

ÍNDICE

I. Introducción	3
II. Parte teórica	
2.1. Historia de los orígenes del periodismo	9
2.2. Análisis de la prensa escrita	
2.2.1. El País	12
2.2.2. El Mundo	13
2.2.3. Avui	14
2.2.4. La Vanguardia	15
2.3. Estructura de una portada periodística	17
2.4. Estructura de una noticia particular.....	19
III. Parte experimental – I (Prensa escrita)	
3.1. Análisis estadístico, de contenidos y de diseño de las diferentes portadas	
3.1.1. Introducción	22
3.1.2. Materiales y metodología seguidas	24
3.1.3. Resultados obtenidos	
3.1.3.1 El País	25
3.1.3.2 El Mundo	27
3.1.3.3 L’Avui	29
3.1.3.4 La Vanguardia	31
3.1.3.5 Resultados Globales	33
IV. Parte experimental – II (Prensa electrónica)	
La prensa en Internet: breve análisis de las portadas de los mismos diarios en formato electrónico	
4.1 Introducción	41
4.2 Materiales y metodología seguidas	42
4.3 Resultados obtenidos	

	4.3.1 www.elpais.com	42
	4.3.2 www.elmundo.es	43
	4.3.3 www.avui.cat	43
	4.3.4 www.lavanguardia.es	44
V.	Parte experimental – III (Entrevistas)	46
VI.	Conclusiones generales	
	5.1 Conclusiones de la investigación	51
	5.2 Limitaciones en el proceso de investigación	54
5	Agradecimientos	56
6	Bibliografía	58
7	Anexos	60
	-Análisis de las portadas	
	• Plantilla	
	• Una muestra	
	• Tablas y gráficas	
	-Entrevistas a los subdirectores	
	-Conferencia sobre prensa y comunicación (Sant Boi, Barcelona)	
	-CD con contenido extra del trabajo (Entrevistas, imágenes...)	

BLOQUE I.

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Desde el nacimiento de la prensa escrita moderna, ya por el siglo XIX, hasta la actualidad, el diseño ha ido cambiando de forma importante. El interés informativo no se ha perdido pero, por el contrario, ha habido un aumento importante del interés económico y de la atracción cada vez mayor de los lectores. En este sentido, la portada se considera una parte importante para cumplir estos objetivos periodísticos.

Es por ello que la portada, la primera página, de los diarios de información general marca el estilo de publicación y nos muestra un resumen de los temas que se desarrollaran con mayor profundidad en el interior del periódico. En la parte superior encontramos la cabecera, la cual contiene el nombre y la fecha.

Para determinar las informaciones que deberán salir en la portada al día siguiente se hace una previa reunión a la cual acuden el director y todos los responsables de todas las secciones del periódico. Estos informan al superior de los acontecimientos, y este determina cuales son las noticias de mayor relevancia de la jornada que deben ser mencionadas.

Existe una manera diferente para estructurar la portada para cada periódico, pero todas siguen un modelo que se repite a diario. Se destaca una sola información y se apoya con imágenes y un texto correspondiente, y el resto de eventos de importancia únicamente son nombrados en diversos titulares.

La portada también ejerce la función de reclamo al cliente en el quiosco. Para promover el interés de los lectores entonces debe tener un estilo cuidadoso y sugerente.

Otra cosa a analizar es la objetividad que puedan tener estos mecanismos de información que tenemos en el mercado.

Los diversos medios de comunicación que nos envuelven diariamente, y que nos informan de los sucesos suelen estar manipulados (primera hipótesis de partida), ya que asumen diversos intereses, tanto sea por la parte del periodista que nos informa, o del responsable del medio que transmite la noticia.

Este estudio, centrado en algunas de las publicaciones más importantes a nivel nacional (*El País* y *El Mundo*) y autonómico (*Avui*, *La Vanguardia*), analiza, en particular, sus portadas cuya importancia se ha comentado en los párrafos anteriores (*fig. 1*).



Fig. 1. Algunas portadas de la prensa estudiada

En consecuencia, los objetivos que se pretenden conseguir en este trabajo son los siguientes:

- Diferenciar las características generales para especificar el tipo, la extensión, la altura y anchura de la noticia (aspecto muy importante ya que según la importancia de la noticia el espacio que le es dedicado varía), el nombre de noticias que aparecen en la portada, así como su localización en el folio. Junto con el lugar de edición del diario, y acompañado del estudio de las características de la noticia en concreto, el tipo (política, sociedad, sucesos, ciencia, deportes, cultura,...) y su localización.
- Analizar la importancia de la imagen de la noticia (en caso de tenerla), ya que a los sucesos de mayor importancia frecuentemente les acompaña una imagen impactante. Y en los casos precisos en que destaque un análisis por encima del resto, la breve descripción de ésta.
- Determinar si existen tendencias “partidistas” en el desarrollo de una determinada noticia y su presencia en la portada; las causas y los intereses que hay detrás, así como entre cuáles hay más diferencias o parecidos.
- Analizar las posibles diferencias entre las portadas de la prensa escrita y la prensa electrónica para las publicaciones estudiadas.

