

Prensa y sensacionalismo

Isidro Fabela atribuye a los periodistas el desprestigio de Francisco I. Madero. Los acusa de haber minado su autoridad, "de colocarlo en los ámbitos del ridículo general que acabó por verlo con desprecio". Le fabricaron una imagen, agrega, de un "inepto incapaz de actuar con energía". Se lanza contra los informadores que cotidianamente se burlaban de él, lo despreciaban y, además, lo envolvían en escándalos humillantes sin tener en cuenta su alta investidura.¹

De acuerdo con esta referencia, el apóstol de la democracia se vio rodeado de una prensa antidemocrática, tal es el caso de los periódicos sensacionalistas que si bien coadyuvaron al desarrollo de la actividad informativa, dejaron de lado los principios éticos que deben sustentarla. Veamos en este escrito breve algunas características de su proceder.

Joaquín Piña, audaz reportero de la etapa revolucionaria, afirma que al iniciarse este movimiento se impulsó un periodismo en el cual "el repórter se convirtió en el alma, el nervio motor, la fuerza del periódico".²

A los cazanoticias se debió el conocimiento público de los personajes que actuaron en el movi-

Conferencia para el encuentro titulado Prensa y Democracia durante la Revolución Mexicana. Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, 1994.

¹ I. Fabela, "Documentos históricos...", *La Revolución Mexicana a través de sus documentos*. T. IV. México: UNAM/IIB, 1987, pp. 148-150.

² J. Piña, "Reporters y periódicos de la Revolución de 1910", *Nosotros*. 19 de abril de 1958, p. 29.

**En la Revolución
la prensa noticiosa
encontró un filón
de oro para ejercitar
su periodismo.**

miento armado pues presentaron, uno a uno, a caudillos y jefes, bien en sus acciones heroicas o cometiendo grandes errores.

En la Revolución la prensa noticiosa encontró un filón de oro para ejercitar su periodismo. Quienes años atrás fueron cuestionados por sus “colegas serios” porque dañaban la reputación de numerosas personas, espían la vida íntima y calumniaban, porque predisponían con sus mentiras el ánimo de la sociedad y, además, porque fomentaban el escándalo, pasaron a ocupar un primer plano en la vida cotidiana de aquellos capitalinos ansiosos de conocer los últimos acontecimientos sobre el movimiento armado de 1910.

Publicaciones periódicas subvencionadas o de tendencia conservadora publicaron gran cantidad de noticias cuya tendencia era contraria a los militantes del movimiento, especialmente los diarios *El Tiempo* y *El País*, que se empeñaron en desacreditar al *leader* de la Revolución y a sus “revoltosos seguidores”, a esas “gavillas de malhechores” también llamadas “hordas asaltantes” o “manejadores de dinamita”. En ambos órganos informativos los titulares o cabezas se constituyen en breves notas informativas en su intento por atrapar la atención del público.

Desde el 17 de noviembre de 1910 los periódicos mexicanos informan que se ha descubierto una conspiración que pretende llevar a cabo un grupo de antirreeleccionistas. Cuatro días más tarde, las cabezas declaran: “Circulan alarmantísimos rumores, no confirmados, de que en casi todo el país estalló la revolución...” Informan que “la revolución expiró al nacer” y que el gobierno ha sofocado el movimiento.

Sobre todo, participan del rumor sobre la pre-

sencia de Madero en territorio mexicano; dicen que atravesó la frontera por El Paso, disfrazado de rural, o bien, que amparado en su traje de charro se internó en el territorio sin que se supiera a punto fijo en qué lugar del Norte se encontraba.

Los días subsecuentes se continúa convenciendo a los lectores de que la acción del gobierno ha sido eficaz, que la Revolución está reprimida y se ha restablecido la calma en todo el país. Hacia diciembre de 1910 uno de los titulares aclara: "Insistimos en que ha sido sofocado el movimiento sedicioso. El fuerte poder del gobierno ha dominado al fin la situación. Los motines aislados del norte serán sofocados en poco tiempo". Por su parte, *El Imparcial*, diario subvencionado por el gobierno de Porfirio Díaz y prototipo de los diarios sensacionalistas, anunciaba derrotas constantes en el campo rebelde, minimizaba el movimiento o injuriaba a los líderes del mismo.

