

# Notas sobre el concepto de *prestigio* aplicado a algunos diarios mexicanos y su relación con el diseño y los encabezamientos de sus primeras planas

## 1.

**E**n las páginas siguientes pretendo ver si hay alguna relación entre la opinión que se tiene en México respecto al carácter *popular* (*vulgar, chabacano*) o *prestigioso*<sup>1</sup> de algunos diarios y el diseño de sus primeras planas, así como la grafémica, ortografía y sintaxis de sus principales encabezamientos; o bien determinar si no intervienen en absoluto esos factores de carácter formal en la definición del concepto de prestigio, aplicado a los periódicos de la ciudad de México. Evidentemente hay muchas razones importantes para que un diario se considere vulgar o prestigioso, desde la calidad de sus editoriales y articulistas hasta el tipo de papel y tinta utilizados; desde la antigüedad con que cuenta hasta el precio mismo del ejemplar; desde su objetividad hasta su formato o la calidad de su impresión; desde la importancia o intrascendencia de los asuntos que trata, hasta la comodidad o incomodidad de su tipografía. Puede también influir, sin duda, la ideología expresa o encubierta que los diarios sustentan o, mejor, en la que los diarios se sustentan. Creo, empero, que hay rasgos enteramente forma-

---

<sup>1</sup> No encuentro mejores palabras para designar algo que resulta, al menos para las personas medianamente ilustradas, muy obvio: hay diarios, que aquí llamo *populares*, cuyos lectores se caracterizan por no preocuparse demasiado por asuntos de política, de economía o de cultura, sino por otro tipo de noticias (deportivas, de espectáculos, de nota roja o, en general, por artículos, generalmente breves, con una dosis importante de escándalo o de diversión). Por otro lado, en todas partes existen periódicos reconocidos como *serios* por la gente que influye intelectualmente debido a múltiples factores, entre los que sobresale quizá el que prestan mayor espacio y atención a noticias y editoriales referentes a asuntos de interés público, ya sean nacionales, ya sean internacionales, de alguna manera trascendentes. A este tipo de publicaciones las denomino *prestigiosas*. Corresponden, más o menos, a lo que los ingleses llaman "periódicos de ceja alta". Esta distinción pa-

rece válida, a pesar de que hay que reconocer que, probablemente, la mitad de los lectores de diarios, en México y en otras partes, se limitan a leer los encabezamientos o titulares.

<sup>2</sup> Llamo aquí *importantes* no tanto a las publicaciones periódicas de determinada calidad o prestigio, ni siquiera a las de gran tiraje, sino simplemente a las de aparición sistemática.

<sup>3</sup> Por la obvia razón de que no están en línea con los otros diarios, pues por su contenido y su formato mismo resulta impropio compararlos con los demás.

<sup>4</sup> Cada uno tiene sus diferencias: el ancho de los aquí llamados estándar oscila entre 35 y 38.5 cm; su largo va de 54.5 a 60 cm. El ancho de los que denomino bastardos fluctúa entre 29 y 32.5 cm; su largo anda entre 40.5 y 45 cm. Finalmente, el ancho de los tabloides está entre 27.5 y 29.5 cm, y su largo entre 35.5 y 38.5 cm. No faltará, naturalmente, quien considere que, por ejemplo, un formato de 29 x 40.5 debe tenerse por tabloide y no por bastardo, como hago yo (con el periódico español *El País*, cuya edición *México* desde hace no mucho circula ahí). Quizá tengan razón. No cabe duda empero de que cuando las medidas de un diario son, como el caso del periódico *Unomásuno*, de 32.5 x 45 cm, no puede ya caber cómodamente en el grupo de tabloides. Para diarios de estas dimensiones algunos emplean en México la designación *bastardos*.

<sup>5</sup> El más antiguo es *El Universal*, con 80 años, seguido muy de cerca por *Excelsior* (79). Los más recientes son *Mexico City Times* (menos de un año) y *Reforma* (3 años).

les, de diseño y redacción, que también podrían caracterizar a estos, todavía hoy, importantísimos medios de comunicación. A ellos me referiré, no sin antes proporcionar algunos datos sobre los periódicos de la ciudad de México en general y, en particular, sobre el prestigio de algunos de ellos y sobre las razones que llevan a los lectores a juzgar que uno es mejor que los demás.

En el Distrito Federal se publican diariamente más de 25 periódicos importantes.<sup>2</sup> Todos se encuentran escritos en español, excepto dos que se publican en inglés. De ellos al menos 20 son de información general, 3 están dedicados a deportes y 1 contiene únicamente noticias y artículos sobre espectáculos. Sin dejar de ser generales, 2 ponen particular énfasis en asuntos económicos y financieros. Hay dos diarios *oficiales* (el del país y el del Distrito Federal), que no tendré en cuenta para las observaciones que siguen.<sup>3</sup> La mayoría de los diarios de la ciudad de México, como los de cualquier otra parte, son matutinos; 2 se venden al mediodía (hacia las 12:00 horas) y 3 son vespertinos (se ofrecen a partir de las 18:00 horas). En lo tocante a su formato: 13 (48% de los considerados) son de tamaño estándar; sólo 2 (7%) tienen formato bastardo y 12 (45%) son tabloides.<sup>4</sup>

Por lo que respecta a su antigüedad, los hay que llevan saliendo más de 80 años ininterrumpidos, con decenas de miles de números, y no faltan algunos que están apareciendo apenas hace unos meses. Pueden formarse, arbitrariamente, tres grupos: en el primero estarían 9 diarios que cuentan con más de 50 años de aparición diaria ininterrumpida; al segundo pertenecerían 8, que llevan más de 20 años de publicarse; la antigüedad de los restantes no llega a los 20 años.<sup>5</sup>

Alguien se ha referido a la primera plana de los periódicos como a un verdadero escaparate que sigue una pauta de continuidad en la colocación de las noticias y anuncios.<sup>6</sup> Nadie duda de que en el diseño y formación de la famosa primera plana está gran parte de la personalidad de una publicación periódica de este tipo y de la explicación de su éxito (o de su fracaso). En ocasiones la portada de un libro poco o nada puede decir sobre él; la primera plana de los periódicos siempre es elocuente, para bien o para mal. Para la descripción del formato de estas primeras planas, así como para las observaciones propiamente lingüísticas que haré después, conviene establecer, así sea de manera arbitraria, cierta terminología indispensable. En México parecen predominar, entre otras, las siguientes designaciones (mejor que definir cada concepto, resulta más práctico señalar, en la página siguiente, los nombres de las diversas partes en una reproducción de la primera plana de un diario): *cintillo, logo, orejas, cabezas, indicador, columnas, sumarios, subsumarios, balazos, avisos, fotoavisos, zapatilla...*

Con los anteriores elementos (y con otros varios) debe jugarse cuando se diseña la primera plana de un diario. Quienes de ello se encargan deben mostrar su creatividad y su eficiencia para que los lectores (habituales o hipotéticos) lo identifiquen y se identifiquen con él. Mucho ha cambiado el diseño de las primeras planas, si se comparan las que solían hacerse durante el siglo XIX y los primeros decenios de éste, con las que ahora pueden observarse. Hoy se tiende al diseño modular, se prefieren las columnas más anchas, los grandes diagramas y, en general, todos los encabezados se ofrecen con acento en la distribución horizontal mejor que en la vertical. Sin embargo, a pesar de esta tendencia

**Mucho ha cambiado el diseño de las primeras planas, si se comparan las que solían hacerse durante el siglo XIX y los primeros decenios de éste, con las que ahora pueden observarse. Hoy se tiende al diseño modular, se prefieren las columnas más anchas, los grandes diagramas y, en general, todos los encabezados se ofrecen con acento en la distribución horizontal mejor que en la vertical.**

---

<sup>6</sup> Cf. K.C. Bronson, "El diseño de la página del periódico", en *El Periódico*. México: 1987, pp. 59 y ss.



general en todos los diarios, siguen distinguiéndose fácilmente los periódicos *serios*, cuyo diseño algo conserva de lo tradicional y, sobre todo, porque mantienen casi inalterada, de número a número, la organización general de la primera plana, así sea muy novedosa comparada con las que privaban hace 50 años. Las columnas de un periódico serio están siempre más o menos bien definidas, con su cabeza principal discreta sin que deje de ser llamativa; están presentes ciertamente las fotografías, las gráficas, las caricaturas, pero nunca con excesos.