Como complemento a la primera hipótesis indicada anteriormente, una segunda y última hipótesis de partida es la siguiente: la portada es un espacio reducido de noticias comunes más

parecidas que el interior del propio diario, donde se sitúan las más importantes (suelen tener imagen) y siguen una estructura notablemente muy parecida y definida de manera horizontal o vertical, donde se puede apreciar la falta de transparencia al comparar uno con otro.

Se puede dividir mi proyecto en dos grandes bloques:

- a) **Parte teórica:** un primer bloque, constituido por una serie de informaciones buscadas vía Internet o de fuentes escritas sobre la problemática y la falta de hegemonía en la prensa. El material obtenido me será muy útil para realizar el siguiente bloque que es los análisis de las diferencias entre las portadas de los cuatro diarios.
- b) **Parte experimental:** una vez buscada la información, realizar un formulario donde indicar los aspectos mencionados anteriormente, referentes al estudio detenido de las noticias que encontramos en la portada del diario. En este sentido, el análisis se centrará en las portadas de la prensa escrita y, en menor grado, de la prensa electrónica. También se determinará la opinión que puedan tener los diferentes directores de los periódicos consultados. Este análisis, lo realizaré con cuatro diarios diferentes cada día, durante el mes central de cada estación del año. Es decir, otoño: octubre 2008, invierno: enero 2009, primavera: mayo 2009, verano: julio 2009. La comparativa se realizará, como se ha comentado anteriormente, con los diarios *Avui*, *La Vanguardia*, *El País* y *El Mundo*.

He escogido este tema por mi interés personal en conocer un poco más de los medios de comunicación, ya que en un futuro próximo me gustaría cursar una carrera universitaria relacionada con este ámbito. Considero que es una buena forma de ampliar mis conocimientos en el campo de las ciencias sociales y a su vez divertirme aprendiendo sobre el mundo que nos rodea.

Constantemente todos estamos sometidos a las informaciones que nos da la prensa, y raramente nos paramos a pensar si aquello de lo que se nos intenta “informar” ha estado manipulado para que nuestra opinión respecto al asunto sea una u otra. Nos conformamos pensando que la noticia es objetiva, y descartamos la posibilidad de que haya seguido una pauta, varios superiores la hayan cambiado e incluso que el propio periodista la haya redactado de manera subjetiva.

Quiero ser capaz de leer un periódico, ver un noticiario, escuchar la radio, mirar un boletín informativo, y poder pensar que solo se me ha mostrado una parte de la verdad. Saber analizar que quieren que piense, para así poder tener una conclusión únicamente mía la cual no haya estado afectada por quien se encargó de formular la noticia.

BLOQUE II.

PARTE TEÓRICA

HISTORIA DE LOS ORÍGENES DEL PERIODISMO

2.1. INTRODUCCIÓN

Las narraciones que cada cultura, de cada lugar tiene sobre el origen de la humanidad y sobre los antepasados más antiguos, son una forma primitiva del periodismo, al igual que los manuscritos en papiro¹, etc. En Babilonia había unos historiadores que escribían día a día los hechos públicos en tablas de barro.

¹ Documentos escritos a mano sobre un papel natural fabricado con el tallo procedente de la planta papiro.

El periodismo por eso, se centra en la Roma antigua, dónde existían distintos medios de información pública que recibían el nombre de Actas del pueblo, y otros con hechos de la sociedad y cotilleos que eran llamados Actas diurnas. Ambas consistían en una serie de tabloncillos expuestos en los muros del palacio imperial o en el foro, y donde se explicaban los acontecimientos recientes más importantes del Imperio.

Los juglares (*fig. 2*) iban de pueblo en pueblo explicando las crónicas de los reyes, las heroicidades de guerras, milagros y hechos de la religión.

En la Edad Media surgieron los mercaderes de noticias que redactaban los Avisos, (folios a mano). Consistían en cuatro páginas escritas a mano, que no llevaban título ni firma, con la fecha y el nombre de la ciudad en que se redactaban. Se vendían en los puertos y ofrecían noticias facilitadas por marineros y peregrinos. Estos avisos tuvieron un gran éxito y enseguida fueron censurados por las autoridades de toda Europa. Más tarde tubo importancia el nacimiento en torno a los puertos de los *Price-courants*².

En el siglo XV, con la invención de la imprenta, los avisos y dichos *Price-courants* dejaron de hacerse manuscritos y se imprimieron. Aparecieron otras publicaciones periódicas nuevas: los Ocasionales informaban de un hecho importante de forma puntual, cuando la ocasión lo requería. Los más famosos fueron los de Cristóbal Colón, contando el descubrimiento de América. Pronto empezaron a ser publicados por los gobiernos, que los utilizaron como medio de propaganda. Tenían formato de libro y portada ilustrada.

Las Relaciones eran publicaciones de periodicidad semestral, coincidían con las dos ferias anuales de editoriales y librerías, que tenían lugar en la ciudad de Frankfurt. Recogían los principales acontecimientos ocurridos en Europa durante los seis meses que separaban una feria de otra.