Otras publicaciones se afanan en dar a conocer "las noticias de último minuto", siempre destacando el lado sensacionalista de los acontecimientos, sesgo informativo que la misma prensa denominaba "el oxígeno excitante" o "la marihuana tóxica".

Destacan en esa tendencia las segundas ediciones o extras de los títulos matutinos deseosos de acaparar el mercado de la información, mismos que obligan a sus reporteros a buscar "noticias frescas". Se trata de publicaciones que se autodenominan "independientes", que ostentan por lema "sin ligas ni compromisos políticos de ninguna clase", o bien, en cuyas orejas (rectángulos situados en los extremos derecho e izquierdo de la parte superior del periódico) inscriben letreros que los declaran "sin ligas con el pasado", "sin ligas con el presente"; para éstos, "cada lector es un consumidor", han logrado

***El Imparcial* anunciaba derrotas constantes en el campo rebelde, minimizaba el movimiento o injuriaba a los líderes del mismo.**

**Texto e imágenes
fotográficas sobre
los enfrentamientos
y batallas entre
el ejército de Díaz
y los grupos opositores
se presentan
diariamente
a los capitalinos.**

un público que participa de esa “sed patológica del noticierismo”. Pueden mencionarse, entre otros, a *El Heraldico Mexicano*, *El Diario* y *Las Actualidades* como representativos de este género.

Texto e imágenes fotográficas sobre los enfrentamientos y batallas entre el ejército de Díaz y los grupos opositores se presentan diariamente a los capitalinos. En consecuencia, el hecho sangriento o los sucesos espeluznantes, en este caso originados por una crisis política, captaron la atención del público mexicano en general. El periodismo distorsionado había generado un mercado cautivo de lectores y lo festejaba, como lo muestra *El Monitor*, hacia diciembre de 1910:

En estos días de constantes sobresaltos; de incontables sustos; de grandes sorpresas; de estupendas noticias; en estos días en que los periódicos son devorados como bolillos calientes y en que las multitudes tienen hambre y sed de mitotes; en estos días en fin, en que han desempeñado tan importante papel las *Winchester*, hemos podido convencernos de que el periodismo moderno es el aliento que aviva la llama del argüende popular.

Como se puede apreciar, este texto justifica la existencia de los periódicos con ictericia (esa enfermedad caracterizada por la amarillez de la piel y de las conjuntivas) que años atrás sirviera al régimen de Díaz para aminorar los efectos del periodismo crítico y político, manifiesto en diversos diarios opositoristas. Pero veamos qué más agrega *El Monitor* en este tono jocoso ya visto en la cita anterior:

y no creas malicioso lector, que voy a censurar la costumbre guasona de abultar las noticias y poner

grandes encabezados. Esto es humano: lo traemos en la sangre, en las venas. A tí, pongo por caso, te cuentan que un amigo se resbaló y se quebró las costillas y tú pasas la noticia diciendo que lo aventaron y se rompió dos costillas y también el espinazo; éste la refiere diciendo que al amigo en cuestión pretendieron asesinarlo y le abrieron el cráneo, le quebraron las piernas, le hicieron bagazo los pulmones y le enterraron una lanza en los ojos... y todo, sin usar siquiera cloroformo. Total, después de cuatro bocas, aquel amigo a quien sólo una costilla le falta, queda clasificado en la categoría de picadillo.