Por el contrario, hay también otras publicaciones periódicas, las deportivas o de espectáculos, por ejemplo, que basan buena parte de sus éxitos de venta en lo novedoso de su diseño: muy irregular distribución de columnas, abundantes o grandes fotografías (en ocasiones a todo color),<sup>7</sup> titulares de gran tamaño<sup>8</sup> y, con frecuencia, con sólo mayúsculas.<sup>9</sup> En resumen, puede decirse que los periódicos a los que, por lo pronto, denomino *poco serios*<sup>10</sup> se caracterizan, en general, por un diseño demasiado original, que a veces colinda con lo chabacano y que, con frecuencia, es diferente de un número a otro.

El que se publiquen en sólo la ciudad de México casi 30 diarios llevaría a pensar que ahí existe acendrado y generalizado el hábito de la lectura. Me temo que esta apreciación no corresponde a la verdad. Aunque no son datos plenamente confiables, los tirajes de los diarios de la capital mexicana que "oficialmente" se reconocen ponen en evidencia que son pocos los mexicanos que suelen, sistemáticamente, leer periódicos. De conformidad con lo que señala el *Directorio MPM, tarifas y datos de medios impresos* (núm. 147, de agosto de 1995), los tirajes oscilan entre 400 200 (*Esto*, diario deportivo) y 7 000 (*Mexico City Times*). El total de ejemplares de periódicos

---

<sup>7</sup> Probablemente las fotografías grandes o coloridas son más impactantes que las pequeñas o las que van en blanco y negro. Con ellas, empero, se corre el riesgo de que los lectores, por observar la imagen, no vayan al texto. Es posible, por otra parte, que con el empleo de grandes imágenes en las primeras planas de los diarios se estén imitando, consciente o inconscientemente, las portadas de las revistas populares.

<sup>8</sup> Sin duda una cabeza demasiado grande supone un notable desperdicio de espacio y, consecuentemente, una disminución en la información propiamente dicha. Otra consecuencia, tal vez más grave que la anterior, es que encabezamientos exageradamente grandes hacen perder, en no pocas ocasiones, la credibilidad aun en los lectores fieles a los periódicos poco serios.

<sup>9</sup> Ello a pesar de que, según algunos descubrimientos relativamente recientes, el empleo de puras mayúsculas dificulta la lectura del texto.

<sup>10</sup> Aunque se trata de calificativos poco precisos y además muy discutibles, en este momento prefiero seguir refiriéndome, simplemente, a diarios *serios* y *poco serios*. Más adelante y con un poco más de fundamento, aludiré a publicaciones periódicas *prestigiosas* y *no prestigiosas*. Quizá resulte a la postre que los que aquí vengo llamando periódicos *poco serios* sean los que después calificaré como *no prestigiosos*. Son sin embargo conceptos diferentes.

dicos, por día, en el Distrito Federal, es aproximadamente de unos 2 500 000. Debe tenerse en cuenta, sin embargo, que en su mayoría se trata de diarios de circulación *nacional*. Por otra parte, excepto pocos casos, los periódicos editados fuera de la ciudad de México suelen ser de corto tiraje. Si dividimos, por ende, esos ejemplares entre el total de mexicanos, resulta que a cada ejemplar corresponden unas cuarenta personas. Tampoco sería exacto decir que sólo uno de cada cuarenta mexicanos lee el periódico pues, entre otros, deben eliminarse de esta cifra los menores de edad. Aunque no hay que olvidar tampoco que, en su mayoría, los mexicanos que compran un periódico sólo leen de él una mínima parte.

## 2.

---

<sup>11</sup> Evidentemente que esta exigencia de escolaridad influirá decisivamente en los juicios de calidad que se emitan sobre los diarios de la ciudad de México. Se trata, en definitiva, en su casi totalidad, de personas medianamente cultas, lo que explicará, más adelante, el que queden eliminados del grupo de los periódicos prestigiosos, algunos que, sin embargo, tiran un muy alto número de ejemplares, como los deportivos, por ejemplo. Quizá, si los informantes tuvieran otro perfil sociocultural, los resultados de la encuesta serían diferentes. Debo dejar constancia, sin embargo, de que no pocos sujetos, cuando se les preguntaba sobre determinado diario, aclaraban que, a pesar de que ellos lo compraban y leían, de ninguna

Me referiré ahora al concepto de *prestigio* aplicado a los diarios publicados en el Distrito Federal. Antes de explicar lo que algunos lectores opinaron sobre las razones que los llevan a preferir un periódico sobre los demás, es necesario partir de que cada uno de nosotros tiene la libertad de entender cosas diferentes cuando reflexiona sobre lo que es un diario prestigioso (o desprestigiado). En una primera encuesta, por lo tanto, me limité a pedir a poco menos de cien personas adultas, con escolaridad mínima de preparatoria,<sup>11</sup> que viven en la ciudad de México, que en una lista de 26 diarios, asignaran 15 puntos al periódico que juzgaran más prestigioso y, sucesivamente, 14, 13, etc., a los que merecieran considerarse prestigiosos, hasta llegar a 1 (el menos prestigioso de los 15). En la lista, por tanto, quedarían

**Cuadro 1.** Puntos que obtuvieron (de 10 posibles) los seis diarios más prestigiosos, atendiendo a la variable "sexo" de los encuestados

Diaros	Hombres	Mujeres	Promedio
<i>La Jornada</i>	8.5	8.4	8.5
<i>Reforma</i>	8.4	8.3	8.4
<i>Excélsior</i>	7.7	8.6	8.1
<i>El Financiero</i>	8.1	6.8	7.4
<i>El Universal</i>	6.9	7.0	6.9
<i>Unomásuno</i>	5.0	6.4	5.7

descartados, sin punto alguno, 11 diarios, los menos prestigiosos del total de 26. Dejé en plena libertad a los que llenarían esta encuesta de entender lo que quisieran por *diarios prestigiosos*. Véanse enseguida algunos resultados, muy resumidos.

Los seis<sup>12</sup> diarios mejor calificados por los encuestados fueron, en orden descendente, los siguientes: *La Jornada*, *Reforma*, *Excélsior*, *El Financiero*, *El Universal*, *Unomásuno*. Ahora bien, resulta interesante observar las preferencias por determinados grupos de informantes. Atendiendo sólo al sexo de los sujetos se elaboró el cuadro 1.

Algunas observaciones al respecto son: la diferencia en el promedio de *La Jornada* y *Reforma* es insignificante. Puede decirse que ambos, seguidos muy de cerca por *Excélsior*, son sin duda los diarios más prestigiosos de México. Es notable la diferencia de prestigio entre estos tres diarios y el que ocupa el sexto lugar (*Unomásuno*). *Excélsior* y *Unomásuno* gozan de mayor prestigio entre las mujeres que entre los hombres; por el contrario, *El Financiero* aparece como más prestigioso para los hombres; en los

manera lo juzgaban *prestigioso*. Probablemente lo mismo opinarían otros hipotéticos informantes, de menor escolaridad. Ésa sería, empero, otra encuesta.