Fig. 2. Imagen de un juglar transmitiendo la información oralmente, único mecanismo existente hasta la invención de la imprenta.

² Folletos informativos sobre los precios de las mercancías en el mercado internacional, los horarios de los barcos, etc.

El *Journal d'un Bourgeois* (fig. 3) aparece en el siglo XV en París, con noticias y anécdotas. Durante el Renacimiento Italiano (siglo XVI) aparecen avisos, hojas y relaciones, al igual que un nuevo tipo de publicación: los *Canards* iguales que los ocasionales pero que trataban temas más sensacionalistas del movimiento comercial.

Desde 1609 empiezan a publicarse las Gacetas con periodicidad semanal. Al principio eran impresas por editores privados, pero enseguida quedaron bajo la protección de los Estados Absolutos que las utilizaron como medio de propaganda de la monarquía. Las gacetas más famosas fueron las francesas: *La Gazette*³, *Le Journal des Savants* y *Le Mercure Galan*. Estas publicaciones tuvieron gran influencia en España, donde fueron imitadas en el siglo XVIII. La primera española fue *La Gaceta* de Madrid, de 1661.

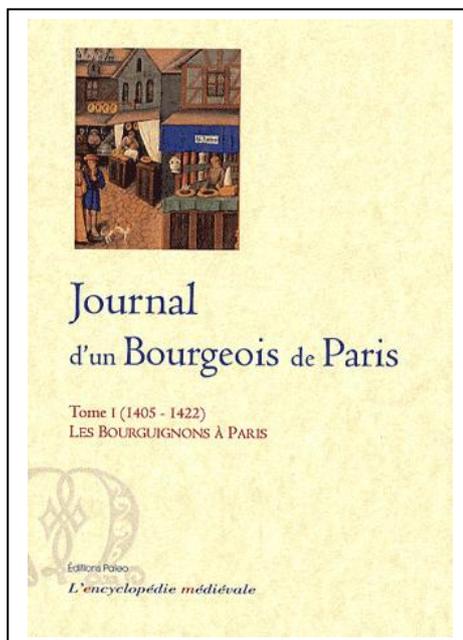


Fig. 3. Portada moderna del *Journal d'un Bourgeois*.

Poco tiempo más tarde aparece en toda Europa el primer periódico impreso, publicado inicialmente en Alemania en 1457 con el título *Nurenberg Zertun*.

En el 1615 aparece el *Frank Furten Joarnal*, como he mencionado anteriormente; en 1640 la *Gazzeta* Pública de Itália; un año más tarde la *Gasetta Setmanal* de Barcelona; en 1661 *La Gaceta* de Madrid, y en el 1695 en Inglaterra el *Stanford Mercury*. Entre todos estos acontecimientos cabe destacar el primer periódico escrito en catalán, que tuvo lugar en el 1792 en la ciudad de Barcelona.

En el siglo XX la comunicación a través de los periódicos es muy importante. La gente lee en este medio de comunicación que pasa en su ciudad, en su país incluso en el resto del mundo. Obviamente también es un instrumento importante para los vendedores de los diferentes productos que se anuncian en sus páginas, porqué potencian la riqueza de la prensa escrita. Esto es debido al beneficio que supone para el periódico que al mercado de oferentes le interese publicar sus ofertas y objetos nuevos en sus páginas, ya que saben que serán leídas

³ *La Gazette* era un semanal, de pequeño formato y con cuatro páginas de noticias breves y sin opinión, próximo al poder y que se vendía principalmente mediante suscripción.

por un público concreto (con una cierta cultura), que probablemente se interesen por el producto promocionado.

2.2. ANÁLISIS DE LA PRENSA ESCRITA.

La etimología de la palabra prensa viene del catalán *premsa*, y actualmente se refiere a un conjunto de publicaciones diarias y periódicas.

“El nombre de la prensa proviene de la máquina de imprimir. Durante siglos ha representado la actividad periodística y ahora se aplica a las actividades de radio y televisión, a la vez que de la prensa escrita.”⁴

Se pueden identificar varios tipos de prensa: la informativa, la llamada *yellow press*⁵ o sensacionalista, la deportiva, la de espectáculos y otras variedades según estén especializadas en algún tema, como: prensa financiera y económica, las revistas, las dirigidas al público infantil, la familiar, de salud, aquellas dirigidas específicamente a las mujeres o a los hombres, etcétera.

Los periódicos reflejan la realidad de la sociedad en la que se enmarcan. Lo que más interesa son los contenidos que se ofrecen en una publicación periódica, ubicados en sus correspondientes secciones que permiten descubrir las nuevas tendencias sociales y, los gustos y necesidades de los públicos.

Los periódicos se han convertido en grandes centros de interés comercial. Y en ese mercado tan competitivo los periódicos buscan ganar dinero, captar lectores, ganar audiencia.

Según su periodicidad, ritmo de aparición regular, podemos distinguir tres tipos de publicaciones informativas: el periódico (publicación impresa de periodicidad regular), el diario (periódico que se publica todos los días), y las revistas que pueden ser semanales, mensuales, bimestrales, etcétera.

