



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE HUMANIDADES
CAMPUS VI

Significados de la nota roja. Un acercamiento a los consumidores de *La Roja*, suplemento del *Diario de Chiapas*



Tesis

Que para obtener el grado de

Maestro en Estudios Culturales

Presenta

Lic. Edgar Lara Morales

Directora (or) de tesis

Dr. Sarelly Martínez Mendoza

Co - Directora (or) de tesis

Dra. Celia del Palacio Montiel



CONACYT
Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
9 de abril de 2015



FACULTAD DE HUMANIDADES CAMPUS VI
COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
ÁREA DE TITULACIÓN



F-FHCIP-TE-016

AUTORIZACIÓN/IMPRESIÓN DE TESINAS

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas,
a 21 de abril del 2015
oficio No. CIP/134/2015

C. Edgar Lara Morales

Promoción: 2a.

Matrícula: 12061013

Sede: Tuxtla Gutiérrez, Chiapas

Presente.

"SIGNIFICADOS DE LA NOTA ROJA, UN ACERCAMIENTO A LOS CONSUMIDORES DE LA ROJA,
SUPLEMENTO DEL DIARIO DE CHIAPAS".

Se le **autoriza la impresión** de cinco ejemplares impresos y tres electrónicos (CDs), los cuales deberá entregar:

- Una tesina y un CD: Dirección de Desarrollo Bibliotecario de la Universidad Autónoma de Chiapas.
- Un CD: Biblioteca de la Facultad de Humanidades C-VI.
- Cuatro tesinas y un CD: Área de Titulación de la Coordinación de Investigación y Posgrado de la Facultad de Humanidades C-VI, para ser entregados a los Sinodales.

Se anexa oficio con los requisitos de entrega de tesina, emitido por la Dirección de Desarrollo Bibliotecario.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

Atentamente

"Por la Conciencia de la Necesidad de Servir"

Mtro. Gonzalo Esteban Girón Aguiar
DIRECTOR



Dra. Emy Josefa Roblero Villatoro
COORDINADORA

C.c.p.- Expediente/Minutario.

Agradecimientos

*No sé muy bien si pasará la tormenta,
un río se funde en el mar y nos inventa en la cuesta arriba.*

Bajofondo

Es la culminación de esta tesis el cierre de un ciclo difícil en mi vida; un ciclo aleccionador que aunque corto, define en gran medida lo que soy hoy. De ahí que contra todo pronóstico me haya empeñado en cerrarlo; ahí, en lo sinuoso, reside su encanto.

Agradezco de forma especial a Sarelly Martínez, quien siempre confió en mí, y sobre todo, quien me enseñó que es la disciplina, y no el talento, lo que hace a un verdadero investigador.

También, agradezco a la Facultad de Humanidades de la UNACH, cuyos maestros han acrecentado en mí, desde la Licenciatura, el gusto por saber; en especial, al Dr. Juan Carlos Cabrera Fuentes, del que no tengo más que buenos recuerdos y hermosísimas cátedras. Buen viaje, maestro.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
<i>Los estudios culturales</i>	8
<i>Desplazamiento teórico</i>	9
<i>Una aproximación a las teorías de las mediaciones</i>	12
CAPÍTULO 1	20
EL ESCENARIO DE LA NOTA ROJA	20
Globalización y medios de comunicación	21
<i>La industria periodística</i>	34
La fotografía en un mundo orientado hacia lo visual	38
CAPÍTULO 2	45
EL LIENZO ROJO	45
Hacia una conceptualización de la nota roja	46
<i>El discurso de la nota roja</i>	50
<i>Del texto</i>	53
<i>De la fotografía</i>	58
<i>Estado del arte</i>	67
<i>Sobre los reporteros de nota roja</i>	70

CAPÍTULO 3	80
<i>LA ROJA, MIENTRAS MÁS SANGRE MEJOR</i>	80
<i>La nota roja en Chiapas</i>	81
<i>El Diario de Chiapas</i>	84
<i>Contraportada</i>	87
<i>La Roja</i>	96
<i>Del nombre</i>	97
<i>Estructura general</i>	98
<i>Cabecera</i>	99
<i>Chicas y risas</i>	101
<i>Los titulares</i>	101
<i>De las notas</i>	102
<i>La fotografía</i>	106
Reiteración	107
Composición	109
Espectacularidad	111
CAPÍTULO 4	114
EL GUSTO ENTRA POR LOS OJOS	114
De las entrevistas	116
El consumidor de <i>La Roja</i>	119

<i>Los lectores de La Roja</i>	121
<i>El contrato de lectura</i>	123
La noción de veracidad	124
La selección y jerarquización de la información	126
El humor y el habla popular	129
La noción proximidad	130
La espectacularización	133
Lo conversacional	137
La noción del grado de violencia	140
CONCLUSIONES	141
REFERENCIAS	143
ANEXOS	153

INTRODUCCIÓN

La nota roja se desenvuelve en un escenario que ha preponderado la imagen sobre la palabra escrita, el mercantilismo de la noticia sobre la función informativa de los medios, la descontextualización y fragmentación sobre la profundidad y proyección de los hechos; la espectacularización de la tragedia y la muerte.

La industria defiende la forma en que se presentan los gráficos de nota roja arguyendo que lo hace bajo los principios de objetividad e imparcialidad. La escena, según, es retratada tal cual a fin de ofrecer una visión cercana a la realidad.

Se dice frecuentemente que la nota roja sólo satisface el morbo de sus consumidores. Sin embargo, hay una gama de usos y significaciones que éstos hacen del producto cultural, que los motiva a considerarlo como algo más que una opción informativa y de entretenimiento.

Los estudios culturales

Si bien es cierto, hablar de la nota roja puede parecer una invitación al estudio del producto cultural desde la lógica en que se crea, se desarrolla y se maquila, resulta más bien un desafío que requiere voltear la vista hacia los consumidores. Es decir, aunque el mensaje en tanto estructura interviene en su uso, sólo es una parte del entramado en el proceso de lectura del producto cultural.

Es evidente que aún siendo un tipo de contenido relegado por muchos medios e incluso desaprobado por los sectores ilustrados, la nota roja goza de gran popularidad en la industria periodística. Sus consumidores encuentran en ella algo más que simple información o entretenimiento a secas.

En ese sentido, los estudios culturales se erigen como la mejor forma de desempañar aquella ventana hacia el consumo, porque es en ellos donde puede reconocerse la capacidad de significación de los sujetos:

El estudio de una práctica de consumo no se limita al tipo de bien al que se tiene acceso o al tiempo que se dispone para su disfrute; debe considerar igualmente la

natural inscripción de dicha práctica en una comunidad específica –familiar, vecinal, de amigos– que la modela por los modos de comunicación que se produce (Sunkel, 2005, p.45)

Desplazamiento teórico

El estudio de lo social demanda un desplazamiento teórico metodológico que supere el planteamiento que pretende objetivar la realidad, derivado de la tradición positivista. Si bien es cierto, dicho paradigma sirvió para dejar del lado las explicaciones dogmáticas, su inercia intentó explicitar regularidades comprobables y observables en el plano de lo social, que sólo cabían en las ciencias duras (Galindo, 1998).

El pensamiento hermenéutico, por otro lado, hizo patente la capacidad de los sujetos de significar el mundo y fue entonces que la separación entre el observador y lo observado cambió hacia su opuesto: la relación entre el sujeto y su mundo, la interpretación.

Es pues que tras este cambio de eje en el estudio de lo social, las herramientas para describir, y en su caso, interpretar cedieron paso a la creatividad, al diseño de una estrategia metodológica que, lejos de ser una camisa de fuerza se constituye como un plan de acción susceptible de ser modificado de acuerdo a las demandas del fenómeno.

En esta investigación, realizada desde el paradigma hermenéutico interpretativo, se pretende develar los significados que los consumidores asiduos hacen de la nota roja; para ello, se parte de su fotografía, esa que retrata la escena trágica y que sumada a las características de redacción propias del género periodístico, como las adjetivaciones en el cuerpo de la nota o sus encabezados exagerados, la convierten en un género único.

Por lo tanto, es innegable el interés de la comunicación en analizar cómo se presentan los gráficos de nota roja en los diarios locales. Asimismo, es de interés para los Estudios Culturales el cómo y el por qué este género periodístico goza de tal popularidad en la sociedad.

Acercarse a este fenómeno implica, entonces, un entrecruce de explicaciones de corte sociológico, antropológico y de la comunicación, que den cuenta de la visión de la realidad de la nota roja, y sobretodo de los significados que sus consumidores le confieren.

Si se lo ve con detenimiento, este fenómeno tiene muchas implicaciones que no pueden simplificarse en un estudio somero. Su explicación requiere de una estrategia transdisciplinar ya que el producto cultural y sus mediaciones trascienden al propio género periodístico y se circunscriben en la visión de sus consumidores sobre la tragedia, la muerte, la seguridad, la violencia y la sangre.

Es menester de esta investigación dar cuenta de cómo se consume la nota roja, en qué lugares, en compañía o en solitario, si sirve como tema de conversación o únicamente se interioriza; si hay una relación entre su consumo y el de otros productos culturales, los que se caracterizan también por la explicitud de la violencia, por ejemplo.

Entonces, para los consumidores asiduos a la nota roja ¿el producto cultural es un reflejo del grado de violencia que

imperera en la sociedad?, ¿la fotografía de nota roja funciona a manera de catarsis en los sujetos?, ¿los sujetos, usan a la fotografía de nota roja como medio de socialización?, ¿hay una relación entre la fotografía de nota roja y el gusto por la violencia explícita?

Una aproximación a las teorías de las mediaciones

Hablar de las mediaciones, contrario a lo que se piensa, es hablar de polisemia. No se trata de un concepto acabado, sino más bien de una noción trabajada desde varios ángulos y en distintos niveles. Por lo tanto, vale más hablar de teorías de las mediaciones –en plural– que de una teoría de las mediaciones.

La noción de las mediaciones ha sido abordada por varios teóricos: John B. Thompson, por ejemplo, lo hizo en *Ideología y cultura moderna. Teoría social en la era de la comunicación de masas* (1993); Jesús Martín-Barbero, en *De los medios a las mediaciones. Comunicación cultura y*

hegemonía (1991); Martín Serrano en *La mediación social* (2007), y Guillermo Orozco en *Medios, audiencias y mediaciones* (1997), por citar algunos ejemplos. Sin embargo, aunque el abordaje sea en distintas dimensiones, o al menos en distintos términos, todos los acercamientos a las mediaciones se ubican en el plano de la recepción. Por lo tanto, es menester de esta investigación, al recurrir a estas teorías, entender al sujeto como productor de significados y no como depósito –inanimado– de los mensajes de las industrias de los medios.

La cultura moderna, para John B. Thompson, es una cultura mediada. En la cual “la producción y circulación de formas simbólicas [...] es inseparable de las actividades de las industrias de los medios” (p.241).

Es decir, los mensajes de estas industrias han permeado la vida social, de tal modo que existen puntos de referencia comunes entre individuos distantes, con casi nulas posibilidades de interactuar, y aun, “en virtud de su participación en una cultura mediatizada, una experiencia común y una memoria colectiva” (p.241).

Thompson explica que el papel fundamental de las industrias de los medios es un “proceso histórico específico que acompañó el surgimiento de las sociedades modernas”, época en que principian una serie de desarrollos “que iban a transformar de modo radical las maneras en que las formas simbólicas eran producidas, transmitidas y recibidas por los individuos en el curso de su vida cotidiana” (p.242).

Es bajo esta lógica que se desarrolla el concepto de transmisión cultural: “proceso por el cual las formas simbólicas se transmiten de productores a receptores”.

Por su lado Martín-Barbero desde un principio en *De los medios a las mediaciones*, exige un desplazamiento metodológico para “re-ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos” (p.10).

Martín-Barbero sostiene que dentro de la corriente crítica, las explicaciones –específicamente de Theodor Adorno– radicalizaron la concepción del arte, y como consecuencia, se hizo del sentimiento “un torpe y siniestro aliado de la

vulgaridad”. Es decir, en la elevada concepción del arte de Adorno, “no parecen pensables las contradicciones cotidianas que hacen la existencia de las masas, sus modos de producción del sentido y de articulación en lo simbólico” (p.55).

No así el pensamiento de Benjamin quien básicamente plantea que “no se puede entender lo que pasa culturalmente en las masas sin atender su experiencia, pues a diferencia de lo que pasa en la cultura culta, cuya clave está en la obra, para aquella otra la clave se halla en la percepción y en el uso”. (p.57).

En su tesis, Martín-Barbero habla de desigualdad social y de lo masivo como “dispositivo de integración ideológica”. Sin embargo arguye la existencia también de “lógicas distintas, la presencia ahí no solo de los requerimientos del mercado, sino de una matriz cultural y de un *sensorium* que asquea a las élites mientras constituye un ‘lugar’ de interpelación y reconocimiento de las clases populares.” (p.12)

Por su lado, Martín Serrano parte de que los postulados de la Escuela de Frankfurt respecto de la información y los

productos culturales se convirtieron en realidad; puesto que ambos se constituyeron en mercancías producidas y consumidas masivamente. Lo que demuestra la dependencia de la economía hacia la información y la cultura.

El autor expone que su Teoría de la mediación social surge para ayudar a entender el capitalismo monopolista, debido a la insuficiencia en las elucidaciones que en ese entonces enfrentaban los modelos explicativos propios de las sociedades industriales.

La teoría de la mediación social da cuenta de “un sector productivo dedicado al ajuste social que son las instituciones mediadoras”. Se trata de la adaptación de los actores sociales para vivir en una crisis permanente, sin cuestionar al sistema global.

Estas instituciones mediadoras “elaboran modelos mediadores (por ejemplo, los arquetipos que distinguen entre las personas normales y las neuróticas) y fabrican objetos portadores de la mediación (por ejemplo, los tranquilizantes). Por lo tanto la mediación social opera a través de medios inmateriales y materiales”.

Para Martín Serrano, la mediación se refiere al uso –a la función de re-ajuste social, congruente al sistema– de los artefactos, y no al producto cultural en sí mismo. La mediación, se trata entonces, según Serrano, de una especie de sujeción a los valores y formas de vivir promovidos por la comunicación institucionalizada.

Por su parte las aportaciones de Guillermo Orozco (1997) respecto de las mediaciones tienen claramente que ver con el aprovechamiento de los medios en beneficio de las audiencias; *conocer para transformar*.

Entiende que los medios son más que sólo medios, son mediaciones y mediadores. Subraya su posición como “dinamizadores de la cultura y fuentes de referentes cotidianos”, además de “empresas mercantiles, instrumentos de control y modelamiento social”, “generadores de conocimiento, autoridad y legitimación política”.

Sin embargo, su propuesta encuentra en las audiencias los límites de los propios medios. Ya que éstas se componen de “sujetos culturales, capaces de significar su producción simbólica”; aunque también, denuncia, que son

susceptibles de ser meros reproductores de los significados ofrecidos por los medios.

Ciertamente, su tesis estriba en las mediaciones múltiples y en los procesos de recepción “que es lo que define lo que los medios logran, y lo que las audiencias se apropian, negocian o rechazan de los medios, así como el uso que hacen de ellos” (p.28). En una idea amplia, explica que el sentido –del que habla también Martín-Barbero–, no es autónomo pero tampoco se restringe precisamente a lo que proponen los medios.

Las mediaciones entonces, intervienen en la construcción de significados, que a manera de procesos, se articulan constantemente con las experiencias de los sujetos, con su vida cotidiana.

Por otra parte, en su artículo *El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas* (2007, p.27), Nora Gámez hace una revisión de esta *noción* de las mediaciones mientras explica que hay un “marcado proceso de despolitización de la investigación en comunicación latinoamericana. El estudio segmentado, descontextualizado y a escala micro del proceso de

recepción; la indiferencia hacia los vínculos de los medios con la ideología, la dependencia y el poder”; esto como consecuencia de la reubicación de los estudios sobre comunicación, ahora en el campo de la cultura.

Por lo tanto, esta investigación a lo largo de sus cuatro capítulos pretende ubicar a la nota roja en el contexto en que se desenvuelve, perfilarla y conceptualizarla, analizar el caso específico de un medio local, y explicar lo que sus consumidores encuentran en el producto cultural. De modo que, además de hacer especial énfasis en los consumidores, en este texto también se incluye material referente a la producción de la nota roja.

CAPÍTULO 1

EL ESCENARIO DE LA NOTA ROJA

CAPÍTULO 1

El escenario de la nota roja

La nota roja se desenvuelve en un escenario que ha preponderado la imagen sobre la palabra escrita, el mercantilismo de la noticia sobre la función informativa de los medios, la descontextualización y fragmentación sobre la profundidad y proyección de los hechos; la espectacularización de la tragedia y la muerte.

Globalización y medios de comunicación

La globalización y los medios de comunicación son elementos fundamentales de la vida urbana actual que trastocan la cultura y las prácticas cotidianas de los individuos. Pareciera que ambos elementos configuran la

lógica de un sistema que se impone a las personas y les arrebatara cualquier posibilidad de cambio.

Desde la perspectiva de John B. Thompson (1993) “la producción y circulación de formas simbólicas en las sociedades modernas es inseparable de las actividades industriales de los medios”. De tal manera que resulta difícil imaginarse la vida actual sin los medios de comunicación.

Para Eduardo Fernández (2010) el globalismo, “la ideología del mercado mundial o lo que se ha denominado genéricamente como neoliberalismo”, encontró en los medios de comunicación masivos una herramienta perfecta para incidir en la cultura.

Si bien es cierto que los intercambios económicos entre las sociedades no son recientes, el proyecto neoliberal – término reservado para el fenómeno estrictamente económico–, difuminó los límites de los Estados nacionales, a grado tal de perder las “fronteras en el quehacer cotidiano en las distintas dimensiones de la economía, la información, la ecología, la técnica, los conflictos transculturales y la sociedad civil”.

En la lógica económica enarbolada por el proyecto neoliberal, concretamente en la sociedad de la información, los saberes más importantes son aquellos que encuentran valor de cambio en términos monetarios; por eso la propuesta de “sociedad de los saberes productivos” (Brey, 2011, p.61).

Si partimos de que los conceptos no son totalizadores y que “nunca son puros, están marcados por la historicidad que se suma a su existencia categorial” (Ortiz, 1996, p.94), entonces, su uso para explicar contextos diferentes al de su génesis requeriría, por lo menos, una especie de adecuación.

Esto sucede con “modernidad”. Hablar de Tuxtla como una ciudad moderna, que en su sentido más laxo tiene que ver con la lógica de la ciencia al servicio de la técnica, puede parecer ideológico; ya no se diga en el caso de definir a la ciudad como posmoderna (esto sin entender a la modernidad y a la posmodernidad como espacios únicamente temporales que se suceden la una a la otra, sino como modos de leer la realidad). Sin embargo, cuando a la modernidad se le entiende como un

reordenamiento de las relaciones con las tradiciones (Martín-Barbero, 1993, p.62), todo parece más claro.

Así podemos hablar de Tuxtla como una ciudad que no solamente es premoderna, moderna o posmoderna, sino que en su lógica, la determinada por los aparatos del Estado, la iniciativa privada, y sobre todo, por la vida de su propia gente, estas visiones del mundo interactúan en una constante lucha por legitimarse. “La percepción por gran parte de la población de que las convicciones, certezas, y verdades modernas ya no son hoy tan posibles como lo eran ayer” (Mayos, 2011, p. 174).

El mundo moderno, cuya principal característica es la superación de las explicaciones unilaterales de la realidad que encontraban en la divinidad el origen de los acontecimientos, amplió su espectro para escuchar las voces silenciadas. Luego, los cánones se rompieron y se dio paso a la noción de libertad, donde todo es difuso o relativo.

De tal manera, que más allá de las acepciones elitista o antropológica, paulatinamente la cultura se transformó en mercancía. “En esta lógica de la cosificación tiene la

intención final de transformar objetos de cualquier tipo en mercancías, incluso si estos objetos son estrellas de cine, sentimientos o experiencias políticas”. (Brey, 2011, p.61).

Este sistema pervive en un contexto que se caracteriza por la sustitución de la profundidad por la espectacularidad, la descontextualización y la fragmentación de la realidad. El individuo, acechado por los mensajes de los medios, incluso en su entorno más íntimo, se enfrenta a un discurso que desecha el pensamiento crítico–reflexivo como guía de la vida social, y en cambio alimenta las pasiones desmedidas, la xenofobia y el ocio.