<sup>12</sup> El haber elegido sólo seis diarios no es totalmente arbitrario: casi en todos los casos el séptimo diario tenía calificaciones inferiores a 5 (sobre 10 puntos posibles).

**Cuadro 2.** Puntos que obtuvieron (de 10 posibles) los seis diarios más prestigiosos, atendiendo a la variable "edad"

Diarios	1a. generación	2a. generación	3a. generación	Promedio
<i>La Jornada</i>	7.9	9.1	8.4	8.4
<i>Reforma</i>	8.2	8.4	8.4	8.4
<i>Excélsior</i>	7.9	7.4	8.8	8.0
<i>El Financiero</i>	7.0	7.7	7.7	7.4
<i>El Universal</i>	6.8	7.3	7.7	7.2
<i>Unomásuno</i>	5.6	6.1	5.8	5.8

otros tres (*La Jornada*, *Reforma* y *El Universal*) no hay diferencias apreciables en relación con esta variable.

Las calificaciones obtenidas por esos diarios atendiendo a la variable edad se presentan en el cuadro 2. Dividí a los informantes en tres grupos generacionales: en el primero quedaron incluidos los jóvenes, cuyas edades van de 20 a 35 años; al segundo grupo pertenecen sujetos con edades comprendidas entre 36 y 49; el tercer grupo está constituido por sujetos mayores de 50 años.

En dicho cuadro destaca que hayan obtenido igual promedio *La Jornada* y *Reforma*. Aquél parece ser un diario muy apreciado por los informantes de la segunda generación, pues obtuvo en ese grupo una calificación muy alta (9.1 puntos de 10 posibles). El diario *Reforma* tiene igual aceptación en los tres grupos de informantes, aunque parece el preferido de los más jóvenes. *Excélsior*, por su parte, goza de mayor prestigio entre los lectores de mayor edad, sin que dejen de tenerlo entre ellos los otros dos periódicos mencionados antes.



**Cuadro 3.** Puntos que obtuvieron (de 10 posibles) los seis diarios más prestigiosos, atendiendo a la variable "escolaridad"

Diarios	Preparatoria	Licenciatura	Maestría	Doctorado	Promedio
<i>La Jornada</i>	9.3	7.9	9.0	8.9	8.7
<i>Reforma</i>	8.3	8.0	8.4	9.0	8.4
<i>Excélsior</i>	8.0	8.4	8.6	6.9	7.9
<i>El Financiero</i>	7.5	7.3	7.6	8.2	7.6
<i>El Universal</i>	7.8	7.3	7.0	6.6	7.1
<i>Unomásuno</i>	4.8	5.6	7.3	4.3*	5.5

Nota: \* El diario *El País* obtuvo, sólo en este grupo, mayor calificación (5.5) que *Unomásuno*.

Finalmente, si se atiende al nivel educativo de los informantes (véase el cuadro 3), pueden también hacerse observaciones de interés. Clasifiqué a los sujetos en tres grupos de escolaridad (media superior, profesional y de posgrado).

Es notable, entre preparatorianos y maestros, la preferencia por *La Jornada*. Debe destacarse asimismo la importancia que los de mayor escolaridad (doctores) dan al diario *El Financiero* que, en otros grupos, obtuvo calificaciones no muy altas.

Queda claro que, de conformidad con los resultados de mi superficial encuesta, sólo estos seis diarios gozan de cierto prestigio en México. Podrían formarse otros dos grupos de periódicos. Uno estaría constituido por las publicaciones diarias de *muy poco* prestigio (o de escaso conocimiento de ellos por parte de los encuestados) y el otro por aquellos diarios que les resultan prácticamente desconocidos a los informantes (o que, a su juicio, carecen absolutamente de prestigio). Llamo de "muy poco prestigio" a las publicaciones periódicas diarias que en las respuestas de mis informantes obtuvieron más

**Cuadro 4.** Porcentaje obtenido por cada uno de los seis diarios más prestigiosos de las selecciones que, para el mejor diario de México, obtuvo en las siguientes grupos de informantes

Diarios	1a. generación	2a. generación	3a. generación	Preparatoria	Licenciatura	Maestría	Doctorado	Hombres	Mujeres	Promedio
<i>La Jornada</i>	52.1	46.4	18.1	62.5	48.5	22.2	20.0	47.0	35.7	41.9
<i>Reforma</i>	21.7	25.0	27.2	0.0	25.7	11.1	50.0	29.4	17.8	24.1
<i>Excélsior</i>	4.3	17.8	18.1	12.5	11.4	22.2	10.0	5.8	21.4	12.9
<i>El Financiero</i>	8.6	10.7	18.1	0.0	8.5	33.3	10.0	11.7	10.7	11.2
<i>El Universal</i>	4.3	0.0	18.1	25.0	2.8	0.0	0.0	2.9	7.1	4.8
<i>Unomásuno</i>	8.6	3.5	0.0	0.0	2.8	11.1	10.0	2.9	7.1	4.8

de 1 punto y menos de 6 (de 10 posibles). En el grupo completo de sujetos fueron los siguientes, en orden descendente: *Novedades*, *El Economista*, *El Nacional*, *El Heraldo de México*, *El Día*, *El País*, *The News*, *Mexico City Times*, *La Prensa*, *Ovaciones*, *El Diario de México* y *Esto*.<sup>13</sup>

La siguiente encuesta tuvo como objeto determinar, entre sólo los seis diarios que en la anterior habían resultado los más prestigiosos, cuál de ellos sería *el mejor* y, sobre todo, aquí sí, cuáles eran las razones o argumentos que se esgrimían, por parte de poco menos de cien informantes,<sup>14</sup> para tomar esa determinación. El cuadro 4 resume los resultados obtenidos.

Como se puede apreciar, de conformidad con mis resultados y habida cuenta de lo escaso de la muestra, resulta evidente el predominio de *La Jornada* como el mejor diario de México,<sup>15</sup> muy por encima de *Reforma*, que ocupó el segundo sitio, y de los demás diarios. En otras palabras, de cada 100 personas encuestadas, casi la mitad opina que *La Jor-*

<sup>13</sup> A este grupo pertenecerían, entre otros varios, los diarios siguientes: *Últimas Noticias*, *El Universal Gráfico* (ambos vespertinos), *El Sol de México (Mediodía)*, *La Afición*, *Ovaciones (La Segunda)*, *Cine Mundial* (de espectáculos), *La Tarde del 8*, *Cuestión*, *Express de México*, *Tribuna*, *El Valle*...

<sup>14</sup> Pertenecientes, como en el caso anterior, a los dos sexos y clasificados por grupos de edad y de nivel educativo.

<sup>15</sup> Sobre todo entre los jóvenes de la primera generación, y en el grupo de escolaridad de preparatoria, en los que obtuvo puntajes superiores a 50% (62.5% entre los preparatorianos).

nada es el mejor periódico y, por ejemplo, sólo 5 dicen que lo son *El Universal* o *Unomásuno*. En casi todos los grupos de informantes hay predominio de *La Jornada*, excepto en los de la tercera generación y en los de nivel de doctorado, en los cuales lo tiene *Reforma*. Éste es superior a *Excélsior* (tercer lugar) también en todos los grupos, salvo entre los de nivel de maestría y entre las mujeres, en donde el porcentaje para *Reforma* es inferior al que obtuvo *Excélsior*. Es notable que *El Financiero*, cuya diferencia respecto a *Excélsior* en términos de porcentaje promedio es mínima, haya obtenido el mayor puntaje en el grupo de nivel maestría, bastante por encima del que lograron en ese grupo *La Jornada* y *Excélsior*.

