reacción general de los periodistas ha sido más bien débil, poco autocrítica, y con una añoranza de tiempos pasados.

La revista **TIME** finalizó el 2004 cosechando críticas a pasto por haber nominado el 19 de diciembre al presidente George W. Bush "el hombre del año", lo que hizo exclamar a muchos enjuiciadores de la prensa que tenían razón en sus apreciaciones sobre la parcialidad de los medios hacia el político más cuestionado en todo el mundo.

CAPILLA ALFONSINA

LOS DIEZ MEJORES DIARIOS

De acuerdo con John C. Merril, ahora profesor emérito por la Universidad de Missouri-Columbia, las constantes que definen a un "periódico de élite" residen en el perfil de la clientela, por su interés en relaciones internacionales, negocios globales, ciencias, artes y humanidades, en comparación con la audiencia más localizada y de distribución masiva de algunos diarios.

El profesor Merril publicó su primer estudio en 1968 bajo el título La élite de la prensa: grandes periódicos del mundo, y lo repitió en 1994, aplicando encuestas entre dirigentes políticos, universitarios y periodistas de 25 países, para conocer los "periódicos globales" en el fin del milenio. Y según este *top ten*, publicado en la revista Global Journalist, dos de esos medios impresos posicionados en los primeros sitios son norteamericanos: **The New York Times** y **The Washington Post**.

Según él, "la mayor parte de los diarios de élite global aparece en cuatro de los lenguajes mundiales: inglés, alemán, español y francés. Son publicados y circulan en las naciones más avanzadas económicamente". En suma, el diario de élite global "tiene una apariencia cosmopolita, un tono serio, sofisticación lingüística y una preocupación por la cultura. Sobre todo, está presentado para proyectar esta seriedad a través de la tipografía, el diseño y las gráficas".

(www.globaljournalist.org/archive/Magazine/Global-1994q.html)

Para otros estudiosos, los periódicos de clase mundial que marcan agendas están en los países que gozan de una gran libertad, y tienen qué ver con la transparencia de su operación y el cumplimiento cabal del derecho de la gente a saber, acorde con el nivel de independencia editorial y su compromiso con la calidad, que incluye más investigación que historias rutinarias, además de saber reconocer los propios errores y enmendarlos.

"América del Norte es el lugar por excelencia de la prensa de élite", afirma Mar de Fontcuberta. "Concretamente en Estados Unidos, donde existen los más copiosos estudios sobre este tema.

"Esos periódicos de élite en Estados Unidos se encuentran fundamentalmente en el Este y el Medio Oeste.

"En el Este sobresalen los más sofisticados: **The New York Times, The Washington Post, The Philadelphia Inquirer, The Christian Science Monitor, The (Baltimore) Sun** y **The Miami Herald**.

"En el Medio Oeste se editan: **St. Louis Post-Dispatch, Minneapolis Tribune, The Des Moines Register, The Milwaukee Journal**, de Louisville y **The Kansas City Star**.

"En Kentucky existe **The Courier-Journal**; en Georgia, **The Atlanta Constitution**, y en Texas **The Dallas Morning News** y el **Houston Chronicle**.

"La zona Oeste produce menos diarios de calidad como **The Denver Post**. En la Costa Oeste se lleva la palma **The Angeles Times** y **The Oregonian**, editado en Portland". (Mar de Fontcuberta. El Periodismo Escrito, pp. 65 a 83)

LAS LISTAS DE 1961 Y DE 1974

El magazine norteamericano **Saturday Review** elaboró en 1961 un cuestionario que fue dirigido a todos los decanos, profesores titulares y asociados de las 46 escuelas de periodismo acreditadas por el "American Council de Education for Journalism", con el objeto de averiguar cuáles de los 119 diarios norteamericanos de circulación superior a los cien mil ejemplares eran los más importantes y con qué criterio basaban su selección.