El mito, la religión y el arte, quienes en su momento se encargaron de explicar las grandes interrogantes de la existencia del hombre perdieron su legitimidad, y en su lugar, se instituyó la llamada cultura universal. “Los casos latino y norteamericano muestran que, desde el punto de vista de una historia global, el universo artístico enfrenta contradicciones para emerger y consolidarse como fuente legítima de vida cultural” (Ortiz, 2004, p. 194).

Para Touraine (1994), la noción de posmodernismo reúne al menos cuatro corrientes de pensamiento: La primera se

refiere a la atmósfera de lo efímero en que todo es rápidamente superado. “El movimiento de la modernidad se acelera continuamente, las vanguardias se hacen cada vez más efímeras...”; la segunda, a la tolerancia, que se refiere a la ruptura de la tradición cultural e intelectual occidentales; la tercera, se refiere a la ruptura del historicismo, de la explicación lineal de la vida social; y por último, la cuarta, se refiere al valor de los productos culturales determinado por el mercado.

El posmodernismo, entonces, según Szurmuk y Mckee (2009) puede entenderse como “un cambio de sensibilidad contemporánea [...] contradictorio y ambiguo”, más que una etapa en la vida social; una especie de contracorriente de la visión racionalista de la modernidad.

Sin embargo, para José Luis Tejeda (1998), más que “una retirada definitiva”, la modernidad se está resignificando; la quietud y seguridad están siendo sustituidas por movimiento, y la objetivación de la realidad –propia de la visión positivista de la ciencia–, ahora, se ha cambiado por las subjetividades, por interpretaciones.

La modernidad, por su flexibilidad y su apertura da cabida a nuevas visiones del mundo hasta hace poco ignoradas. La cotidianidad, desprovista de cánones y límites claros, es proclive a la inestabilidad y al desequilibrio; la confluencia de expresiones y su búsqueda incesante por legitimarse inevitablemente derivan en caos.

Ambas visiones, la de Touraine y la de Tejada, convergen en la idea de una ruptura propiciada por “la borradura de la anterior distinción entre la alta y la así llamada cultura de masas” (Jameson, 1999), y a lo que Vargas Llosa (2012) denominaría como “domocratización de la cultura”. Lo cual tuvo como efecto de “trivializar y adocenar la vida cultural”; procurar cantidad en lugar de calidad.

Un fenómeno que nació de una voluntad altruista: “la cultura no podría seguir siendo el patrimonio de una élite, una sociedad liberal y democrática tenía la obligación moral de poner la cultura al alcance de todos, mediante la educación, pero también la promoción y subvención de las artes, las letras y demás manifestaciones culturales” (Vargas, 2012, p.35).

Esta ruptura, siguiendo la propuesta de Jameson, estuvo acompañada del intento de superación de las “categorías críticas y evaluativas anteriores”. Es decir, la superación de los cánones estéticos y de la vida cultural; que derivó en una especie de relativismo donde nadie tiene la verdad, o si quiera, una opinión lo suficientemente autorizada como para desacreditar a las otras.

Lo cierto es que “la atmósfera en que nace la sensibilidad moderna” conceptualizada como alta modernidad o posmodernidad, es “una atmósfera –de agitación y turbulencia, vértigo y embriaguez psíquicos, extensión de las posibilidades de la experiencia y destrucción de las barreras morales y los vínculos personales, expansión y desarreglo de la personalidad, fantasmas en las calles y en el alma–” (Berman, 1981); que tiene por una de sus actividades principales el producir y consumir imágenes, mismas que “ejercen poderes extraordinarios en la determinación de lo que exigimos a la realidad y son en sí mismas ansiados sustitutos de las experiencias de primera mano [...] (Sontag, 2006, p.216).

Esta atmósfera prepondera el espectáculo, “donde el primer lugar de la tabla de valores vigente lo ocupa el entretenimiento, y donde divertirse, escapar del aburrimiento, es la pasión universal” (Vargas, 2012, p. 33).

En ese sentido, es la representación la materia prima de las industrias culturales. Hecho explicado por Mario Vargas Llosa cuando define a la frivolidad como motor de la civilización del espectáculo, y “que consiste en tener una tabla de valores invertida o desequilibrada en la que la forma importa más el contenido, la apariencia más que la esencia y en la que el gesto y el desplante –la presentación– hacen las veces de sentimientos e ideas” (Vargas, 2012, p. 51).

En la sociedad contemporánea mediatizada, los medios contribuyen a la construcción de la realidad, sus mensajes trastocan de manera transversal la cotidianidad, y por lo tanto la cultura.

El desarrollo tecnológico que propició el surgimiento de los “medios masivos de comunicación”, lo hizo bajo la bandera de la democratización de la información. Aunque,

paradójicamente, el mundo moderno se explique prácticamente a través de una sola máxima: la del sistema capitalista, en que se prepondera el valor de cambio de los objetos e ideas, más allá de su capacidad transformadora o de justicia social, y donde el bien común se sustituye por el bien individual.

Aunque el proyecto capitalista haya demostrado su incapacidad para resolver los problemas que aquejan al mundo e inclusive los haya agudizado –la inequitativa distribución de la riqueza, la hambruna, el utilitarismo científico, los conflictos morales, la superación de la razón como forma de explicar el mundo, etcétera–, los individuos, por la “tendencia a restringir el pensamiento a determinadas exigencias de orden planteadas por la cultura”, no podemos reconocerlo (Zemelman, 1998. p 19).

Las guerras, el analfabetismo, la propagación de enfermedades, el racismo son fenómenos sociales del mundo moderno que han sido explicados a través de ecuaciones simplistas que no dan cuenta de las causas de los fenómenos y anulan la aspiración hacia el deber ser.

Muniz Sodré (1998) entiende que es a través de la retórica que los medios de comunicación masiva inciden en la vida social, “una especie de modelo para la producción de discursos llamados de ‘masas’”.

En ese sentido, los medios de comunicación en México como en general en los países capitalistas, abonan al proyecto neoliberal a través de su retórica para formular sus mensajes para articularlos con “las instituciones, las prácticas sociales y culturales [...] de tal manera que se convierten progresivamente en el lugar por excelencia de la producción social de sentido” (Sodré, 1998, p.30).

Los contenidos de los medios contribuyen a la generación de una “memoria colectiva” (Thompson, 1993, p.241), puntos de referencia de millones de individuos a consecuencia de su participación en una cultura mediada.

En esa lógica, todo funciona para soportar al sistema: las instituciones educativas, los medios de comunicación, las empresas, etcétera, constantemente refuerzan la visión capitalista del mundo que se legitima por encima de cualquier otra.

Resulta evidente entonces que el crecimiento exponencial de los *mass media*, más que simple característica, constituye un punto nodal en la conformación de la sociedad por ser una versión macro del fenómeno de la comunicación humana, “aparatos amplificadores de capacidades sensoriales” (Pasquali, 1985, p. 37).

En este escenario, aunque se lo quiera ocultar, la importancia del fenómeno estriba en que es la capacidad de comunicarnos la que determina la sociabilidad del hombre y por lo tanto su estructura social.

Internet, considerado el medio más democrático que haya existido jamás porque superó la ecuación *uno para todos* de los medios tradicionales y convirtió al usuario en productor de contenidos, es un claro ejemplo de la arraigada visión capitalista para explicar el mundo.

En la red, el usuario disemina a través de los nuevos flujos de comunicación que le provee la conectividad móvil, los mensajes y estilos de vida promovidos por los medios masivos de información –propios de la visión capitalista del mundo–, porque a pesar de que éste ahora tenga al alcance de la mano torrentes increíbles de información

trascendente a su disposición, está educado para desechar lo económicamente poco provechoso y sólo valorar lo propio de la llamada cultura universal.

Esta cultura universal, fuente inagotable de contenidos de los periódicos y demás medios de comunicación, entendida como una especie de franja simbólica transversal que trastoca a diversas sociedades y que aglutina a una serie de patrones compartidos que integran un todo consumible, tiene como mecanismo de apropiación a la frivolidad.

Los medios masivos de comunicación, principalmente los que preponderan la imagen sobre la palabra exhiben realidades fragmentadas y descontextualizadas, a través de narrativas espectaculares y deliberadamente ornamentales, más que profundas o reflexivas.

La industria cultural, en los términos propuestos por Adorno y Horkheimer, fue la encargada de cosificar la realidad, a través de mensajes industrializados que dieron origen a una “pseudocultura como consecuencia de la tecnologización con el método de persuasión y manipulación” denominada “masa”.

Justamente en esa visión se desenvuelve la fotografía de nota roja. Un género periodístico que se ha recrudecido en los últimos años y que ha apostado por la ecuación simplista de agredir y provocar. Es ella producto de la ruptura con los cánones modernos del periodismo, de la separación clásica de lo público y lo privado, y sobre todo, de la abolición de la función primordial de informar de los medios. Es un producto de la industria que transgrede los valores estéticos modernos a través de un discurso provocador que redefine los límites de su función social para adaptarse a la lógica del mercado.

La industria periodística

Al constituirse como industrias culturales, como empresas periodísticas, los periódicos sustituyeron la premisa de informar a la sociedad de sucesos de interés público. La noticia se vio condicionada por los niveles de venta principalmente y paulatinamente se dio cabida al escándalo. Ahora, más que a una necesidad informativa, se debe a las alianzas de poder y a la oferta y demanda: “La información periodística globalizada pierde calidad en

aras de la cantidad y se transmite fragmentada o fuera de contexto generando más desinformación y subinformación que propiamente información verídica y estratégica” (Fernández, 2010, p. 112).

Para Susan Sontag “ser espectador de calamidades que tienen lugar en otro país es una experiencia intrínseca de la modernidad”. En *Ante el dolor de los demás* (2003) ubica a los fotógrafos de guerra como los primeros en trabajar con material gráfico sobre sangre, violencia y muerte.

A principios del siglo XX, en Chiapas, la información comenzó a desplazar la parte oficial de los periódicos; lo que trajo consigo la aparición, aún incipiente, de fotografías y grabados (Martínez, 2004, p.152). Sin embargo, con el paso de los años, los gráficos progresivamente ganaron espacio en las ediciones, hasta pasar a ser, en algunos casos, lo más destacado en las páginas principales.

Resulta clara la relación que a lo largo de la historia ha existido entre el aumento del uso de los gráficos y la consolidación de un tipo de periodismo condicionado por

los niveles de venta. Martínez (2006, p.312) sostiene que un periódico cualquiera, aunque pequeña o elemental, “requiere una organización empresarial” y, por otro lado, de “un público comprador (lectores, anunciantes o sufragantes)”. En el caso de nuestro contexto, dice, “existe una relación directa entre las subvenciones otorgadas a los periódicos y el papel crítico de la prensa chiapaneca” (p.358).

Este tipo de periodismo, el empresarial, se gestó en Chiapas a partir de que los redactores comenzaron a cobrar un salario, y de la incipiente inclusión de los anuncios publicitarios entre los años 1855 y 1876; no fue sino hasta el porfiriato (1877-1910) que se consolidara el paradigma empresarial cuyo centro lo conforman la publicidad y la información (Martinez, 2006).

La lógica que prepondera la imagen sobre el texto está íntimamente relacionada con la sustitución de la premisa de informar por la de entretener. Hace tiempo que el periodismo se convirtió en un espectáculo determinado por intereses mercantiles y de poder, más que por fines informativos; “en una cultura radicalmente renovada por

el predominio de los valores mercantiles, pedir que las imágenes sean desapacibles, vociferantes, reveladoras parece elemental realismo así como de buen sentido empresarial” (Sontang, 2003, p.22)

Asimismo, la nota informativa se erigió como la forma más eficiente de dar la noticia. Aquella que por sus características de redacción, ancladas en el objetivismo, simplifica y concretiza el hecho noticioso. Y que, como consecuencia, sacrifica su contextualización, su proyección y sobre todo, cualquier esfuerzo por profundizar.

Las agencias informativas, en tanto instrumentos de concentración y diseminación de información, parcializaron las versiones sobre los fenómenos sociales puesto que se deben a intereses económicos en eventual contubernio con los gobiernos. El periodismo, salvo raras excepciones, mantiene una alianza con el poder.

En Chiapas, al menos de la primera mitad del siglo XIX a la segunda mitad del siglo XX, la producción de periódicos dependió de la voluntad de los que ostentaban el poder. El difícil acceso al papel, la falta salarios para los

colaboradores y sobre todo, el pervertido manejo del erario, configuró un escenario perfecto para la dependencia de las empresas periodísticas hacia el Estado.

En pocas palabras, los periódicos chiapanecos no se sostenían de la venta directa o las suscripciones, sino más bien de las subvenciones del gobierno. Se trató de una prensa “sumisa y maniatada económicamente” (Martínez, 2004, p.405).

La nota roja se convirtió en una de las pocas ofertas genuinas del periodismo local; sus características generales la anclaron a su contexto, del que se nutrió para sensacionalizarlo y seducir a los potenciales lectores.

La fotografía en un mundo orientado hacia lo visual

Tuxtla Gutiérrez está atravesada por la lógica de la imagen. Basta caminar unas calles por el centro de la ciudad para constatarlo: volantes, folletos, pósters,

carteles, lonas, anuncios luminosos, gallardetes, espectaculares, videos, películas, fotografías, ilustraciones, dibujos, videojuegos, y un sinfín de materiales gráficos que hacen evidente que es la cultura visual una característica substancial de la actualidad.

Para Martín-Barbero (1993) “La cultura cotidiana de las mayorías desafía a fondo nuestros esquemas al apropiarse de la modernidad sin dejar su cultura oral, al estar gramaticalizada no por la sintaxis del libro, sino por los dispositivos narrativos de la radio, el cine y la televisión”.

Luego de su masificación, la imagen cambió su valor y se convirtió en “un producto aceptado en la simplicidad de la vida cotidiana” (Moles, 1991, p.22). En consecuencia hubo que orientarla hacia la sensibilidad y hacia las motivaciones.

A decir de los distintos medios visuales (cine, video, televisión), Sontang (2003, p.21) asegura que la fotografía “cala más hondo”, debido a que la memoria congela los cuadros y la imagen individual le resulta su unidad fundamental. “La fotografía ofrece un modo expedito de comprender algo, un medio compacto de memorizarlo”.

La fascinación por la imagen, en cuya lógica se advierte una gran capacidad de síntesis, se configura a través de un código bien estructurado que, más allá de lo que se refiere estrictamente a la cuestión técnica de cada producto gráfico, puede transmitir ideas prácticamente completas en un sólo golpe de vista. Pero que se vale de una especie de sinécdoque, que las más de las veces, resulta peligrosa, “la cámara atomiza, controla y opaca la realidad. Es una visión del mundo que niega la interrelación, la continuidad, pero confiere a cada momento el carácter de un misterio” (Sontang, 2006, p.41).

En lo que se refiere a la fotografía, en sus inicios, ésta sirvió para retratar. A su llegada, alrededor de los años 30 del siglo XIX, su principal función era capturar imágenes para conservarlas a través del tiempo. Y fueron las familias pudientes quienes vieron en ella la posibilidad de dejar constancia de su genealogía.

Hasta entonces, el retrato había sido una encomienda exclusiva de la pintura, pero al ver su fidelidad, los burgueses optaron por el gran invento. De ahí, que la

pintura explorara nuevas formas de legitimarse que a la postre devendrían en el impresionismo.

Es esa vinculación con la precisión y el detalle la que le ha conferido a la fotografía su carácter de comprobadora de hechos. Aún hoy, con todas las posibilidades de manipulación que ofrece la fotografía digital, es muy común que sea usada a manera de prueba fehaciente de algún evento en particular y se pase por alto que se estructura a través de un código, con reglas y estrategias bien definidas; dice Susan Sontang en *Sobre la fotografía* (2006, p.20) que “aun cuando a los fotógrafos les interese sobre todo reflejar la realidad, siguen acechados por los tácitos imperativos del gusto y la conciencia [...] cuando deciden la apariencia de una imagen, cuando prefieren una exposición a otra, los fotógrafos siempre imponen pautas a sus modelos”.

Barthes (1986) entiende que la “condición puramente denotativa” y “la perfección y plenitud de su analogía” (con la realidad) atribuyen la idea de objetividad que el sentido común tiene de la fotografía; un primer sentido.

Sin embargo, un segundo sentido se impone al mensaje fotográfico debido a la “elección, tratamiento técnico, encuadre, compaginación”; en otras palabras, a la composición.

La fotografía, al igual que la literatura o el cine, es una representación de la realidad y no, como muchas veces se piensa, la realidad misma, “lo que suministra la fotografía no es sólo un registro del pasado sino una manera nueva de tratar con el presente” (Sontang 2006, p.233); es el fotógrafo el que decide, a través de su composición y de acuerdo a sus necesidades discursivas, cómo debe retratarse la escena.

Al respecto, Susan Sontang (2003, p.24) explica que existe interdependencia entre el conferir “fuerza probatoria” a las imágenes y el “soslayar la cuestión de la subjetividad del hacedor de esas imágenes”. Es decir, lejos de concebir a la fotografía como mero vehículo de la realidad, la escritora reconoce la posibilidad de composición del fotógrafo y su intervención en el resultado final.

La fotografía, dice, tienen “la virtud de unir dos atributos contradictorios”: La objetividad que le resulta inherente al producto cultural y la subjetividad del fotógrafo. Lo primero, que se refiere a lo incontrovertible puesto que la imagen se obtiene a través de una máquina; y lo segundo, se refiere a un punto de vista desde el cual se parte para producir la imagen.

En la fotografía, la realidad pasa por el tamiz del fotógrafo quien la deconstruye y codifica para finalmente retratarla. Todo con la intención de persuadir, de emitir un mensaje para obtener una determinada respuesta.

Es pues, que esta *connotación* de la que se habla, *el estilo* en palabras de Sala-Sanahuja¹ (1990), es “lo que hace que la foto sea lenguaje” y por lo tanto, mucho más que una representación analógica de la realidad.

¹ Prólogo de la edición castellana de *La cámara lúcida* de Roland Barthes (1990).

Aunque sus orígenes se remonten, según algunos teóricos², a la época precolombina, es cierto que la nota roja es un producto de la modernidad. Su configuración tal como la conocemos hoy es el resultado de la producción industrializada y masificada de la prensa; así como de su sujeción a las leyes del mercado.

Tras la inclusión de la fotografía en lugar del clásico grabado, la prensa escrita dio un giro hacia la ponderación de la imagen; de tal modo, que actualmente algunos diarios privilegian ésta por sobre las piezas periodísticas. En el caso de la nota roja, la fotografía sirve no sólo para comprobar, sino sobre todo para connotar.

² Véase página 47

CAPÍTULO 2

EL LIENZO ROJO

CAPÍTULO 2

El lienzo rojo

Aunque los sucesos de nota roja se diferencien entre sí por las circunstancias, los involucrados, los lugares en que los hechos suceden, ésta tiene rasgos que la caracterizan, un *estilo* que constituye su pincel y al mismo tiempo el marco del lienzo que la define.

El grado de reconocimiento que la nota roja tiene en el público lector, a pesar de sus detractores, ha derivado en todo un género periodístico susceptible de estudiarse como estructura.

Hacia una conceptualización de la nota roja

El término *nota roja* en general se ha utilizado para los reportes de tragedias, delitos, accidentes viales, desastres naturales, asesinatos y desgracias sociales.

En México, su origen data, según Lara Klahr y Barata (2009), de los relatos de espanto de Tenochtitlan, por un lado, y los pliegos de cordel, por otro. Ambos se referían a hechos criminales; el primero de manera oral y el segundo de manera escrita.

Con la aparición de la prensa de masas, aquellos relatos de amplio grado de detalle en los que se entremezclaban verdad y fantasía, hechos y presunciones, se convirtieron en una redituable manera de vender noticias.

La nota roja es a la vez, demostrativa e interpretativa. Usa los hechos, (y los refiere a través de fotografías), los detalla y formula apreciaciones que expone a manera de narración dramática.