### 3.

En la encuesta reseñada en los párrafos precedentes también se solicitaron a los informantes las razones que los llevaron a elegir, como el mejor, determinado diario. Como es fácil suponer, las respuestas, en lo tocante a este tipo de preguntas, fueron muy abundantes y, sobre todo, muy diversas (véase el cuadro 5).

Por razones "de contenido" entiendo argumentos como los siguientes: 1) Buena información (general, nacional, internacional, por secciones, como política, economía, ciencia y tecnología, deportes, etc.; también ciertos adjetivos califican una buena información: oportuna, diversa, concisa, amena...). 2) Buenos editorialistas y articulistas. 3) Buena sección cultural.<sup>16</sup> 4) Buenos fotógrafos y caricaturistas. 5) Buenos documentos y entrevistas.

<sup>16</sup> Distingo la sección cultural de las otras (política, economía, deportes...) simplemente porque así lo hace la mayor parte de los sujetos encuestados.

**Cuadro 5.** Tipo de razones que dieron los informantes para elegir como "el mejor" determinado diario, y porcentaje que cada diario obtuvo

Razones	La Jornada	Reforma	Excélsior	El Financiero	El Universal	Unomásuno
De contenido	40.7	26.9	11.5	13.8	4.6	2.3
Formales	48.5	28.5	0.0	20.0	0.0	2.8
Ideológicas	49.0	15.0	11.3	5.6	13.2	5.6
Económicas	25.0	12.5	50.0	0.0	0.0	12.5
De antigüedad	0.0	0.0	71.4	0.0	28.5	0.0

Razones "de forma" (contra "de contenido") serían: 1) Buena estructura general del periódico (moderna, original). 2) Formato cómodo. 3) Calidad de diseño y gráficas. 4) Buena impresión.

Algunas de las razones "ideológicas" son las que siguen: 1) Veracidad. 2) Objetividad. 3) Pluralidad. 4) Independencia. 5) Equilibrio, tolerancia. 6) Izquierdismo. 7) Que lleva a la reflexión.

Por razones "económicas" entiendo sólo dos: 1) Precio accesible. 2) Buena distribución.

Finalmente, la experiencia y tradición de algunos diarios están englobadas en el argumento de "antigüedad".

Para mis fines, resultará sin duda más elocuente el cuadro 6, en el que puede verse el peso que, en cada diario, tiene cada uno de esos argumentos o razones que llevaron a los informantes a elegirlo como "el mejor".

Como era de suponerse, la mayor parte de los argumentos para considerar como el mejor a determinado diario tuvo que ver con razones "de contenido", sobre todo la buena información y la calidad de los editorialistas y articulistas. Este tipo de razo-

**Cuadro 6.** Porcentaje, del total de argumentos de cada diario, que obtuvo cada grupo (de argumentos)

Diarios	De contenido	Formales	Ideológicas	Económicas	Antigüedad
<i>La Jornada</i>	54.0	17.3	26.5	2.0	0.0
<i>Reforma</i>	64.8	18.5	14.8	1.8	0.0
<i>Excélsior</i>	50.0	0.0	20.0	13.3	16.6
<i>El Financiero</i>	64.2	25.0	10.7	0.0	0.0
<i>El Universal</i>	40.0	0.0	46.6	0.0	13.3
<i>Unomásuno</i>	37.5	12.5	37.5	12.5	0.0
Promedio	55.7	15.0	22.7	3.4	3.0

nes ocupó el primer lugar de frecuencia en todos los diarios, excepto en *El Universal*, en el que ligeramente (7 puntos) predominaron, sobre los de contenido, los argumentos de carácter ideológico; y en *Unomásuno*, periódico en el que obtuvieron igual peso las razones de contenido y las ideológicas. Particularmente relevantes fueron los argumentos de contenido para la elección, por parte de los informantes, como mejor diario, de *Reforma* (64.8%) y de *El Financiero* (64.2 por ciento).

El segundo lugar en importancia, entre las razones esgrimidas, lo obtuvieron las de naturaleza ideológica (22.7% del total): objetividad, veracidad, pluralidad, tolerancia, independencia, etc. Este tipo de argumentos predominó, como dije, en *El Universal* y en *Unomásuno*.

Como es lógico, sólo el *Excélsior* y *El Universal*, con más de 80 años de estar publicándose diariamente, obtuvieron argumentos basados en la antigüedad. Algunas pocas alusiones al precio (asequi-



**San Eutropio**

ble) y (a la buena) distribución hubo para algunos diarios (*La Jornada, Reforma, Excélsior* y *Unomásuno*).

Me interesa, por lo expuesto al principio, detenerme un poco más en las razones que están fundadas en la forma del periódico. Las cinco principales razones formales, las más repetidas, fueron las siguientes, en orden de importancia: formato cómodo; buena (moderna) distribución o estructura de la información; diseño de calidad; originalidad en el formato; calidad en la impresión. Ante todo habría que establecer que, a juicio de los sujetos informadores de mi encuesta, sólo obtuvieron buena calificación en “formato cómodo” los diarios de tamaño tabloide o bastardo (*La Jornada, El Financiero* y *Unomásuno*). Puede deducirse, por ende, que el llamado tamaño estándar (*Excélsior, Reforma, El Universal*) no se considera precisamente “cómodo”. Es notable que, más aún, el *Excélsior*, que por otras razones varios informantes juzgaron el mejor (sobre todo por la calidad de su información), no haya recibido ni una sola mención respecto a méritos que, de alguna manera, se relacionen con “lo formal”. Lo mismo sucede con *El Universal*, cuyas virtudes, a juicio de los pocos que opinan que es el mejor diario de México, están sobre todo en el “contenido” (información completa) y en las que vengo llamando razones “ideológicas” (veracidad, independencia).

Las ventajas, dentro de este apartado de “lo formal”, que ven los que votaron, como mejor, por *Reforma*, más que en el formato propiamente dicho, están en lo “moderno” de su diseño y lo convincente de su “estructura” (distribución del material editorial e informativo a lo largo del periódico), la calidad de sus fotografías y gráficas (ambas a color), así como de su impresión.

La lista ordenada que podría formarse con los diarios analizados, considerando la importancia que conceden los informantes a los argumentos de carácter formal (formato, estructura, fotografía, color, etc.), podría ser la siguiente, en orden decreciente: *El Financiero*, *Reforma*, *La Jornada*, *Unomásuno* y, en último lugar compartido, *Excélsior* y *El Universal*.

#### 4.

Como se ve, así sea sólo en un discreto 15%, hay opiniones de los informantes referidas al formato que fundan su juicio sobre la calidad, en general, de un diario. Evidentemente, de conformidad con mi encuesta, lo que en verdad importa para juzgar si un diario es bueno o malo son, en el siguiente orden, los argumentos que se relacionan con la calidad del contenido y razones ideológicas. Sin embargo algo influye también, como digo, el aspecto meramente formal para calificar de bueno o malo a un periódico. Me llama empero la atención que ninguno de los cientos de argumentos vertidos por los sujetos informadores tuviera que ver con la semiología (es decir, con ciertos aspectos significantes del diseño) ni con la redacción y ortografía, estrictamente dichas.

