



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 3º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

[Enero de 2000]

Amarillo en prensa: El Heraldo de la Tarde

Lic. Felipe de Jesús Fierro Alvírez ©

Chihuahua (México)

Objetivo

El objeto de este trabajo es analizar sobre la base de los parámetros del libro "Amarillo en prensa", del doctor José Manuel de Pablos, las identidades del periódico sensacionalista por excelencia en la ciudad de Chihuahua (México) como lo es el diario El Heraldo de la Tarde.

Antecedentes:

Fundado en 1964, El Heraldo de la Tarde es el segundo diario en antigüedad en la ciudad y ocupa el mismo lugar en tiraje, aunque el tercero en influencia política, luego de El Heraldo matutino y El Diario.

Concebido como uno de los periódicos típicos de nota roja, El Heraldo de la Tarde es miembro de la Organización Editorial Mexicana, una de las cadenas de periódicos más importantes de Latinoamérica, con 68 diarios en todo el país.

Con un formato estándar de los periódicos americanos, El Heraldo de la Tarde se imprime diariamente, con excepción de los domingos.

Es sinónimo de amarillismo en la ciudad, por ejemplo es común decir que "salió en El Heraldo de la Tarde" para referirse a que ya todo mundo lo sabe, o comentar que es "reportera" de El Heraldo de la Tarde para dar a entender que es una persona muy chismosa.

Sin embargo, la pregunta es ¿qué tan amarillo es el periodismo que se practica?, ¿porqué decimos que el gualda es su estrategia?

Eseo es el objetivo del presente estudio.

Estructura

El Heraldo de la Tarde es un periódico tamaño americano estándar de 78 picas por 21 pulgadas, impresión a color en primera y última página y en centrales.

Es el único periódico vespertino de la ciudad de Chihuahua, que cuenta con 800 mil habitantes aproximadamente.

Por páginas el periódico se integra de:

1. Primera plana, información local, con una cabeza principal a dos pisos de 230 puntos en tipo de letra Impact en color rojo. Normalmente la información principal trae una foto de cinco columnas ¿la extensión de la plana son ocho columnas de ancho - que soporta la nota principal.
2. La página dos es una sección "visión" con problemas ciudadanos, no propiamente policíacos.
3. La página tres trae la sección "de la portada" con pases de la primera o notas policíacas y lleva publicidad.

4. La página cuatro es un reportaje de carácter nacional o internacional.
5. La página cinco es la sección de deportes.
6. La página seis se ocupa con esparcimiento, con crucigramas, cartelera cinematográfica y una columna vulgar o de comentarios con chistes de doble sentido denominada ?Flavio y su política?.
7. La página siete va de espectáculos, con una foto destacada de mujeres con poca ropa, no desnudos totales, notas de la farándula, la guía de la televisión y algún anuncio para cines de varias equis.
8. La página ocho repite la dosis de la primera con una nota policiaca cabeceada en dos pisos en rojo y un tipo Impact de 230 puntos, acompañada de una foto amplia, de mucha sangre o relacionada con la nota principal.

Muestra de estudio y procedimiento

En el análisis de este trabajo se escogieron dos semanas correspondientes a la fecha 31 de agosto al 10 de septiembre, excepto los domingos que como mencionamos no se publica.

Se tomó como objeto de estudio sólo la nota principal de cada edición.

Los parámetros fue la lista de principales características de la prensa amarilla, que aparece en el libro ?Amarillo en prensa? del doctor José Manuel de Pablos Coello.

Los puntos de análisis fueron:

El paradero desconocido
La verdad no es maquinal
La vehemencia, mala compañera
Rebasar la crítica política
No hemos de adelantar la noticia sin serlo
Simplemente acusada
Evítese la nomenclatura bélica en la información cotidiana
El morbo, la sangre el dolor... ajenos
La réplica tiene un tono o la falta de confirmación es resbaladiza
El uso de la voz suicidio como fórmula amarilla
Se confunde el rosa con el amarillo
La polémica, como pulso
Toda manipulación del dolor es amarillo
Vulnerar le orden del protocolo tiene color gualda
El horóscopo siempre es mentira
Las mismas noticias, igual trato
Desnudo de mujer, mente amarilla
Las noticias de infidelidades no son periodismo
Destacar desafectos personales tampoco es periodismo
Entrar en nombre y apellidos es amarillo limón en España
Las listas negras son puro amarillo
Respeto al deficiente mental
La especulación no es periodística
En prensa, todos somos iguales
El origen geográfico no origina el delito
No hay necesidad de voces vulgares
No se debe mezclar a los parientes de quien comete delito
Ni héroes ni villanos
Gallardías en las réplicas
Lo que diga la persona y sólo eso
Lo que diga la noticia y no más de lo que informe

