

Fundamentos e Historia del Periodismo

La Entrevista

Es una conversación con finalidad informativa. El periodista debe definir el objetivo de la entrevista, estudiar y analizar los temas.

Tipos de entrevistas:

- ***INVESTIGACIÓN.*** Se busca obtener datos; el entrevistado no es principal en la entrevista.
- ***Declarativa.*** Se busca obtener declaraciones personales.
- ***PERSONALIDAD.*** El objetivo es mostrar quién y cómo es una persona.

Entrevistas de Contenido: Acá se encuentran las Declarativas y de Investigación. Tienen un esquema llamado PIRÁMIDE INVERTIDA; significa que seleccionan— para redactar— desde los elementos más a los menos importantes.

En la entrevista de Personalidad interesa la persona; por esto no se utiliza el esquema de pirámide invertida. Se plantea el encabezado o leas que es la presentación.

Luego del encabezado, viene el desarrollo, que puede ser a modo de relato (con citas insertadas) o también, preguntas y respuestas. Luego viene el cierre que por lo general es un resumen breve de lo que se ha dicho.

La Comunicación

Del latín: Comunicare

Es la acción mediante la cual lo que es propio y exclusivo de uno es participado a otros.

La participación puede ser: pensamiento, lenguaje, emociones, conocimiento, también se puede generar un intercambio entre uno y otro denominado normalmente: DIÁLOGO

Aristóteles distinguía tres componentes en la comunicación: orador, discurso y auditorio.

Hoy se distinguen: Emisor, Mensaje y Receptor.

En 1948, Harold Lasswell, desarrolló un modelo o paradigma clásico en la comunicación:

Emisor = Quién

Mensaje = Dice qué en qué canal.

Receptor = A quién con qué efectos.

Él lo plantea en término de información comunicativa (periodo de post guerra) los piensa en la propaganda y publicidad.

Este esquema es transformado por varios autores, se llega a Wilbur Schramm, quien señala que:

Emisor = Qué (fuente)

Mensaje = Dice (Canal)

Receptor = Decifrador (destino)

La fuente origina el mensaje, el cifrador es el experto que hace que el mensaje se transforme en señal, y el decifrador es el que decifra la señal. La señal debe ser comprensible al público.

En Periodismo: – El emisor es el medio comunicativo y la fuente la noticia.

El cifrador el Periodista.

- La señal es la noticia resumida
- El receptor es el público

Tipos de Comunicación:

- **COMUNICACIÓN INTERPERSONAL (CARA A CARA)**. Diálogo entre emisor y receptor, se cambian los papeles constantemente (retroalimentación). Es directa, rápida. (puede ser telefónica)
- **COMUNICACIÓN GRUPAL**. Hay un emisor y un número determinado de receptores que se encuentran en un ámbito restringido. La retroalimentación es más limitada.
- **COMUNICACIÓN SOCIAL**. Hay un emisor y receptor amplio; heterogéneo y anónimo. La retroalimentación se da sólo cuando el público quiere y/o puede participar.

Características de la COMUNICACIÓN SOCIAL:

- **INDIRECTA**. Nunca el emisor y el receptor están físicamente presentes, ya que se requiere de un medio que sea el que transmita el mensaje (diarios, televisión, etc.)
- **MÚLTIPLE**. Es dirigida a un gran número de receptores o destinatarios desconocido.
- **PLURAL**. Los receptores son colectivos. Cuando elaboro el mensaje debo tener en cuenta que es para un colectivo y no para un individual.
- **INSTÁNTANEA**. La comunicación es inmediata. Los problemas son que no hay filtros, y pueden ocurrir errores.

En general los autores hacen equivalente; comunicación social e información. Los europeos lo llaman Información.

Clasificación de Información:

- **INFORMACIÓN CONTINGENTE**. Tiene que ver con la actualidad. Acá encontramos; el periodismo, propaganda, publicidad y las relaciones públicas.
- **INFORMACIÓN NO CONTINGENTE**. Enseñanza, apostolado, proselitismo, arte.