A pesar de ello, podría resultar de utilidad observar si en ese terreno hay características que tiendan a estar presentes en los seis diarios analizados y que no estén igualmente manifiestas en el resto de los diarios de la ciudad de México, sobre todo en los que quedaron desechados del grupo de los 15 *prestigiosos* en la primera encuesta. En otras pala-

bras, nada impide pensar que, aunque no hayan sido señalados *ex profeso* por los informantes, haya rasgos de redacción, ortografía y semiología que caractericen sobre todo a los diarios que, por otras razones ciertamente, se juzgan prestigiosos; y, asimismo, que se den características contrarias, ausentes de esos periódicos y presentes en la mayoría de los que se consideran, también por otros motivos, de poco o nulo prestigio.

## Diseño y ortografía

Volvamos a la importante primera plana de los diarios. ¿Hay en ella rasgos caracterizadores de diarios prestigiosos, no considerados en los anteriores apartados? Vimos ya que, por ejemplo, el formato o tamaño no parece ser, en definitiva, importante para emitir un juicio de valor sobre un periódico, pues en la lista de los seis mejores, los hay de formato tabloide (o bastardo) y también estándar.<sup>17</sup> Veré en seguida algunos otros aspectos más específicos del diseño.

El esquema de la primera plana en los diarios mexicanos puede ser bueno o malo, tradicional o novedoso. Lo que, empero, parece caracterizar a los periódicos menos prestigiosos<sup>18</sup> es la irregularidad en el diseño, que puede cambiar casi totalmente de un número a otro. Por el contrario, los diarios muy prestigiosos (e incluso, los algo prestigiosos) suelen tener una primera plana de diseño *regular*. Puede decirse que les interesa conservar siempre la misma fisonomía: la distribución de las partes (cintillo, cabeza, sumarios, balazos...) es siempre semejante; la proporción que se le destina a las fotografías y gráficas no varía notablemente de número a número.

<sup>17</sup> Aunque también hay que reconocer que ningún informante consideró, como razón de prestigio, el tamaño estándar, y algunos sí opinaron así del tabloide o del bastardo (por su comodidad). Podría decirse, al menos, que para que un diario se considere prestigioso, no influye el hecho de que su formato sea estándar.

<sup>18</sup> Como, por ejemplo, *La Prensa*, *La Afición*, *Esto*, *Últimas Noticias*, *Ovaciones*, entre otros.



Desde hace algunas décadas se tiende, en todas partes, a disminuir el número de las columnas de los diarios. Parece ser que esto contribuye a una mejor legibilidad. No creo que haya todavía diarios que conserven, siempre visibles, las célebres ocho columnas (del formato estándar). En la actualidad predominan las columnas anchas. Los diarios serios, sin embargo, no exageran en lo que toca a la irregularidad del número de columnas en la plana. El *Excélsior* tiende a emplear 5 o, al menos, 4; *El Universal* emplea un mayor número: 6 o 5; *Reforma*, siempre 6. Por lo que toca a los de formato menor (tabloide o bastardo): en *La Jornada* suelen aparecer 3 (más una angosta de avisos); *El Financiero* conserva casi siempre inalteradas sus 3 columnas; finalmente, el *Unomásuno*, aunque más irregularmente, tiende a 4 o, al menos, 3.<sup>19</sup>

Hace algunos años no faltaban estudiosos que pronosticaban el predominio, en los diarios, de la tipografía “no justificada”. Creo que, en efecto, tenían razón. Sin embargo, es necesario hacer algunas precisiones. Una tipografía estrictamente no justificada es aquella en la que las líneas, en su columna, no son siempre de la misma dimensión. Esta clase de tipografía no se da en ningún diario de los aquí estudiados. Hay empero un modelo de tipografía sólo relativamente no justificada: aquella en la que todas las líneas de la columna tienen el mismo tamaño, pero se usa, cuando se cree necesario, el guión para dividir palabras al final del renglón. Con ello, por una parte, se mantiene la justificación de la columna y, por otra, se maneja más cómodamente el espacio uniforme entre las palabras. Casi todos los diarios de la ciudad de México practican esta tipografía relativamente “no justificada”. Hay uno, casi desconocido, llamado *Cuestión*, que tiende a justi-

**Hace algunos años  
no faltaban estudiosos  
que pronosticaban el  
predominio, en los  
diarios, de la tipografía  
“no justificada”.**

<sup>19</sup> Esta regularidad en el empleo de las columnas más anchas también es observable en diarios de menor prestigio. Sin embargo, la irregularidad es casi absoluta en las publicaciones periódicas más populares.

**Los diarios de prestigio nunca destinan más de 25% del espacio de la primera plana a fotografías (y gráficas).**

ficar, sin guiones, sus líneas; hay otro, mucho más conocido, *The News*, redactado en inglés, que siempre justifica sus líneas y nunca emplea el guión para separar palabras. En estos dos, por tanto, se observa una poco elegante falta de uniformidad de los espacios entre las palabras.

Hay diarios, sobre todo los deportivos y los dedicados a espectáculos, pero también algunos destinados a información general, en cuya primera plana la cabeza principal llega a ocupar más de una cuarta parte del espacio disponible.<sup>20</sup> Esto nunca sucede en los considerados aquí como prestigiosos. Además, cuando es demasiado grande el encabezamiento, suele estar constituido por sólo letras mayúsculas (o altas). Dos de los tres diarios importantes de tamaño estándar (*Excélsior* y *El Universal*) así como *El Financiero* y *Unomásuno* (tabloides) imprimen siempre encabezamientos principales que ocupan la totalidad del ancho de la plana (todas sus columnas), pero éste nunca va más allá de las cuatro líneas. *Reforma* (estándar) y *La Jornada* (tabloide) acostumbra encabezamientos principales que no ocupan todo el ancho de la plana sino que los distribuyen en mayor espacio vertical (unas ocho o diez líneas). Ninguno de estos seis diarios emplea sólo altas en las cabezas (principal o secundarias): todos, menos el *Excélsior* y *El Financiero*, usan altas y bajas de conformidad con las reglas ortográficas normales para el empleo de mayúsculas. Esos otros dos diarios mencionados (*Excélsior* y *El Financiero*) siguen la costumbre de emplear altas iniciales en cualquier palabra que no sea monosilábica (o que sea menor de cuatro letras).

Los diarios de prestigio nunca destinan más de 25% del espacio de la primera plana a fotografías (y gráficas).<sup>21</sup> Hay por el contrario publicaciones

<sup>20</sup> Con encabezamientos demasiado grandes hay un evidente desperdicio de espacio. Por otra parte, parece existir una relación inversamente proporcional entre el tamaño del encabezamiento y la sustancia de información.

<sup>21</sup> Uno de ellos (*El Financiero*) jamás inserta fotografías en su primera plana.

diarias (muy poco prestigiosas, según mis encuestas, como *La Prensa*, *Ovaciones*, *Esto*, *Cine Mundial*...) que emplean, para este fin, más de la mitad de la superficie disponible. Más interesante resulta observar cuál es la fracción de la primera plana que cada diario dedica a *texto* propiamente dicho (quintas fotografías, gráficas, cabeza, logos, balazos, anuncios, etc.). Quizá con excepción de *La Jornada* (que a veces emplea poco menos de la mitad), los otros cinco diarios prestigiosos usan para este objeto (texto) más de la mitad del espacio disponible.<sup>22</sup> De los seis diarios de mayor prestigio sólo uno, *Reforma*, cuenta con fotografías en color no sólo en la primera plana sino en todo el diario. Varios otros, fuera de este grupo, tienen también un diseño en el que el color desempeña un papel determinante.<sup>23</sup>

La presencia de sumarios (y subsumarios) abajo de los encabezamientos parece ser una característica formal más de los mejores diarios. En las primeras planas de los seis más importantes hay siempre sumarios, a veces más de diez en promedio (*El Financiero*, *El Universal*, *Excélsior*, *Reforma*).<sup>24</sup>

También los avisos (que algunos conocen como *índices*), así como los fotoavisos, tienen su importancia, no sólo para los tabloides, en los que parecen indispensables, habida cuenta de que no toda la información de interés puede presentarse en la primera (y en la última) plana, debido al poco espacio de ese formato, sino también para los de tamaño estándar, que suelen tenerlos.<sup>25</sup>

La presencia sistemática de ciertas columnas (informativas o de opinión), con el crédito del autor y algún logo que las identifique, parece ser, al menos en México, más característica de las primeras planas de diarios poco prestigiosos.<sup>26</sup> Entre los que son con-

<sup>22</sup> Por el contrario, entre los poco o nada prestigiosos, los hay que sólo destinan al texto menos de una cuarta parte de la primera plana. Se tiende, me parece, en este aspecto a imitar, en un periódico o diario, el diseño de las revistas.