2.2.1. El País

⁴ Ésta es una sencilla definición que habla de un medio de comunicación, con gran arraigo en la sociedad, que ha sabido cambiar y adaptarse a las necesidades humanas por conocer y transmitir información.

⁵ Prensa del corazón o amarilla

EL PAÍS

SÁBADO 21 DE JULIO DE 2007
Año XXXII Número 10997

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA
www.elpais.com

EDICIÓN MADRID
Precio: 1 euro

Es un periódico fundado por José Ortega Spottorno. Su primera publicación fue el 4 de mayo de 1976, seis meses después de la muerte de Franco.

Fue el primer diario con una clara vocación demócrata durante los momentos del cambio del franquismo a la democracia, y en 1980 líder de la prensa española de tendencia conservadora.

El País fue el primer periódico en España en establecer normas internas de control de calidad, y en crear el defensor del lector⁶. También estableció varios acuerdos de colaboración con otros periódicos europeos de línea socialdemócrata.

Después de los escándalos de corrupción del gobierno socialista fue acusado de apoyar a los intereses del PSOE. Esto hizo que su liderazgo como diario más vendido disminuyera y se situara bajo de *El Mundo*.

En 1990 siguiendo la idea del periódico catalán *Avui*, ofreció una edición electrónica en Internet con el nombre de *El País digital*. Esta edición impuso el sistema de pago para acceder a ciertos contenidos informativos la cual cosa hizo disminuir drásticamente sus visitas y, provocó el aumento de las visitas al diario digital de *El Mundo*. Este hecho y la intervención de la OJD⁷ por la comisión de dos faltas graves, fueron las causas por las cuales *El País digital* fue suspendido durante cuatro meses. Al reabrir suprimieron tal sistema de pago y recuperaron parte de sus lectores.

En la actualidad *El País* es un periódico no deportivo de pago redactado en castellano, distribuye una media de 430.000 ejemplares diarios. Su redacción central está fijada en Madrid, aunque tiene delegaciones en Barcelona, Sevilla, Valencia, Bilbao y Santiago de Compostela, donde se efectúan diferentes ediciones territoriales, así como una edición global que se imprime y distribuye en América Latina.

En el ámbito ideológico como he mencionado anteriormente se sitúa en centroderechas, y muestra constantemente su apoyo a la figura del rey Juan Carlos I.

⁶ Empleado encargado de atender las quejas y sugerencias del público.

⁷ Oficina de Justificación de la Difusión

2.2.2. El Mundo del Siglo XXI (El Mundo)



El Mundo es un [periódico español](#) que apareció por primera vez el [23 de octubre](#) de [1989](#) y fue fundado por [Alfonso de Salas](#), [Pedro J. Ramírez](#), [Balbino Fraga](#), [Juan González](#) y [Melchor Miralles](#).

Actualmente está presidido por [Carmen Iglesias](#). Tiene su central en [Madrid](#) y cuenta con varias ediciones regionales, en [Cataluña](#), [País Vasco](#), [Andalucía](#), [Almería](#), [Huelva](#), [Valencia](#), [Castilla-La Mancha](#), [Castilla y León](#), [Islas Baleares](#), [Canarias](#), [Alicante](#) y, [Cantabria](#).

El diario *El Mundo* define su línea editorial como liberal. Es habitualmente crítico con el [PSOE](#) y próximo en política española al [PP](#), aunque se muestra alejado de principios puramente conservadores.

Este periódico también cuenta con edición [abierta](#) en [Internet](#) llamada [Elmundo.es](#). Su director es [Pedro J. Ramírez](#).

El Mundo es un diario no deportivo (pese a su breve apartado de deportes), de pago y redactado en castellano. Distribuye una media de 300.000 ejemplares diarios entre todas sus ediciones.

Respecto al ámbito ideológico *El Mundo* es de referencia de derechas españolas.

2.2.3. Avui



Avui es un [diario](#) catalán de información general publicado en [Barcelona](#). Su primera edición fue realizada el [día de “Sant Jordi”](#)⁸ de [1976](#) como iniciativa de [Jaume Vilalta i Gonzàlez](#), [Josep Maria Puig i Salellas](#) i [Josep Espar i Tíció](#), entre otros.

Fue el primer que periódico editado en catalán después de la dictadura franquista. Realizaba ediciones continuadas e ininterrumpidas de publicación diaria en dicha lengua, normativamente correcta y al mismo tiempo adecuada a todos los sectores y franjas de edad. Fue un elemento imprescindible para la normalización lingüística en las tierras de lengua y cultura catalanas.

Actualmente la empresa editora es la “[Corporació Catalana de Comunicació](#)”⁹ y Carles Flo Benet ocupa el cargo de director.

El periódico *Avui* se ha visto amenazado en diversas ocasiones a cerrar sus imprentas, por su falta de viabilidad económica. Les administraciones públicas, particularmente la “[Generalitat de Catalunya](#)”, son quien ha invertido recursos de tipo suscripciones y subvenciones, a lo largo de los años para sostener el diario. Esta, se hace cargo del 20% de las acciones del diario. También se ha visto resentido por la competencia de otros medios de comunicación escritos, entre ellos el mencionado anteriormente, *El Periódico de Catalunya*.