Su ejercicio, dice Ernesto López Portillo en el prólogo de *Nota (n) Roja* (2009), “no cuenta con una plataforma reguladora profesional y ética [...] la regulación más bien deriva de un proceso informal de acumulación de saberes, que día a día se reproduce a sí mismo” (p.14).

Es decir, la nota roja es el resultado de una larga tradición estilística que se ha constituido como tal por su uso regular en los medios, sobre todo en la prensa escrita. Es a partir de la mitad del Siglo XX, que la industria cultural echa mano regularmente de las tragedias colectivas, para luego, hacerlo con las desavenencias individuales.

Según J.M Servín (2010), en México el crimen y la tragedia tienen un “papel protagónico en la industria de la información y del entretenimiento”; aduce que luego de la revolución, “la violencia social tomó una nueva significación ligada a la experiencia urbana moderna” (p.49).

El autor sostiene que la industria editorial mexicana mantiene un nicho especializado en hechos delictivos que fue creado “en alguna peculiaridad cultural que hace de

los mexicanos insaciables consumidores de morbo y frivolidad” (p.49).

Hay una fascinación “por aquello marcado por la fatalidad y la muerte en circunstancias extremas” en la que “lectores y editores establecen una relación de dependencia con el crimen” (Servín, 2010, p.52).

La nota roja, dice Carlos Monsiváis (1994), presenta “deformación ilimitada de los hechos, manipulación de la ignorancia [...] endiosamiento del prejuicio”, sin embargo, es por sus consumidores más notorios que los sectores ilustrados la condenan: los pobres.

No obstante, la peyorativamente llamada nota roja, tiene un valor testimonial incuestionable; su ejercicio ha acompañado la historia delictiva del México urbano y se ha constituido como fuente de entretenimiento.

Más allá de la polarización de las opiniones en torno a este producto cultural, la nota roja tiene un público, se consume. Ya sea como fin último o a manera de inercia, los lectores de periódicos terminan por detenerse ante el producto de la industria cultural.

Ciertamente cada vez es menor la incidencia de los medios locales en la determinación de los temas del momento –en gran parte se debe a los medios no tradicionales como internet–, sin embargo, el caso de la nota roja, aún resuena especialmente si se trata de una tragedia evidentemente local.

El discurso de la nota roja

Si nos viéramos obligados a ubicar el lugar que la nota roja ocupa en el espectro de la prensa en general, éste sería sin duda el sensacionalismo. Tal término más que una definición, habría que tomarlo como una noción.

El sensacionalismo, a diferencia del amarillismo, se limita a exagerar los sucesos, no a inventarlos; su radio de acción parte de los propios datos recabados, a los que les añade, según convenga, *la jerga*, el humor o el doble sentido.

La nota roja, al igual que la noticia a secas, juega el eterno juego de desenvolverse en contexto; es decir, “de acuerdo a condiciones históricas concretas que hacen que algo sea particularmente interesante en un momento determinado y en otro no” (Gargurevich, 2002) y, agregaría también, bajo la premisa del impacto. De tal modo, que una y otra cosa –lo interesante e impactante– se combinan, se potencian o eclipsan según sea el caso.

Podríamos tener una situación que el medio juzgue interesante pero que carezca de impacto y viceversa: algo de gran impacto, relacionado talvez con algún acontecimiento efervescente pero poco interesante. En estos términos, lo ideal para la prensa sería publicar a manera de nota una combinación equilibrada de ambos elementos.

Si esta es la civilización en que las conciencias se desentienden de lo trascendente para privilegiar las trivialidades (Vargas, 2012), entonces el crimen, la muerte y la tragedia forman parte esencial de su discurso.

Es decir, la industria cultural, en su búsqueda por crear productos que llamen la atención, ha preponderado

contenidos provocadores a través de narrativas de suspenso, instaurando una pseudofascinación por la sangre, el crimen, la violencia y la muerte.

Si bien es cierto que la noticia tiene la función elemental de informar, proveer a los sujetos de datos del ambiente que le sirvan como guía de acción, cabe cuestionarse si las formas en que se presenta este género periodístico en particular, específicamente sus gráficos, responden a esta premisa o si éstos simplemente son usados por la industria como artilugio para llamar la atención de la gente: “El peso de las palabras, la conmoción de las fotos”³. La nota roja se constituyó para el gran público como una ventana hacia las vidas íntimas, aun se tratara de violaciones a la ley.

Desde el punto de vista de Roland Barthes (*Lo obvio y lo obtuso*, 1986) tanto la estructura del texto como la estructura de la fotografía no están aisladas, sino que mantienen comunicación entre sí. En la primera “la

³ Lema publicitario de la revista *Paris Match*.

sustancia del mensaje está constituida por palabras”, mientras que en la otra, por líneas, superficies y tonos.

Así pues advierte que, el estudio de ambas estructuras deberá agotarse para luego comprender la manera en que éstas se complementan.

Del texto

En su estructura, la nota roja prepondera la emoción sobre la explicación, el testimonio sobre el hecho, el detalle sobre la proyección, la fragmentación sobre la contextualización. La nota roja está “atrapada en su lógica literaria” (Lara Klahr y Barata, 2009, p.59)

En *Nota [N] roja* (2009) los autores hablan de ocho operaciones discursivas que caracterizan a la nota roja (p.57); agregan la “dramatización” y la “excepcionalidad” a las seis operaciones semánticas propuestas originalmente por Amparo Moreno para la construcción de los sucesos, los cuales se reproducen íntegramente a continuación:

1. *Dramatización del relato.* En las informaciones de nota roja hay un recurrir continuado a estrategias narrativas de tipo dramático, a mostrar acontecimientos con palabras emotivas.
2. *El hecho se presenta como excepcional.* Aunque reiterativos y continuos, los sucesos de nota roja se presentan como hechos excepcionales ante los cuales hay que intervenir con medidas excepcionales. Se transmite una resistencia a aceptar que los hechos de sangre participan de nuestras formas sociales.
3. *El hecho se presenta descontextualizado.* Dichas informaciones no exigen de las audiencias un esfuerzo por relacionar lo sucedido con hechos anteriores, ni tampoco con sus contextos. Aparecen como historias que pueden ser leídas, escuchadas o vistas en cualquier momento y comprenderse sin dificultad, aunque no tengamos información previa. Es decir, se olvida establecer la relación del acto con la estructura social y su momento histórico.

4. *Una narración individualizada.* La mayoría de los relatos plantea cosas que suceden a personas concretas y en lugares definidos. Esta individualización encausa el interés hacia lo que les ocurre a los individuos y no a los colectivos sociales.
5. *Simplificación de la realidad.* Las razones quedan diluidas en la lógica del destino, la fatalidad, los instintos primarios y los arrebatos de locura. Un conflicto se presenta reducido a un enfrentamiento entre “malos” y “buenos”, haciendo olvidar la complejidad de las realidades sociales. Tal simplificación conlleva la utilización de estereotipos y la estigmatización de los culpables.
6. *Utilización de lenguaje irracional que apela al subconsciente colectivo.* La nota roja se construye con un lenguaje que apela a la irracionalidad, al no entendimiento, a la carencia de razones que expliquen lo sucedido. Ante esta falta de comprensión no caben acciones que vayan a las causas que produjeron los hechos, sólo queda la

adopción de medidas represivas para acabar con lo acontecido.

7. *Consumatoriedad*. Igual que el relato se presenta sin un antes, tampoco hace falta preguntarse el después; no es necesario que las audiencias dispongan de informaciones posteriores para entender lo sucedido. Esto resulta especialmente grave en los hechos en conflicto con la ley penal donde el único momento de la verdad es el juicio oral o la sentencia judicial.
8. *Uso del lenguaje popular*. La última característica es el uso del lenguaje popular que en algunos casos llega a la reproducción del argot de los grupos marginados, como también de los modales y las palabras estereotipadas de la policía.

Para Roland Barthes (*Lo obvio y lo obtuso*, 1986) frente a la fotografía que se percibe como denotativa, el texto tiene la función de connotar. De hecho, desde su perspectiva, se dan casos en que “el texto produce (inventa) un significado enteramente nuevo que, en cierto modo,

resulta proyectado de forma retroactiva sobre la imagen”
(p.23)

En La belleza del crimen, prólogo del *Libro rojo* (2008), Vicente Leñero exalta al crimen como motivo del quehacer artístico; entiende que más allá de dar cuenta de la funesta realidad –la de México, por ejemplo–, que puede tratarse de "asesinatos clásicos", las guerras, el narcotráfico, el secuestro, etcétera, el crimen puede aproximarse al arte si se percibe con propiedad: "la belleza del crimen [...] no proviene del crimen mismo sino de su percepción literaria o estética".

El autor reconoce que en el caso de la nota roja, actualmente se extraña "el pulimento literario" de reporteros cuyo trabajo se fundamentaba en la "buena prosa"; en cambio, existen espacios que recurren únicamente al morbo.

De la fotografía

Si bien es cierto, la nota roja no es exclusiva de la prensa escrita, es a través de los medios impresos que se ha logrado su masificación⁴. El uso del gráfico terminó de amalgamar lo que prácticamente era ya un todo género.

Los avances tecnológicos en cuanto a portabilidad, calidad de imagen, y por supuesto, el abaratamiento de los equipos fotográficos propiciaron la masificación de la fotografía hasta que se consolidó la premisa, *lo que es digno de verse, lo es de fotografiarse*.

De un momento a otro, la idea de *preservar* un acontecimiento a través de la fotografía se volvió recurrente; los paseos familiares, las visitas a ciertos

⁴Decíamos en el apartado anterior que en México su origen se remonta a los relatos de espanto de Tenochtitlan, es decir que se hacían de manera oral.

lugares, los cumpleaños, los momentos memorables empezaron a ser retratados por camarógrafos *amateurs*. La masificación de la fotografía se había consumado.

Según Joaquim Sala-Sanahuja, en el prólogo de la edición castellana de *La cámara lúcida* (1990, p.21) “lo que se oculta tras la fotografía, lo que se ampara indefectiblemente en la imagen fotográfica, es la muerte”. Es decir, la fugacidad, lo inasequible del presente. “La fotografía sólo adquiere su valor pleno con la desaparición irreversible del referente, con la muerte del sujeto fotografiado, con el paso del tiempo” (p.23)

Ahora bien, no toda la fotografía de muerte, sangre o desgracias es fotografía de nota roja. Existen producciones documentales con gráficos de terror –producto de guerras, por ejemplo– que están muy lejos de considerarse como tales. No es el referente de la fotografía lo que determina si ésta puede ser tratada como gráfico de nota roja o no, es más bien a partir de su contexto, de su interacción con el texto de junto que puede clasificársele de esa forma.

Aunque existe la nota roja sin gráfico, no existe el gráfico de nota roja sin texto. En las piezas periodísticas de la

nota roja, –como veremos más adelante– texto y gráfico completan el sentido. La ausencia del primero, o su existencia bajo una estructura diferente al de la nota roja haría del gráfico un elemento de otra índole; documental o hasta artística, tal como sucede con Enrique Metinides, cuyo trabajo actualmente es considerado *sui generis*, convirtiéndolo en un afamado artista visual que ha expuesto en Londres, Nueva York, París, Berlín, entre otros⁵.

De acuerdo con Susan Sontang (2012) “la iconografía del sufrimiento es de antiguo linaje”; y aunque refiere que el fotoperidismo maduró en la década de los 40, durante la guerra, advierte que “al parecer, la apetencia por las imágenes que muestran cuerpos dolientes es casi tan viva como el deseo por las que muestran cuerpos desnudos” (p.49).

⁵ Léase para mayor información *De los diarios a las galerías: la fotografía de nota roja de Enrique Metinides*, texto de José Israel Rivera Terrazas.

La fotografía de nota roja es uno de esos productos culturales. Resulta inquietante desde el momento en que su materia prima se relaciona con lo indeseable de una sociedad, sin embargo es su forma de exhibir los sucesos lo que la hace controversial. El uso del color, por ejemplo, aviva las imágenes que desde un principio son llamativas. Si en cualquier otro género periodístico se pierde poco al usar un gráfico en escala de grises –o blanco y negro como a menudo se le conoce–, en la nota roja no; en un accidente automovilístico, por ejemplo, pudiera confundirse un río de sangre con rastro de aceite.

Para J.M. Servín (2010), la crudeza de las imágenes de la nota roja podría entenderse como un “instrumento propagandístico del poder para condenar los excesos sobre todo morales, que cuestionan la legitimidad de la violencia de Estado” (p.38). Sin embargo, el producto cultural también funciona como “testimonio sobre el melodrama de la modernidad de un pueblo heredero de rituales sangrientos” (p.51).

En ese sentido, resulta imposible menospreciar a la fotografía en la configuración de la nota roja. Es ella la

que exhibe la escena trágica y da constancia de los hechos. Sin embargo, resulta interesante cuestionarse si su contenido es la realidad a secas o, como cualquier código, la realidad estructurada en función de las necesidades discursivas del emisor, en este caso el medio.

La fotografía, producto cultural masificado, tal como lo dice Martín-Barbero (1991, p.55) al parafrasear la explicación de la dicotomía arte–pastiche de Adorno, explota la emoción, “se dedica a excitarla [a la masa] mediante la activación de las vivencias”.

La fotografía comunica al lector –a un solo golpe de vista–, valores, formas de entender los hechos, visiones del mundo, en fin, una serie de subjetivaciones sintetizadas que configuran una representación de la realidad, que se legitiman por su uso constante y que inevitablemente excluye a otras; “nuestra percepción misma de la situación ahora se articula por las intervenciones de la cámara” (Sontang, 2006, p.26)

Para Vargas Llosa (2012), debido a las exigencias del mercado y a reserva de aburrir, “ni la prensa más

responsable puede evitar que sus páginas se vayan tiñendo de sangre, de cadáveres y de pedófilos” (p.57).

La fotografía de nota roja no es un mero vehículo de la realidad, sino un mensaje complejo y estructurado que junto al encabezado y al cuerpo de la nota, califica, juzga, señala o satiriza el hecho con la intención de llamar la atención. De tal forma que lo que hubiera sido intrascendente, ahora resulta impactante.

El trucaje, por ejemplo, ampliamente divulgado desde el lanzamiento de la fotografía digital pero que se remonta a mucho tiempo atrás, prácticamente desde el mismo momento de su nacimiento, no es habitual en la nota roja, porque vulnera burdamente la noción de objetividad del género; en palabras de Barthes (1986) porque se trataría de “hacer pasar por mensaje simplemente denotado, un mensaje que está, de hecho, connotado con mucha fuerza” (p.17).

Sin embargo, en el mundo de la nota roja, el trucaje – cuando tiene lugar– sucede antes de tomar la foto, es más bien un montaje en el que la escena es alterada para hacerla más llamativa. Y es luego de los peritajes, tras

haber intentado una y otra vez esclarecer la causa de muerte de alguna persona, cuando se descubre que la escena era otra y dista, de algún modo, de la que fue retratada.

Es a través de la fotografía, de su mirada, que la realidad puede volverse espectacular, violenta o perversa. Sus mensajes contienen una serie de valores, juicios y subjetivaciones sobre su materia prima que en ocasiones hacen las veces de estigmas.

Barthes (1986, p.18) sostiene que “la fotografía no es significativa sino en la medida en que existe una reserva de actitudes estereotipadas que constituyen elementos de significación ya establecidos”, es decir, la fotografía es significativa en la medida en que lo denotado es susceptible de interpretación; “las asociaciones de ideas, las metáforas corrientes” que no son naturales ni artificiales, sino como bien lo dice el mismo Barthes, “históricas o si se lo prefiere, culturales”.

Para configurar un mensaje con sentido completo la fotografía de nota roja se vale de los *arquetipos*, entendidos estos como modelos de cualquier

manifestación de la realidad utilizados para simplificar ideas complejas.

El *L'uomo delinquente* (1876), libro en que el llamado padre de la criminología, Cesare Lombroso afirmaba que a los criminales se les podía identificar por ciertas deformidades físicas, pretendió dotar de capacidad explicativa a ciertos modelos arquetípicos. Sin embargo, se trataba de presunciones más que de verdades.

La fotografía de nota roja hace algo parecido. Es a través de sus valores, juicios y subjetivaciones representados a manera de arquetipos que sus mensajes se diseminan. Si bien es cierto, en su caso no son las “deformidades físicas” de las que hablaba Lombroso las que pueden señalar a los criminales, sí lo son la apariencia y los rasgos físicos.

En la fotografía de nota roja los objetos, a decir de Barthes (1986, p.18) “son inductores habituales de asociaciones de ideas”. Para el género un cuchillo es igual a arma homicida, una motocicleta tirada y golpeada es sinónimo de un aparatoso accidente.

Carlos Monsiváis expone que para la imagen (de nota roja):

Los cadáveres hacen alarde de su abandono o descomposición, las prostitutas se enfrentan a la cámara que es la mirada reprobatoria, los criminales se dan tiempo para elegir su pose más temible, los travestis se ríen o se apenan entre risitas, las niñas lanzan contra los sátiros el índice de la virginidad aplastada. (Monsiváis, 1994, p.41)

Barthes (1990, p.65) por su parte, aunque reconoce una especie de *choque* en las fotografías de este tipo, las califica como *fotografías unarias*; en otras palabras, carentes de *punctum*: “ese azar que en ella [la foto] me despunta (pero que también me lastima, me punza). Esto porque a fotografía unaria “puede [solamente] gritar, nunca herir [...] me intereso por ellas (igual que me intereso por el mundo), pero no me gustan” (p.86).

Estado del arte

Ahora bien, sobre la nota roja ya se ha escrito. Carlos Monsiváis, por ejemplo lo hizo en un artículo titulado *Fuegos de nota roja* (1992), en el que asegura que se trata de “una de las grandes novelas mexicanas”, y que su masificación en México fue producto del aumento del narcotráfico de los años ochenta.

Más allá de las opiniones polarizadas que pueda generar, la fotografía de nota roja de los diarios de circulación local se consume. Encontrarse en una esquina cualquiera gráficos que exhiban sucesos trágicos a todo color, que van desde accidentes automovilísticos hasta asesinatos a sangre fría hace evidente que se trata de un producto cultural enclavado en el paisaje urbano de Tuxtla Gutiérrez; lo mismo que en muchas otras ciudades del país.

En general las posturas en torno al tema se resumen en dos: las que encuentran en la nota roja un fenómeno detestable, propio de un periodismo irresponsable, y las que observan en ella una especie de termómetro de la violencia del lugar.

En la primera postura se sitúan, por ejemplo, las aportaciones de Uriel Flores Aguayo (2009) quien pregunta cuál es el sentido de retratar gente “en medio de un charco de sangre o con un puñal en el pecho”, y la de Pilar Ramírez (2008) que sostiene que si bien en las artes hay una amplia producción sobre el dolor, en la fotografía de nota roja se encuentra, por su explicitud, un elemento verdaderamente perturbador.

En la segunda postura se ubican aseveraciones como la de la investigación realizada en Honduras del Centro de Investigación y Promoción de los Derechos Humanos (2008), que concluye que “es a través de la nota roja donde muchos lectores forman su criterio sobre la violencia que impera en el país”; así también, que es a través de la nota roja que se mira la realidad tal cuál es (Celia del Palacio Montiel, 2012, citado en *Nota roja, testimonio “descarnado” de la realidad*: Del Palacio Montiel, 2012).

Desde este punto de vista, los secuestros, las revueltas, el narcotráfico y los asesinatos a sangre fría, los suicidios, son una realidad, existen, y se quiera o no intervienen en

la configuración de la opinión pública en torno al clima de violencia de las sociedades. Obviar este tipo de hechos sería –en su justa dimensión– equivalente a no enterarse de lo que sucede en materia política, económica o de salud; una forma de evadir la realidad.

El material publicado en torno a la nota roja ha dejado de lado la cuestión gráfica y se ha centrado en el texto. Lo que no es cosa menor si tenemos en cuenta que vivimos en un mundo cada vez más orientado a lo visual, que paulatinamente muestra cierto desdén por la lectura.

En Chiapas, por ejemplo, la tesis de licenciatura *El impacto social del papel de la foto de nota roja de los medios impresos. Caso El Orbe de Tapachula, Chiapas*, constituye un esfuerzo por acercarse a lo que se concluye es un periodismo poco ético que tiende a la exageración de la información.