<sup>23</sup> Sin duda el color en las fotografías es algo impactante. No debe dejar de mencionarse que con ello se corre el riesgo de que el resto de la plana se quede sin lectores.

<sup>24</sup> Hay también publicaciones de poco prestigio (*El Heraldo de México*, por ejemplo) que también hacen uso abundante de sumarios. Sin embargo, en los periódicos de nulo prestigio, suelen estar ausentes.

<sup>25</sup> *El Reforma* y *El Financiero* por ejemplo, pueden llegar a tener más de doce; sin embargo *El Universal* casi nunca los emplea.

<sup>26</sup> Algunos ejemplos de títulos de columnas siempre presentes en las primeras planas de algunos diarios: "Fax urgente" (*El Sol de México*), "Liturgia política" (*Ovaciones*), "Grillos al carbón" (*Diario de México*), "Altavoz", "Observatorio" (*Últimas Noticias*), "Línea caliente" (*Cine Mundial*), etcétera.

siderados de prestigio hay algunos (*Unomásuno, La Jornada...*) que suelen comenzar algún artículo editorial o de opinión, firmado, en la primera plana, pero no siempre se trata del mismo autor y, por ende, no puede hablarse, en este sentido, de *columnas* propiamente dichas.

### **Redacción de encabezamientos**

Un buen titular, a pesar de su necesaria brevedad, debe llevar obligadamente al cuerpo del texto. Para ello debe cumplir con una larga lista de condiciones, entre las cuales podrían mencionarse las siguientes virtudes infaltables en un buen encabezamiento: específico, claro, exacto, de lectura fácil, en el que intervengan palabras preferentemente cortas, etc. Tengo la impresión de que estas condiciones, aunque presentes en no pocos encabezamientos tanto de los diarios serios cuanto de los populares, se cumplen sin embargo con mayor rigor y frecuencia sólo en las primeras planas de los mejores periódicos. Véanse algunos ejemplos de encabezamientos con redacción imperfecta. Hace algunos meses se discutía sobre el derecho que le asistía al estado mexicano de Tamaulipas de tomar agua de una presa (llamada "El Cuchillo") situada en el contiguo estado de Nuevo León. He escogido sólo cuatro cabezas, entre muchas que por esos días se referían a ese asunto: 1) "El Cuchillo' hiere a Tamaulipas" (*El Universal Gráfico*); 2) "Integran grupos de apoyo para los dos mandatarios que pugnan por el líquido" (*El Heraldo de México*); 3) "Un juez de distrito decidirá el diferendo Nuevo León-Tamaulipas" (*El Día*); 4) "Quieren el agua, no dinero" (*Reforma*). Creo que el primer encabezamiento no es ni específico, ni cla-

ro, ni exacto, ni de lectura fácil. Fue muy poco feliz la idea de jugar con el nombre de la presa para señalar que Nuevo León negaba el agua a Tamaulipas. El número 2 y el 3, aunque específicos, son demasiado largos. Para quienes estaban informados del tema, sin duda la cabeza 4 les resultó específica, clara y exacta; además de que invitaba a acudir al texto mismo.

¿Cómo encabezaron los diarios mexicanos matutinos el fallecimiento de Mitterrand? Sólo dos le dedicaron la cabeza principal: *El País* (cabeza: "La muerte de Mitterrand rescata su papel de impulsor de la unión europea"; balazo: "González dice que fue decisivo en la lucha antiterrorista y en la integración de España con la UE"), y *La Jornada* (cabeza: "Duelo mundial por Mitterrand", balazo: "Falleció de cáncer el estadista, a los 79 años"). Sobre la (larga) redacción de la primera cabeza me caben algunas dudas: ¿puede la muerte rescatar algo? Sin duda es mejor el encabezamiento de *La Jornada*: breve y elocuente; el balazo es también convenientemente informativo. Varios diarios le dedicaron encabezamientos secundarios (en la primera plana): "Muere Mitterrand"<sup>27</sup> (*Reforma*); "Murió Mitterrand; gobernó a Francia durante 14 años"<sup>28</sup> (*El Heraldo de México*); "Murió ayer François Mitterrand"<sup>29</sup> (*El Día*); "Murió Mitterrand a los 79 años, víctima de cáncer"<sup>30</sup> (*El Sol de México*); "Víctima de cáncer, murió Mitterrand"<sup>31</sup> (*Excelsior*); "Murió Mitterrand de cáncer, a los 79 años de edad"<sup>32</sup> (*El Universal*); "The world mourns Mitterrand"<sup>33</sup> (*Mexico City Times*). El *Diario de México* le dedicó el cintillo: "Falleció Mitterrand, ex presidente francés", además de una cabeza secundaria: "Mitterrand, estadista que luchó por una humanidad más feliz".<sup>34</sup> Lo mismo hizo *La Prensa*: "Falleció F. Mitterrand,

<sup>27</sup> Además del artículo hay un fotoaviso: "Cientos de flores fueron depositadas en la casa del líder francés".

<sup>28</sup> Sumario: "El ex presidente socialista había cumplido 79".

<sup>29</sup> Balazo: "Francia recibe condolencias de todo el mundo".

<sup>30</sup> Al lado una gráfica titulada "La herencia de François Mitterrand" muestra algunas de las obras realizadas por él.

<sup>31</sup> Sumarios: "Duelo en la Francia que gobernó 14 años"; "Fue un arquitecto de la Unidad Europea"; "Supo tender hacia al su mano generosa".

<sup>32</sup> Sumarios: "Como presidente de Francia, fue clave en la construcción europea"; "Mantuvo, hasta el final, su viveza intelectual"; "Pesar de Jacques Chirac".

<sup>33</sup> Balazo: "Tributes pour in from political friends and foes after former french leader dies at 79". Hay también un fotoaviso.

<sup>34</sup> Sumarios: "Unánime sentimiento de pesar y desolación"; "Cálido tributo mundial en memoria de François"; "En México será recordado como un gran amigo".



### Plegaria

estadista francés promotor de la unidad europea". Hubo periódicos (*El Economista*, *El Financiero*, *The News*) que sólo reservaron para este suceso un aviso en la primera plana. Mediante un fotoaviso difundieron la noticia *Novedades* y *Unomásuno*. Sin entrar en demasiados detalles, conviene dejar establecido que siguen siendo mejores los encabezamientos y, sobre todo, los sumarios (véanse las respectivas notas a pie de página) de los diarios prestigiosos, aun cuando no haya sido ésta una de las razones explícitas señaladas por los informantes para elegir determinado diario como mejor que otros. Hay en estas cabezas y sumarios una particular capacidad para resumir, en pocas palabras, información relevante, sin llegar a la inconveniente y antiestética expresión telegráfica.