Información Contingente

- **RELACIONES PÚBLICAS**: Comunicación que tiene como finalidad dar a conocer la realidad de sujeto emisor (el que comunica); normalmente el emisor es una institución, organización o empresa.

Difiere de otras formas de comunicación, porque en este caso, el emisor no es sólo un medio.

Las R.P, son importantes hoy en la organización de cualquier empresa. Las empresas han creado departamentos de R.P o comunicaciones que cumplen las siguientes funciones:

- Estudian, evalúan y analizan; la opinión existente en la realidad sobre su propia institución. Las formas de estudio pueden ser; entrevistas, encuestas, focus group, lo que salga en la prensa, etc.
- Planifican una acción de acuerdo a esa realidad que he descubierto en la opinión; la acción puede ir desde el cambio de imagen corporativa hasta información directa.

Tipos de acciones:

- **Imagen Corporativa:** Es la imagen que la organización define para presentarse ante el público.
- **Comunicados de Prensa:** Noticias de la organización que se envían a los medios para que estos lo difundan. Se pretende dar a conocer lo positivo de la organización.
- **Boletín de Prensa:** Resumen periódico en el cual la organización da a conocer las noticias dentro de un periodo de tiempo determinado.
- **Organización de conferencias de prensa:** Cuando la organización tiene algo importante que comunicar, organiza una conferencia en la que se invitan a los medios. Lo habitual es que el vocero de la empresa lea una declaración pública a lo que sigue un intercambio de preguntas por parte de los periodistas y respuestas por el vocero.
- **Eventos:** Inauguraciones, lanzamientos, etc.
- **Organización de entrevistas:** Establecer un contacto entre un medio y el representante de la empresa.
- **Insertos:** Comprar espacios y publicar información.
- **PUBLICIDAD:** Comunicación o información de carácter persuasivo, cuya finalidad es la venta de un producto o de un servicio.

Pretende llevar al público a una acción de compra.

- **PROPAGANDA:** Tipo de información persuasiva, cuya finalidad es de tipo ideológico. Puede ser política, ideológica e incluso religiosa. Apunta a las creencias de las personas.

Utiliza medios parecidos a la publicidad (afiches, mensajes radiales, etc.) pretende que la gente se convierta a una determinada posición.

Por ejemplo; en la Unión Soviética, la propaganda logró mantener la cohesión por 70 años. Escondió la realidad.

Se reacciona frente a la propaganda y publicidad sin ocupar la razón.

- **PERIODISMO O INFORMACIÓN DE ACTUALIDAD:** Pretende difundir hechos o ideas de la actualidad (el periodo más cercano al hoy), así el periodismo se separa de la historia. Es de interés público. No tiene como fin persuadir. Ocupa técnicas de difusión.

La información de actualidad responde a un derecho humano que está reconocido en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, proclamados por la ONU en 1948.

Derechos de información:

- Recibir
- Investigar
- Difundir

El derecho a recibir información es universalmente posible. Con respecto a la investigación y difusión, se complica más, porque la gente común no posee las técnicas necesarias. Entonces, se debe delegar a un

colectivo de personas la acción de informar– estos son los periodistas que debe investigar y difundir– así se satisface el derecho a la información.

El periodista tiene el deber de informar, y así satisfacer el derecho a la información.

¿ En qué consiste el deber de informar?

Se divide en distintos deberes. José María Desantes (español, que murió el 2004); lo básico para él en el deber de informar es el acto informativo.

Se divide el deber de informar:

- Deberes anteriores al acto informativo
- an
- Deberes posteriores al acto informativo

• **Deberes anteriores:** Es el deber de vocación que debe tener todo periodista. Este deber, parte antes de ser periodista es en el momento en que decido seguir el periodismo. Revisar mi vocación es un deber ético. Tengo y debo capacitarme, transformar mis aptitudes en actitudes

No puedo caer en incompatibilidades éticas o legales; si soy periodista de un medio al mismo tiempo no puedo pertenecer a una empresa que tiene que ver con mi actividad reporteril. Por ejemplo: si soy periodista deportivo, no puedo trabajar en la ANFP.