La edición electrónica del diario *Avui* fue la primera que se activó en España. Este diario electrónico está presente en Internet desde el 1 de abril de 1995.

Avui hace pequeños artículos de fútbol, tenis, básquet... cuando se dan acontecimientos importantes en el mundo del deporte, pero no es un periódico deportivo.

Distribuye aproximadamente unos 30.000 ejemplares cada día.

2.2.4. La Vanguardia

⁸ En el día de Sant Jordi, es típico en Catalunya un concurso que recibe el nombre de *Jocs Florals*, en el cual se realizan obras literarias redactadas en su lengua. Por tanto, la existencia de estos juegos fue la que potenció la escritura del diario *Avui* en 1976.

⁹ El Grupo Planeta y el Grupo Godó (editor de *La Vanguardia*) son accionistas de esta, de manera que les pertenece un 40% del diario *Avui* a cada uno.



La Vanguardia es un [diario](#) de información general editado en [Barcelona](#) para toda España redactado principalmente en castellano, aunque en algunas secciones y suplementos emplea la lengua catalana. Publicó su primera edición el [1 de febrero](#) de [1881](#), hecho que lo convierte en uno de los periódicos más antiguos de España.

Pertenece al [Grupo Godó](#) e ideológicamente está considerado un periódico de [centro político](#). También es considerado un periódico promonárquico y protaurino. Cuenta con corresponsales propios en las principales ciudades de todo el mundo.

Los inicios de *La Vanguardia* se dan el [1 de febrero](#) de [1881](#), cuando dos empresarios de [Igualada](#), los hermanos Carlos y Bartolomé Godó Pie sacaron a la calle [el primer número del diario](#). Definido entonces como «Diario político de avisos y noticias», nació como órgano de expresión de una fracción del Partido Liberal de Barcelona, que aspiraba a conseguir la alcaldía de la ciudad.

Siete años más tarde, comenzó la historia de *La Vanguardia* como modelo de diario independiente, plural y moderno, y presentó un nuevo formato, con doble edición de mañana y tarde, al margen de cualquier partido político.

Con el tiempo, *La Vanguardia* contrató a los más prestigiosos colaboradores del Diario de Barcelona, decano de la prensa continental. Uno de sus más grandes y resonantes éxitos fue ser el primer diario español que envió corresponsales a [París](#) y [Berlín](#). En aquella época, *La Vanguardia* conectó plenamente con la vida cultural y social catalana, y se convirtió, con más de 80.000 ejemplares, en el diario de mayor difusión de [Cataluña](#). Consolidándose así como el primer diario de España y uno de los principales de Europa.

La Vanguardia fue el principal órgano de expresión durante el periodo de la Guerra Civil en Barcelona. Primero del “Govern de la Generalitat” y, más tarde (al instalarse el Gobierno central en Barcelona) del Gobierno de la República. Importantes intelectuales estamparon durante la guerra su firma en el diario, por ejemplo Antonio Machado.

Con la victoria del bando franquista, la propiedad recuperó el control financiero del diario, pero, a causa de la censura, no podía influir en la línea editorial. El diario fue obligado a cambiar su histórica cabecera por la de *La Vanguardia Española*. Entonces fue impuesto un nuevo director, que se declaraba públicamente enemigo de Cataluña y de todo lo catalán, lo cual hizo pasar al diario por uno de sus momentos más difíciles. Aun así, *La Vanguardia* mantuvo su hegemonía dentro de la prensa catalana. El propio general Franco debido a la movilización popular en contra de dicho director de *La Vanguardia*, impuso a uno nuevo. Este inició una apertura encaminada a conseguir un diario plural y democrático, que representase el sentir de sus lectores. A partir de aquel momento, el diario apoyó el cambio democrático, la instauración de la monarquía y el restablecimiento de la “[Generalitat de Catalunya](#)”, de este modo recuperó su antiguo nombre: *La Vanguardia*.

En este periódico destaca la contraportada, ya que es una de sus más afamadas secciones, es un espacio de entrevistas donde a menudo sorprende por los curiosos personajes que presenta.

Consta también de una edición electrónica, a la cual se accede con el link www.lavanguardia.es.

La Vanguardia es un periódico de pago y de temática general, incluyendo siempre una sección de deportes.

El promedio de ediciones diarias de *La Vanguardia* está alrededor de los 684.000 ejemplares. Particularmente, desde el año 1903 es el diario de [Cataluña](#) más vendido.

2.3. ESTRUCTURA DE LA PORTADA PERIODÍSTICA

Los periódicos constan de una portada, una contraportada y un cuerpo. En la portada cabe citar que las noticias están organizadas a través de una estructura externa y una interna.

La estructura externa del periódico corresponde a sus dimensiones y a la organización de su espacio (*fig. 4*). Existe el formato clásico o estándar con ocho columnas¹⁰ y el tabloide o chico que suele tener cinco.