Partimos, entonces, para los fines que me ocupan, de que la fotografía de nota roja tiene características propias, y en ella se presenta una forma de leer la realidad, de entender su materia prima, de traer a la esfera pública la tragedia, la

muerte, la violencia y la sangre; lo no grato de la sociedad.

Ya no es sólo el texto el que califica, juzga, señala o satiriza el hecho con la intención de llamar la atención, sino que es en relación a la fotografía que se construye un mensaje redondo.

Sobre los reporteros de nota roja

Si partimos de que el ejercicio de la nota roja “deriva de un proceso formal de acumulación de saberes” (López Portillo, 2009, p.14, en *Nota (n) roja*: Lara Marco y Barata Francesc, 2009) resulta lógico que los reporteros del género se hagan estando en el campo: subiéndose a las ambulancias, haciéndose amigos de los policía, sonando la noche.

No sólo por su condición estilística, sino porque relaciona con lo no grato de la sociedad, la nota roja siempre ha sido desdeñada por propios y extraños. El trabajo del reportero de nota roja es normalmente a deshoras y en condiciones

adversas; ahí donde la gente muestra su dolor y sufrimiento, ahí donde el grado de tensión es muy fuerte.

Aunque sus honrosas excepciones como la que comentamos páginas arriba de Enrique Metinides, la nota roja se ha reservado para personas que empiezan en el quehacer periodístico, que están dispuestos a arriesgarse para hacer su trabajo; se trata de gente que aprende por urgencia, por necesidad.

Del mismo modo, en lo que respecta a la fotografía, los reporteros de nota roja se han hecho, por un lado sosteniendo la cámara y por otro aguantándose la náusea. Difícilmente, han llegado tras esas lentes personas con alta cualificación técnica o compositiva para la obtención de una imagen. Hay que tener vísceras para tomar la fotografía donde todo es sangre.

Sin embargo, son las fotografías menos pulidas las que se perciben con mayor grado de autenticidad justamente por que existe la idea de que casi cualquiera, de haber tenido la cámara, hubiera podido tomarlas; como si la intencionalidad no fuera otra que presentarnos tal cual, lo que por cuestiones de espacio y tiempo estuvo fuera de

nuestro alcance y ahora se encuentra frente a nuestros ojos.

Hugo Sánchez ha sido reportero de nota roja desde hace 7 años. A su salida de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se empleó de planta en un diario local para luego participar en medios nacionales. Ha publicado su material en casi todos los periódicos que se distribuyen en el estado. Actualmente es fundador y dueño de su propia página web de noticias: Reporte Ciudadano.

El nombre lo dice todo. Aunque de un tiempo para acá dicha página web presente noticias de diversa índole, desde política hasta deportes, es la nota roja la verdadera protagonista. La razón: el nivel de venta.

Sánchez comenta que la nota roja es estadísticamente lo que más se consume de su página;

–Se vuelve viral –comenta–, aunque a la gente no le guste y hasta te miente la madre, la ve.

Incluso asegura que al igual que en su página web es la nota roja la que sostiene a los diarios impresos locales.

–A veces la gente no tiene para comer pero tiene para su periódico. A la gente le interesa estar pendiente, saber qué sucede.

Los fotógrafos de nota roja acostumbran hacer dos tipos de fotografías, una para el consumo personal y otra para el medio en cuestión. Siempre la más cruda es la que se publica; la gráfica de un cercenado, por ejemplo, para que vea la luz, debe ser a detalle.

Por su experiencia, Sánchez ya tiene el temple para utilizar los elementos de la escena en la composición de sus fotos. Atrás quedó la época en que los sucesos propios del género le causaban escozor. Hugo Sánchez es ya un curtido reportero de nota roja.

Me dice que los medios locales casi indefectiblemente optan por la fotografía más cruel⁶. No así, algunos medios

⁶ Si bien es cierto los medios nacionales no consideran esencial a la nota roja en sus contenidos, más que por el grado de seriedad, esto se debe a la *noción de proximidad* que se explica en el Capítulo 4.

nacionales como *La Jornada* o CNN, para quien ha enviado fotos de nota roja, sí, pero panorámicas.

–He visto muchos muertos –comenta–; en una ocasión vi 17 en la carretera que va de Ocozocoautla a Cintalapa producto del choque de dos camiones. Parecía una zona de guerra; todos los cuerpos tirados, extremidades por todos lados.

En ese caso en particular, como en otros sucesos trágicos, es casi una misión imposible que la gráfica obtenida no sea cruda...

–Por más que busques no puede ponerse algo bonito.

El reportero entiende perfectamente la interdependencia entre el cuerpo de texto y la fotografía en la nota roja.

–Puedes tener un texto muy bueno pero si no refuerzas con una foto [...] o viceversa.

Sobre la forma en que se configuran las cabezas de las notas, Sánchez comenta que en Chiapas es muy común elaborar juegos de palabras, incluir apodos o frases

hechas. Es parte de un estilo que, asegura, incide directamente en el número de lectores de una nota.

Sobre si la nota roja es un *oficio* más que un trabajo hecho por profesionales, Sánchez es contundente:

–La nota roja es la sección más compleja que tiene todo un periódico. El reportero debe estar en el lugar y en el momento adecuados; aquí en Tuxtla, cuenta aproximadamente con 10 o 15 minutos para desplazarse al lugar de los hechos. [Eso explica el frecuente uso de motocicletas en los reporteros de nota roja].

Además, comenta, para hacer la nota el reportero debe buscar al menos 4 fuentes a diferencia de los reporteros de *local* que con un par de fuentes tienen suficiente; por ejemplo, en un suceso cualquiera de nota roja se necesitan las versiones de el lesionado / involucrado, el presunto culpable / responsable, la versión de los policías (la oficial), y la versión de los testigos. A lo que deben sumarse las deducciones del propio reportero.

–Aquí no podemos revolver las notas como en otras secciones. Hay que saber cómo preguntar a los

familiares del fallecido. Tener la astucia suficiente para buscar alguna rendija que permita obtener la foto. Es un trabajo difícil en el que no se gana mucho dinero. Las herramientas de casi siempre las pone el propio reportero.

Por eso, a la nuevas generaciones de reporteros Hugo Sánchez aconseja prepararse, especializarse y asistir a congresos; invertir en su propia instrucción. Reconoce que actualmente los reporteros empíricos son los menos, pues la mayoría cuenta con licenciatura.

Alejandro Estrada ha sido reportero de nota roja desde hace 15 años aproximadamente. Pertenece a la vieja guardia; es empírico. Empezó como fotomecánico y desde hace un tiempo es jefe de fotografía en un periódico local. Ha enviado fotos a medios nacionales como *La Jornada* y *Reforma*. Actualmente estudia la licenciatura

comunicación en una escuela de paga. Quiere sacarse la espinita, dice.

–Desde el principio me gustó.

Recuerda que cuando empezaba hacía guardia en la Cruz Roja. Se hizo amigo de los paramédicos hasta que logró que le permitieran subir a las ambulancias. Algo que ahora está estrictamente prohibido.

Sus casi 15 años en el campo le han dado una amplia experiencia para hacer su trabajo. Ha sido testigo de balaceras, accidentes, muertes de niños, dentro y fuera de la ciudad. Incluso, las autoridades lo han citado a declarar en uno que otro caso. Es sabedor de que el suyo, se trata de un trabajo mal pagado y de alto riesgo, al menos en Chiapas. Se ha hecho amigo de policías quiénes le facilitan algunos datos; sabe que cuenta con poco tiempo antes de que llegue el Agente del Ministerio Público y le impida el paso.

–No cualquiera puede cubrir nota roja, casi nadie quiere hacerlo. Además, el equipo de los periódicos está obsoleto; las cámaras y las motos son viejas.

Su trabajo como jefe de fotografía, que combina con su desempeño reportero, tiene que ver con la selección de los gráficos y la asignación de los sucesos a cubrir a los reporteros. Para él, lo importante es la composición de la fotografía.

–El criterio de selección depende del medio en que estés. Algunos te piden más sangre que otros.

Sostiene que en la nota roja las fotografías prácticamente no sufren retoque alguno, sólo corte.

Alejandro ama su trabajo; sabe lo mucho que tuvo que ver en la separación de su primera esposa: la falta de una rutina, sus horas de entrada y de salida, dificultaron las cosas en su relación. Actualmente, tiene una esposa y 3 hijos, uno pequeño. Con ellos platica brevemente de su trabajo; las fotos mejor las deja de lado.

–Lo más difícil es cuando le pasa algo a un niño –me dice.

En la actualidad la nota roja tiene características bastante definidas que la diferencian de otros géneros periodísticos. Por un lado, su redacción dramatizada, y por otro, sus

gráficos espectaculares; lo primero, nubla la posibilidad de explicación alguna, mientras que lo segundo, se hace pasar por simples lo que más bien son mensajes denotados.

Es pues que considerando lo expuesto en el Capítulo1, a la nota roja, esos rasgos estilísticos la insertan perfectamente en la lógica mercantil y la convierten en un producto cultural de amplio consumo.

CAPÍTULO 3

LA ROJA, MIENTRAS MÁS SANGRE MEJOR

CAPÍTULO 3

La Roja. Mientras más sangre mejor

La industria defiende la forma en que se presentan los gráficos de nota roja arguyendo que lo hace bajo los principios de objetividad e imparcialidad. La escena, según, es retratada tal cual a fin de ofrecer una visión cercana a la realidad.

En una estrategia integradora, cabezas, cuerpo y gráficos de las piezas periodísticas de *La Roja*, intentan seducir a los potenciales lectores.

La nota roja en Chiapas

“La nota roja en Chiapas ayuda en las ventas”, dice don Eligio, uno de los voceadores más conocidos de Tuxtla. Su puesto de periódicos se ubica en el Parque Central.

Todos los días vende en sitio y reparte periódicos a varias dependencias y oficinas de primer cuadro de la ciudad. De la venta de éstos ha mantenido a su familia y ha brindado estudios profesionales a sus hijos.

Como él, los dependientes de los puestos y los voceadores coinciden en que la nota roja es una especie de detonante de las ventas. “Hay nota”, dicen, como si las notas sobre economía o política no importaran; o por lo menos, no tanto.

En América Latina la nota roja arraiga a sus adeptos al iluminar, bajo ángulos sensacionalistas, detalles de su vida cotidiana, desapariciones, cárceles, estafas, despojos, puñaladas, riñas, asesinatos porque sí, nomás por estar de vena o por no dejarse por ser la violencia un lenguaje muy reconocible. (Monsiváis, 1994, p.39)

Los voceadores aumentan el precio a los periódicos en alguna colonia o barrio cuando el hecho de la nota roja sucede ahí mismo. Se trata de una estrategia de ventas sectorizada. El voceador recurre a un altavoz y mientras camina, vocifera de manera sucinta la nota que ahí tuvo

lugar. De modo que invita a los colonos a comprar el periódico para enterarse de lo que sucedió en su entorno más próximo.

Algunos otros, una noche antes, acuden a la oficinas del diario para saber qué saldrá en la nota roja con el objetivo de hacerse de unos ejemplares e ir a venderlos a ese lugar, incluso si se trata de otros municipios.

Más allá de las sugerencias de Lara Klahr y Barata (2009), de superar el término *nota roja* y sustituirlo por el de *periodismo de seguridad pública o ciudadana y justicia penal*, en Tuxtla Gutiérrez, los tres periódicos locales más conocidos la manejan en sus ediciones diarias, y lo hacen bajo una rotulación de la vieja escuela: *El Heraldo de Chiapas* la denomina Policía, para el *Cuarto Poder* se llama Reporte 4, mientras que para el *Diario de Chiapas* es La Roja. Ninguno de los tres se dedica exclusivamente a este tipo de contenidos, sino más bien conforma parte de la oferta informativa de cada uno; en esta investigación nos centraremos en *La Roja*.

El Diario de Chiapas

El *Diario de Chiapas, la verdad impresa* es un periódico de circulación local, editado, distribuido y comercializado por Diario de Chiapas S.A. de C.V.; se fundó hace más de 37 años por Enrique Toledo Esponda, y actualmente es dirigido por Gerardo Toledo Coutiño; tiene su domicilio en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas y se distribuye en las principales ciudades del estado. Sin duda se trata de uno de los diarios locales más posicionados en la capital.

Su contenido se distribuye en 136 páginas aproximadamente, organizadas a través de las secciones *Editorial, Nacional, Metropoli, Región, Deportes, Boga, A&E, Tu Aviso, Opinión* y por supuesto *La Roja*. Ésta última es la que interesa para los fines de esta investigación.

Asimismo el *Diario de Chiapas* mantiene en la actualidad un sitio web (www.diariodechiapas.com⁷) donde se publican, además de las secciones de su edición

⁷ Consultado el 15 de noviembre de 2014.

homóloga, un espacio con las notas más recientes, una galería con producciones exclusivas para los usuarios web (*Chiapas a diario*, *Chiapas a diario Maya*, *Boga Tv* y *En la mira*), y demás *widgets* de las redes sociales más populares como Twitter y Facebook, en las que mantiene también contenido al momento a través de sus cuentas oficiales.

A diferencia de otros periódicos locales, el *Diario de Chiapas* publica en su versión impresa, a manera de suplemento, *La Roja*, su sección dedicada a la nota roja. Lo que ubica a este medio al filo de las publicaciones cuyos contenidos se dedican exclusivamente a la nota roja y aquellos que han determinado excluir de sus páginas a este tipo de material. Es decir, si bien es cierto, el *Diario de Chiapas* tiene amplio contenido en información de tipo político, de opinión y de sociales –o sea, no se dedica exclusivamente a la nota roja–, en su estructura privilegia tal contenido al dedicarle *La Roja*, una sección a manera de suplemento que goza de un formato diferente del resto del periódico.

Para analizar *La Roja* se hizo un trabajo hemerográfico que consistió en un seguimiento –de la versión impresa– del *Diario de Chiapas* durante un año a través de una muestra representativa construida con el método de semanas compuestas⁸.

Al corpus de análisis lo integraron 52 contraportadas (120 llamados y 147 fotografías) y 52 ediciones de *La Roja* (570 notas y mil 215 fotografías), materiales correspondientes a las 52 semanas de 2013 (*véase anexo I*).

La intención de dicho análisis fue establecer las constantes en los contenidos de las contraportadas de la ediciones de 2013 del *Diario de Chiapas* y de su sección especializada en la nota roja e identificar las características generales del mensaje fotográfico considerando aspectos de forma y fondo los cuales se presentan a continuación:

⁸ Se empieza con el primer día hábil de la primera semana de 2013 (miércoles), luego se toma el jueves de la siguiente semana, posteriormente el viernes de la semana que sigue, etcétera.

Contraportada

En general la contraportada del *Diario de Chiapas* es usada para anunciar las notas que se incluyen en *La Roja*. Su estructura contempla la cabecera con el nombre del diario que incluye además los datos de la edición (nombre del director general, fecha, época, número, número de secciones y precio); un par de cintillos con un titular a un piso cada uno; y un cintillo lateral de publicidad que abarca lo alto de la página. Todo a color.

Pueden encontrarse también llamados sobre fútbol y deportes en general o información relacionada al mundo del espectáculo; *Boga*, para el medio en cuestión. Los llamados en su mayoría se componen del titular, un párrafo a manera de sumario, el número de página en que se ubica la información y una fotografía. Para el caso

específico de la información relacionada a *La Roja*, se incluye a un costado el lugar en que ocurrió el hecho.⁹

Los titulares responden a la premisa de llamar la atención; juegan con el espacio asignado según la jerarquización de las notas y en su mayoría utilizan signos de admiración para hacer énfasis, además de complementarlos con el uso de altas o bajas según convenga. El puntaje es otro elemento para enfatizar, así como el número de pisos en que se distribuye el encabezado y el uso de los colores (rojo, negro y amarillo).

La fuente de los titulares es pesada, sobre todo para la nota más importante. Su terminación en ángulos rectos la hace rígida; por su parte los sumarios no resultan indispensables, se usan algunas veces, otras no.

Las fotografías o gráficos se presentan de manera indistinta; los hay en proporción horizontal, vertical o 1:1. Siempre a color. Normalmente los gráficos de contraportada se repiten en el interior de *La Roja*, sin

⁹ Para el análisis profundo se contemplaron únicamente los elementos relacionados a la sección *La Roja*.

embargo existen ocasiones que la contraportada exhibe fotos “exclusivas”.

A lo largo del trabajo hemerográfico pudo constatar que si bien existe una estructura general para la contraportada, el único elemento inamovible es el logo, en este caso la marca. Inamovible sí, más no imposible de modificar. Tal fue el caso de la edición del 25 de marzo, cuya contraportada presenta en la parte superior, a dos pisos, el titular “¡Carro asesino acabó con su vida!” que se hace acompañar de una fotografía que presenta a un atropellado, de bruces, junto a un charco de sangre que se derrama sobre el logo (*véase anexo 2*).

En su estructura la contraportada, como en cualquier otro medio noticioso, jerarquiza la información; el tamaño del titular, el sumario, y en su caso, el gráfico de junto son elementos que exhiben a un hecho como más o menos importante. La forma de presentar los hechos evidencian los criterios de jerarquización de la publicación. La edición del 25 de abril presenta en el cintillo superior, justo encima del logo, a un piso, ¡Helicóptero se desploma en Oaxaca: 4 muertos!”; en cambio, a un cuarto de plana,

con un titular a 3 pisos, y tres fotografías “2 heridos en espectacular volcadura”. En una evaluación ligera cualquiera podría decir que es más trascendente el desplome de un helicóptero que dejó como resultado a cuatro personas muertas que una volcadura que tuvo únicamente a un par de heridos; sin embargo la clave se encuentra en el lugar: el primero fue en Oaxaca y el segundo en Tuxtla, la capital del estado, el contexto en que se desenvuelve el medio en cuestión¹⁰.

Aunque ediciones como la del 4 de febrero –un día después del Super Bowl– hayan exhibido sólo una nota roja en contraportada, la edición del 29 de junio es la primera de varias que de a poco van modificando los contenidos habituales de tragedias, sangre y muerte a que el *Diario de Chiapas* nos acostumbró durante el primer semestre del año (*véase anexo 3*).

Para el 24 de julio la contraportada presentó un gráfico a plana completa (exceptuando el espacio correspondiente

¹⁰ *La proximidad* es uno de los hallazgos de esta investigación, misma que se abordará en el Capítulo 4.

al logo –que como se explicó anteriormente es inamovible– y el cintillo superior que exhibía “¡Rescatan a 94 migrantes que viajaban en un tráiler!” y una pequeña fotografía). El gráfico promovía la denuncia al maltrato hacia las mujeres, cuya frase de campaña era “Ante la violencia contra la mujer ¡Denuncia!”. Dicho gráfico fue firmado por la Fiscalía Especializada en Protección a los Derechos de la Mujer, la Secretaría para el Desarrollo y Empoderamiento de las Mujeres, el DIF Chiapas, y por supuesto, el Gobierno del Estado (*véase anexo 4*).

Ambos, el gráfico a plana completa y el llamado de la nota sobre el rescate de los migrantes manifestaban acciones del gobierno en favor de dos de los llamados “grupos vulnerables”: las mujeres y los migrantes; en contraposición al estado de violencia que hasta días antes exhibía el *Diario de Chiapas* en su contraportada.