• **Deberes contemporáneos:**

- Deber de libertad; la libertad es fundamental para el ejercicio de los derechos y deberes. El periodista debe asegurarse de ser libre en la investigación, reporteo.
- Deber de proteger los derechos humanos;
 - Honra: Ir en contra del clasismo en los medios de comunicación
 - Derecho a la vida privada y a la intimidad: Desantes distingue ámbitos en la personalidad;

a) vida pública: todo aquello que la persona realiza en sociedad.

b) vida privada: Segmento de la vida en el cual la persona se desarrolla en relación a quienes son más cercanos.

Pero hay cosas que influyen en la sociedad y por lo tanto son de interés público; ahí está el derecho de la sociedad a ser informada.

Por ejemplo: sin un senador consume droga es de interés público; pero saber con quien se acuesta no lo es.

c) Intimidad: Es lo central en la persona, muchas veces no es comunicable (vida sexual, emociones) o si es comunicable, a pocas personas.

d) Derecho al honor: derecho de toda persona a ser respetado en su nombre e imagen pública. Atentados contra el honor: – *Injuria*; imputación falsa de un hecho que produce perjuicio a la persona. – *Calumnia*; imputación falsa de un delito que produce daño a una persona.

Si como periodistas estamos ante un delito, como la verdad es variable, para evitar el daño a alguien, se habla siempre de presunción hasta que se compruebe el delito.

- Deber de medir la potencia de la información; tener conciencia e los efectos de la información.
- Deber de diligencia; trabajo hecho con dedicación. De este viene:
 - deber de virtuosismo: si soy capaz de hacer un trabajo bien hecho, debo ser capaz de hacer un trabajo perfecto.
 - Deber de servicio; la información es un servicio a la sociedad. El trabajo de un periodista es un servicio.
 - Deber de dignidad; la dignidad va desde la defensa del derecho a la información que muchas veces puede ser heroica, hasta un buen estilo de periodismo. Significa no aceptar coimas, por ejemplo.
 - Deber de relación profesional; respetar a los jefes y a los subordinados. El trabajo de los demás merece respeto
 - Deber de participar; participar en las instancias gremiales de la profesión.

- **Deberes posteriores:**

- Deber de responder – Rectificar si tomo conciencia de algún error. Obligación moral de rectificar. – Sostener lo afirmado, si se cree que se tiene la razón.
- Deber de trascender; transmitir las experiencias profesionales, mediante – por ejemplo, charlas.
- Deber de respetar el secreto profesional; secreto es aquello que yo conozco y guardo celosamente.

Tipos de secretos:

- Secretos Naturales; corresponden a aquellos que yo sé de alguien, y si lo diera a conocer le produciría un daño. Estoy obligado desde la solidaridad o perspectiva de la caridad a guardarlo. Esta obligación deja de existir cuando hay daños a terceros.
- Secretos prometidos; son aquellos que una vez revelados, se pide que se guarde como tal. Se puede revelar si hay daños a terceros o al bien común.
- Secretos confiados; son aquellos que primero se pide que no se revelen y sobre la base de ésta condición, ahí se revela el secreto. Doble promesa. Pueden ser:
 - Confidenciales: Secretos confiados que comprometen a cualquier persona.

– Profesionales: acá están los de confesión. Corresponde a todos los profesionales. En el periodismo ese secreto se llama OFF THE RECORD (no divulgar lo que se ha recibido en confidencia por la fuente. A veces se cuentan cosas OFF THE RECORD, para que el periodista enfoque su noticia)

– Secreto de la fuente (propio de los periodistas): la fuente dice que entrega información, siempre que no den su nombre, el periodista puede o no aceptar. Si el periodista lo acepta; la noticia debe ser de interés público, que no sea posible conocerla de otra manera, que se pueda corroborar con otra fuente y que no constituya delito. El secreto de la fuente es un derecho de esta.