¹⁰ Texto escrito de manera alineada de arriba abajo que cumple el requisito de unos márgenes y propio de forma rectangular.



Fig. 4. Estructura general de una portada de un periódico internacional.

Los elementos más característicos de la portada de un diario escrito son, por tanto, los siguientes:

- **Logotipo:** nombre de la publicación que incluye el diseño, tamaño y grosor de las letras, y en muchos casos el color; de forma tal, que se distingue a primera vista del resto de los periódicos.
- **Lema:** enuncia el objetivo de la publicación e igualmente pretende llamar la atención.
- **Fechario:** indica el lugar, fecha de aparición, el año, el volumen o tomo.
- **Cabeza principal:** es la noticia principal del día, ocupa un lugar importante, en ocasiones de lado a lado, es decir las 8 columnas.
- **Subcabeza:** amplía lo dicho en la cabeza principal.
- **Cintillo:** se ocupa de la segunda noticia en importancia.
- **Orejas:** son anuncios publicitarios que se insertan en los espacios laterales del logotipo.
- **Sumario:** menciona los temas más relevantes y centrales de la información.

- **Fotos o grabados**¹¹: ilustran la noticia.
- **Pie de foto**: es una frase breve aludiendo a la noticia de la foto.
- **Directorio**: Los nombres del grupo responsable de la publicación, en orden de responsabilidad.
- **Emblema**: es el símbolo del periódico que se representa con alguna figura; el emblema proyecta la idea de un objeto o un elemento abstracto.

2.4. ESTRUCTURA DE LA NOTICIA PARTICULAR

La estructura de las noticias se ha visto modificada por el desarrollo de la tecnología. Con la aparición del telégrafo los corresponsales de agencia debían mandar sus informaciones de una forma breve y por ello debían condensar la información más importante al principio. Además, antes de que se pudiera maquetar la página mediante el ordenador, el redactor escribía su texto sin saber por dónde se iba a cortar. Todo esto desencadenó la necesidad de ordenar la información según el orden de importancia. Veamos algunos criterios:

- **La Pirámide Invertida**: este método consiste en colocar el núcleo de la información en el primer párrafo y los detalles que complementan la noticia se redactan a continuación en orden de mayor a menor importancia. La pirámide invertida sirve para ayudar al lector a seleccionar los datos más importantes de cada información.
- **Las 6 W**: cuando nos encontramos frente a un acontecimiento, los periodistas se enfrentan a estas cuestiones:

MOTE INGLÉS	TRADUCCIÓN CASTELLANA	SIGNIFICADO
-------------	-----------------------	-------------

¹¹ Las funciones más importantes que deben cumplir las imágenes en la prensa son:

- Informativa: la mejor foto es la que apenas necesita texto que la explique.
- Documental: puede ser una imagen descriptiva, como un buen dibujo, un mapa o una foto que muestra los detalles de un hecho. También se puede considerar como una prueba fehaciente para autentificar un texto.
- Simbólica: sería ejemplo de esta, la foto de un niño negro, con el estómago hinchado, famélico y rodeado de moscas simboliza el hambre.
- Ilustrativa: imágenes que acompañan al texto, por lo general en reportajes, o para recordar a una persona o escena pasada. No son de actualidad y en ocasiones son "de archivo".
- Humorística: chistes, caricaturas o la foto de un político dormido o con el dedo en la nariz en una sesión parlamentaria.

1. <u>WHAT</u>	QUÉ	Implica los acontecimientos
2. <u>WHO</u>	QUIÉNES	Son los personajes que aparecen en la noticia
3. <u>WHERE</u>	CUÁNDO	Sitúa la acción en un tiempo
4. <u>WHEN</u>	DÓNDE	Delimita dónde se han desarrollado los hechos
5. <u>WHY</u>	POR QUÉ	Explica las razones de que se den los hechos
6. <u>HOW</u>	CÓMO	Describe las circunstancias

Cuando ya tenemos claro qué queremos contar y a qué público nos vamos a dirigir podemos empezar a pensar en la estructura interna de la noticia: cómo vamos a distribuir la información.

Nuestra noticia constará de dos elementos básicos:

1. **El Lid:** es el primer párrafo de la noticia y su parte fundamental. Contiene los datos más importantes del texto. Explica la esencia del acontecimiento y capta la atención del lector. El lid no debe ser un resumen de las 6W, porque debe ser un párrafo ágil para el lector.
2. **El Cuerpo del texto:** amplía la noticia y es donde se desarrollan el resto de datos. Contiene los datos que amplían y explican el lid y, si es necesario, contextualizaremos la noticia e incluiremos material secundario. Los párrafos del cuerpo del texto deben seguir una coherencia narrativa. Por tanto, haremos las transiciones mediante el uso de conectores: palabras clave del texto o frases e transición. P.ej.: *En segundo lugar, Durante el día, La noche del martes, Por orden del juez...*

Mediante la estructura de la **pirámide invertida** que estamos utilizando, no hace falta reescribir la noticia si fuera necesario cortarla por falta de espacio. La pirámide invertida tiene dos objetivos:

1. Informar al receptor de los aspectos fundamentales de la noticia.
2. Facilitar la supresión de los últimos párrafos ya que contienen la información menos importante.

