

1.1 Breve Historia del Periodismo

□

Antiguamente las noticias se manejaban o transmitían como una tradición oral, a ésta le siguieron los manuscritos hechos sobre papiros, pergaminos o papel, en los cuales egipcios, persas y griegos (entre otros) relataban lo que sucedía a su alrededor, dejando, de esta manera, una constancia material de los acontecimientos de diversas épocas. Un ejemplo claro de esto se da en Babilonia, donde, al parecer, existían ciertas personas que desempeñaban la tarea de historiógrafos, y cuya responsabilidad parecía ser la de escribir diariamente los acontecimientos públicos, religiosos y económicos en tablas de arcilla, valiéndose de signos cuneiformes (con forma de cuña) para ello.

□ Pero el periodismo como tal nace en Roma desde el momento en que se comenzaron a realizar comentarios, memorias históricas y actas, en las que no sólo aparecen edictos sino también noticias de sociedad, sucesos y comentarios (también existían diarios de información pública, uno de ellos era el *Acta pública* y el otro el *Acta diurna*, que eran de carácter oficial). Más adelante, en la Edad Media, la práctica escrita de la información cayó en desuso, aunque algunos reyes escribieron las crónicas de sus gestas y los juglares contaron, de pueblo en pueblo, las hazañas de guerreros, los milagros y los acontecimientos de la época en las diversas regiones de Europa, volviéndose, de esta manera, a la tradición oral.

Es en el siglo XIII cuando se vuelve a las formas escritas de consignar lo que sucede, con la creación de la *Nouvelle manuscrite*, en donde se difundían noticias. Más tarde, en el siglo XV, aparece el *Journal d'un bourgeois*, en París, con noticias y anécdotas. Sin embargo, éstos sólo eran medios efímeros que no gozaban de mucha popularidad, lo que habría de cambiar durante el

□ Troyano, Héctor. Periodismo cultural y Cultura del periodismo. Ariel. 1999.

Renacimiento italiano, cuando comienzan a aparecer un gran número de avisos y hojas narrando lo que pasaba. Así, nacen, en Venecia, las *gazzetas*, en las cuales se daban noticias de los acontecimientos portuarios y comerciales, propiciando que, a lo largo de toda Europa, el uso de este tipo de publicaciones entrara en boga; además, la aparición de la imprenta de tipos móviles (1436, aproximadamente), contribuyó al auge de este tipo de medios de comunicación, estimulando a los intelectuales a publicar esta clase de escritos, los cuales fueron tomando forma de semanarios, diarios, revistas, etc., siendo en Inglaterra donde se empieza a hacer periodismo de interés público, haciendo de lo político tan sólo un tema más.

□ El primer periódico impreso se publicó en Alemania, en 1457, con el título de *Nurenberg Zeitung*. En 1493, circularon por Europa varias ediciones de una hoja titulada *Descubrimiento del Nuevo Mundo por Colón*. En América, la primera publicación fue la *Hoja de México (era un volante)*, aparecido en 1541, en donde se narraban los sucesos acontecidos durante el terremoto de Guatemala. Lo anterior muestra que las publicaciones nacían con un fin particular o a raíz de un hecho específico y que no tenían ni periodicidad ni constancia, esto más o menos hasta el año 1600.

En 1615, en Francfort del Meno, aparece el *Frankfurten Journal*; en 1640, en Italia, la *Gazzeta publica*; en 1641, en Barcelona, se funda la *Gaceta semanal*; en 1661, en Madrid, nace la Gaceta; en 1695, en Inglaterra, el *Stanford Mercury*, modelo que sería copiado en México años más tarde, y que daría como resultado la publicación de *El Mercurio Volante*.

□ *Para la historia del periodismo*. Reuniones. Buenos Aires. 1988.

Casi todos los impresos tenían formas diferentes o utilizaban géneros distintos para expresarse, pues no sucedía, como hoy en día, que dentro de un mismo periódico existiesen varios géneros.

□ En el siglo XVII, proliferan en América, especialmente en México y Lima, hojas volantes que se publicaban, casi siempre, con el pretexto de la llegada de alguna flota proveniente de Europa, así como con las noticias más notables del Virreinato. Un siglo más tarde, se establecen periódicos continuos y con secciones diferentes, de los cuales el más antiguo es la *Gaceta de México* y *Noticias de la España* (1722).