¿ Cuándo podemos violar ese derecho?

Si se daña a un inocente, o si se comete un delito.

– Secreto de empresa: no dar a conocer aquello que se conoce en función

Del cargo que se ocupa. Deber de lealtad, guardar el secreto para que la competencia no lo sepa.

– Secreto de embargo: secreto temporal. Consiste en respetar el plazo de

Publicación de un texto. Por ejemplo; el presidente antes de dar un discurso se lo entrega a los periodistas,

pero éstos no pueden publicarlo hasta que se pronuncie.

- Secretos Oficiales; Comprometen a los funcionarios públicos. No divulgar oficios con carácter de reservado o secreto.

Historia del secreto profesional

A veces el periodista, puede involucrarse en un delito si reproduce una fuente que está injuriando a alguien. El juez no puede obligar al periodista a revelar la fuente, éste está resguardado por el secreto profesional.

Antes el secreto profesional, no estaba resguardado para los periodistas en el código penal; a fines de los 50' cambió.

Ley de prensa (2001), define el secreto profesional de los periodistas, como deber y derecho OFF THE RECORD y fuente. Se resguardan grabaciones y archivos que identifiquen fuentes.

Función del periodismo en la sociedad

Modelo de Meadows, o de filtro y control:

En una sociedad están los ciudadanos y el Estado; en el medio hay grupos y medios de comunicación social.

Si el ciudadano tiene problemas puede contactarse con los grupos sociales (Partidos políticos, juntas de vecinos): esto es **Demandas Colectivas** que llega a la institución de Estado correspondiente, que responde a los grupos y estos a los ciudadanos.

En un comienzo los grupos fueron **Filtro**; después **Control**.

Los ciudadanos también pueden recurrir a los medios de comunicación. Los medios **Filtran** y escogen sólo algunas demandas y las transforman en **Demandas Amplificadas** que será de conocimiento público (la colectiva es privada). La demanda llega al Estado y éste decide si la acoge o no. Los medios también controlan.

El grupo es pasivo, porque espera la respuesta.

Los medios son activos, control activo, porque van en busca de la respuesta. Hay respuesta pública.

Agenda Setting: El medio decide las demandas. Es la etapa de filtro.

Por ejemplo; la prensa publicó las fotos de los prisioneros irakies y pidió explicaciones al gobierno norteamericano.

Los medios participan como un Watch Dog o Gate Keeper.

Estos sólo ocurre en democracias.

Los gobiernos, se han preocupado de establecer un sistema donde funcionen los medios de comunicación.

Prensa escrita:

- Propiedad: ver quién puede ser dueño de un medio escrito. Para ver las reglas, hay que ver la ley de prensa del país.
- Financiamiento de diarios

- Control de contenidos: en Chile no hay censura previa.
- Materia prima: algunos gobiernos controlan el papel. También se pueden controlar químicos, etc.

Para rentabilizar las empresas periodísticas se apunta a la concentración de propiedad. Por ejemplo, COPESA: La Tercera, La Cuarta, Qué Pasa.

El Mercurio tiene concentración horizontal, cubre la misma zona con diarios como LUN

Vertical; tener diarios a lo largo del país, diferentes, pero de la misma empresa.

Espectro radioeléctrico.

Sistema de ondas, por donde se difunde la señal de radio y televisión. Es un bien natural, limitado y escaso. Está regulado por tratados internacionales y legislaciones de cada país.

El Estado verá como entrega las señales, se hace por concesiones.

En Chile, La Subsecretaría de telecomunicaciones da las concesiones radiales. En el caso de la televisión, el CNT y la subsecretaría las dan.