Los **elementos gráficos de la noticia** en los cuales se distribuye la información a lo largo de la publicación escrita son:

- **Titular:** encabeza la noticia. Sus funciones son identificar, anunciar y resumir las noticias. Deben despertar el interés del lector y comunicar lo más importante de la información.
- **Ladillo:** es un título pequeño que se ubica en medio del texto para separar e introducir los párrafos del cuerpo que desarrollan ideas distintas. Visualmente deja respirar al texto.
- **Destacado:** se utiliza en reportajes o entrevistas para destacar en una tipografía mayor una frase o aspecto de la información.
- **Despiece:** se redacta independientemente del texto y contiene información complementaria para entender la noticia o un aspecto de ella

BLOQUE III.

PARTE EXPERIMENTAL – I ***(PRENSA ESCRITA)***

<p style="text-align: center;">ANÁLISIS ESTADÍSTICO, DE CONTENIDOS Y DE DISEÑO DE LAS DIFERENTES PORTADAS ESTUDIADAS</p>

3.1.1 INTRODUCCIÓN

Todos los periódicos de alrededor del mundo utilizan una misma plantilla para ordenar la información de su portada. Dicha plantilla consiste en la división del folio del que disponen en, cinco columnas y trece filas, y este conjunto encabezado por un espacio de mida variante según la empresa, el cual está reservado para el título/logotipo del diario (*fig. 5*).

Encontramos también en todos los periódicos frecuentemente una composición de 5 columnas por 2 filas con la utilidad de mencionar algunas de las noticias más relevantes que encontramos en el interior de este y, que probablemente capten la atención del cliente o lector. Y por último siempre hay un espacio de mida variante para la publicidad. Este espacio es el más importante ya que es gracias a él que el diario se sostiene.

El anuncio estrella de la portada es el mismo durante una serie de días previamente concretados (una semana, dos semanas, tres semanas, un mes...) y es el que más paga, por su presencia en la página más vista del diario.

En el resto de la cuadrícula según el día se coloca la información de una forma u otra, nunca repitiendo consecutivamente un formato idéntico un día tras otro. Obviamente según el grado de importancia de la noticia portada del día el tamaño de su imagen y título será uno u otro. Del mismo modo que si la importancia de esta es menor y se le es dedicado un espacio inferior, las noticias complementarias a las que he mencionado que se les otorgaba un espacio de 5 x 2 su espacio en forma de columnas o filas (nunca ambas) variará e incrementará. Por lo contrario si ocurre de forma inversa (la importancia de la noticia portada crece pero no sorprendentemente, dicho espacio de 5 x 2 no puede disminuir.

El único caso que provocaría una excepción en las normas recién explicadas sería un crecimiento notable y muy relevante de dicha importancia; es decir, que ocurra un hecho de importancia suprema, y los esquemas variarán completamente.



Fig. 5. Modelo estructural de la portada de La Vanguardia donde se aprecian las cinco columnas y trece filas, prescindidas de un espacio de 5x2 reservado para hacer mención de otras noticias de interés y otro espacio superior para su logotipo. Contiene también el espacio inferior de la derecha de 1x3 para el anuncio de esa semana.

3.1.2 MATERIALES Y METODOLOGÍA SEGUIDAS

Para realizar el análisis de las portadas¹² de los diferentes periódicos en los que me he centrado he hecho un formulario que rellenaba en cada estudio, en el cual anotaba la fecha del periódico, el nombre del diario al que pertenece dicho análisis, así como un apartado con sus características generales en donde se especifica la altura por anchura de la página, el número de noticias que contiene, la extensión de dicho periódico, así como su edición, su tendencia política y su estructura.

La parte más importante del análisis son las características específicas de la noticia portada. El ámbito al que pertenece la noticia (política, sociedad, sucesos, ciencia, deporte, cultura, otro), sus midas (columnas por filas) tanto de la imagen como del título, el ámbito, su posición y si contiene una explicación (por breve que sea).

Este análisis lo he llevado a término durante los meses centrales de cada estación del año 2009, es decir de enero, abril, agosto y noviembre. Tomando como referencia representativa de las portadas de ese mes, la de todos los miércoles que haya tendido, (es decir en la mayoría de casos el análisis consistía en 4 miércoles al mes, de los 4 meses recién mencionados). Este proceso, repetido idénticamente en los periódicos de **La Vanguardia**, **El Mundo** (ediciones de Catalunya y de Madrid), **El País** (ediciones de Catalunya y de Madrid) y **Avui**, de tal forma que me fuera posible ver las diferencias en la manera de organizarse entre unos y otros.

El material utilizado se puede considerar como la tabla a rellenar que he hecho¹³, así como su representación en Excel para trabajar la información con mayor facilidad prósperamente y realizar las gráficas correspondientes y, todos los diarios utilizados, los cuales he encargado y una semana más tarde conseguido de forma prestada en la Biblioteca de Cataluña (fig. 6).