Hasta ese entonces, el periodismo se limitaba a las formas impresas y orales, pero con la llegada de la radio, a principio del siglo XX, esto comenzó a cambiar, al tiempo que la visión de los periodistas se hacía cada vez más amplia, haciéndose imperativa la necesidad de conocer a fondo lo que pasaba. Lo anterior ocurre primero en Estados Unidos y en algunas partes de Europa, convirtiéndose, años más tarde, en un modelo que terminaría por ser trasplantado a otras partes del mundo (los casos más notables de ello se encuentran en Argentina, México y Colombia, países donde el periodismo ha cobrado una inusitada importancia).

De acuerdo con la aparición de cada medio de difusión (impresión, radio, televisión, medios electrónicos), el periodismo ha ido evolucionando según las exigencias y posibilidades que cada medio impone, lo que ha hecho que, actualmente, se entienda que, para cada medio, hay una forma de ejercer el oficio comunicativo.

□ Mott, Frank Luther. *Una prensa libre: la historia del periodismo*.

Cuando se consolidan los medios masivos de comunicación empiezan a nacer las diversas corrientes de la comunicación, así como los estudios sobre ella, a la vez que los géneros periodísticos se caracterizan y definen más cuidadosamente, convirtiendo al periodismo en lo que algunos teóricos han dado en llamar "el cuarto poder".

1.2. ¿Qué es el periodismo?

Ahora ya sabemos de donde surge el periodismo y cuáles fueron sus orígenes mundiales, el como inicio, y como fue desarrollándose hasta llegar a ser lo que conocemos ahora. Pero ¿qué es el periodismo?

El periodismo es el oficio o la profesión que tiene como fin buscar noticias e información para que la sociedad siempre esté enterada de lo que ocurre a su alrededor. Si se define como oficio o profesión es porque puede ser cualquiera de las dos, ya que, anteriormente, para ser periodista no era necesario estudiar una carrera universitaria, y aunque en la actualidad esto sucede en muchos casos, hoy en día en muchas universidades existe la carrera de ciencias de la comunicación en donde, además de estudiar las bases del periodismo, se enseña todo lo concerniente a los medios de comunicación.

No obstante, es importante tener en cuenta que para hacer un excelente periodismo no basta con estudiar ciencias de la comunicación, pues se necesita práctica, mucho trabajo y, sobre todo, mucha pasión y amor por lo que se está haciendo, pues si bien es cierto que conseguir una noticia puede ser

* Ortega, Félix y Humanes, María Luisa. *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Ariel. Barcelona. 2000.

relativamente sencillo, la dificultad que implica el oficio del periodismo reside en darle un adecuado manejo, en saber cómo comunicarla, cuándo y en dónde.

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

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

Por su parte, el periodismo investigativo o de investigación, aunque también busca dar a conocer algo específico, tiene como principal característica que no sólo tiene en cuenta al presente sino que también se remite al pasado, a las causas que generaron un hecho en particular. Su punto de partida es la investigación, la búsqueda de datos, de consecuencias, de pistas, de personajes, de testimonios. Esta clase de periodismo no necesita como materia prima una noticia, pues aunque a partir de ésta pueda igualmente desarrollarse, el periodismo investigativo puede, por sí solo, generar una noticia. Para ser más claros, puede crearse noticia a partir de una investigación sobre un tema que en determinado momento no tiene importancia en la sociedad, ya sea porque dicho tema resulta ser relevante para una situación que se vive en la actualidad a pesar de que ello no se sabía, o porque se había olvidado y el periodista,

mediante su investigación, le da la importancia que se merece y logra que la comunidad en la que acontece dicho tema tome conciencia acerca de él.

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

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

1.3. Papel del Periodismo en la Sociedad

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

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

¹Según esto, se hace imprescindible hablar de la ética del periodista; es decir, de su responsabilidad y de los principios con los que se supone que ha de actuar

¹ Ortiz, Efrén. Periodismo y realidad. 1985. México

para no afectar negativamente el curso de los acontecimientos que narra; no obstante, esto no siempre ocurre, pues el periodismo se ha ido convirtiendo en una forma aparentemente transparente de escalar posiciones en la sociedad, de manipular situaciones y de alcanzar fines no siempre benéficos para la sociedad, los hombres y el mundo (claro está que lo anterior también depende de las leyes que, en cada país, regulan a los medios de comunicación). Cabe aclarar que el papel del periodismo y por tanto del periodista en la sociedad, es el de crear conciencia sobre las diferentes situaciones que acontecen en pro de generar una mejor calidad de vida, así como advertir a la sociedad acerca de las posibles consecuencias que ciertas acciones pueden acarrear, a la vez que ha de procurar comunicar todas aquellas acciones que tienden hacia el bien común de las personas y del mundo. En instancia, el periodismo ha de suministrar, a las personas, herramientas informativas y cognitivas suficientes para que las relaciones de los hombres con los hombres y las de éstos con el mundo se tornen, cada vez más, en relaciones de fraternidad, hermandad y generosidad.