La ley dice:

- Sólo pueden optar a concesiones de TV empresas chilenas cuyo rubro es la tv.
- Presentar un proyecto técnico a la subsecretaría de telecomunicaciones:

. Determinar la norma/NTSC (no puede ser una internacional) y ocupar 525 líneas.

. Determinar la ubicación de la antena (la subtel ve esto)

. zona de cobertura.

Subtel me entrega la señal, después el Consejo de Televisión dará la concesión.

En la prensa escrita no hay normas.

La obligación del consejo es el buen funcionamiento de la TV.:

- parte técnica
- contenidos. Se prohíbe: violencia, morbosidad, pornografía, limitaciones publicitarias.

1) violencia: se entiende como violencia cometida a un ser vivo.

2) morbosidad: crueldad contra personas o animales.

3) pornografía: sexo explícito.

4) limitaciones publicidad: contenido, volumen, forma, ubicación horaria.

Programación televisiva está controlada por el CONATEL, a través del establecimiento de franja para niños y adultos.

Cine

No hay concesiones. Tres elementos:

- producción cinematográfica
- distribución cinematográfica
- exhibición del cine

El Estado interviene en el momento de la exhibición.

Historia del Periodismo

- En todas las sociedades, aún en las primitivas, hubo intentos de transmitir que ocurría dentro.
- Antes la transmisión era oral. En sociedades avanzadas (Grecia) se transforma en poemas, dramas, etc.
- Se considera que el primer intento organizado de transmitir información escrita lo tenemos en la Roma Imperial con el periódico **ACTA DIURNA**; **con orden del emperador se dan a conocer leyes y se publican en la plaza pública**.
- Siglos después en el imperio Chino **TSA PAO**.
- En la edad media la información será dada a conocer, a través de trovadores (baja alfabetización). Pero era poco fidedigna.
- El salto viene con el nacimiento de la **IMPRENTA**, creada por Gutenberg, quien en 1438 introduce los tipos móviles. Lo primero que imprimió fue la Biblia.
- A partir de 1500 en las sociedades europeas se crean servicios de correos que transmitirán información más fluida.
- Tres tipos de impresos:
 - Hojas Volantes: una o dos hoja, que surgen a fines del siglo XV y comienzos XVI. Se venden en los mercados o ferias. Se narran acontecimientos importantes. En latín se les llama **REVATIONES**, en francés **OCCASIONELS**, en alemán **ZEITONGEN**. Hacia 1500 constituirán cuadernillos (hasta 16 hojas). En 1541, en México se imprime **Relación del espantable terremoto de Guatemala (Juan Pablos)**

Esto corresponde a los que hoy conocemos como PERIODISMO INFORMATIVO.

- Libelos: textos de carácter monográfico (un tema). Contenido polémico, de asuntos religiosos. Fundamentales en el proceso de la Reforma. Es lo que hoy llamamos PERIODISMO DE OPINIÓN.
- Canards: Francia, data de 1529. Son narraciones fantásticas, hechos sobrenaturales, etc. Su finalidad es entretenir. PERIODISMO DE ENTRETENCIÓN.
- **Almanaques**: Se publicaron en determinadas fechas. El primero conocido es de 1448. Relata cronológicamente lo sucedido hasta la fecha de publicación, calendario (fechas religiosas, santoral). El más famoso se llamó **Mercure Francais (El Mercurio Francés)**
- A comienzos del siglo XVII aparecen **Las Gacetas**. La primera es la **Gaceta de Amberes** (1605). Son bimensuales, con información de tipo comercial (precios, productos, etc.) Amberes era un puerto importante. También traían noticias del extranjero.
- En Francia se creará **La Gazette** (1631, Editada por Renaudot)
- **Renaudot**, obtiene de la corona el derecho de imprimir y vender la Gaceta. Se plantearon elementos importantes:
 - Desde el punto de vista jurídico, la obligación de obtener este permiso del gobierno para imprimir y distribuir un impresos. Con esto se establece un modelo de comunicación que durará hasta la Revolución Francesa: **MODELO AUTORITARIO**. Entonces se debe tener licencia, y los que la tienen poseen propiedad privada. Este modelo se siguió en los países socialistas.
 - Modelo Occidental: medios de propiedad privada, no hay censura, no se necesita licencia previa.