La ficción en prensa es amarilla si se quiere hacer pasar por realidad

Las cabezas de las notas principales en el estudio de referencia fueron: (se respetan textualmente)

1. 31 de agosto.- 51 ACCIDENTES VIALES EN LAS ULTIMAS 24 HORAS.
2. 1 de septiembre.- RESCATAN A NIÑOS ABANDONADOS
3. 2 de septiembre.- MUJER PLAGIADA SE ARROJO DEL CAMION
4. 3 de septiembre.- ATROPELLAN Y MATAN A HOMBRE
5. 4 de septiembre.- ASALTARON AUTOBUS
6. 5 de septiembre.- EJECUTA EL NARCO A JOVEN MUJER
7. 7 de septiembre.- Iracundo Tránsito Agrede a Guiador
8. 8 de septiembre.- Acusan a Policías por Extorsión y Secuestro
9. 9 de septiembre.- Consignación a G. Ramos Becerra
10. 10de septiembre.- Alto a Choferes Drogos; Tránsito

Las incidencias de amarillismo que se presentaron por rubro fueron:

1	El paradero desconocido	0
2	La verdad no es maquinal	2
3	La vehemencia, mala compañera	10
4	Rebasar la crítica política	0
5	No hemos de adelantar la noticia sin serlo	1
6	Simplemente acusada	7
7	Evítese la nomenclatura bélica en la información cotidiana	0
8	El morbo, la sangre el dolor... ajenos	9
9	La réplica tiene un tono o la falta de confirmación es resbaladiza	0
10	El uso de la voz suicidio como fórmula amarilla	0
11	Se confunde el rosa con el amarillo	0
12	La polémica, como pulso	1
13	Toda manipulación del dolor es amarillo	9
14	Vulnerar le orden del protocolo tiene color gualda	1
15	El horóscopo siempre es mentira	0
16	Las mismas noticias, igual trato	0
17	Desnudo de mujer, mente amarilla	0
18	Las noticias de infidelidades no son periodismo	1
19	Destacar desafectos personales tampoco es periodismo	0
20	Entrar en nombre y apellidos es amarillo limón en España	0
21	Las listas negras son puro amarillo	0
22	Respeto al deficiente mental	0
23	La especulación no es periodística	9
24	En prensa, todos somos iguales	0
25	El origen geográfico no originan el delito	0
26	No hay necesidad de voces vulgares	2
27	No se debe mezclar a los parientes de quien comete delito	0
28	Ni héroes ni villanos	0
29	Gallardías en las réplicas	0

30	Lo que diga la persona y sólo eso	8
31	Lo que diga la noticia y no más de lo que informe	9
32	La ficción en prensa es amarilla si se quiere hacer pasar por 9 realidad	

Desde luego que una sólo incidencia es suficiente para afirmar que se trata de un periódico amarillo, sin embargo desacatan en este estudio las violaciones a:

La vehemencia, mala compañera	10
Simplemente acusada	7
El morbo, la sangre el dolor... ajenos	9
Toda manipulación del dolor es amarillo	9
La especulación no es periodística	9
Lo que diga la persona y sólo eso	8
Lo que diga la noticia y no más de lo que informe	9
La ficción en prensa es amarilla si se quiere hacer 9 pasar por realidad	

Un elemento cuantitativo no refleja por sí solo la violación a un valor fundamental para el periodismo como es la verdad, que cuando se mutila, no es pertinente o se adultera, lesionando la reputación de quienes se involucra.

Conclusión

Sin embargo, podemos concluir por el análisis objetivo de referencia que El Heraldo de la Tarde cae dentro del esquema del amarillismo porque en aras de forzar la noticia para vender hace de la vehemencia su compañera, utiliza solamente la versión de la parte acusada, destaca el morbo y el dolor ajeno, manipula estas expresiones, especula en aras de esto, rebasa la simple versión de los participantes, o el informe policiaco; es la intención de hacer de una nota que surge de las mentes amarillas una verdad.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Fierro Alvírez, Felipe de Jesús (2000): Amarillo en prensa: El Heraldo de la Tarde. Revista Latina de Comunicación Social, 28. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sab/115fierro.html>