Los gráficos a plana completa promovidos por el Gobierno del Estado siguieron en las contraportadas de las ediciones del 1 y 9 de agosto. En la edición del 17 de ese mismo mes, el gráfico del Gobierno del Estado disminuye a formato de *banner* y el lugar protagónico se delega a un

gráfico de futbol que versa sobre el partido entre el equipo local (Chiapas Jaguar) y el Deportivo Toluca. Estas tres ediciones contaron únicamente con un cintillo superior dedicado a la nota roja; hasta que la edición del 18 de agosto, es decir, un día después, la nota roja desaparece por completo. En la contraportada, ahora, sólo se presenta el resultado del partido de futbol promovido el día anterior y, de nuevo pero con leves modificaciones, la plana sobre la denuncia al maltrato hacia las mujeres.¹¹

En adelante, las contraportadas de las ediciones del *Diario de Chiapas* alternan gráficos sobre futbol, un cintillo de nota roja, y sobre todo planas de gobierno. Destacan las ediciones del 3 de septiembre que se titula “Qué orgullo ser chiapaneco” alusiva a la fiesta del 15 de septiembre; del 5 de octubre en que se aprecia la leyenda “Manuel Velasco, fortalecemos la protección civil a favor de las familias chiapanecas” que se hace acompañar de cinco fotografías; del 6 de septiembre que presenta un banner

¹¹ Tal fenómeno se repite el 11 de septiembre, y el 5, 6 y 30 de octubre.

sobre la educación con responsabilidad ambiental y 10 gráficos que integran un desplegado del DIF Chiapas; del 22 de octubre que presenta 8 fotografías sobre acciones del Gobierno de Chiapas para fortalecer el cuidado del medio ambiente de las costas chiapanecas; del 30 de octubre que promueve el consumo de productos y servicios de Chiapas, del 15 de noviembre referente a la entrega de 16.5 millones de plantas para reforestar; del 23 de noviembre sobre créditos otorgados para viviendas; del 24 de noviembre que alude a 137 mil hectáreas de bosque reforestadas; del 2 de diciembre dedicada al servicio de agua potable a más de 38 mil hogares; del 10 de diciembre en que se explican los descuentos en materia vehicular; y por último, del 26 de diciembre que se centra en el Centro Especializado de Denuncia.

Los datos anteriores, más que una ociosa enumeración de los elementos de las contraportadas de las ediciones 2013 del *Diario de Chiapas*, sirven para ejemplificar la manera en que el discurso del medio respecto de lo trágico y sangriento experimenta una evidente transformación al servir como vehículo de la propaganda de gobierno.

Hasta la edición del 17 de agosto, un día antes de que por primera vez en el año se dejara de exhibir contenido alguno sobre nota roja, la contraportada del *Diario de Chiapas*, tan sólo en la muestra utilizada, había presentado ya 104 llamados de nota roja acompañados de 128 fotografías. Es decir, un promedio de 3,05 notas y de 3.7 fotografías de este género por edición. Tan sólo en contraportada.

La importancia de la contraportada en un diario cualquiera deriva de su grado de síntesis y en casos como el del *Diario de Chiapas*, de su uso como escaparate de lo trágico. No es difícil encontrarse de pronto a personas que ojean¹² –sin “h”– rápidamente el estante mientras cruzan la calle, y con eso se hacen de una idea de lo que ocurrió en la materia la noche anterior.

Para M. Servín (2010, p.50), las “semblanzas periodísticas de pícaros urbanos [la nota roja], reflejan las angustias y miedos ligados a las desigualdades sociales y la

¹² En el Capítulo 3, en lo que se refiere exclusivamente al consumo de la nota roja se explicará en qué consiste.

impartición de justicia”. Esto es, que hay una relación entre la exhibición de estos contenidos en medios como el que nos atañe y la noción generalizada de impunidad y criminalidad.

Es decir, aquella edición del *Diario de Chiapas* que exhibe varios sucesos trágicos, criminales o sangrientos configura un discurso sobre una jornada violenta. Si volvemos a la persona que ojea sin “h” en alguna parada de autobús o mientras cambia la luz del semáforo, 30 segundos es tiempo suficiente para empaparse de la contraportada de un diario.

Tal es el caso de la edición del 7 de noviembre del *Diario de Chiapas* en que se presentan 5 llamados de nota roja en contraportada. Por lo tanto, la aparición de gráficos del Gobierno del Estado a manera de plana completa a partir del segundo semestre del año es un intento por abonar a la imagen de un gobierno preocupado por su gente que realiza acciones concretas para mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos.

A partir del 18 de agosto, los llamados y gráficos en contraportada en el *Diario de Chiapas* referentes a la nota

roja caen estrepitosamente, hasta llegar a promediar 0.8 notas y una fotografía por edición; ahora el discurso se centra en el cuidado al medio ambiente, el consumo de productos locales, el apoyo para la obtención de créditos para vivienda, la disposición de servicios públicos como el agua potable, los descuentos en la recaudación de impuestos, hasta que hacia el final del año, se concluye con la puesta a disposición de la gente del Centro Especializado de Denuncia en que se explicita que los ciudadanos podemos dar parte a las autoridades de situaciones de “corrupción, fraude, narcomenudeo, trata de personas, robo a casa habitación, violación, abuso sexual, extorsión telefónica, violencia intrafamiliar, amenazas, secuestro, abuso de autoridad, robo y personas desaparecidas”, es decir, gran parte de la materia prima de la nota roja (*véase anexo 5*).

La Roja

La Roja es la sección-suplemento del *Diario de Chiapas* dedicada a la nota roja. Sección porque se ubica al interior

de cada edición y suplemento porque la mayor de las veces presenta un formato distinto al del resto del periódico.

A manera de suplemento, *La Roja* presenta características particulares respecto de su versión integrada al mismo formato del periódico. Su uso depende de la cantidad de información, ya que consta de 8 páginas a diferencia de la otra que sólo tiene 2¹³.

Del nombre

El término *nota roja*, según Lara Klahr y Barata (2009), “no es sólo una forma de decir, sino que predispone a ver los acontecimientos bajo determinadas características” (p.67), lo cual, debido a los procesos democráticos, ha demandado una revisión. De tal forma que se sugiere,

¹³ El análisis contempla ambas ediciones, a manera de suplemento y a manera de sección. Las diferencias entre una y otra se explicitarán a lo largo de los subtemas que componen el capítulo.

“atendiendo las aportación de investigadores y de entidades especializadas”, la utilización del concepto “periodismo de seguridad pública o ciudadana y justicia penal, y no más el de nota roja” (p.68). Evidentemente se trata de una recomendación no atendida por el *Diario de Chiapas* que en sus ediciones opta por el término original, y que incluso, agrega elementos gráficos al nombre para enfatizar su carácter violento.

Estructura general

La Roja está integrada por 8 páginas de menor tamaño que el resto de la edición; la primera y la última son utilizadas a manera de portada y contraportada respectivamente. Por su distribución las páginas 4 y 5, al centro, se usan a manera de pliego; es decir, ambas páginas se unen para una lectura continuada. Portada y contraportada, así como las páginas del centro, son a todo color, mientras que las restantes, 2, 3, 6 y 7, se presentan a escala de grises.

La Roja tiene sus propios editores, Ángeles Martínez y Humberto Castro quienes alternan con Moisés Díaz, Ana

Lizbeth Navarro y Sam Martínez; ésta presenta un promedio de 10.9 notas y 23.3 gráficos por edición, de los cuales, más de la tercera parte se refiere a Tuxtla Gutiérrez propiamente. Lo demás se lo reparten municipios como Villaflores, Comitán, Cintalapa, Huixtla, entre otros, y alguno que otro estado.

No es común ver insertos de publicidad en esta sección, sin embargo los hubo en las ediciones del 3 y 28 de mayo sobre la página 3, a media plana. Una de ellas, la segunda, resultó muy interesante por tratarse de una “medalla milagrosa de la Virgen de Guadalupe” (*véase anexo 6*).

Cabecera

La cabecera, por aparecer en la portada y contraportada, es a color. Y su uso es indistinto en la versión de suplemento y en la versión de sección. Durante 2013, este elemento experimentó algunas modificaciones que lo hicieron aún más congruente a la premisa de llamar la atención.

Anteriormente presentaba sólo la tipografía (blanca¹⁴) sobre un recuadro rojo sólido. Luego, en la edición del 26 de agosto, la cabecera de *La Roja* presenta un par de nuevos elementos: una línea en el fondo, también blanca, que simula un electrocardiograma que luego de tres latidos se muestra inerte y unos detalles al interior de la letra “o” de “Roja” que hacen las veces de cristales rotos. De tal modo, que sumandos letra y detalles gráficos hacen de la cabecera un elemento inconfundible de la sección, que lo diferencia de sus similares en otros medios (*véase anexos 7 y 8*).

A diferencia de los llamados en contraportada, en *La Roja*, prácticamente todas las notas aparecen con una fotografía de junto. Su proporción es indistinta, ahora, además, se usan también los recortes de las imágenes y la desaparición del fondo.

¹⁴ El blanco es una manera de llamarlo. Como se sabe, realmente se trata de la ausencia de color y no de un color pigmento blanco.

Chicas y risas

Siempre que *La Roja* se edita a manera de suplemento aparece también una sección denominada *Chicas y Risas*. Su nombre no puede ser más soso porque trata justamente de eso, de mujeres y chistes. Aparece en la página 6 y se trata de modelos no profesionales con poca ropa o bikini.

En la edición del 21 de junio, además del chiste, se presenta un código QR para dirigir a los lectores que posean un *Smartphone*, a contenido externo del mismo tipo (*véase anexo 9*).

Los titulares

Los titulares apuestan por el impacto. Generalmente se escriben en altas, con una fuente tipográfica sólida y en colores negro o rojo principalmente. Se acompañan de signos de admiración y trabajan con alto puntaje. Se permiten las adjetivaciones, los apodos y los sarcasmos (*véase anexo 10*).

Títulos como “Se llevan de corbata a imprudente motociclista” o “Le dio un arrimón a un colectivo” hacen patente el uso del habla coloquial en la configuración de las cabezas de las notas (*véase anexo 11*). De igual forma, el uso del albur resulta frecuente, tal es el caso de “¡Andaba presumiendo sus ‘miserias’!” (*véase anexo 12*).

Así también, los hay aleccionadores; títulos que manifiestan una especie de advertencia intrínseca. “¡Por usar su celular golpeó a una ambulancia!” o “¡Chocan por no respetar el semáforo!” son buen ejemplo de ello.

De las notas

Las notas presentan entre 3 y 6 párrafos. Por lo regular se trata de reseñas más que de notas informativas. Su estructura principia con lo que fueran los datos más relevantes para luego continuar con la narración, generalmente en orden cronológico, de los hechos.

La notas de *La Roja*, como sucede con la mayoría de las piezas del género, recurre a la reconstrucción del hecho a partir de fuentes testimoniales que aportan detalles. El reportero casi siempre, llega una vez el hecho consumado

por lo tanto, cual recopilador de historias, se hace de los servicios de “los mirones”. Tal fenómeno se manifiesta en el uso de términos como “al parecer”, “según los vecinos”, “una de las partes dice...”.

Sobre las operaciones discursivas de las que hablan Lara Klahr y Barata (2009, p.57), en *La Roja*, las notas presentan:

1. *Dramatización del relato*, que se refiere a “estrategias narrativas de tipo dramático [...] mostrar acontecimientos con palabras emotivas: “intentó cruzar la peligrosa vía”, “embestido brutalmente”, “fuerte impacto”, “tendido en el asfalto bajo un charco de sangre”
2. *El hecho se presenta como excepcional*, que alude a que los sucesos retratados en la nota roja, aunque reiterativos y continuos, se presentan como hechos excepcionales: “¡Pasajera golpeada en accidente vial!”.
3. *El hecho se presenta descontextualizado*. “Se olvida establecer la relación del acto con la estructura social y su momento histórico”: “Harta

de ser maltratada por su violento marido una mujer tomó un cuchillo e hirió en cinco ocasiones a su agresor para defenderse”.

4. *Una narración individualizada.* El interés de las notas se centra en “lo que les ocurre a los individuos y no a los colectivos sociales”: “Un joven, de 23 años de edad, se quitó la vida en el interior de su domicilio, ubicado en la calle Galeana sin número del cantón El Cañal, municipio de Huehuetán”.
5. *Simplificación de la realidad.* “Las razones quedan diluidas en la lógica del destino, la fatalidad, los instintos primarios y los arrebatos de locura”: “Un sujeto asesinó a balazos a un comerciante de escobas de palma [...] al parecer tuvo una discusión con Jorge Ovando Avendaño, originario de la comunidad Pueblo Nuevo, quien sacó un arma calibre 22 y disparó contra el pecho de Tomás...”
6. *Utilización de lenguaje irracional que apela al subconsciente colectivo.* “La nota se construye con un lenguaje que apela a la irracionalidad, al

no entendimiento, a la carencia de razones que expliquen lo sucedido”: “Se presume que el occiso haya asaltado o atracado a alguna persona, o negocio, y cansados de las acciones de este sujeto, las víctimas lo siguieron y le dieron muerte”.

7. *Consumatoriedad*. “Igual que el relato se presenta sin un antes, tampoco hace falta preguntarse por el después”: “¡Polleros transportaban a 24 salvadoreños!”. “Estos hechos fueron a las 07:05 horas del viernes, cuando los agentes realizaban su recorrido de rutina sobre la carretera Jarita – Suchiate...”
8. *Uso del lenguaje popular*. “En algunos casos llega a la reproducción del argot de los grupos marginados”: “¡Dio vuelta en ‘u’ y chocó con un taxi!”, “Macheteado en riña callejera”.

La fotografía

En *La Roja* la fotografía es trascendental. Su uso acompañando una a una las notas evidencia su gran valor para el medio, para el género y sobre todo para los consumidores ¹⁵. De las mil 215 fotografías ¹⁶ que conformaron el corpus de análisis exclusivo de *La Roja* para esta investigación, 331 son exclusivamente referentes a violencia explícita, tales como heridos, muertos o ensangrentados. Es decir, en promedio, 6.3 gráficos por edición (sin contar la contraportada del propio periódico) exhiben sangre o muerte.

La Roja, a fuerza de repetición, alimenta la creencia de que es en los sectores más pobres donde la tragedia es inevitable.

¹⁵ En el siguiente capítulo se abordarán las opiniones de los consumidores hacia los gráficos de *La Roja*.

¹⁶ Este dato contempla cada fotografía, aunque ésta aparezca en dos o más lugares a la vez.

Reiteración

La fotografía como todo lenguaje tiene un objetivo, para lo cual hace uso de técnicas que le permitan configurar un mensaje determinado. En el caso de la fotografía de nota roja la idea general es registrar, capturar sucesos trágicos o violentos.

El poco o nulo manejo de las técnicas fotográficas de los reporteros de nota roja, provoca que los gráficos cumplan una función de reiteración de lo expuesto en el cuerpo de la nota. Es decir, la mayoría de las veces, el reportero-fotógrafo busca ilustrar lo que expone en su texto¹⁷. Esto, claro, es consecuencia también del carácter de comprobadora de hechos¹⁸ que se le ha conferido

¹⁷ Rolan Barthes en *Lo obvio y lo obtuso* (1986, p.21), menciona que incluso en algunos casos “el texto se constituye en un mensaje parásito, destinado a comentar la imagen”.

¹⁸ Susan Sontang, por ejemplo, en *Ante el dolor de los demás* (2003), asegura que “las fotografías menos pulidas” son percibidas como poseedoras de mayor autenticidad frente a las que exhiben claramente un proceso compositivo del fotógrafo.

históricamente a la fotografía y del que se hizo mención en el Capítulo 1 (*véase anexo 13*).

La ausencia del pie de foto, tan usado en el periodismo político o de espectáculos por ejemplo, es otro indicador de la función reiterativa de la fotografía de *La Roja*. Su uso en cada uno de los gráficos simplemente resultaría redundante.

Sin embargo, no siempre es así ya que la obtención de un gráfico que funcione como reiteración está supeditada, entre otras cosas, al arribo del reportero al lugar de los hechos en el momento adecuado. De lo contrario, le sería imposible obtener una gráfica como la que se menciona.

Tal fenómeno sucede también con las fotografías obtenidas a través de teléfonos celulares; sobre todo si se trata de uno con cámara de baja resolución. La apariencia poco profesional de la imagen obtenida (granulada o pixelizada) provoca que se asuma como algo que no estuvo planeado, como algo fortuito, y por lo tanto, real.

He aquí el valor testimonial de las fotografías. Una vez obtenida, la gráfica es tomada por prueba irrefutable de algún evento en particular; y tras su publicación en el medio, se convierte en un documento.

Composición

La composición en fotografía se refiere a la “estructura interna de la imagen, y que se refiere a la perspectiva, el ritmo, la tensión, la proporción, distribución de pesos en la imagen; el orden icónico, estaticidad/dinamicidad de la imagen, la ley de tercios, el recorrido visual, entre otros. (Marzal, J., 2004)

En la fotografía de nota roja, por las condiciones en que se obtienen las imágenes, el grado de tensión, entre otros, es muy difícil –aunque no imposible– hacer una adecuada composición. Sin embargo, el principal obstáculo reside en el desconocimiento del propio lenguaje fotográfico¹⁹.

¹⁹ Un fotoperiodista por ejemplo, es una persona que tiene amplio conocimiento del lenguaje fotográfico y que se dedica

Lo más recurrente es el manejo intencionado de la perspectiva y la proporción. Dos de los elementos compositivos más básicos, generalmente desarrollados a través de la práctica y del sentido común.

Sin embargo, cabe hacer mención de que, ya en la etapa de posproducción, en lo que respecta al diseño editorial, las posibilidades tecnológicas pueden ayudar a la recomposición del mensaje fotográfico, y convertir lo que era simple reiteración, en sarcasmo, burla o juego. Siendo este producto del trabajo de diseño y no del trabajo fotográfico. La acomodación del gráfico en la página o el sacar al personaje de contexto, son estrategias que orientan la lectura del pliego o de una nota específica (*véase anexo 14*).

casí exclusivamente a la toma de fotografías. Su trabajo, aunque se desarrolla en ambientes de alta tensión (según algunos estudiosos del género, el fotoperiodismo maduró durante la guerra, a principios de los cuarenta), privilegia el uso de la técnica y la composición.

Espectacularidad

La industria defiende la forma en que se presentan los gráficos de nota roja arguyendo que lo hace bajo los principios de objetividad e imparcialidad. Es decir, la escena, según, es retratada tal cual a fin de ofrecer una visión cercana a la realidad. A simple vista, una persona cualquiera puede darse cuenta que las ediciones de *La Roja* se nutren de gráficos espectaculares, muchos de ellos a todo color, realizados expresamente para saltar a la vista, para llamar la atención.

En los puestos de periódicos los gráficos de nota roja del *Diario de Chiapas* casi indefectiblemente ocupan un lugar privilegiado en el estante. En muchos casos, mejor que el de la *nota de ocho*, que tradicionalmente se ha usado en la industria para la noticia más importante del día y que las más de las veces se refiere a cuestiones de impacto generalizado.

Aunque no es menester de esta investigación hacer recomendaciones sobre la configuración de la nota roja y el uso de su lenguaje verbal y gráfico, e inclusive ya exista

material sobre el asunto, es insoslayable que en aras de llamar la atención la nota roja se ha recrudecido.

En *La Roja* es el grado de espectacularidad uno de los criterios más importantes para la selección de los gráficos, si no es que prácticamente el único: mientras más sangre, mejor (véase anexos 15).

Su estructura y ubicación dentro del *Diario de Chiapas*, hace patente el grado de protagonismo de *La Roja*; características como el uso del color, su diseño a manera de suplemento, y la exposición de sus contenidos en los puntos de venta, son una muestra de que para el medio en cuestión la nota roja es el producto estrella.

La Roja se produce bajo la lógica mercantil global y a su vez se desenvuelve en el contexto local. Es decir, aunque en su confección dé cuenta de principios periodísticos globales –como el uso de la fotografía digital–, la inclusión de elementos locales como el habla popular o lugares conocidos, la anclan al contexto en que se desenvuelve. La venta que algunos voceadores hacen de *La Roja* en los lugares de que se habla en las notas, son

muestra de que sus contenidos tienen un alto grado referencial.

CAPÍTULO 4

EL GUSTO ENTRA POR LOS OJOS

CAPÍTULO 4

El gusto entra por los ojos

Según el *Diccionario de la Lengua Española* (2014), *voyeur* significa “persona que disfruta contemplando actitudes íntimas o eróticas de otras personas”; y es en eso, según Susan Sontang, en lo que se convierten quienes ven imágenes de sufrimiento a pesar de no poder hacer algo para aliviarlo.

Si fuera así, se estaría reduciendo al consumidor de la nota roja a aquellas personas del medievo que asistían a las ejecuciones en las plazas públicas; una especie de placer provocado al atestiguar ejecuciones en los cadalsos.

Existe una larga discusión sobre la atracción hacia los sucesos repugnantes; desde Platón²⁰, Burke²¹ o Goya²².

²⁰ En *La República*, Platón habla de la lucha interna entre la atracción y la repulsión de quien advierte unos cadáveres en su camino.