- La monarquía se da cuenta que La Gazette, es un instrumento político y se debe controlar.
 - A partir de 1632, aparte de publicar noticias, La Gazette, hará análisis y comentarios políticos.
 - Planteamientos del periodismo según Renaudot:
 - Es fundamental la búsqueda de la verdad. Verdad de los hechos tal como fueron conocidos.
 - Las Gacetas no mientes, incluso si le dan como verdadero algo que no es.
 - Si hay mentira intencional se puede censurar.
 - Aporte de Renaudot: Establece el medio de comunicación autoritario, define al periodismo en términos de la verdad.
 - Verdad de lo publicado: lo que se nos presentó como verdadero, lo presentamos de la misma forma, para hacerlo así podemos citar textualmente lo que la fuente dice o confirmar datos.
 - Posiciones filosóficas que han influido en el periodismo:
 - La verdad no puede ser conocida: Gorgias (sofista). Tampoco puede ser transmitida. Los hechos son complejos. Esta corriente se refleja en el **Nuevo Periodismo**, Cuyos principales exponentes son: Tom Wolff y Truman Capote.
- Nuevo Periodismo; como no podemos conocer la verdad, la relataremos de forma verosímil. Se ocupan elementos literarios y ficción. Se parte de un hecho real y sobre eso invento una historia.
- Relativista: Cada persona tiene su verdad. Debo sacar un común denominador para obtener la VERDAD.
 - Consenso: la verdad se puede conseguir por medio de encuestas. Es cosa de mayorías.
 - La realidad puede ser conocida y transmitida: en el periodismo, podemos acercarnos a la verdad; sin embargo no a la verdad filosófica acerca del ser, tampoco a la científica. Si a una verdad provisoria, temporal.
 - Afirmaciones:
 - es posible conocer la verdad y depende de mi esfuerzo como periodista. Hay que investigar, y evaluar fuentes.
 - La verdad periodística no es absoluta, puede variar en el tiempo.
 - La verdad informativa tiene que ver con:
 - las fuentes que sean fidedignas.
 - Verdad de los hechos, que realmente hayan sucedido las cosas y de la manera que lo reproduce.
 - La fuente es garantía, y esta se llama Atribución (dar nombre y datos de la fuente)
 - La Gazette de Renaudot introdujo el análisis y comentario, además de la información.
 - La idea de comentarios fue copiada por otros periódicos como el caso de **Las Hojas Holandesas**, que tenían noticias económicas, opiniones, y fueron utilizadas en la lucha política contra la soberanía española y en la lucha religiosa.
 - Lo que marca la prensa de opinión es la aparición de una serie de periódicos en Inglaterra, que aprovecharon de derogar en 1695 la Licensing Act (ley de licencias), ley que restringía a la prensa. Se establecen leyes tributarias.
 - **London Gazette**, primer periódico inglés.
 - Primer diario inglés: **Daily Courant (1702)**
 - **The Tatler (1709, tres veces a la semana)**
 - **The Spectator (1712)**
 - La prensa británica toma el comentario, y constituyen la prensa moral. Se comentan en estos diarios, las realidades políticas y sociales de la época.