Por primera vez se sistematizaron las características básicas de la prensa de calidad:

1.- Amplia cobertura informativa en materias internacionales, economía, artes, ciencia y educación.

2.- Uso del periodismo interpretativo. Artículos con *background* y profundidad en su desarrollo.

3.- Seriedad tipográfica.

4.- Ausencia de sensacionalismo.

5.- Predominio de reportajes en profundidad y de análisis.

CAPILLA ALFONSINA BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

6.- Tono cultural que elimina concesiones populistas.

7.- Cobertura completa e imparcial de las noticias, puntos de vista serios sobre las mismas y tratamiento honesto.

8.- Imaginación, ética e interés por los problemas democráticos y humanos.

9.- Excelente página editorial.

10.- Orientación noticiosa que deja a un lado el provincialismo y el sensacionalismo.

Respecto a los diez periódicos estadounidenses más importantes, la selección de la revista **Saturday Review**, en 1961, coincidió sustancialmente con la de Edward L. Bernays, consejero de relaciones públicas de Nueva York, quien elaboró también en 1961 una encuesta a nivel nacional entre 950 editores norteamericanos que eligieron los diarios extranjeros y de casa más importantes.

The New York Times
The Christian Science Monitor
The Wall Street Journal
St. Louis Post-Dispatch
Millwaukee Journal
The Washington Post
New Herald Tribune
Lousville Courier Journal
Chicago Tribune
The (Baltimore) Sun

En 1974 Edward L Bernays volvió a someter a votación los diarios norteamericanos entre editores periodísticos, obteniendo el siguiente resultado:

The New York Times
The Washington Post
The Angeles Times
The Miami Herald
The (Lousville) Courier-Journal
The Chicago Tribune
The Millwaukee Journal

The Wall Street Journal

St. Louis Post-Dispatch

The Christian Science Monitor

The Boston Globe

LA LISTA DE 1984

El 30 de abril de 1984, la revista **TIME** publicó un extenso reportaje sobre los diez mejores diarios de Estados Unidos, destacando la fotografía de los ejecutivos de cada medio mencionado.

TIME asienta las circunstancias de cada estudio que realiza, pues en 1964 el Cleveland Press fue señalado como uno de los mejores, y sin embargo fracasó en 1982.

En 1974 –recuerda- la encuesta estaba determinada por la nueva era que vivían los periódico a raíz del rol que jugó la prensa en el caso *Watergate* que en ese año consi-guió la renuncia del presidente Richard Nixon.

Había cierta arrogancia por este éxito y se ponía de relieve el papel investigativo de los medios para dar con la corrupción, una vez que la televisión había jugado un papel protagónico en la guerra de Vietnam transmitiendo imágenes conmovedoras. Ahora –en 1974- eran los periódicos los significativos entre los que **TIME** destacó a **The New York Times**, **The Washington Post** y **The Angeles Times**.

En 1984, la lista, por orden alfabético quedó así:

1.- **The Boston Globe**, con una circulación de 515 mil ejemplares entre semana y 782 mil los domingos. Editor: Thomas Winship.

2.- **Chicago Tribune**, con un tiraje de 751 mil diariamente y un millón 116 mil los domingos. Editor: James Squires.

3.- **The Des Moines Register**, con 329 ejemplares diarios y 381 mil los domingos. Presidente: Michel Gartner.

4.- **The Angeles Times**, con un millón 38 mil diarios ordinariamente y un millón 294 mil los domingos. Editor: William Thomas.

5.- **The Miami Herald**, con 407 mil ejemplares de lunes a sábado y 495 mil los domingos. Editor ejecutivo: Heat Meriwether.

6.- **The New York Times**, con 911 mil ejemplares y un millón 523 mil dominicalmente. Editor ejecutivo: A. M. Rosenthal.

7.- **The Piladelphia Inquirer**, con 533 mil y 995 mil. Editor ejecutivo: Eugene Roberts.

8.- **St. Petesburg Times**, con tiraje de 243 mil y 310 mil. Responsable: Eugene Patterson.