Tales dilucidaciones se han transpolado para explicar el consumo de la nota roja; sin embargo, más que dotarnos de explicaciones, se lo ha reducido a un gusto mórbido, ocultando de manera simultánea que hay una gama de usos y significaciones –hasta ahora desestimados– que los consumidores hacen de la imagen violenta configurada como nota roja, que los motiva a considerarla como una opción informativa y de entretenimiento, y que no se reducen, como muchas veces se piensa, al morbo.

De las entrevistas

Las entrevistas fueron un recurso indispensable para esta investigación. Su uso, a manera de diálogo, hizo posible la

²¹ En *Investigación filosófica sobre el origen de nuestra idea acerca de lo bello y lo sublime* (1757).

²² *Los desastres de la guerra*, en que el artista, al acercarnos a lo sucedido en la invasión a España perpetrada por los soldados de Napoleón a comienzos del Siglo XIX, prácticamente nos grita que la guerra no es un espectáculo.

obtención de información de primera mano. Se sabía con anterioridad que en un primer momento, resultaría difícil que los sujetos se abrieran y expusieran sin tapujos su asiduidad a *La Roja*. Había que tomar en cuenta que las personas, al saberse sujetos de investigación pueden decir y hacer cosas diferentes de las acostumbradas.

Por lo anterior, hubo que lograr empatía; oscilar entre ser un lector más de *La Roja* y ser un investigador apasionado por conocer las opiniones en torno al producto cultural. Hacer ver a los sujetos que se trataba de comprender y no enjuiciar. Además, claro, de colocarse en una posición simétrica que permitiera la intervención indiscriminada de ambas partes en las entrevistas, con el objetivo de lograr un ambiente de charla.

El trabajo se desarrolló a partir de la lógica de la entrevista cualitativa, preponderando siempre lo conversacional. Desde un principio se planteó recurrir tanto a la entrevista a profundidad como a la entrevista enfocada. Por la primera “entendemos un tipo de entrevista cualitativa de carácter holístico, en la que el objeto de investigación está constituido por la vida, experiencias, ideas, valores y

estructura simbólica del entrevistado”; mientras que en la segunda “existe predeterminado de antemano un tema o foco de interés, hacia el que se orienta la conversación y mediante el cual hemos seleccionado a la persona objeto de la entrevista”. (Galindo, 1998, p.299)

Es decir, por un lado se hizo constar que el sujeto era de interés debido a que se reconocía a sí mismo como lector de *La Roja*, y por otro, resultaba también importante su vida, su forma de proceder, sus experiencias, su familia. Sería por demás contradictorio que una investigación realizada desde la mirada de los Estudios Culturales y específicamente desde las mediaciones desestimara lo que sucede en la vida de los sujetos, en tanto constructos sociales. Sin embargo, es cierto que deliberadamente se orientaba la conversación hacia los tópicos de interés, relacionados éstos con sus prácticas de consumo.

De las entrevistas realizadas, siguiendo la propuesta de Galindo (1998) se pudo “entrever trazos o fragmentos de discursos, no uno dominante, como sucede en todo consenso grupal, sino huellas y rastros de discursos

diversos, pues todo individuo es una trama textual llena de multiplicidades” (p.304).

La entrevista pues, como se mencionó párrafos arriba, fue un elemento indispensable para llevar a cabo esta investigación; sin embargo, la observación no lo fue menos, de ésta se logró dar sentido a lo que aparentaban ser tan sólo acciones vacuas, y que resultaron ser realmente significativas.

En esa lógica hubo que articular el análisis de las entrevistas, las conclusiones del trabajo hemerográfico y los apuntes de la observación. Ninguno de ellos, por sí solo, podía dar sentido.

El consumidor de *La Roja*

El consumidor de *La Roja* se diferencia de los consumidores de los tabloides de nota roja por varias razones, la principal es que el producto cultural en cuestión se edita a manera de suplemento dentro de un

diario cuya información es de diversa índole, y que no se limita a la información del tipo de la nota roja.

Es decir, a diferencia de lo que ha sucedido en otras latitudes, donde los diarios prefieren crear un nuevo medio que se dedique exclusivamente al género en cuestión, para evitar así su desprestigio, los editores del *Diario de Chiapas* prefirieron no deslindarse de los contenidos relacionados a la nota roja, y conservarles dentro de cada una de sus ediciones a manera de suplemento, modificando el formato. De tal manera que *La Roja* se ubica al centro de las ediciones del *Diario de Chiapas*, y al mismo tiempo puede tomarse y leerse por separado.

Aunque la portada se nutra de contenidos en materia política, la contraportada –como se analizó en el capítulo anterior– se dedica, casi en su totalidad, a notas sobre tragedias, muertes y sangre.

Es pues que el lector del *Diario de Chiapas* no es necesariamente lector de *La Roja*, ni el lector de *La Roja* necesariamente lector del diario; aunque cabe hacer mención que sí los hay.

Los lectores de *La Roja*

De acuerdo al grado de asiduidad, entendiendo a éste como la frecuencia con que se lee el producto cultural, podemos clasificar a los lectores de *La Roja* en tres: los que ojean, los que hojean y los que buscan.

Los primeros, los que ojean, son aquellos a los que les basta el rojo de un semáforo para echarle un vistazo al exhibidor de los periódicos y encontrarse con la contraportada del *Diario de Chiapas* y/o *La Roja*. Lo hacen casi todos los días en su tránsito al lugar de trabajo o cuando regresan a casa. Son lectores “de lejitos”, generalmente no interrumpen su camino y sólo alcanzan a ver de reojo. Les es suficiente un par de segundos para ver los llamativos encabezados y las fotografías de portada o del pliego central.²³ No son lectores de periódicos y

²³ Las características de los encabezados y las fotografías se explicitan en el Capítulo 3.

mucho menos están dispuestos a pagar por ellos. Su exposición al medio, en este caso a *La Roja* o a la contraportada del *Diario de Chiapas* sólo es circunstancial.

Los segundos, los que hojean, son lectores que disponen de mayor tiempo; son los que se hacen del *Diario de Chiapas* sin que el fin último sea consultar *La Roja*. Son los más frecuentes, los de mayor grado de asiduidad. Éstos, se detienen en las secciones Nacional, Metrópoli, Región, Deportes o Boga, hasta llegar a los contenidos de nota roja. Normalmente no compran los ejemplares. Se los puede ver rondando los puestos de periódicos, en las cafeterías –sobre todo del primer cuadro de la ciudad–, y en las oficinas o centros de trabajo.

Ya en *La Roja*, este tipo de lectores elige una o dos notas a partir de su encabezado o su fotografía, para luego detenerse en el sumario, y de parecerle interesante, leer la nota completa.

Los terceros, son aquellos que deliberadamente se hacen del *Diario de Chiapas* por consultar *La Roja*. En sentido opuesto a los que hojean, ven en la nota roja el fin último

para luego, en su caso, revisar las otras secciones. Son los menos frecuentes. Les es de suma importancia la contraportada porque a partir de ella identifican lo más destacado del día, a donde se dirigen inmediatamente después.

El contrato de lectura

Cuando hablamos de “contrato de lectura” hablamos de convenciones. A decir de Guillermo Sunkel (2005, p.97) “supone un modo de decir que tiene una identidad reconocida de modo más o menos equivalente por productores y consumidores”. Es decir, la congruencia entre la oferta de la industria cultural, materializada en este caso en *La Roja*, y lo que sus lectores demandan de ella: “desde el que se produce y se consume, esto es se lee y se comprende el sentido del relato” (Martín Barbero, 1987, citado en *La prensa sensacionalista y los sectores populares*: Sunkel, 2005). La lectura, dice Barthes (1990) “tiene una estrecha dependencia con respecto a mi cultura, a mi conocimiento del mundo”, y ésta a su vez, “es un contrato firmado entre creadores y consumidores” (p.67).

Para el caso específico que nos ocupa, el contrato de lectura entre *La Roja* y su público comprende siete ejes que se articulan entre sí: la noción de veracidad, la selección y jerarquización de la información, el humor y el habla popular, la noción de proximidad, la espectacularización, lo conversacional y la noción del grado de violencia.

La noción de veracidad

Los lectores de *La Roja* ven en las piezas periodísticas, textos fidedignos resultado de hechos consumados. En lo absoluto, los entrevistados dudan de la veracidad de las notas del suplemento.

Lo que sale aquí es verdad, pues. No censuran nada. En otros periódicos no lo sacan, aquí sí. Ahí esta la foto pues. La gente no se queda nada a la imaginación.

Esto se debe a dos elementos fundamentales en su construcción: la fotografía y los detalles en el cuerpo del texto.

La fotografía –como se menciona en el Capítulo 3–, al ser uso de su función de reiteración ²⁴ deviene en comprobadora de hechos, por lo que resulta casi imposible negar que lo que se dice es lo que se exhibe a manera de gráfico. Aunque vale la pena aclarar, que el gráfico al ser una imagen fija, retrata un momento en concreto y no como se asume, el suceso en su totalidad.

Es decir, el gráfico funciona también a manera de sinécdoque, porque ejemplifica el suceso a partir de un solo momento.

Por otro lado, el grado de detalle explicitado en el cuerpo de texto, obtenidos éstos –los detalles– en gran parte a través de testimoniales, y expresados a manera de narraciones, crean la ilusión de que el reportero estuvo en el desarrollo del suceso, e incluso, antes y después de que éste ocurriera, convirtiéndose implícitamente en testigo ocular, capaz de cronicar –aunque de forma muy escueta– y hasta fotografiar el suceso.

²⁴ La función de reiteración de la fotografía se explica en el Capítulo 3.

La noción de veracidad imposibilita el cuestionamiento de los hechos. Los lectores asumen, lo que es una representación, como realidad comprobable.

La selección y jerarquización de la información

Tal como sostiene Mauro Wolff (1987) sobre la lógica de integración de los contenidos de los medios, los editores de *La Roja*, día a día semantizan y jerarquizan la información; de tal modo que en ese ejercicio se incluyen unos mientras se excluyen otros, se preponderan ciertos sucesos y se minimizan otros; configurando una oferta deliberadamente estructurada, que el lector asume como única:

La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. El público además tiende a asignar a lo que incluye una importancia que refleja el énfasis atribuido por los mass media a los acontecimientos, a los problemas, a las personas (Wolff, 1987)

Los lectores de *La Roja* parten de que lo que es importante aparece en el suplemento y, a su vez, que lo que está en el suplemento, por el hecho de estarlo, no es algo menor, sino de gran importancia.

Trae cosas muy interesantes. Otros sacan cosas parecidas, pero me gusta más éste que saca cosas que otros no.

La selección de la información o “proceso de semantización” tiene que ver en un principio con lo que es susceptible de ser tratado como nota roja. En la edición del 20 de mayo, la contraportada del *Diario de Chiapas* presenta a tres pisos el titular “¡Rescatan a 36 migrantes de Asia y Centroamérica!”. Tal información, pudo aparecer en la sección *Metrópoli*, puesto que es algo poco común que tuvo cabida en Tuxtla Gutiérrez y que atañe a cuestiones más importantes que una simple operación policiaca. Se relaciona directamente con el flujo migratorio, con el contubernio de las autoridades en la frontera sur del país, con las cada vez más decisivas circunstancias que motivan la migración de las personas

de sus lugares de origen y, si se lo quisiera ver así, con una adecuada acción de los gobiernos local y federal para consumir un significativo rescate.

Sin embargo, el *Diario de Chiapas*, asume esto como nota roja por la relación delitos–migrantes. Hay algo más que una simple asociación ahí.

A ninguno de los entrevistados le saltó el tratamiento de la información a manera de nota roja, sino más bien, la identificaron con las notas sobre bandas delincuenciales como narcomenudistas, asaltantes de casa habitación, entre otros (*véase anexos 16 y 17*).

Una vez dentro del suplemento, la nota de la que hemos estado hablando, apenas alcanza una columna en la página 7 (a escala de grises); y encima no presenta gráfico alguno. En cambio, la página 5, a colores, con un gráfico amplio y prácticamente a media plana, aparece “¡Macheteado en riña callejera!”.

La jerarquización del medio, prepondera al macheteado sobre el rescate de los migrantes; y aunque se trate de un hecho “clásico” de nota roja, a los lectores de *La Roja* les parece adecuados la ubicación y el tamaño del espacio

otorgado a la nota sobre el macheteado respecto del rescate de migrantes (*véase anexo 18*).

El humor y el habla popular

El humor y el habla popular son recursos estilísticos que se usan moderadamente en las notas de *La Roja*. Generalmente se reservan para el título; su uso provoca empatía con los lectores, que encuentran en las páginas del suplemento los vocablos de sus contextos: “¡Se fue a estampar en una camioneta!”, “¡Lo visitaron amantes de lo ajeno!”, “Le volaron una llanta a su vehículo”, parecen frases sacadas de una plática de banqueta.

Existe un apartado especial dentro de *La Roja*, dedicado exclusivamente a fotos de chicas semidesnudas y chistes²⁵. En la edición del 27 de septiembre puede verse a una chica recostada de izquierda a derecha, que se cubre el seno izquierdo mientras deja expuesto el derecho. La fotografía ocupa prácticamente media plana de la página

²⁵ La descripción de *Chicas y risas* aparece en el Capítulo 3.

9. Apenas arriba de su cabeza, puede leerse un pequeño chiste que dice:

Una muchacha que tenía muchas pecas fue [sic] a la iglesia a confesarse. Se sienta y el padre le pregunta: - Pecas hija?, -Hasta en el c**o padre” [Se transcribe tal cual] (*véase anexo 19*).

El medio censura el lenguaje escrito por encima del gráfico. Los lectores manifiestan casi no haber leído “groserías” en *La Roja*, aunque en los temas sobre los que versan los chistes pueda denostarse a los gays o se mofen, inclusive, de violaciones sexuales. Para los lectores, ese humor no es ofensivo, ni siquiera molesto. Se trata más bien de algo que les distrae.

A mí no me molesta, yo a veces lo leo [la sección] y a veces no. Depende.

La noción proximidad

Una de las determinantes que motiva lectura de *La Roja* es la proximidad. Ésta puede ser física o emocional:

La proximidad del tipo físico tiene que ver con el territorio, según lo expuesto por Gilberto Giménez (2001, p.6), “se entiende por territorio el espacio apropiado por un grupo social para asegurar su reproducción y la satisfacción de sus necesidades vitales, que pueden ser materiales o simbólicas”. Es decir, para el caso de *La Roja*, territorio sería el espacio en que se desenvuelven cotidianamente sus lectores.

En su edición del 9 de abril, *La Roja* exhibe en su portada “Baleado en Las Águilas”, haciendo alusión a un fraccionamiento ubicado del lado oriente norte de la capital del estado. Uno de los entrevistados que vive por la zona asegura haber visto la nota. No fue necesario detenerse a leerla porque el encabezado incluía el suceso (la existencia de un hombre baleado) y el nombre del fraccionamiento (Las Águilas). Era de su interés saber que en la colonia en que vive hubo una persona muerta a tiros.

El medio por su parte, hace uso frecuente de la noción de proximidad en su jerarquización de la información. En *La Roja*, el pliego central, es decir, las páginas 5 y 6, normalmente son reservadas para sucesos de Tuxtla

Gutiérrez; los cuales son exhibidos a todo color y con los gráficos de mayor tamaño.

Lo mismo sucede con la contraportada del *Diario de Chiapas*. Recurriendo de nuevo al ejemplo del 25 de abril, en que la caída de un helicóptero que dejó a 4 personas fallecidas alcanza apenas un cintillo, mientras que una volcadura con un par de heridos valió para un titular a tres pisos, hace evidente que la jerarquización de la información tiene que ver con la percepción de proximidad de los lectores. La caída del helicóptero fue en Oaxaca, y por su parte, la volcadura en Tuxtla Gutiérrez.

Del mismo modo, los voceadores explotan la noción de proximidad de la que se habla. Haciendo homenaje a lo que les diera su nombre, vocean, *in situ* la nota. Estos vendedores de periódicos se valen de un altavoz para llamar la atención sobre los hechos que atañen a la zona que deambulan, invitando a los lugareños a adquirir un ejemplar para enterarse a detalle del suceso.

Por otra parte, la proximidad de tipo emocional tiene que ver con los tópicos o sucesos que se explicitan en los contenidos de *La Roja*. Si bien “el hecho se presenta como

excepcional”, tal como lo dicen Lara Klahr y Barata (2009, p.57), sobre las operaciones discursivas de la nota roja, los lectores logran establecer cierta empatía con los sucesos que son próximos a nivel experiencial, porque aunque éstos sean presentados como excepción, se trata de hechos repetitivos y continuos.

La nota del 13 de junio, “¡Acuchilla a su marido por golpeador!”, es más próxima a las mujeres que a los hombres; y todavía más si el lector –o en este caso la lectora– ha sufrido maltratos a nivel físico por parte de su pareja. Lo mismo sucede con los casos de suicidios, atropellamientos y accidentes. A los lectores les resultan próximos en la medida en que hayan experimentado algo similar, directa o indirectamente.

La espectacularización

La espectacularización de la vida cotidiana propiciada por los medios masivos de comunicación, ha generado una suerte de normalización ante el discurso violento. Series como *CSI: Crime Scene Investigation* o *Criminal Minds*;

programas de investigación como *Detectives médicos* o *Índice de maldad*; producciones cinematográficas como *Hostal* y *Kill Bill*; videojuegos como *Grand Theft Auto* y *Man Hunt*, configuran un discurso sobre una sociedad salvaje donde las normas sociales y las leyes son incapaces de contener las bajas pasiones de algunos sujetos, quienes sólo pueden encontrar satisfacción en el crimen.

La muerte es un enigma para los seres humanos. Desde el punto de vista del psicoanálisis, Freud (1998) supone que nuestra actitud hacia la muerte imposibilita su concepción, salvo a través de lo contingente: el accidente, la enfermedad, la edad avanzada. Sin embargo, en el inconsciente, –compuesto por mociones pulsionales– “cada uno de nosotros está convencido de su inmortalidad”.

Es pues que el hombre se relaciona con la muerte a través del fallecimiento de sus seres queridos, lo que provoca “que nos abstengamos de buscar peligros para nosotros y para los nuestros”, a costa de que “el juego de la vida” se empobrezca y pierda interés por no poder arriesgarse.

En consecuencia, según Freud, es en la ficción donde el hombre encuentra el sustituto de lo que le falta en la vida. Ahí “hallamos esa multitud de vidas que necesitamos. Morimos identificados con un héroe, pero le sobrevivimos y estamos prontos a morir una segunda vez con otro, igualmente incólumes”.

Para Octavio Paz el humor macabro de ciertos encabezados de los diarios, junto a la costumbre de comer panes y dulces el 2 e noviembre y los Cristos ensangrentados de las iglesias pueblerinas son muestra de uno de los rasgos más notables del carácter mexicano: la contemplación del horror (El laberinto de la soledad, 1999, p.26).

En la actualidad no es necesario recurrir a la literatura, el cine, o el teatro para experimentar a partir de la muerte del otro; *La Roja*, por ejemplo, podría hacer las veces de escaparate de lo trágico.

En ella constantemente se exhiben muertos, mutilados, desmembrados, desangrados en nombre del valor noticioso de los hechos. Sin embargo, este discurso violento del que forma parte, por fuerza de la repetición,

ha provocado una normalización generalizada. De tal modo que para hacerse notar, la oferta de *La Roja* es altamente sensacionalista.

Susan Sontang (2003, p.65) es lapidaria al decir “la conmoción puede volverse corriente”. La escritora entiende que las personas generamos mecanismos para protegernos de los que nos perturba; en una palabra *adaptación*. Así como se puede intentar apartar la vista de las imágenes que nos horrorizan, es posible, dice, “habituarse al horror de una imágenes determinadas”.

La edición del 18 de enero del *Diario de Chiapas* presenta una notable cobertura al accidente de una avioneta que despegaba del aeropuerto Ángel Albino Corzo. Todas las páginas de la edición de *La Roja* fueron dedicadas al suceso en que hubo además de la pérdida material, 8 muertos.

Lo conversacional

Por sus características de redacción²⁶, en la nota roja los hechos se presentan a manera de narraciones dramatizadas; en ocasiones con lujo de detalle. De tal manera que los sucesos se convierten en hechos cronicados por un tercero, quien además anexa una fotografía que prueba lo que dice.