- **New England Courant (1721)**, semanario. Norteamericano, establece las bases de la prensa de independencia. Imita a la prensa moral británica, creado por Benjamin Franklin.
- A medida que hay mayor libertad ideológica va haber mayor auge a la prensa política, que asumirá en USA Y América Latina, la lucha contra la independencia. En Francia la Revolución Francesa.
- En 1665 **Le Journal des savant**, el periódico literario, es prensa literaria. Publica trozos de obras literarias.
- En 1672 **El Mercurio Galante**, aparece en París, publica trozos de poemas y además comentarios y crítica literarias.
- Se da origen al **PERIODISMO LITERARIO**, los diarios van a incluir en forma de folletines, obras literarias.
- Paralelo a esto en Francia **La Presse**, de Girardin
- En 1833 Benjamin Day, se hace cargo de un diario llamado **The Sun**: que va a introducir una serie de cambios. Quiere aumentar el tiraje de diarios (pero de necesita más demanda), para esto:
 - baja el precio a un centavo (El normal era de 7 centavos)
 - hay que reformar el diario, buscar noticias que interesen como; policiales, sociales, temas comerciales. Así aumentó la circulación
 - Los diarios ideológicos serán para las élites, los populares para el pueblo.
 - Innovaciones:
 - En 1911 está la primera impresora creada por Koenig
 - En 1829 se crearon las primeras láminas metálicas.
 - En 1819 el rodillo
 - En 1845 la rotativa
 - Por qué se da la prensa del centavo: lo que marca el la Revolución Industrial siglo 19, se pasa a una sociedad urbana, inmigraciones a la ciudad. Se alfabetiza y el trabajador se convierte en lector de diarios.
 - A partir del siglo 19 se demanda participación política, y se interesan de la política por los diarios.
 - Aparecen los partidos de masas que exigen democracia participativa.
 - Con la prensa del centavo, los periódicos no son exclusivos de élites.
 - Los diarios asumen un rol social, crean conciencia de la realidad
 - Ahora los diarios, reflejan realidad social y se cambia el concepto de noticia. Antes las noticias eran las que le interesaban al director, ahora son la de interés del público.
 - La prensa del centavo derivará en el periodismo **amarillo o sensacionalista**. Se descubre que si se relata con mayor crudeza los hechos policiacos se tienen más ventas.
 - La prensa amarilla se da en USA primero con **PULITZER Y HEARTS**.
 - Se llamó amarilla, hay dos historias:
 - Uno de los diarios publicó una caricatura de un niño llamado **YELLOW KID**.
 - Otra teoría es que el papel era de mala calidad, se ponía amarillo con el sol.
 - En 1898, guerra entre USA Y España, por Cuba. Hearst, manda un fotógrafo a Cuba con instrucciones mándeme las foto porque yo hago la guerra
 - La prensa sensacionalista tuvo gran auge en USA.
 - Diarios en USA, **SENSACIONALISTAS**:
 - **New York world de Pulitzer (1864)**
 - **New York Journal de Hearst (1895)**
 - **New York Daily News (1919)**

- El diario de Pulitzer definirá lo que significa la prensa amarilla. Dirigido a clases populares, denuncia problemas sociales, se dedica a los crímenes. Dará información internacional en forma breve, da nacimiento a los comics como el Yellow Kid: niño sin pelo y dientes, vive en los barrios bajos de New York (muestra los problemas de la clase trabajadora)
- El diario de Hearst. Su primer diario en San Francisco. Levanta los periodistas del World, incluido al caricaturista del Yellow Kid. Sigue la fórmula de Pulitzer, pero agrega el sentimentalismo, a través de notas de interés humano. Inicia una campaña para que USA intervenga en Cuba. A la guerra de Cuba (colonia española), se le llamará La Guerra de Hearst.
- Daily News: introduce el formato tabloide.
- Aparecen diarios similares en Europa:
 - **1884 un grupo de empresarios norteamericanos crea el diario LE MATIN, que aplica la fórmula de Pulitzer. No toman posición política, los escritos son alternados (editoriales) entre izquierda y derecha. Seguía la fórmula del centavo.**

Prensa de Elite

- **The TIMES**, Londres 1785. Surge primero con dos hojas. Se define como la expresión de las clases altas británicas.