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

1.4. ¿Qué son los medios de Comunicación?

A pesar de que a diario vemos, escuchamos, leemos y, en general, estamos en contacto con diversos medios de comunicación, definirlos es una tarea compleja por la cantidad de significados y conceptos que éstos implican. Para algunos, los medios de comunicación son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje, para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar, así como también hay quienes piensan en los medios de comunicación como si de un reflejo de la sociedad del momento se tratase, como en un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinados.

Los medios de comunicación son un poder innegable en la sociedad mundial de hoy, así que afirmar que alguna de las aseveraciones anteriores es falsa o verdadera sería apresurado, pues todas son sumamente relativas, dependiendo

su falsedad o veracidad del contexto específico desde el cual se observen, pues todas estas afirmaciones hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen hoy en día.

Sin embargo, es preciso definir a los medios de comunicación desde su condición más esencial; es decir, desde el origen de su naturaleza, pues es por intermedio de esta delimitación que es posible comprender el significado y la manera en que entendemos a los medios de comunicación.

Los medios de comunicación son los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva; son la manera como las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, etc. Los medios de comunicación son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica.

Los mejor conocidos y más controvertidos teóricos del medio de comunicación son dos canadienses, Harold Adams Innis y Herbert Marshall McLuhan. Con formación de economista político, Innis adapta los principios de los monopolios económicos al estudio de los monopolios de información. Argumenta que una de las formas en que se ejerce el poder social y político es a través del control de los medios de comunicación (tales como un sistema complejo de escritura controlado por una clase especial de sacerdotes). Los monopolios de información pueden ser desarticulados, no obstante, por la introducción de nuevos medios. Innis sugiere que el monopolio de la Iglesia medieval sobre la información religiosa y, por ende, sobre la salvación, fue destruido por la imprenta. Esta pasó por alto a los escribas de la Iglesia, e hizo posible la mayor disponibilidad de la Biblia y otros textos religiosos. Por lo tanto, el mismo

contenido, la Biblia, tuvo diferentes efectos en diferentes medios de comunicación.

Innis sostiene que las elites pueden controlar mejor algunos medios de comunicación que otros. Un medio escaso o que requiere una destreza especial para codificar o decodificar, tiene más potencial para apoyar los intereses particulares de clases elitarias, porque éstas tienen más tiempo y recursos para explotarlo. Por otro lado, un medio fácilmente accesible para la persona promedio, tiene más posibilidades de ayudar a democratizar una cultura.

Entre las personas sobre quienes Innis influyó se cuenta un estudioso literario, Herbert Marshall McLuhan. Ampliando algunos aspectos de la perspectiva de Innis, la obra de McLuhan añade la noción de "equilibrio sensorial". Analiza cada medio como la extensión de uno o más de los sentidos, miembros del cuerpo, o procesos humanos. McLuhan sugiere que el empleo de diferentes tecnologías afecta la organización de los sentidos humanos y la estructura de la cultura. Divide la historia en tres grandes períodos: oral, escritura/imprenta y electrónica. Cada período, según McLuhan, se caracteriza por su propio juego de los sentidos y consiguientemente, por sus propias formas de pensar y de comunicarse. McLuhan también sugiere que cada medio de comunicación requiere su propio estilo de comportamiento, de modo que un desempeño intenso que funciona bien en el medio "caliente" de la radio, puede parecer muy tieso y acartonado en el medio "frío" de la televisión

1.4.1 Estructura física

Los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en:

Medios audiovisuales: los medios audiovisuales son los que se oyen y se ven; es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la

información. Hacen parte de ese grupo la televisión y el cine, aunque, cuando se habla de medios de comunicación informativos, éste último es poco tenido en cuenta puesto que se lo considera más como un medio de entretenimiento cultural; en cuanto a la televisión, es en la actualidad el medio más masivo por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza (imágenes, sonido, personas) y, sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente. Noticieros, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, científicos y ambientales, etc., conforman la gran variedad de formatos de índole informativa que se emiten a través de los medios audiovisuales.

Medios radiofónicos: la radio es el medio que constituye este grupo. Su importancia radica en que quizá es el medio que con más prontitud consigue la información, pues, además de los pocos requerimientos que implican su producción, no necesita de imágenes para comunicar, tan sólo estar en el lugar de los hechos, o en una cabina de sonido, y emitir. También vale decir que, por la gran cantidad de emisoras, la radio, como medio masivo, tiene más posibilidades que la televisión, ya que su público es amplio y heterogéneo; además, a diferencia de los medios audiovisuales, ésta puede ser transportada con facilidad, pues tan sólo necesita un radio de transistores, una grabadora o un equipo de sonido para hacerse operativa. Así mismo, es un medio que, a pesar del tiempo, conserva una gran dosis de magia, pues puede crear imágenes, sonidos, voces y personajes sin necesidad de mostrarlos.