Los gráficos también contribuyen a la narración de los hechos. Como se mencionó en el apartado sobre la noción de veracidad, la fotografía funciona a manera de sinécdoque. Hay todo un amplio repertorio de acciones que se eclipsan por el momento retratado; sin embargo, aunque se obvian ayudan a construir el mensaje. En la fotografía se sugiere más de lo que se enuncia. Dice Barthes, (1990) que “desde el momento en que hay un *punctum*²⁷, se crea (se intuye) un campo ciego”.

²⁶ En el Capítulo 2, bajo el subtítulo *de las notas* se presentan las operaciones discursivas que caracterizan a la nota roja.

²⁷ Véase página 66.

A pesar de la “literalidad” de las fotografías, el *campo ciego* del que habla el pensador francés, posibilita que los sujetos infieran, ya no lo que está sucediendo, sino lo que sucedió antes del momento retratado. De tal manera que en el imaginario entra en juego el pasado, y en su caso el futuro del momento “capturado”.

Empero, la fotografía propiamente dicha se realiza bajo la premisa de objetividad. En *La Roja* hay claros ejemplos del esfuerzo por ilustrar, no en un sólo momento, sino de manera más amplia, lo que se dice en el cuerpo de la nota.

En la edición del 25 de marzo, en la cotraportada del *Diario de Chiapas* se presenta “¡Mujer muere en fatal volcadura!”, acompañada de dos fotografías, una del auto volcado y otra de la mujer ensangrentada que yace en el piso; fotografías que se fusionan hasta integrarse en un solo gráfico (*véase anexo 2*).

En este caso, hay todo un esfuerzo por narrar el suceso a través de la articulación del título y las imágenes. De modo que, aquél lector que sólo ojea, puede hacerse de una idea aún más amplia tan sólo con detenerse par de segundos.

Este recurso del uso de gráfico para contribuir a la narración aunado a las características propias del cuerpo del texto de la nota roja permite a los lectores, sobre todo a los que hojean, iniciar una conversación.

Este tipo de lectores, como se menciona en el apartado “Lectores de la nota roja”, dedican tiempo a revisar los contenidos de *La Roja* y lo hacen preferentemente mientras están con otras personas. Por lo que les resulta sencillo iniciar una conversación con base en lo que están observando en el ejemplar: “¿Ya viste?” o “mira cómo quedó esta persona”, son frases hechas que preceden a narración del suceso, o en su caso, a la lectura del cuerpo de la nota.

Congruente al origen que Lara Klahr y Barata (2009) le atribuyen a la nota roja, cuando dicen que deviene de los relatos de espanto de Tenochtitlan, por un lado, y los pliegos de cordel, por otro; ambos referidos a hechos criminales, el lector de nota roja se convierte en ese relator de sucesos trágicos de antigua estirpe; y mientras lo hace, se sabe el centro de atención.

La noción del grado de violencia

Tal como se mencionó en el Capítulo 3, en el apartado dedicado al medio en cuestión, la contraportada del *Diario de Chiapas* es un espacio reservado casi en su totalidad para la nota roja. En ella se exhiben los sucesos más destacados del día.

La contraportada sirve en gran medida para aquellos lectores que ojean. En su configuración se hace patente el uso de sus gráficos, de sus titulares, de sus sumarios; la selección y jerarquización de la información, y sobre todo, de lo que el medio entiende como susceptible de tratarse como nota roja.

Tal discurso, cuando exhibe ediciones como las del 5 de junio, en que la contraportada prácticamente se tiñe de color sangre, contribuye a la formación de la opinión de los lectores en torno al clima de violencia que se vive. *(Véase anexo 20)*

Aunque no es definitiva, –hablamos de una mediación–, *La Roja*, junto a los rumores, la noticias en otros medios, entre otros, ayudan a formar opiniones sobre lo que puede

entenderse como una jornada apacible, o por el contrario, violenta.

Los lectores de *La Roja* se sienten cómodos; para ellos, la nota roja no es sinónimo de un producto morboso ni lleno de prejuicios. Al contrario, lo conciben útil para su vida cotidiana y sobre todo, veraz.

El uso de los gráficos y las características de redacción de las piezas periodísticas les parecen adecuadas; los prefieren frente a la forma en que se configuran las otras secciones que componen el periódico.

Para los lectores de *La Roja*, bien vale la pena dedicarle un momento a la información ahí publicada; para algunos, incluso, aun sea pagada.

CONCLUSIONES

Los consumidores de *La Roja* no son buscadores de tragedias, asiduos a contenidos sangrientos, morbosos insaciables; son sujetos que encuentran en el suplemento contenidos de utilidad para su vida cotidiana. Por ejemplo, la posibilidad de establecer un vínculo conversacional con su familia, compañeros de trabajo o vecinos a partir de los titulares, los sumarios, las piezas periodísticas y, por supuesto, las fotografías que se presentan edición tras edición.

Asimismo, la nota roja contribuye a que los sujetos se sientan informados. Por la forma en que se presentan los contenidos de *La Roja*, los sujetos le confieren un alto grado de confianza y la asumen como información veraz y comprobable.

Los editores de *La Roja* han configurado un producto próximo a sus lectores, pertenecientes en su mayoría a los sectores populares, que media sus percepciones sobre qué es importante saber y sobre la violencia que impera en el lugar en que viven.

REFERENCIAS

- Aguayo, Uriel. (2009, 14 de junio). La nota roja. En *Voz universitaria revista digital independiente*. Extraído el 10 de octubre de 2012, de <http://goo.gl/343zx>
- Barthes, Roland. (1990). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. España: Ediciones Paidós.
- Barthes, Roland. (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Berman, Marshal. (1981). *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. La experiencia de la modernidad. Buenos Aires: Siglo XXI, 1991.
- Brey, Antony. (2011). *La sociedad de la ignorancia*. (2a. ed.). Barcelona: Ediciones Península.
- Cortés, Paola. (2012, 15 de junio). Nota roja, testimonio “descarnado” de la realidad: Del Palacio Montiel. En *Veracruzanos.info noticias de Veracruz* y

México. Extraído el 6 de noviembre de 2012, de <http://goo.gl/jub3v>

Fernández, Eduardo. (2010). *Avatares y retos globales de una nueva era. Comunicación, cultura y poder en la sociedad de la información*. México: UACH-SPAUCH

Freud, Sigmund. (1998). Nuestra actitud hacia la muerte. En James Strachey (comp.), *Sigmund Freud obras completas* (pp.290-303). Bueno Aires: Talleres Gráficos Color Efe

Galindo, Jesús. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad cultura y comunicación*. México: Pearson

Gámez, Nora. (2007). El paradigma de la mediación; crítica y perspectivas. *Mediaciones sociales, revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación* (pp.195-213). España: Universidad complutence de Madrid.

- Gargurevich, Juan. (2002). La prensa sensacionalista en el Perú. Perú: Fondo Editorial de la Pontificia Univesidad Católica del Perú.
- Gentili, Pablo. (2002) *La exclusión y la escuela: el apartheid educativo como política de ocultamiento*. Extraído el 13 de febrero de 2013, de <http://www.inau.gub.uy/biblioteca/gentili.pdf>.
- Giménez, Gilberto. (2001). Cultura, territorio y migraciones. Aproximaciones teóricas. *Alteridades*, 11 (22) (pp. 5-14)
- Jameson, Fredric. (1999). *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo*. Buenos Aires: Manantial
- Lara, Marco y Barata, Francesc. (2009). *Nota (n) Roja. La vibrante historia de un género y una nueva manera de informar*. México: Debate
- Mayos, Goncal. (2011). La sociedad de la incultura ¿Cara oculta de la sociedad del conocimiento?, en *La*

sociedad de la ignorancia (pp.167-217)
Barcelona: Península

Martín-Barbero, Jesús (1993). La comunicación en las transformaciones del campo cultural. *Alteridades*, 3 (5) (pp. 59-68)

Martín-Barbero, Jesús (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: G. Gili, S.A. de C.V.

Martínez Mendoza, Sarrelly (2004). *La prensa maniatada. El periodismo en Chiapas de 1827a 1958*. México: Fundación Manuel Buen Día A.C.

Martínez Mendoza, Sarely (2006). Avatares de la prensa Chiapaneca. En Celia del Palacio Montiel (comp.), *Siete regiones de la prensa en México 1792-1950* (pp. 311-363). México: Universidad de Guadalajara

Martín Serrano, Manuel. (2007). *Prólogo. La mediación social en la era de la globalización*. (pp.1-24)
Madrid: Universidad Complutense de Madrid

- Marzal, Javier (2004). Propuesta de modelo de análisis de la imagen fotográfica. Descripción de conceptos contemplados: Universidad Jaume I
- Moles, Abraham. (1991). *La imagen. Comunicación funcional*. México: Trillas
- Monsiváis, Carlos. (1994). *Los mil y un velorios. Crónica de la nota roja en México*. México: Random House Mondadori S.A. de C.V.
- Monsiváis, Carlos. (2010, 21 de junio). Fuegos de nota roja. En *Blog de la redacción*. Extraído el 10 de noviembre de 2012, de <http://redaccion.nexos.com.mx/?p=1697>
- Nota roja. (s.f.). Extraído el 2 de noviembre de 2012, de <http://goo.gl/uFSqm>
- Orozco, Guillermo (1997) El reto de conocer para transformar. Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar, revista de educación en medios de comunicación*. (8) (pp.25-30) Andalucía. Extraído

el 10 de septiembre de 2013, de
<http://goo.gl/BNDwpT>

Ortiz, Renato. (1996). Cultura, comunicación y masa. En
Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo. Buenos aires: UQ

Ortiz, Renato. (2004). *Mundialización y cultura*.
Colombia: Convenio Andrés Bello.

Ramírez, Pilar. (2008, 17 de julio). Nota Roja. En
Periodistas en línea. Extraído el 25 de octubre de
2012, de <http://goo.gl/AZu9r>

Pasquali, Antonio. (1985). Comprender la comunicación.
Venezuela: Monte Ávila Editores.

Paz, Octavio. (1999). *El laberinto de la soledad*. (3. ed).
México. FCE.

Porter, Roy. (2003). *Breve historia de la locura*. México:
Fondo de Cultura Económica.

- Servín, J.M. (2010). *D.F. Confidencial. Crónicas de delinquentes, vagos y demás gente sin futuro*. México: Almadía
- Sodré, Muniz. (1998). *La idea*. En Reinventando la cultura. La comunicación y sus productos. Barcelona: Gedisa
- Sontang, Susan. (2003). *Ante el dolor de los demás*. Daruma. Epublibre.
- Sontang, Susan. (2006). *Sobre la fotografía*. México: Alfaguara.
- Sunkel, Guillermo. (2005). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá: Grupo editorial Norma
- Szurmuk, Mónica y Robert Mckee. (2009). *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*. México, D.F.: Siglo XXI Editores

- Tejeda, José Luis. (1998). La disputa de los modernos. En *Las fronteras de la modernidad* (pp.15- 64). México: Plaza y Valdés.
- Thompson B., John (1993). *Ideología y cultura moderna. Teoría social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana
- Touraine, Alain. (1994). El sujeto. En *Crítica de la modernidad* (pp.201- 230). México: FCE
- Touraine, Alain. (1994). Salidas de la modernidad. En *Crítica de la modernidad* (pp.201- 230). México: FCE.
- Vargas Llosa, Mario. (2012). *La civilización del espectáculo*. México: Alfaguara.
- Wolf, Mauro. (1987). La investigación de la comunicación de masas: Ediciones Paidós América S.A.

Zemelman, Hugo. (1998). La razón como construcción:
Un repaso histórico de planteamientos. En *Sujeto:
existencia y potencia* (pp.13- 54). Barcelona:
UNAM-Antropos

ANEXOS

TABLA DE EDICIONES 2013 DEL DIARIO DE CHIAPAS (P.I. DE 2)												
MES	EDICION	CONTRA / NO. NOTAS	FOTOS	FOTO DE MUJER	SUPLEMENTO / NO. PÁGS	MUJER	NOTAS	NOTAS TUXTLA	FOTOS	VIOLENCIA EXPLÍCITA	CHIESTES	
ENERO	02	SI/5	6	SI	SI/8	SI	15	3	31	15	SI	
	10	SI/7	11	SI	SI/8	SI	17	5	41	11	SI	
	18	SI/5	9	No	SI/8	No	6	2	32	2	No	
	26	SI/5	9	No	No	No	5	4	12	1	No	
	27	SI/3	2	SI	SI/8	SI	19					
FEBRERO	21	21	37				62	14	116	29		
	04	SI/1	1	No	SI/8	SI	13	2	31	13	SI	
	12	SI/5	4	No	SI/8	SI	14	6	32	11	SI	
	20	SI/4	3	No	SI/8	SI	14	3	35	9	SI	
MARZO	28	SI/3	3	No	SI/8	SI	14	4	40	14	SI	
	Vir:08	13	11				55	15	138	47		
	SI/4	8	No	SI/8	SI	SI	14	4	28	10	SI	
	SI/2	1	SI	No	No	No	5	2	8	2	No	
	Do:17	SI/4	3	No	No	No	7	1	8	3	No	
	Lu:25	SI/5	5	No	SI/8	SI	14	2	32	21	No	
	ABRIL	15	15	17				40	11	76	36	
		Lu:01	SI/3	2	No	SI/8	SI	13	4	29	12	SI
		Ma:09	SI/4	5	No	SI/8	SI	12	6	32	11	SI
		Mi:17	SI/4	7	No	SI/8	SI	13	4	27	6	SI
Jue:25		SI/7	8	No	SI/8	SI	14	8	36	8	SI	
MAYO	18	18	22				52	22	124	37		
	Vir:3	SI/3	4	SI	SI/8	SI	12	4	26	2	SI	
	Sa:11	SI/4	6	No	No	No	4	3	11	6	No	
	Do:12	SI/2	2	SI	No	No	7	1	7	0	No	
	Lu:20	SI/3	2	SI	SI/8	SI	12	6	30	1	SI	
JUNIO	Ma:28	SI/4	2	No	SI/8	SI	13	6	30	13	SI	
	Mie:5	SI/4	8	No	SI/8	SI	14	7	35	16	No	
	Jue:13	SI/5	6	No	SI/8	SI	13	6	32	6	SI	
	Vir:21	SI/4	3	SI								
	Sa:29	SI/1	1	No	No	No	5	2	10	3	No	
	Do:30	SI/1	1	No	No	No	6	0	6	1	No	
	15	15	19				39	15	83	26		

MES	EDICIÓN	CONTRA / NO. NOTAS	FOTOS	FOTO DE MUJER	SUPLEMENTO / NO. PAGS	MUJER	NOTAS	NOTAS TUXTLA	FOTOS	VIOLENCIA EXPLÍCITA	CHISTES
JUL	Lun8	SI/1	1	No	SI/8	SI	13	6	25	1	SI
	Mar16	SI/1	1	No	SI/8	SI	14	7	27	2	SI
	Mie24	SI/1	1	No	SI/8	SI	14	5	33	5	SI
		3		3				41	18	85	8
AGO	Jue1	SI/1	1	No	SI/8	SI	14	4	33	2	SI
	Vie9	SI/1	1	No	SI/8	SI	14	4	32	2	SI
	Sáb17	SI/1	1	No	No	No	7	3	7	2	No
	Do18	No	0	No	No	No	6	1	7	2	No
	Lun26	SI/1	1	No	SI/8	SI	13	7	34	12	SI
		4		4				54	19	115	20
SEPT	Mar03	SI/1	1	No	SI/8	SI	14	4	30	11	SI
	Mie11	No	0	0	SI/8	SI	14	5	37	10	SI
	Jue18										
	Vie27	SI/1	1	No	SI	SI	14	7	26	5	SI
OCT		2	2				42	16	93	26	
	Sab05	No	0	No	No	No	6	3	9	5	No
	Do06	No	0	No	No	No	7	1	8	3	no
	Lun14	SI/1	1	No	SI/8	SI	14	8	41	9	SI
	Mar22	SI/1	1	No	SI/8	SI	14	5	29	9	SI
	Mie30	No	0	No	SI	SI	14	6	34	4	SI
NOV		2	2				55	23	121	30	
	Jue07	SI/5	6	SI	SI/8	SI	16	7	29	8	SI
	Vie15	SI/1	1	No	SI/8	SI	14	5	33	13	SI
	Sáb23	SI/1	1	No	No	No	6	1	10	4	No
	Do24	SI/1	3	No	No	No	7	2	12	0	No
DIC		8	11				43	15	84	25	
	Lun02	SI/1	1	No	SI/8	SI	16	6	33	11	SI
	Mar10	SI/1	1	No	SI/8	SI	15	9	32	9	SI
	Mie18										
Jue26	SI/1	1	No	No	No	6	1	11	5	No	
	3		3				37	16	76	25	
	120		147				570 notas			351	



R. 5

¡Carro asesino ACABÓ CON SU VIDA!

Diario de Chiapas

M.R.

Director General: Gerardo Toledo Coutiño - Lunes 25 de Marzo de 2013 - Año 38 - 2da Época - No. 9792 - 136 páginas - 6 Secciones - \$7.00

Tuxtla

¡Mujer muere EN FATAL VOLCADURA!



R. 4

¡FALLECE INGENIERO DE UN PARO CARDIACO!



Tuxtla

R. 4

¡DETIENEN A EX PRESIDENTE MUNICIPAL DE TAPACHULA EN CENTRO NOCTURNO!



Tapachula

P&B

¡HERMANOS MUEREN AHOGADOS EN EL RÍO GRIJALVA!

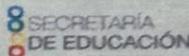
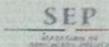
R. 2

En las metrópolis almor...

Diario de Chiapas

LA VERDAD IMPRESA

Director General: Gerardo Toledo Coutiño - Sábado 29 de Junio del 2013 - Año 37 - 2da Época - No. 9881 - 105 páginas - 7 Secciones - \$7.00



Portal de Liderazgo y Calidad Total de Escuelas Particulares en Chiapas



UNIVERSIDADES EN CHIAPAS CON SINÓNIMO DE

CALIDAD

Ejercicio de Transparencia y Evaluación del Servicio Educativo

INSTITUCIÓN

- Tecnológico de Monterrey
- Universidad del Sur
- Universidad del Valle de México
- Escuela Bancaria y Comercial

RANKING

- Liderazgo Internacional
- Calidad Total
- Calidad Total
- Calidad Total

CONSULTA: www.calidad.sep.gob.mx

RESPONSABLE DE LA PUBLICACIÓN

CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE INDICADORES EDUCATIVOS A.C.



email: ciie@outlook.com

ESTE MATERIAL NO SALE DE LA BIBLIOTECA DE LA UNIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

En las mejores plazas
Módulos de atención

¡RESCATAN A 94 MIGRANTES QUE VIAJABAN EN UN TRÁILER!

R-7



LA VERDAD IMPRESA

Diario de Chiapas

M.R.

Director General: Gerardo Toledo Coutiño - Miércoles 24 de Julio del 2013 - Año 37 - 2da Época - No. 9906 - 120 páginas - 7 Secciones - \$7.00

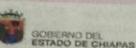
Si tú callas, también maltratas



Ante la violencia contra la mujer
¡Denuncia! en:

- 8 FISCALÍA ESPECIALIZADA
- 8 EN PROTECCIÓN A LOS
- 8 DERECHOS DE LA MUJER

SECRETARÍA PARA EL DESARROLLO Y EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES



CHIAPAS NOS UNE

ESTE MATERIAL NO SALE DE LA BIBLIOTECA

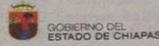
Módulos de atención En las mejores plazas



Director General: Gerardo Tolcan Centiño - Jueves 26 de Diciembre del 2013 - Año 37 - 2da Época - No. 10057 - 120 páginas - 7 Secciones - \$7.00



PROCURADURÍA
GENERAL DE JUSTICIA
DEL ESTADO



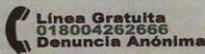
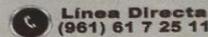
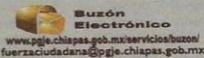
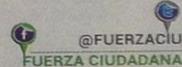
GOBIERNO DEL
ESTADO DE CHIAPAS
CHIAPAS NOS UNE



FUERZA CIUDADANA CENTRO ESPECIALIZADO DE DENUNCIA

Este es un servicio que permite recibir, evaluar y dar seguimiento a las denuncias ciudadanas que podrán realizarse, a través de las líneas gratuitas, aplicación móvil, buzón postal y página de internet.