9.- **The Wall Street Journal**, con dos millones 20 mil ejemplares. Editor en jefe: Norman Pearlistine.

10.- **The Washington Post**, con circulación certificada de 719 mil ejemplares y 997 mil los domingos. Editor ejecutivo: Benjamin Bradlee.

Por otra parte, el 7 de febrero de 1995 apareció en los diarios una lista de los periódicos estadounidenses de mayor circulación comprobada, en un periodo comprendido de seis meses, que terminó el 30 de septiembre de 1994, sobresaliendo

1.- **The Wall Street Journal** (un millón 780 mil 936 ejemplares)

2.- **USA Today** (de lunes a jueves), un millón 465 mil 905 (edición nacional)

3.- **The New York Times** (un millón 114 mil 905 (edición nacional)

4.- **The Washington Post** (810 mil 675 ejemplares)

MI PROPIA ENCUESTA

En 1996, aprovechando la visita a Monterrey de Mark Seibel, director de operaciones internacionales de **The Miami Herald**, y de Russel G. Todd, profesor de la Universidad de Austin, completé mi propia encuesta que había iniciado en 1995 con Andrew Scott y Tom Fielder, quienes vinieron a Monterrey a dictar una charla sobre periodismo de investigación. Ellos colaboraron escribiendo su lista de los diez mejores diarios norteamericanos y además aplicaron el muestreo entre sus colegas en sus ciudades donde trabajan. En el 2004 les pedí comparar las opiniones en el cambiante mundo de la prensa de prestigio y el resultado fue éste:

1.- The Wall Street Journal	**1.- The New York Times**
2.- The New York Times	**2.- The Wall Street Journal**
3.- The Angeles Times	**3.- The Washington Post**
4.- The Washington Post	**4.- The Angeles Times**
5.- Philadelphia Inquirer	**5.- The Boston Globe**
6.- The Miami Herald	**6.- Philadelphia Inquirer**
7.- The Dallas Morning News	**7.- The Miami Herald**
8.- The Boston Globe	**8.- The Dallas Morning News**
9.-The Chicago Tribune	**9.- The Chicago Tribune**
10.- Minneapolis Star Tribune	**10.- USA Today**

CAPILLA ALFONSINA
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

LOS DIEZ MÁS INFLUYENTES

Otra de esas listas curiosas de los estadounidenses consiste en levantar los nombres de las personas más influyentes en periódicos de todos los tiempos, que el columnista del internet, Jack Downs reactualiza de tiempo en tiempo, a fin de medir la consistencia de quienes votan por una determinada figura u otra.

A principios del siglo XXI este top ten lo encabezó William Randoph Hearst, el fundador del legendario imperio periodístico que lleva su apellido, seguido de Joseph Pulitzer, reformador de la prensa norteamericana y editor inmortalizado por la entrega anual de premios a lo mejor del periodismo del rico país de América del Norte.

El tercer lugar lo ocupan Carl Bernstein y Bob Woodward, por su trabajo de investigación sobre el caso *Watergate* que significó un parteaguas en la forma de reportear en la década de 1970. El cuarto puesto es para Adolph Ochs, el padre del moderno **The New York Times,** fundado en 1851 y que él adquirió a fines de siglo XIX para llevarlo al éxito como hasta la fecha lo continúan haciendo sus descendientes.

La lista incluye en el quinto sitio a la recientemente fallecida Katherine Graham, editora de **The Washington Post,** quien "en una industria dominada por hombres desempeñó un papel fascinante", dice el autor de la encuesta, Jack Downs. La Graham le dio prestigio al diario de la capital estadounidense y fue importante su decisión de publicar el caso *Watergate*.