He aquí una justificación de la mentira periodística. Además, a este colaborador falaz no escapa la posibilidad de ser recriminado por la información que difunde, pues agregaba: “felizmente, quien inventó las mentiras descubrió también las rectificaciones, que es la forma decente de decir ‘me rajo’”. Con gran cinismo apuntaba sobre la forma de rectificar la información: “Al día siguiente de relatar la hecatombe se dice la verdad y así se consigue hacer abrir la boca al público dos veces: primero de espanto y luego de satisfacción”.³

Las nuevas tendencias en la información amplían el campo de acción de los buscadores de noticias. La figura del reportero mexicano es la de una persona popular e indispensable, pues gracias a él se está informado. Por su parte, los periodistas se transforman en enviados especiales agregándose a las columnas de la fuerza federal, lo que de antemano propicia un sesgo de la información, o bien, como corresponsales de guerra decididos a librar un sinnúmero de obstáculos para cumplir con su misión de una manera más objetiva.

Jacobo Dalevuelta, reportero de la etapa, aclara



Plegaria

³ “Opiniones de la prensa en México”, *El Heraldo Mexicano*. 3 de diciembre de 1910, p. 3.

El reporter, el audaz cazanoticias, además de la punta del lápiz para tomar notas, afinó todos sus sentidos.

sobre su actividad en los días aciagos de la revolución:

Vamos bajo el sol, día tras día devorando calles, aguantando impertinencias...

Vamos de arriba a abajo a buscar los sucesos, a vivirlos...

Vamos muchas veces preguntando al destino si podremos volver a la redacción, si podremos regresar a oír de los labios amados, el dulce reproche, por la diaria informalidad de la cita.

...a cambio de sobresaltos, de sustos, de privaciones y de tristezas... ¿Cuál es nuestra satisfacción?

Ganar una noticia. Ser los primeros, los únicos en decir a nuestros amigos, a nuestros enemigos, a nuestras novias, a la gente, lo que ha sucedido lejos de ellos.⁴

Así pues el *reporter*, el audaz cazanoticias, además de la punta del lápiz para tomar notas, afinó todos sus sentidos. Mantenía el oído alerta, escuchaba atento cualquier comentario mientras un sello de indiferencia cubría su rostro. Sus ojos se movían de uno a otro lado hasta localizar al informante adecuado. Si carecía de libreta de apuntes, fijaba los datos en su memoria. Tenía que ser capaz de transmitir las emociones experimentadas en el campo de batalla. Dar cuenta de las mil dificultades por las que había atravesado para conseguir entrevistas y para obtener fotografías. Debía ser un maestro en la descripción de las facciones y de los gestos de los caudillos para que los lectores los catalogaran como "buenos" o "malos".

Sí, se afinó el "olfato" y el "tacto" en beneficio de la actividad, pero se escribía "con sangre y con

⁴ J. Dalevuelta, "Cómo suelen obtener noticias los de *El Universal*, *Hemeroscopia*". noviembre de 1989, p. 5.

lágrimas, a balazos, las etapas trágicas de asonadas, revueltas, cuartelazos".⁵ Por sobre todo, se forjó una clase de periodista-reportero que vivió para ganar la noticia ya en algunas empresas periodísticas contemporáneas como las de *El Universal* y *Excélsior*.

La acción reporteril no fue sólo cuantitativa. La información que obtenían y redactaban y que se contenía en la palabra *reportazgo*, ofrecía modalidades de expresión diferentes. Cabe aclarar que para los criterios periodísticos actuales, reportazgo era solamente una nota, aunque también se denominaba así a lo que hoy conocemos como nota informativa. La entrevista, llamada por entonces *interview*, constituía en sí misma una nota informativa o, también, se daba el caso, se recuperaba información de diversas personas intentando lograr la famosa "imparcialidad" y a este trabajo se le denominaba encuesta. La entrevista se empleaba sobre todo para satisfacer la curiosidad de un público al que ya no le importaba tanto profundizar en los hechos; su interés recaía en conocer cómo pensaban los individuos de éxito o los hombres políticos que estaban en escena, declaraba un diario de la época.

Vemos pues que reportero es igual a información y, principalmente, es igual a noticia. Pero, ¿qué es una noticia? Joaquín Piña aclara que a los reporteros de la etapa revolucionaria se les explicaba:

Una noticia es todo lo que ocurre y puede interesar a un grupo de lectores del periódico, o a una colectividad, o a todo el país. Un descarrilamiento, un viajero importante, un incendio, un fraude, un combate, los nacimientos y las defunciones, los temblores de tierra, las riñas o los balazos, las disposiciones gubernamentales. Deja de serlo, no tiene ninguna importancia, si otro periódico la publica antes que

La entrevista, llamada por entonces *interview*, constituía en sí misma una nota informativa.