Mecanismos de Denuncia



¿Qué puedes denunciar?

- Corrupción
- Fraude
- Narcomenudeo
- Trata de Personas
- Robo a Casa Habitación
- Violación
- Abuso Sexual
- Extorsión Telefónica
- Violencia Intrafamiliar
- Amenazas
- Secuestro
- Abuso de Autoridad
- Robo
- Persona Desaparecida
- Otros



18a

**AMENAZÓ A
SU ESPOSA CON
UNA ESCOPETA!**



Pág.6

Cintalapa

**¡LOS ATRAPARON
SAQUEANDO
UN NEGOCIO!**



Pág.3

Tuxtla Chico

Pág.2

**¡BUSCABAN COMPRADOR
Para un kilo de coca!**



La Roja

EDITOR: ANGELES MARTINEZ - EDITOR GRÁFICO: SAM MIZ

26 DE AGOSTO DE 2013

Tuxtla

Pág.4



**¡PEDRADA
SANGRIENTA
POR UN TRAGO DE AGUARDIENTE!**



En: Miguel Pedraza, Karina Gómez, Diana Louisa, Héctor Jiménez, Edmundo Silva, Adilma...

LA ROJA
• Viernes 9 de Agosto de 2023



¡CUATRO LESIONADOS AL CHOCAR COLECTIVO CON AUTOMOVIL!

Entre las víctimas hay un niño de 6 años de edad. El choque ocurrió en la 11a. Oriente y 4a. Norte.

ALBERTO FERRALL

Cuatro personas, entre ellas un menor de edad, son, entre un colectivo y un vehículo particular, ocurrido en el cruce de la 11ª Oriente y 4ª Norte de esta capital. Recibió el impacto un autobús con matrícula Nissan, de la ruta 2116, con placa de circulación 387-6068, transportando en su interior a 11 personas. Al llegar al vehículo motor Nissan tipo Sprinter, con placa de circulación DF-10-96, tripulado por Karla Elena Rovelo Apollari, que circulaba en dirección a la zona lesionados Paula Yaremi Muñoz, Aurelio N. de 6 años de edad, Manuel Alberto García Ramírez, de 29 años, Isabel Aurelia Hernández, de 54 años, quienes fueron atendidos en el lugar por paramédicos de la Cruz Roja. Cabe señalar que en el sitio del accidente los agentes de tránsito tienen la responsabilidad por los daños y los gastos médicos de las víctimas.



LA ROJA
• Viernes 9 de Agosto de 2023

Tuxtla

¡NO VIERON LA LUZ ROJA DEL SEMAFORO!

Uno de los conductores se pasó el semáforo ubicado en el cruce de la 5ª. Norte y 4ª. Poniente de esta capital.

ALBERTO FERRALL

Por la falta de precaución de dos automovilistas al no respetar el semáforo, protagonizaron un accidente en la 5ª. Norte y 4ª. Poniente de esta capital, el viernes cuando Patricia Figueras Méza condujera un vehículo rojo Mazda D86, 19-68, resacasando de un auto rojo sobre la 4ª. Poniente.

Al llegar al cruce con la 5ª. Norte se impactó un vehículo rojo con placas de circulación D86-19-637, conducido por Humberto Méndez, al intentar dar vuelta a la izquierda.



grado por carecer, usual de los choques se pasó a la luz roja del semáforo generando un impacto que ocasionó el fallecimiento de una persona y dos resultaron con daños materiales, por lo que fue necesaria la intervención de los agentes de tránsito para dar curso a la defunción y el posterior corte de paso.

Tuxtlián

¡TRÁGICA MUERTE SUFRIÓ "LA POPOCHAL"

DANIEL GONZÁLEZ

Un vendedor de frutas perteneciente a la comunidad de la ciudad de forma instantánea al ser atropado por un vehículo que se movía a alta velocidad en la carretera a contravía a la altura de la parroquia del camino La Pango, de esta localidad, se registraron dos víctimas fatales y una persona averiguada, al fallecer a las 05:00 horas, cuando el mismo se movía en dirección a Tuxtlián, en la Polvo y Maíz, a cargo del conductor de la línea de autobuses de la Policía Municipal y el jefe de la Municipalidad de Tuxtlián, en el momento del accidente. Cabe señalar que los familiares de la víctima fallecida se encuentran en el camino La Pango, a la altura del camino de la parroquia, esperando a que llegara el cuerpo al domicilio de la familia para ser enterrado. Los uniformados localizaron al cuerpo en un punto de la vía.

Por el cuerpo de un hombre completamente destruido del cráneo, el cual fue encontrado en el camino "La Pochochal", que a diario pasa a comprar sus productos al mercado de esta localidad, se registraron dos víctimas fatales y una averiguada, al fallecer a las 05:00 horas, cuando el mismo se movía en dirección a Tuxtlián, en la Polvo y Maíz, a cargo del conductor de la línea de autobuses de la Policía Municipal y el jefe de la Municipalidad de Tuxtlián, en el momento del accidente. Cabe señalar que los familiares de la víctima fallecida se encuentran en el camino La Pango, a la altura del camino de la parroquia, esperando a que llegara el cuerpo al domicilio de la familia para ser enterrado. Los uniformados localizaron al cuerpo en un punto de la vía.



teatro "InEstable"

2
TEATRO

ISE ATORÓ EN UN ÁRBOL POR INTENTAR CORTAR UN MANGO!

ALBERTO FERRAZ

Un misterio rodea a un árbol de mango, porque cuando se intentó cortar un mango, el árbol se inclinó y cayó sobre un árbol de mango. El incidente ocurrió en el pueblo de los Hornos, donde se encuentra el monumento a la Independencia de México.

El árbol se inclinó y cayó sobre un árbol de mango, cuando se intentó cortar un mango. El incidente ocurrió en el pueblo de los Hornos, donde se encuentra el monumento a la Independencia de México.

En su secar el pie, lo atoró más y ya no pudo zafarse, en su desesperación se lesionó la pierna y así permaneció inactivo durante dos horas, hasta que un agricultor y el primer médico que acudieron rescatistas de Protección Civil Municipal quienes lo bajaron y trasladaron a la Cruz Roja Mexicana.



TEACCHULA



ISE LLEVAN DE CORBATA A IMPRUDENTE MOTOCICLISTA

DAIBEL GONZALEZ

Un motociclista que manejaba por lo que fue auxiliado por paramédicos de Protección Civil, quienes lo trasladaron a un hospital.

Los hechos sucedieron a las 21:30 de la noche del miércoles, cuando Juan Antonio Gómez, de una motocicleta marca Suzuki de color gris, con placas de circulación 2WFL8, transitando de norte a sur sobre el Boulevard Aníbal Guzmán, se atravesó de repente a un imprudente taxi, que iba sobre el mismo sentido de norte a sur.



ILE DIO UN ARRIMÓN A UN COLECTIVO!

ALBERTO FERRAZ

Un colectivo que circulaba por el Boulevard Aníbal Guzmán, se atravesó de repente a un colectivo que iba sobre el mismo sentido de norte a sur.

El incidente ocurrió en el pueblo de los Hornos, donde se encuentra el monumento a la Independencia de México.



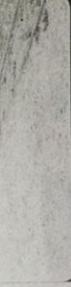
LA ROJA

IDIO VUELTA EN "U" Y GHOGÓ CON UN TAXI!

ACTIBES

Una conductora que dio la vuelta en "U" en un taxi, se atravesó de repente a un taxi que iba sobre el mismo sentido de norte a sur.

Los hechos fueron a las 13:40 horas de ayer jueves, cuando una conductora de un taxi de color rojo, con placas de circulación DIF- 97-20, dio la vuelta en "U" y se atravesó de repente a un taxi que iba sobre el mismo sentido de norte a sur.

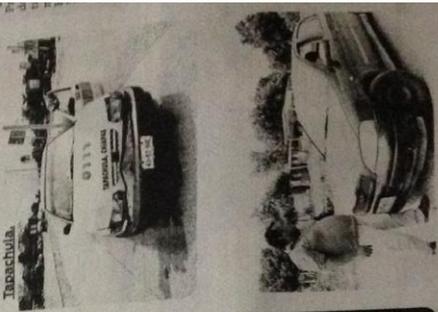


IDELINCUENTES ASALTAN A DOS ESTUDIANTES!

POMU VITI

Los ladrones que asaltaron a dos estudiantes que iban en una motocicleta.

El hecho ocurrió el día de ayer jueves, cuando dos estudiantes que iban en una motocicleta, se atravesaron de repente a un colectivo que iba sobre el mismo sentido de norte a sur.



Diplomado en Masaje

LA ROJA

Viernes 17 de Mayo de 2013

Trabachula

¡AMENAZA DE BOMBA EN LA UNIDAD ADMINISTRATIVA!

Patricia Serró

Una amenaza de bomba en la Unidad Administrativa...
...del lugar al...
...del lugar al...
...del lugar al...



...del lugar y...
...del lugar y...
...del lugar y...

¡ANDABA PRESUMIENDO SUS "MISERIAS"!'

Francisco Acituno

Un sujeto que...
...del lugar y...
...del lugar y...



...del lugar y...
...del lugar y...
...del lugar y...

Caras y Rims CHISTES SOLIDOS

Un hombre va a la peluquería y le dice al encargad...
...del lugar y...
...del lugar y...



No obstante, la...
...del lugar y...
...del lugar y...

LA ROJA

Viernes 17 de Mayo de 2013

TROBAN 28 MIL PESOS DE LAS OFICINAS DE HACIENDA DEL ESTADO!

J. VELAZCO

Deliberaciones...
...del lugar y...
...del lugar y...

...del lugar y...
...del lugar y...
...del lugar y...

Villacorzo



...del lugar y...
...del lugar y...
...del lugar y...

México

Tabasco



ICUSTODIOS A EMBRIGAN A RECLUSAS EN PENAL!

Camelidos del Centro de Rehabilitación...
...del lugar y...
...del lugar y...

...del lugar y...
...del lugar y...
...del lugar y...

IVOLCAN DE MICHA DEJA 13 LRS

Al menos 13 personas...
...del lugar y...
...del lugar y...

...del lugar y...
...del lugar y...
...del lugar y...

Tepic



pág.2

¡SE LLEVAN DE CORBATA A IMPRUDENTE MOTOCICLISTA!



LA TRINITARIA....

¡RESCATAN A 4 MENORES VÍCTIMAS DE TRATA!

Pág.7

La Roja

EDITOR: ANGELES MARTINEZ · EDITOR GRÁFICO: HUMBERTO CASTRO · 08 DE MARZO DE 2013

Tuxtla



Pág.4

¡SE INCENDIA VEHÍCULO

TRAS ESTAMPARSE EN UN MURO!

Chicas
Pág. 6

La Roja

EDITOR: ANGELES MARTINEZ - EDITOR GRÁFICO: SAM MITZ

22 DE OCTUBRE DE 2013



Tuxtla

DETienen a 7 NARCOMENUDISTAS!



Tuxtla

Pág. 6

¡TREMENDA GOLPIZA LE DIERON A UN JOVENCITO!



E-mail: peppepo@hotmail.com

is R. C
xtla G

Como
os lo n
cionan
e trae
lo me
Arte
odo i
in del
pel
final,
ahi pr
ño bi
la cin
nolde
ndo y
asi c
Canat
despu
ensa d
mbiel
esente
na Ci
tulo C
Films
ación
ritora
ta abo
des en

Te

tonio
ritán, C

IDIFM
atro d
m a la
rescat
s que
Puebl
ad cul
Comi
enes a
no "L
13.
ticho e
jueves
onia N
mera e
elbarri
y la ter
rio de
la Sen
a Caral
mbrey
viembre
win" a
arde.
remias
,000.0
agrar \$
00.00,
do por
seriene

LA MÁQUINA SE MEDIRÁ AL AMÉRICA en la final



Director General: Gerardo Toledo Cerfán • Lema: 20 años Mayra • 2015 • Año 26 • Número 1456 • 1.50 páginas • 4 Secciones • \$2.00

TUXTLA

¡RESCATAN A 36 MIGRANTES de Asia y Centroamérica!

Se encontraban abandonados en una comunidad del municipio de San Juan Chamula. R-7



Después de más de una semana de búsqueda, se rescató a 36 migrantes en el área de la Lacandonal, Chiapas y Guatemala. Ellos Chantel, Yax, Guadalupe y los hijos de la familia...

¡CONSUME EL FUEGO

más de 100 hectáreas en la Lacandonal!



Pag. 113

Emma Watson luce su encanto

¡CONSTRUYE TU CASA CON EL MEJOR MATERIAL DE VIVIENDA!



Tuxtla

R-2

En las mejores plazas

Los trabajos y los días

LA ROJA
Lunes 20 de Mayo de 2013

Los tres señores acallaron la feria de Comercio de Consumo Z. Durante la detección fueron recuperados cinco televisores Samsung de 32 pulgadas, 1 DVD y 16 con dos buffer de memoria. Además de un vehículo de la marca Ford Explorer con placas de circulación DPE 8910 del estado de Chapingo.

El personal del grupo internacional desmoronó a tres jóvenes, quienes se acapitaron su participación en el emprendido de la empresa Comercializadora de Productos de Consumo Z. Estas acciones participaron efectivos de la Procuraduría General de Justicia del Estado (PGE) y Secretaría de Seguridad Pública Municipal (SSPM), así como parte de la integración de la averiguación previa 3391/CO49-272/2013 que realiza la Fiscalía de Distrito Promotor Comunitario de Justicia con violencia y Asociación de



LA ROJA
Lunes 20 de Mayo de 2013

licencias. Los detenidos fueron llevados a las oficinas de la Secretaría de Justicia del Estado de Chapingo. Los detenidos fueron llevados a las oficinas de la Secretaría de Justicia del Estado de Chapingo. Los detenidos fueron llevados a las oficinas de la Secretaría de Justicia del Estado de Chapingo.



IMAGHETEADO en ríñn callejera!

Alonso Ferral



Un hombre fue macheteado en una ríñn callejera, ocurrida en la tarde de este día. El hecho se dio a conocer en esta ciudad. Los hechos se dieron alrededor de las 17:00 horas, del sábado sobre la avenida de la Cruz, en la zona de Donaldo Colosio, cuando Roberto Sánchez, de 68 años, fue atacado a machetazos por un sujeto desconocido. El resagernario resultó gravemente lesionado, por lo que los colomos fueron trasladados a un hospital. Los paramédicos de la Cruz y a los médicos, el herido fue trasladado al Hospital Regional para recibir atención médica. La víctima presentaba por lo menos cuatro machetazos, uno en la pierna, en el hombro y dos en la cabeza. El hecho fue reportado a la Secretaría de Seguridad Pública Municipal acudiendo al lugar para tomar datos de la víctima y del agresor.

IBORRACHOS CAEN A UN CANAL DE AGUAS NEGRAS!

Algunos borrachos se caen a un canal de aguas negras. Los hechos ocurrieron en la zona de la colonia Popular, cuando un grupo de personas se emborrachó y se cayó a un canal de aguas negras. Los hechos ocurrieron en la zona de la colonia Popular, cuando un grupo de personas se emborrachó y se cayó a un canal de aguas negras.



■ "Prohibido Amar", por Azteca Trece...

Ari Telch: entrevista exclusiva

Vía telefónica, el



Comián

¡MOTORA A HONDUREÑA EN SU CASA

Ada Iveth Morales

Una mujer, de nacionalidad hondureña, fue sorprendida en su hijo de tan sólo cuatro años de edad, por un sujeto que la atacó con un arma blanca dentro de su domicilio.

El hecho ocurrió en la noche del miércoles, en el interior del domicilio ubicado en la 2ª Calle Sur y 12ª Avenida Progreso, del barrio de Santa Ana de Comián.

Tras esta agresión, la madre de edad comentó a través una llamada que llamó la atención de la policía, que ella se encontraba al lado de su hijo y que estaba pasándole un objeto que se encontraba en el cuerpo traido en el piso, en que originaría de Honduras.



mediante el frotamiento de las acciones enfocadas a combatir el robo de vehículos en la entidad, y Tuxtla Gutiérrez, haciendo un total de 24 vehículos en los que va de los municipios de Comián y Tuxtla, Estatal de Chiapas, en la comisaría de Tuxtla, del municipio de Tuxtla.

Ante el hallazgo, de inmediato dieron aviso a las corporaciones policíacas, quienes al llegar al domicilio, se dio cuenta de la moto robada, por lo que acordaron el traslado de la misma a la comisaría de Tuxtla.

Después de la información que se dio a la policía, se dio a conocer que la moto robada es una Honda de 150 cc, modelo 2007, de color rojo y negro, que originaría de Honduras.

Tuxtla

¡POLICIAS RECUPERAN TRES UNIDADES ROBADAS!

Con este decomiso, suman un total de 24 vehículos recuperados en lo que va del mes de septiembre.



En el municipio de Comián, la Policía Municipal de Tuxtla recuperó tres unidades robadas en los municipios de Comián y Tuxtla, Estatal de Chiapas, en la comisaría de Tuxtla, del municipio de Tuxtla.

En una segunda acción, realizada el día 27 de septiembre, se recuperó una unidad robada en el municipio de Comián, en la comisaría de Tuxtla, del municipio de Tuxtla.

En el municipio de Comián, la Policía Municipal de Tuxtla recuperó tres unidades robadas en los municipios de Comián y Tuxtla, Estatal de Chiapas, en la comisaría de Tuxtla, del municipio de Tuxtla.

LA ROJA
Viernes 27 de Septiembre de 2013

Ocozingo

¡TRAS LAS REJAS HOMICIDA DE UNA MENOR!

Se trata del probable responsable de la muerte de Amalia Cruz Hernández de 16 años, localizada el siete de julio en el municipio de Ocozingo.

En las últimas horas, el decomiso de una unidad robada en los municipios de Comián y Tuxtla, Estatal de Chiapas, en la comisaría de Tuxtla, del municipio de Tuxtla.

En el municipio de Comián, la Policía Municipal de Tuxtla recuperó tres unidades robadas en los municipios de Comián y Tuxtla, Estatal de Chiapas, en la comisaría de Tuxtla, del municipio de Tuxtla.

En el municipio de Comián, la Policía Municipal de Tuxtla recuperó tres unidades robadas en los municipios de Comián y Tuxtla, Estatal de Chiapas, en la comisaría de Tuxtla, del municipio de Tuxtla.

Chicas y Risas



Una muchacha que tenía muchas penas fue a la iglesia a confesarse. Se sintió mejor y le preguntó: "¿Hasta en el c*o padre?"



LA ROJA
Viernes 27 de Septiembre de 2013



Sinaloa

¡ACRIBILLAN A TRES PERSONAS EN TIRO EN UN BARRIO DE GUAYMAS!



En el municipio de Guaymas, Sinaloa, tres personas fueron asesinadas en un tiroteo que ocurrió en un barrio de la ciudad.

El hecho ocurrió el día 26 de septiembre, cuando un grupo de personas se encontraba en un local de la zona.

Después de la agresión, la madre de edad comentó a través una llamada que llamó la atención de la policía, que ella se encontraba al lado de su hijo y que estaba pasándole un objeto que se encontraba en el cuerpo traido en el piso, en que originaría de Honduras.



El tiroteo originó la muerte de tres personas y dejó a tres más heridas. Los hechos ocurrieron en un barrio de Guaymas, Sinaloa.

ATLA...
**NARCOMENUDISTAS
A PRISIÓN!**

La Roja

Sección: Anuncios Matutinos - Sección: Noticias - San Vito
Tuxtla

Sab 20 de Julio de 2013



VILLACONTO...
**¡HALLAN
CADÁVER
PUTREFACTO!**

PÁG. 3



**¡POLICIA MUERE
ATROPELLADO
POR CARRO FUGITIVO!**

El agente de la Policía Estatal Preventiva, intentó cruzar la carretera Tuxtla-La Angostura, a la altura del kilómetro 1, pero desafortunadamente fue arrollado por un automóvil que iba a exceso de velocidad.

Pág. 4

013
leato)
QR code
FOTO: CAROL GUERRERO MENDOZA
BIBLIOTECA CENTRAL DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA