudiante	10%
Ama de casa	7%
Botero	7%
Obrero (a)	4%
Albañil	4%
Profesionista	4%

PREGUNTA 1

¿Con qué frecuencia lee el periódico La Prensa?

Mujeres	
Diario	2
dos veces/semana	3
una vez/semana	0
ocasionalmente	9
Hombres	
Diario	28
dos veces/semana	23
una vez/semana	10
ocasionalmente	25

PREGUNTA 2

¿Por qué compra el periódico?

Mujeres	
Porque es más barato	1
imágenes	6
información	7
Hombres	
Porque es más barato	23
imágenes	31
información	32

PREGUNTA 3

¿Otras personas de su familia leen La Prensa?

Mujeres	
Si	10
hijos/pad.	4
conyuge	4
hermanos	2
No	4
Hombres	
Si	31
hijos/pad.	12
conyuge	6
hermanos	13
No	55

PREGUNTA 4

¿Qué secciones prefiere del diario?

	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Total</i>
Policías y nota roja	3	25	28
Deportes	0	36	36
Espectáculos	6	7	13
Inf. General	3	12	15
Todas	2	6	8

PREGUNTA 5

¿Qué le llama más la atención del periódico?

	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Total</i>
Fotografías	9	55	64
Texto	4	17	21
Clasificados	0	10	10
Caricaturas	1	4	5

PREGUNTA 6

¿Qué diferencia encuentra en La Prensa en comparación con otros diarios?

	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Total</i>
Notas policiacas	5	33	38
Imágenes sangrientas	7	23	30
Refleja la realidad	2	30	32

PREGUNTA 7

¿Recuerda alguna noticia que le llamó en especial la atención en La Prensa?

	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Total</i>
Si	10	53	63
No	4	33	37

PREGUNTA 8

¿Ha visto en La Prensa publicado algún hecho sobre su colonia o alguien que usted conoce?

<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Total</i>
Si 10	52	62
No 4	34	38

PREGUNTA 9

¿Qué le parecieron?

Diversas respuestas (abiertas).

Fuentes consultadas

Bibliografía

ALBERT, Pierre

Historia de la Prensa

Editorial Riap, Madrid, España, 1970. 224 páginas.

BAEZA Gallur, Pepe

Por una función crítica de la fotografía de prensa

Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España, 2001. 179 páginas.

BONILLA Vélez, Jorge Iván

Violencia, medios y comunicación

Editorial Trillas. México D.F., 1995. 217 páginas.

BORDIEU, Pierre

La fotografía, un arte intermedio

Editorial Nueva Imagen. México D.F., 1980. 381 páginas.

CARRASCO Puente, Rafael

La prensa en México

UNAM. México, 1962. 300 páginas.

COSTA, Joan

La fotografía. Entre sumisión y subversión

Editorial Trillas. México, 1991. 171 páginas.

EMERY, Edwin

El periodismo en los Estados Unidos

Editorial Trillas. México, 1966. 795 páginas.

EISNER, Lotte H.

La pantalla demoniaca

Editorial Cátedra. Madrid, 1988. 278 páginas.

FLUSSER, Vilém

Hacia una filosofía de la fotografía

Editorial Trillas. México, 1990. 78 páginas.

FONTCUBERTA, Joan

Fotografía, conceptos y procedimientos

Editorial Gustavo Gili. Barcelona 1990. 204 páginas.

FREUND, Gisèle

La fotografía como documento social

Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1993. 207 páginas.

FROMM, Erich

El corazón del hombre

Fondo de Cultura Económica. México, D.F., 1983. 179 páginas.

GENOVÉS, Santiago

Expedición a la violencia

Fondo de cultura económica. México D.F., 1991. 289 páginas.

GENOVÉS, Santiago

Violencia: una visión general

Instituto de investigaciones antropológicas UNAM.

México D.F., 1977. 34 páginas.

HILL, Paul. COOPER, Thomas

Diálogo con la Fotografía

Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España. 384 páginas.

JANSON, Horst Woldemar

Historia general del arte. Volumen 4 El mundo moderno

Alianza, Madrid, 1991. 1315 páginas.

LÓPEZ Rodríguez, Juan Manuel

La semiótica de la Comunicación Gráfica

INBA, Escuela de Diseño. México, D.F., 1993. 499 páginas.

McQUAIL, Dennis

Introducción a la teoría de la comunicación de masas

Editorial Paidós, México D.F., 1997, 452 páginas.

METINIDES, Enrique

El teatro de los hechos

Comité editorial del gobierno del D.F. México, 2000. 237 páginas.

NEWHALL, Beaumont

Historia de la Fotografía.

Editorial GUSTAVO GILI. Barcelona, 1983. 351 páginas.

PLEBE, Armando

¿Qué es verdaderamente el expresionismo?

Editorial Doncel. Madrid, 1971. 140 páginas.

PRIETO Castillo, Daniel

Elementos para el análisis de mensajes

ILCE. México, 1982. 186 páginas.

RAGON, Michel

El expresionismo en Historia de la Pintura

Asuri de ediciones, Bilbao, 1989.

RICHARD, Lionel

Del expresionismo al nazismo

Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1979. 279 páginas.

REED Torres, Luis y RUIZ Castañeda, María del Carmen
El periodismo en México. 500 años de historia
Editorial EDAMEX. México, 1975. 372 páginas.

VELASCO Valdés, Miguel
Historia del Periodismo mexicano
Editorial Manuel Porrúa. México, 1955. 258 páginas.

Enciclopedia ENCARTA 2000. Microsoft.

Fuentes vivas

Señor Carlos Petáez
Jefe de fotógrafos de La Prensa
Entrevista en vivo
12 de enero de 2002
Instalaciones del periódico. México D.F.

Señor Julio Villarreal
Reportero del diario La Prensa
Entrevista en vivo
12 de enero de 2002
Instalaciones del periódico. México D.F.

Hemerografía

PERIÓDICO LA PRENSA
Organización Editorial Mexicana
México D.F. Varios números.

REVISTA ARTES VISUALES
MILGRAM, Stanley
La máquina congeladora de imágenes

INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES.
Número 25 Agosto de 1980 México D.F. 80 páginas.

Internet

REVISTA ETCETERA EN LÍNEA
"Cuánto imprimen y cuánto venden los diarios capitalinos"
México D.F. Agosto de 2002.

REVISTA ETCETERA EN LÍNEA
MEJÍA Méndez, Nelly
"Sergio Sarmiento: Yo se subir divinamente el rating"
México D.F. Octubre de 2002.

REVISTA ETCETERA EN LÍNEA
GONZÁLEZ, Arturo
"Nuevos talk show en uno o dos años"
México D.F. Julio de 2002.

Tesis

0155 CASASOLA Santos, Oralia
El Retrato en el Arte, antecedentes del retrato contemporáneo
ENAP Academia de San Carlos, UNAM
México, 1995
80 páginas.

6388 GALVAN, Diana
Importancia de la Nota Roja en el Periodismo del México actual
FCPS UNAM, México, 1997.
171 páginas

3184 GARCÍA Murillo, Manuel
Relación público lector - prensa en la Ciudad de México y su vinculación ideológica
FCPS UNAM, México, 1986
332 páginas.

2726 GUEVARA Santibañez, Eva Patricia
Periodismo de Nota Roja
FCPS UNAM, México, 1983.
201 páginas.

0134 MADRID Vargas, Juan Antonio
Polisemia de la Imagen fotográfica
ENAP Academia de San Carlos, UNAM
México, 1982. 82 páginas.

0277 VERA Sonano, Elvia
El periódico en México, ayer y hoy
ENAP Academia de San Carlos, UNAM
México, 2000. 344 páginas.