⁵ J. Piña, *op. cit.*

Otro estilo de hacer periodismo era el sensacionalista, cuyos practicantes eran calificados de mercenarios.

nosotros. Lo fundamental, lo esencial, lo periodístico, es ganar la noticia.⁶

Con un concepto obtenido del ejercicio constante el periodista localizaba lo extraordinario, lo que rompía los patrones de conducta o ese mundo de extraña cotidianidad en que se hallaban inmersos los capitalinos, todo —como afirma Piña— para ganar la noticia.

Conviene acotar que de acuerdo con la empresa para la cual labora, el profesional de la información ejerce un estilo de hacer periodismo y esto da lugar a un tipo peculiar de escrito que sirve para configurar una interpretación sobre el reportero y su quehacer.

Están los buscadores de noticias que informan de hechos actuales y de interés general y de donde luego toman información algunos de sus colegas, “un periodismo moderno y noticioso”. Otro estilo de hacer periodismo era el sensacionalista, cuyos practicantes eran calificados de mercenarios, pues se les acusaba de publicar hechos de escándalo con tal de vender sus periódicos. Otros más calumniaban y ejercían el chantaje “que no es otra cosa que el plagio de la honra y el martirio de la reputación” pues, “cuando falta la cosecha de los vicios que revelar, se ultraja a las personas para divertir al público”, comentaba uno de sus colegas.

Conforme avanza el movimiento revolucionario las empresas editoras caen en la cuenta de que no deben tener “ni dios ni dueño”, al fin y al cabo las subvenciones otorgadas por el gobierno para obtener su apoyo habían desaparecido; por tanto, su misión era la de informadores, al margen de los grupos en pugna y siempre en busca de la noticia.

En realidad los compromisos políticos de algu-

⁶ *Ibidem.*

nas empresas disminuyeron, sobre todo por el temor a equivocarse en la bandera triunfante; la salida la encontraron en la imparcialidad periodística, que era, en todo caso, su propio proyecto mercantil. Advirtieron que la noticia impactante, proveniente de los sucesos políticos del momento, permitía el crecimiento económico de las empresas, tal como afirmaba *El Heraldo Mexicano*:

Si el amarillismo consiste en estar siempre alerta, en dar las noticias con toda oportunidad, en no tener liga de ninguna especie con instituciones ni personas, en publicar un periódico moderno bien impreso e interesante, pletórico de noticias nuevas y oportunas, y en tener una vasta circulación, entonces *El Heraldo Mexicano* es el periódico más amarillo de México. Es puro color de azafrán.⁷

Al imperio de la noticia se suma el desarrollo del aviso comercial. Por entonces, como sucede hasta nuestros días, la publicidad adopta elementos distintivos del momento que se vive; en aquellos, debieron pasmar a los receptores, como en el caso siguiente, el cual en su entrada da una voz de alarma por lo que significa la presencia de una de las facciones en lucha acusada de múltiples actos delictuosos: ¡los zapatistas!; el cuerpo del texto anuncia una conocida marca de cervezas: “quisieron atacar los precios de las varias marcas de la Cervecería Central, S.A., pero los encontraron tan bajos y cómodos, que desistiendo de su propósito, le hicieron un pedido de importancia. Si quiere ganar algo, sin perder nada, pida precios a Cervecería Central, S.A.”⁸

En esta búsqueda de las empresas periodísticas por ampliar su giro mercantil detectaron una seria enfermedad en el público lector. Se trataba de la

La noticia impactante, proveniente de los sucesos políticos del momento, permitía el crecimiento económico de las empresas.

⁷ [Anuncio] *El Heraldo Mexicano*. 2 de mayo de 1911, p. 5.