Diario conservador, monárquico, imperialistas. Fijó la política británica. Por ejemplo, en 1856 el gobierno británico se enteraba por el diario antes que llegaran las notas diplomáticas.

Portada sin grandes titulares, muchas noticias. Secciones dedicadas a política y asuntos internacionales. Temas culturales y deportes.

- **New York Times**, 1851. Quiere tener influencia nacional. Nace como republicano (conservador), pero con el tiempo se ha ido independizando. Hoy es más bien liberal. Espíritu nacionalista.
- Características de la prensa de elite:
 - apelan a la razón y lógica. No exacerban emociones.
 - En lo internacional se la juegan por las organizaciones (por ejemplo la ONU)
 - Creen tener como deber, juzgar los acontecimientos. No sólo informan, quieren formar opinión.
 - Lenguaje periodístico muy clásico. Claro, conciso y preciso.
 - Espacio grande a noticias internacionales, culturales y científicas.
 - Buscan dar un sentido ético a la información.
 - Prensa valiente, si hay que enfrentar a los poderes lo hace. Enemigos de poderes no constitucionales.
 - Responsable con los lectores, reconocen errores.
 - Defienden el derecho, la ley, justicia y libertad.

Agencias

- Los diarios necesitan más información, así se desarrollan las primeras agencias de noticias, que son empresas que venden noticias a distintos medios.
- **WOLFF, 1848, PRIMERA AGENCIA ALEMANA.**
- **REUTERS, INGLESA**
- REUTERS, nace como una agencia de noticias económicas; WOLFF pretendía mandar a los diarios alemanes noticias de sus colonias en África y Asia.
- **ASSOCIATE PRESS Y HAVAS.**
- A partir de 1895, las agencias se reparten el mundo, de acuerdo a los intereses políticos y económicos de cada país. Se monopolizan las colonias.
- Estados Unidos, por ejemplo, abre oficinas en América. Entonces para saber de América se debía

recurrir a la ASSOCIATE PRESS. Hoy ya no es así.

- Lenguaje periodístico propio: notas escritas en tercera persona, lenguaje sin adjetivos e información comprensibles para todos.
- Los países a los que representaban entraron en la primera guerra mundial. Los países no confían en agencias de países enemigos, se termina el monopolio y comienza la competencia.
- 1907, **UNITED PRESS INTERNATIONAL PRESS (UPI)**
- A PARTIR DE 1970 SE CANALIZAN CRITICA POR LA UNESCO:

- Formada por un profesor marxista de Finlandia. Acusó a las agencias de tener información deformada con respecto al tercer mundo. seleccionan las noticias de acuerdo a los intereses de los países de donde son.
- ILET. Encabezado por dos chilenos, estudiaron la información en América latina. Se debía crear una agencia latinoamericana controlada por los gobiernos de la región.

- La UNESCO, HIZO PROPUESTAS LLAMADA NUEVO ORDEN INTERNACIONAL DE LA COMUNICACIÓN (NOIC):

- Atacar a las agencias por mala información.
- Fomentar la creación de agencias estatales nacionales, que formaran una gran agencia estatal.
- Controlar los corresponsales y periodistas por un carnet dado por la UNESCO.

Apoyaron los países socialistas, pero USA amenazó con retirarse de la UNESCO (PRINCIPAL INVERSIONISTA EN LA UNESCO)

- 1985, la UNESCO propicia una investigación sobre la información y se haría en 80 países
 - 1988 resultados de la investigación, terminó el debate: el flujo de la información no es en el primer o tercer mundo, sino en los países socialistas; la prensa está controlada por el Estado, por lo tanto ahí hay mala información. La culpa no era de las grandes agencias.
 - Cuando aparece la TV, las agencias tb cumplen su rol ahí:
- UPI TN
 - VIS NEWS: CREADA POR LA REUTERS Y BBC.
- Surgen las UNIONES, tercer modelo de agencias: eurovisión, oti, etc.

Ciudadanos

Grupos sociales y Medios de comunicación

Estado