Medios impresos: Éstos son las revistas, los periódicos, los folletos y, en general, todas las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. Algunos medios, como los periódicos, son altamente influyentes en la sociedad, pues además de contar con una información más completa y elaborada por su proceso de producción, contienen análisis elaborados por personajes influyentes y conocidos que gustan de las letras para expresarse por

considerarlas más fieles y transparentes, pues a menudo se dice y se piensa que la televisión no muestra la realidad tal como es, sino que la construye a su acomodo. El efecto de los medios impresos es más duradero, pues se puede volver a la publicación una y otra vez para analizarla, para citarla, para compararla. Hay medios impresos para todo tipo de público, no sólo para el que se quiere informar acerca de la realidad, sino que también los hay para los jóvenes, para los aficionados a la moda, a la música, a los deportes, etc.; es decir, hay tantos medios impresos como grupos en la sociedad.

Medios digitales: también llamados "nuevos medios" o "nuevas tecnologías". Son los medios más usados actualmente por los jóvenes y, en general, por las personas amantes de la tecnología. Habitualmente se accede a ellos a través de Internet, lo que hace que todavía no sean un medio extremadamente masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee una computadora. Pese a lo anterior, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de estos medios una herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida. Otra de sus ventajas, a nivel de producción, es que no requieren ni de mucho dinero ni de muchas personas para ser producidos, pues basta tan sólo una persona con los suficientes conocimientos acerca de cómo aprovechar los recursos de que dispone la red para que puedan ponerse en marcha. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

1.4.2 Estructura según su carácter

Los medios de comunicación, según su carácter, se dividen en:

Informativos: su objetivo es, como su nombre lo indica, informar sobre cualquier acontecimiento que esté sucediendo y que sea de interés general. Los medios

informativos más sobresalientes son los noticieros, las emisoras que emiten noticias durante casi todo el día, las revistas de análisis e información y, por supuesto, los periódicos o diarios informativos. Todos estos medios, en su gran mayoría, son diarios o semanales.

De entretenimiento: hacen parte de este grupo los medios de comunicación que buscan divertir o recrear a las personas valiéndose de recursos como el humor, la información sobre farándula, cine o televisión, los concursos, la emisión de música, los dibujos, los deportes, etc. Son, actualmente, una de las formas más utilizadas y de mayor éxito en la comunicación, pues incluso en los medios informativos se le ha dado un espacio especial e importante al entretenimiento, cosa que, aunque en muchas ocasiones es muy criticada por desvirtuar la naturaleza esencialmente informativa de estos medios, lo cierto es que, si está bien manejada, puede lograr fines específicos e importantes.

De análisis: son medios que fundamentan su acción en los acontecimientos y las noticias del momento, sin por ello dejar de lado los hechos históricos. Su finalidad esencial es examinar, investigar, explicar y entender lo que está pasando para darle mayor dimensión a una noticia, pero, sobre todo, para que el público entienda las causas y consecuencias de dicha noticia. El medio que más utiliza el análisis es, sin lugar a dudas, el impreso, ya que cuenta con el tiempo y el espacio para ello; sin embargo, esto no quiere decir que otros no lo hagan, pues los medios audiovisuales, a través de documentales y crónicas, buscan internarse en el análisis serio de lo que acontece. Generalmente los temas que más se analizan son los políticos, los económicos y los sociales, para lo que se recurre a expertos en estas materias que permitan que el análisis que se haga sea cuidadoso y logre dimensionar en sus justas proporciones los hechos que se pretende comunicar.

Especializados: dentro de este tipo de medios entran lo cultural, lo científico y, en general, todos los temas que le interesan a un sector determinado del público. No son temas comunes ni muy conocidos en muchos casos, pero su trascendencia reside en que son ampliamente investigados y estrictamente tratados. Un ejemplo son los documentales audiovisuales y las revistas científicas, deportivas o musicales.

Partiendo de la explicación anterior cabe señalar que para este proyecto de tesis se eligió una revista como medio impreso de comunicación, pues tiene una mayor accesibilidad, es de menor costo tanto en la producción como en el consumo. Y él público al que va dirigido puede recurrir a ella cuantas veces quiera sin ningún costo ni trabajo alguno y por el tipo de información que contendrá esta revista para el Instituto Poblano de la Mujer, esto es de gran practicidad.