A este tipo de construcciones (telegráficas) contribuyen algunos rasgos observables en diarios poco escrupulosos en la redacción de sus encabezamientos. Entre ellos destaca la omisión de artículos determinados: "Demandan (los) obreros nueva alianza" (*Diario de México*); "Temen (los) tlatelolcas que sean peligrosos otros edificios" (*El Sol de México*); "Bora<sup>35</sup> y (los) jugadores coinciden: 'debemos reafirmar el título'" (*La Afición*); "(Los) Vaqueros, favorito para conquistar el supertazón" (*Esto*); "(Las) gaseras,<sup>36</sup> un peligro constante" (*El Universal Gráfico*). Esta tendencia es mucho menos acusada en los diarios serios. Véase un sumario de *El Nacional*, en que faltan artículos: "Ante diplomáticos acreditados en México expresa (el presidente) su rechazo a (la) intolerancia y (la) xenofobia"; frente a la siguiente cabeza de *Excelsior* en que están presentes: "Reprueba nuestro país la xenofobia y la intolerancia".

<sup>35</sup> Nombre propio del entrenador de un equipo de fútbol.

<sup>36</sup> Empresas encargadas de la distribución del gas para uso doméstico.

El empleo de los dos puntos (:) es otra forma de

ahorrar espacio, pues generalmente aparecen en lugar de un verbo. Es un recurso al que recurren casi todos los diarios en la redacción de sus encabezamientos. Es frecuente que, después de un enunciado, anuncien el nombre de la persona que lo afirma: "Impulsa México un orden mundial basado en la paz y el libre comercio: Zedillo", "Primero comer y luego pagar impuestos: CT"<sup>37</sup> (*Excélsior*); "Más empleos y resarcir el salario, prioridades: EZP"<sup>38</sup>, (*El Nacional*); "A recuperar empleos y poder adquisitivo: Zedillo" (*La Jornada*); "Ante el 'desfasamiento' económico, nueva alianza: CTM"<sup>39</sup> (*El Universal*); "Los sindicatos no deben controlar el Infonavit: IP"<sup>40</sup> (*El Economista*)... Aunque menos frecuente, a veces aparece el "declarante" (seguido de dos puntos) antes de lo declarado: "EU: México, centro de lavado de dinero" (*La Jornada*). A este uso de los dos puntos, muy extendido, en los diarios menos prestigiosos suele acompañar el abuso en el empleo de las comillas, para reproducir los dichos: "Vamos por la copa"<sup>41</sup> (*La Afición*).<sup>42</sup>

En los encabezamientos de la mayor parte de los periódicos, como era de esperarse, se emplean sólo los adjetivos calificativos indispensables; se evitan, sobre todo, los explicativos o epítetos que casi nunca añaden algo verdaderamente necesario. Además de todos los adjetivos especificativos totalmente inevitables —como los que aparecen en los siguientes encabezados principales: "Nueva concertación y salarios móviles, plantea la CTM" (*Excélsior*); "Inaceptable la impunidad al manejar recursos públicos" (*El Universal*); "Injustificado, el embargo atunero de EU, afirma EZP" (*El Nacional*), etc. —, excepcionalmente pueden encontrarse otros calificativos que, en determinados contextos y ante ciertos referentes vienen a ser igualmente ineludibles:

<sup>37</sup> CT es la sigla del Congreso del Trabajo.

<sup>38</sup> EZP: Ernesto Zedillo Ponce de León.

<sup>39</sup> CTM: Confederación de Trabajadores de México.

<sup>40</sup> Infonavit: Instituto de Fomento Nacional de la Vivienda para los Trabajadores. IP: iniciativa privada.

<sup>41</sup> Balazo: "Bora y jugadores coinciden: 'debemos refrendar el título'".

<sup>42</sup> Los diarios prestigiosos evitan este abuso de las comillas: Los acuerdos de Chiapas, primer paso de muchos más: EZP (*Excélsior*); Modesto avance en 96: CEESP (*El Financiero*). A veces se emplean sólo para destacar determinadas palabras, por alguna razón importantes (o raras): Ante el "desfasamiento" económico, nueva alianza: CTM (*El Universal*); El PRD, "irresponsable" (balazo: Condena el gobierno el apoyo partidista a bloqueos en Tabasco) (*Unomásuno*); cintillo: Espiaban a Colosio; Morán Aguilar, "pretende implicarse al EMP en un complot" (*Excélsior*); Demanda EU a México que controle "drogas sintéticas" (*El Universal*), etcétera.

“35 muertos por las *intensas* nevadas en el este de EU” (*Unomásuno*); “Una de las *peores* tormentas que se recuerden en este siglo en todo el noreste de Estados Unidos” (*Excélsior*); “Paraliza el este de EU la tormenta de nieve *más grave* en setenta años” (*Diario de México*); “Causa 35 muertos la *peor* nevada en EU en 70 años” (*El Sol de México*)...<sup>43</sup> Por el contrario, hay diarios, particularmente los muy populares, los menos prestigiosos, que tienen la costumbre de redactar encabezamientos escandalosos y sensacionalistas y, para ello, les resulta útil el abuso de adjetivos, entre otros muchos recursos más o menos estrepitosos. Véanse algunos ejemplos, tomados de diarios vespertinos: “*Unánime* indignación por la propuesta de Marcos”, “*Supercomando*”,<sup>44</sup> “*Apoyo total*”,<sup>45</sup> “*Enorme* reto sacar de la pobreza a millones”... No es éste sin embargo el más frecuente recurso para lograr llamar la atención del lector. Es sin duda la mezcla de asuntos escandalosos y de redacción telegráfica, con el indispensable ingrediente de un vocabulario sorprendente o, por alguna razón, llamativo, lo que tiene como resultado encabezamientos amarillistas, propios de publicaciones populares, ausentes siempre de los diarios prestigiosos. Véanse algunos ejemplos de este tipo de textos breves y, generalmente, efectivos:<sup>46</sup> “Del chongo sotanas y PRI”,<sup>47</sup> “Brujos asesoraban a Salinas”,<sup>48</sup> “Se hace el loco”,<sup>49</sup> “Sustote”,<sup>50</sup> “Mueren por su honor”,<sup>51</sup> “Le robaron el coche con todo y vieja”,<sup>52</sup> “Llovió plomo en un secuestro”,<sup>53</sup> “Respira el peso”,<sup>54</sup> etcétera.

Hay estudios de estos asuntos que consideran como uno más de los rasgos de una deficiente redacción de los encabezamientos en algunos diarios el que carezcan de verbo conjugado. Analicé los encabezamientos, balazos, sumarios, avisos y foto-

<sup>43</sup> Sobre este mismo asunto, no faltan diarios que hacen lo posible por evitar, aun aquí, los adjetivos demasiado expresivos: Fotoaviso: “Manto blanco, saldo rojo” (*Reforma*); aviso: “La nieve cierra los aeropuertos de Nueva York, Washington y otros del este de EEUU” (*El País*).

<sup>44</sup> Sumario: “Bancazo con pistolas, metralletas y escopetas; botín de 1 millón”.

<sup>45</sup> Balazo: “Secundan los sectores la propuesta para Chiapas”.

<sup>46</sup> Aunque debe reconocerse que con frecuencia este tipo de encabezamientos resulta efectivo sólo para los lectores mexicanos, pues tanto los recursos lingüísticos cuanto los asuntos mismos pueden serles, en alguna medida, privativos.