⁸ [Anuncio] *El Diario*. 5 de enero de 1913, p. 4.



San Juan Bautista

enfermedad conocida como “pérdida de la invisibilidad” y consistía, según los “expertos en propaganda”, en que no todos los lectores acostumbran leer los anuncios de un periódico, lo cual da por resultado “una gran pérdida de circulación para el comerciante, quien sufre una merma considerable en el producto efectivo que debería producirle el dinero invertido en publicidad”. A fin de evitar esta epidemia era necesario idear una manera de obtener mayores ganancias y, para este fin, dos ediciones de cada periódico “con diferentes noticias y diferente arreglo tipográfico cada una... producía resultados prácticos, inmediatos y seguros”.⁹ El costo social poco importaba, al fin y al cabo todo era “en beneficio de la Patria”, argumentaban estas “calandrias”.

Y ese costo social era alto: no había tranquilidad en las familias, no había una clara separación entre realidad y fantasía, la angustia existencial era constante.

Veamos qué sucedía a los habitantes capitalinos de entonces:

Suena mediodía en el reloj de la Catedral y, a partir de este momento, se suceden las hojas impresas que anuncian mil noticias espeluznantes y mil hechos terribles que proclaman el hundimiento del Poder Público y el naufragio de la sociedad y la bancarrota del planeta.

El pobre burgués, el industrial, el obrero, el negociante y el empleado que toman camino a su casa llegan a ella con el cabello erizado, la boca amarga, los ojos hundidos y las manos crispadas y se preguntan ¿qué va a pasar, Dios mío?

Al llegar cada uno de ellos a sus respectivas casas abrazan a su mujer y a sus hijos, intentan infundirles calma, cenan mal y de prisa, se encomiendan a

⁹ “La desastrosa pérdida de la invisibilidad”, *El Heraldo Mexicano*. 29 de abril de 1911, p. 6.

todos los santos y caen en cama, lugar en donde les espera una ronda de pesadillas chorreantes de sangre y trufadas de horrores.

Al amanecer se levantan de prisa, se dirigen a su trabajo, buscan nuevos datos y... nada, ni una sola noticia se confirma, todo ha quedado en el olvido.

Al atardecer nuevamente las gentes se arrancan de las manos las ediciones extra.¹⁰

La prensa de masas se había distorsionado, sus intereses no respondían a necesidades sociales sino a intereses de grupo y por supuesto a los mercantiles. No obstante, defendían su razón de ser amparados en esos tirajes mayores a los quince mil ejemplares, dato cuantitativo que se interpreta hasta nuestros días como sinónimo de influencia en la opinión pública y por el cual se acostumbra ocultar un espíritu de lucro.

Este estilo de hacer periodismo favoreció la condición de esclavos a la cual muchos hombres se acostumbraron durante la dictadura de Díaz y les impidió participar del nuevo proyecto revolucionario. Los periódicos sensacionalistas, al fomentar la anarquía, al alarmar con noticias de escándalo a los espíritus inquietos, al exagerar los desórdenes y abultar los motines, "contribuían a que la contrarrevolución se organizara".¹¹ Se participaba, convencido o no, en un proyecto político diferente al revolucionario, porque la excitación obstaculiza las batallas de la razón, impide "el encuentro estrepitoso de las ideas contrapuestas",¹² base de los sistemas democráticos; de allí que los nuevos periódicos dirigidos por la gente de lucha pugnen porque ellos asuman el papel de educadores que equivalía a la transmisión de nuevos valores, de nuevos estilos y formas de conducta política.

La prensa de masas se había distorsionado, sus intereses no respondían a necesidades sociales sino a intereses de grupo y por supuesto a los mercantiles.

¹⁰ "Al público y a la prensa", *El Imparcial*. 23 de diciembre de 1912, p. 1.

¹¹ "La opinión pública", *Diario del Hogar*. 18 de agosto de 1910, p. 3.

¹² Cfr. A. Díaz Soto y Gama, "La Revolución tiene que seguir su curso", *Diario del Hogar*. 3 de agosto de 1911, pp. 1, 4.

