

## **Periodismo Amarillista.**

### **Génesis del Periódico Amarillista**

La historia del periodismo amarillo es la historia de la vida periodística de William Randolph Hearst, uno de los gigantes del periodismo norteamericano y mundial, nació en 1863. Le interesó vivamente el periodismo, pero su padre quería otro futuro para él y lo envió a estudiar a Harvard. Para entonces él sentía una tremenda atracción por las técnicas sensacionalistas que el general Taylor aplicada en su periódico Boston Globe y por los procedimientos usados por Pulitzer que estaba al frente del The New York World .

Con escasa formación intelectual y muchas ideas recogidas de los periódicos de más éxito en el Este, se convierte en director. Desde luego, este tipo de periodismo hizo que en un año, con menos de 15,000 ejemplares, llegara a los 30,000 y en seis años a los 72,000. Primero formó un equipo de colaboradores seleccionados de las plantillas de otros periódicos.

El "interés humano" cultivado por los redactores del Examiner en sus tristemente fabulosos artículos "de amor y odio" desplazaba a páginas interiores y lugares perdidos a las noticias realmente importantes para dar paso a detallados relatos de toda clase de delitos que muchas veces no habían sido cometidos más que en la imaginación del redactor. En el plano técnico introdujo reformas revolucionarias: titulares descomunales e ilustraciones generalmente de muy mal gusto, marcaban el tono del periódico en su nueva época. George Pancoast fue el director técnico de todo esto y con su influencia llegó a modificar la fisonomía del periódico norteamericano.

### **Historia en México**

Esta nota presenta imágenes y encabezados poco cuidados en primera plana, generando percepciones negativas en transeúntes al tener un contacto visual con

esa nota. En 1997 se llevó a cabo una investigación de análisis comparativo con el periódico “Excelsior” de México y “El tiempo” de Colombia, en donde se demostró que Algunos periódicos, bajo gestos o expresiones textuales, inevitablemente colocaron al morbo en lugar de las actitudes morales como prioridad.

En el museo del Estanquillo, CDMX en la exposición “Una crónica de la nota roja en México. De Posada a Metinides y del Tigre de Santa Julia al Crimen Organizado” se relató que desde el siglo XIX, la nota roja ha tenido un lugar importante en la prensa mexicana. *El libro rojo* de Vicente Riva Palacio, basado en sucesos históricos violentos, es un clásico de la bibliografía nacional de ese siglo; en el porfiriato, los grabadores Manuel Alfonso Manilla y José Guadalupe Posada ilustraron decenas de hojas volantes con noticias y corridos que hablan de bandidos, crímenes y fusilados; en el siglo XX, narradores notables como Víctor Ronquillo y Rolo Díaz trabajaron durante años en la fuente policiaca; asimismo, algunos de los grandes fotógrafos de México hicieron carrera en esta sección, entre ellos Adrián Devars y Enrique *el niño* Metinides; su escuela encuentra seguidores importantes en fotoperiodistas como Pedro Valtierra, Fernando Brito y el equipo del diario *La Jornada*.

Las historias que recoge este género periodístico se entrecruzan con la historia de la nación e incluyen episodios estrujantes que van del asesinato de la familia Dongo en 1789 a la masacre de migrantes en San Fernando, Tamaulipas, en 2010; de la *Banda del automóvil gris* al crimen organizado; del fusilamiento de Maximiliano de Habsburgo en el Cerro de las Campanas en 1867 al asesinato de Luis Donaldo Colosio en Lomas Taurinas, Tijuana, en 1994.

### **Características de la prensa sensacionalista**

- Especulación en la noticia que lleva morbo en la mayoría de las veces
- Aculturación
- Anglicismos
- Imágenes sin censura

- Se inclina más hacia el entretenimiento que a la veracidad de los hechos
- Enfoque transgresor, es decir, no repara aspectos éticos, morales o de valores
- Narrativa de acción
- Involucra otro tipo de oferta a diferencia de la nota informativa.