<sup>47</sup> Sumario: “Responde el Episcopado Mexicano a acusaciones de diputados del tricolor”.

<sup>48</sup> Balazo: “Para tener poder”.

<sup>49</sup> Balazo: “El matón del Metro”.

<sup>50</sup> Balazo: “Sólo pánico y cuarteaduras” (en relación con un terremoto).

<sup>51</sup> Balazo: “Madre e hija asesinadas”.

<sup>52</sup> Cintillo, en el que el mexicanismo popular *vieja* alude a esposa o novia.

<sup>53</sup> Balazo: “Muere un (policía) judicial”.

<sup>54</sup> Sumario: “Se vendió (el dólar) a 4.75 en esta capital”.



**Cuadro 7.** Porcentaje de encabezamientos que cuentan (o no) con verbo conjugado en los diarios prestigiosos

Diarios	Encabezamientos con verbo conjugado	Encabezamientos sin verbo conjugado
<i>La Jornada</i>	53	47
<i>Reforma</i>	71	29
<i>Excélsior</i>	67	33
<i>El Financiero</i>	63	37
<i>El Universal</i>	80	20
<i>Unomásuno</i>	69	31
Promedio	67	33

avisos de las primeras planas de la edición de cada diario correspondiente al 9 de enero de 1996, observando si en las oraciones de esos textos había o no verbo conjugado. Efectivamente, por lo que respecta a los seis diarios mexicanos de mayor prestigio, es evidente que la tendencia favorece los enunciados que tienen verbo conjugado. En el cuadro 7 se consignan los porcentajes correspondientes a encabezamientos de la primera plana de la fecha señalada.

Puede observarse, por el contrario, una tendencia hacia la eliminación del verbo en los periódicos de menor prestigio. Algunos ejemplos de encabezamientos principales sin verbo: "Fuera tres delegados"<sup>55</sup> (*Ovaciones, La Segunda*); "Caos en verificación"<sup>56</sup> (*Últimas Noticias*); "Asalto al Metro" (*El Sol de México, Mediodía*); "Gaseras, un peligro constante" (*El Universal Gráfico*); "Castigo a perredistas"<sup>57</sup> (*La Tarde del 8*)... En el cuadro 8 podrán verse los porcentajes que obtuvieron, en diarios de poco

<sup>55</sup> Sumario: "Cambios propuestos por el Regente ante la Asamblea de Representantes".

<sup>56</sup> Sumario: "Únicamente funcionan 9 de los 25 talleres autorizados". Se refiere a la obligatoria revisión de los vehículos para disminuir la contaminación ambiental.

<sup>57</sup> Balazo: "Reclamo ante Ernesto Zedillo".

**Cuadro 8. Porcentaje de encabezamientos que cuentan (o no) con verbo conjugado en diarios de poco o nulo prestigio**

Diarios	Encabezamientos con verbo	Encabezamientos sin verbo
Últimas Noticias	54	46
El Universal Gráfico	50	50
El Sol de México, Mediodía	53	47
Ovaciones, la 2a	50	50
La Tarde del 8	55	45
Cuestión	46	54
Promedio	51	49

o nulo prestigio, los enunciados verbales y los averbales.

Varias observaciones más podrían hacerse en relación con rasgos de redacción en los encabezamientos de los diarios. Antes de terminar, quiero referirme a una más de estas características, relacionada con el empleo de las formas verbales. La elección, por parte de los redactores, de tal o cual tiempo de la conjugación, por lo general, no es sintomática de una buena o mala redacción ni, por tanto, es marca que esté presente (o ausente) en diarios prestigiosos (o de poco o nulo prestigio). Un ejemplo: en el español mexicano, como en otras variedades de la extensa geografía americana, se prefiere emplear, en lugar del futuro sintético (*cantaré*) la perífrasis *ir a* más infinitivo.<sup>58</sup> Sin embargo, ello no parece aplicarse en los enunciados correspondientes a encabezamientos de los diarios. Revisé una buena cantidad de primeras planas de los diarios mexicanos (prestigiosos y no prestigiosos) y, contra la norma casi general del español hablado en nuestro país, en ningún encabezamiento<sup>59</sup> se emplea la perífrasis.

<sup>58</sup> Véase, por ejemplo, José G. Moreno de Alba, *Valores de las formas verbales en el español de México*. México: 1978, especialmente las pp. 89-116.

<sup>59</sup> Ni tampoco en balazos, cintillos, sumarios, avisos, fotoavisos, etcétera.

**Cuadro 9.** Porcentajes de la utilización de formas verbales de valor pasado en las primeras planas de los diarios

Diarios prestigiosos	Presente por pretérito	Pretérito indefinido*	Pretérito perfecto
<i>La Jornada</i>	83	17	—
<i>Reforma</i>	55	45	—
<i>Excélsior</i>	56	44	—
<i>El Financiero</i>	70	30	—
<i>El Universal</i>	50	45	5
<i>Unamásuno</i>	46	54	—
Promedio	60	39	1
Diarios poco prestigiosos	Presente por pretérito	Pretérito indefinido*	Pretérito perfecto
<i>Últimas Noticias</i>	28	57	15
<i>El Universal Gráfico</i>	33	67	—
<i>El Sol de México, Mediodía</i>	17	83	—
<i>Ovaciones, la 2a</i>	43	57	—
<i>La Tarde del 8</i>	50	50	—
<i>Cuestión</i>	67	33	—
Promedio	40	58	2

Nota: \* Éste y el perfecto cuando, en el texto, tienen posibilidad de ser sustituidos por presente.

Aparece siempre la forma sintética (en *-ré*). La obvia explicación está en que los redactores prefieren, precisamente por sintética, la forma *cantaré* puesto que disponen de un breve espacio para construir sus enunciados. Este sistemático empleo de *cantaré* en lugar de *voy a cantar* se observa en todo tipo de diarios (prestigiosos y no prestigiosos): “*Manejarán* alcaldías del país 65% del presupuesto de la Sedesol” (*La Jornada*); “*Evaluarán México y CA tener libre comercio*” (*Últimas Noticias*).

Hay empero algunas elecciones de formas verbales en las que sí parece influir la calidad de redacción de cada diario. Tal es el caso, me parece, del empleo del presente de indicativo (*canto*) en lugar del pretérito indefinido (*canté*).<sup>60</sup> Es evidente la ventaja estilística que supone el empleo de este presente *histórico* en los textos periodísticos, pues es un tradicional y muy efectivo recurso para traer al momento actual los sucesos del pasado, en este caso, muy reciente: “*Mueren 250 personas al caer un avión en un mercado de Zaire*” (*Excélsior*); “*Otorga la Banca otro mes a los deudores*” (*Últimas Noticias*). Es éste un rasgo de redacción presente en los encabezamientos de todo tipo de diarios pero, según parece, más frecuente en los que se leen en diarios de prestigio, como puede apreciarse en el cuadro 9.

## 5.

Resumo y termino: el prestigio del que puede gozar determinado diario radica, esencialmente, en razones de contenido; es innegable, sin embargo, que otros aspectos, formales o de diseño así como de estilo y redacción, pueden asimismo intervenir. Muchos de estos últimos son evaluados expresamente por los lectores; hay otros rasgos que, aunque no están presentes en la mente del lector en el momento de evaluar un diario, se suman a las virtudes (o defectos) de contenido y juntos constituyen, de manera más o menos sistemática, el perfil (prestigioso o no) de un periódico.

<sup>60</sup> Y, en México, del pretérito perfecto (*he cantado*), que tiene allí un valor diferente del que posee en el español peninsular (cf., en la obra citada en la nota 59, las pp. 43-87).