El sexto lugar fue para un hispano, Mario García, que "en este momento del nuevo siglo, creo que ningún otro diseñador de periódicos ha tenido mayor impacto en las tendencias gráficas editoriales", de acuerdo con Downs. En efecto, el 9 de abril del 2002, García se lució con su proyecto –que respetó las tradicionales siete columnas- sobre la nueva cara de **The Wall Street Journal**, al

que llamó "mi Capilla Sixtina", en alusión a la obra de arte por excelencia de Miguel Ángel en El Vaticano. E inmediatamente después acometió la tarea de transformar en tabloide el diario **San Francisco Examiner**, que permaneció sin cambios por más de un siglo y que ahora refleja las tendencias de navegación y lectura de la era internet.

Con oficinas en Tampa, Buenos Aires y Hamburgo, García Media ha dejado su huella en 450 proyectos de diseño periodístico alrededor del mundo, y es de la idea de que los formatos pequeños son más favorecidos ahora y por eso se están popularizando mucho en Europa, donde el diario británico conservador **The Independent** llamó la atención en el 2003 al imprimir una edición tabloide, de lunes a viernes, a imagen y semejanza de la edición standard, con una circulación de 80 mil ejemplares, contra los 225,165 de promedio diario de su hermano mayor. En noviembre de 2003 lo imitó **The Times** de Londres y **The Telegraph** estaba en vías de hacerlo.

SEPTIMO LUGAR

Robert S. Abbot ocupa el séptimo lugar en la lista de Jack Downs, por ser un escritor que luchó a favor de la comunidad negra.

Le sigue el periodista H. L. Mencken, conocido por su destacada carrera en **The (Baltimore) Sun**.

La lista la completan Ernie Pyle, a quien su autor califica como "el corresponsal más famoso de la Segunda Guerra Mundial, y el recordado caricaturista Charles Schulz, creador de la tira cómica "*Peanuts*".

Sin embargo, Jack Downs aclara: "Por supuesto que confeccionar esta lista es un ejercicio de increíble vanidad. Estoy seguro de haber dejado fuera de ella a docenas, tal vez cientos de nombres que deberían haber figurado. Es cierto, pero deben ustedes admitir que los diez presentes han modificado para siempre el curso de los periódicos", según entrevista aparecida en **Hora de Cierre**, de la SIP.

CAPILLA ALFONSINA BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTOEVALUACION DE LA PRENSA

De acuerdo con la académica de la Universidad de Texas en Austin, Mercedes Lynn de Uriarte, el periodo del periodismo contemporáneo comenzó a fines de la segunda guerra mundial. El conflicto expandió y estrechó a la prensa estadounidense. Por un lado, los servicios de las agencias de noticias norteamericanas crecieron enormemente para llenar el vacío dejado por los servicios de las agencias francesa y británica, las cuales estaban incapacitadas por la guerra en sus países de origen.

Tales conceptos los expresó la académica en una conferencia dictada en el Instituto Tecnológico de Monterrey, 19 de febrero de 1997, bajo el título *Un Panorama de Autoevaluación en la Sala de Redacción: Historia y Práctica.*

De hecho, este periodo también dio forma en gran medida a los medios en América Latina. La expansión de las agencias estadounidenses incluyó un significativo control del contenido de la prensa latinoamericana. Mediante el uso selectivo de la publicidad de corporaciones estadounidenses en medios latinoamericanos simpatizantes de los aliados, encabezada por Nelson Rockefeller, fue capaz de eliminar una buena parte de la prensa latinoamericana que prefería mantenerse independiente y de brindar un apoyo financiero significativo a otro segmento de la prensa latinoamericana. Rockefeller, quien tuvo un equipo de 1.200 personas –incluyendo periodistas, publicistas y analistas de opinión pública- y un presupuesto de 140 millones de dólares para cinco años, arregló por medio del Departamento del Tesoro que las empresas estadounidenses que estuviesen dispuestas a promocionarse en América Latina recibieran importantes deducciones de impuestos. Incentivos adicionales fueron proporcionados mediante viajes a Estados Unidos para los directivos de medios y becas para sus hijos. Rápidamente,