### **Nota roja**

En el texto de Prieto (como se cita en Flores, 2012) dice que la nota roja es un género periodístico muy relevante por su enorme difusión e influencia sobre los lectores, la cual requiere ser cuidadosamente analizada para que en la práctica, el consumo de la sociedad tenga alternativas de información y conocimiento al margen de la proporcionada por un medio sensacionalista como *Metro*. Sobre esta línea recae el término reflexivo entorno a la comunicación educativa que pretende: compartir, abrir caminos a la reflexión, apoyar la recuperación de la experiencia, relacionar texto y contexto, jugar y gozar la expresión, respetar al otro y permitir la riqueza de la comunicación cotidiana. Su implementación facilita al individuo la comprensión de diferentes procesos, acompaña el aprendizaje y ofrece recursos para leer su contexto social y realidad.

Jaques (2010) dice que la nota roja de los periódicos no se puede separar de ellos, sin embargo, se podrían mostrar de distinta manera o enfoque intentando evitar las presentaciones alarmistas. Paralelo a lo dicho, la prensa mexicana atravesó un momento complicado al carecer de financiamiento, y se obligó a describir hechos y enfoques que favorecieron el consumo de este medio, encaminando sus esfuerzos a que las personas voltearon y vieron encabezados atractivos que pudieran estimularlos a la compra. Los reporteros optaron por dar su opinión de la noticia, creando rumores y logrando que las riñas callejeras se convirtieran en los nuevos contenidos atractivos.

En el artículo de Soto (2010) concreta la idea de este tipo de género es muy vendido porque se han normalizado imágenes de crímenes, catástrofes como materia de

museos y celebración artística. También recalca que las redes sociales en internet lo negativo ha encontrado otra vía de difusión, por eso a nadie sorprenden en esta época las atrocidades en publicaciones que consideramos profesionales y éticas.

Soto (2010) expone un ejemplo que marcó el hambre de querer más de este tipo de sucesos que saca la nota roja. El 7 de septiembre de 2006 un grupo criminal arrojó cinco cabezas de cuerpos decapitados en un bar de la ciudad Uruapan en Michoacán, ese suceso permitió una secuencia de horror donde el nuevo suceso es más impactante y desmoralizador que el anterior, pero también existen violencias “nuevas” cuya difusión es obligada.

Cuando se dice que la difusión es obligada es porque este tipo de sucesos marcan un nivel de violencia en el país para generar una conciencia social más que por morbo, pero la línea es muy delgada entre la denuncia contra la violencia y la construcción a través de los medios de una realidad que incentiva la venganza y da argumentos a quienes tienen el poder de castigar. Un ejemplo de esta paradoja fue el caso de Ingrid Escamilla. Cuando se hizo exhibición de su cuerpo por la prensa amarillista se dejó de hablar del cuerpo en los medios “serios” cambiando la noticia a los detalles y motivos.

### **Periódicos amarillistas en México**

Tirado (citado en Flores, 2012) escribió que el periódico “El Sol de Puebla” supo colocarse en el gusto e interés del público, comenzó a circular el 5 de mayo de 1944. Su creador José García Valseca, diseñaba un periódico que generaba descontento en muchas personas, sobre todo por parte de la iglesia y el ámbito universitario, pero antes de mantener esa imagen, implementó el equipo ofset que dio paso a las publicaciones de color; de esta forma, concilió con quienes en un principio no coincidían con él y se distribuyó sin contratiempos.

-El gráfico, se posiciona en uno de los 3 periódicos de mayor circulación llegando a los 277,434 lectores

- ¡Pásala!
- Metro, se posiciona en el cuarto lugar de circulación con 146,531 lectores
- La prensa

## REFERENCIAS

- Balderrama, J. (2001). La prensa Amarillista en México. *Redalyc*. Vol 4. 1-4. En línea. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81943803.pdf>
- Flores, A. (2012). La percepción de la nota roja periodística en primera plana. *Redalyc*. No. 27. 1-13. En línea. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/5235/523553230001.pdf>
- Soto, J. (2020). México Amarillista. *El economista*. En línea. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Mexico-amarillista-20200223-0006.html>