Fig. 6. Imagen de los ejemplares estudiados

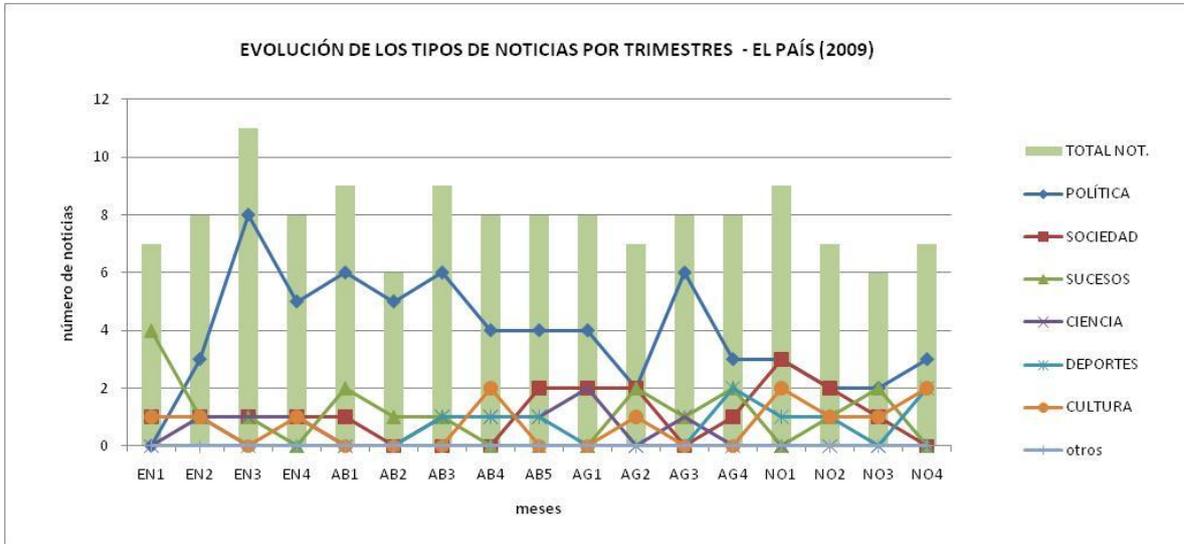
¹² Consultar ANEXOS apartado 7.1 (Ejemplos de portadas de las diferentes publicaciones estudiadas)

¹³ Consultar ANEXOS apartado 7.2 (Borradores del análisis de las portadas)

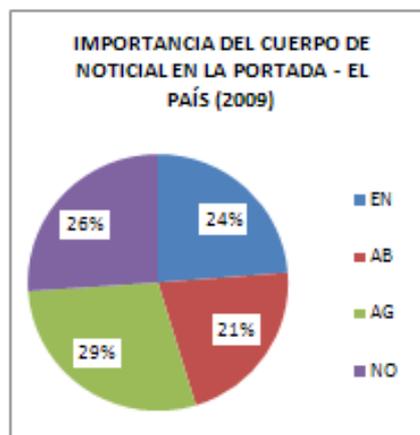
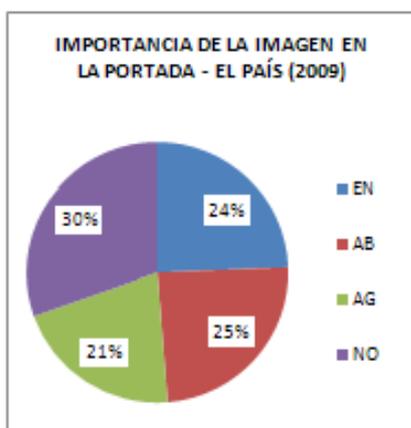
3.1.3 RESULTADOS OBTENIDOS

3.1.3.1. EL PAÍS

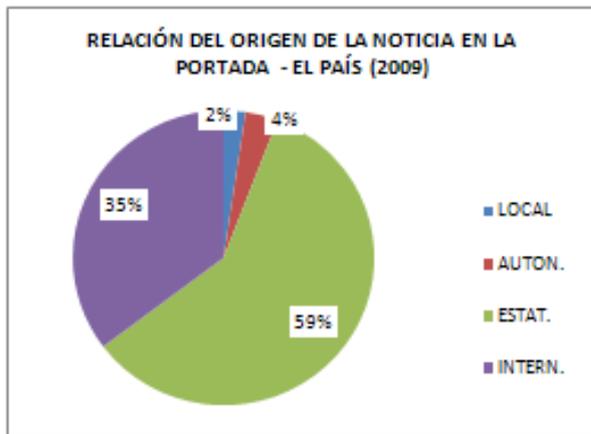
Tipo de noticias e importancia en la portada



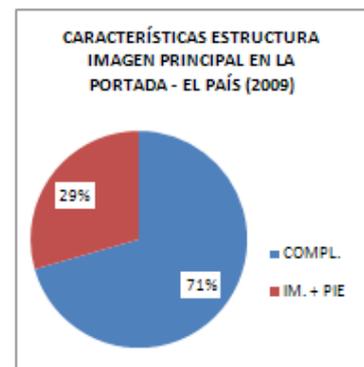
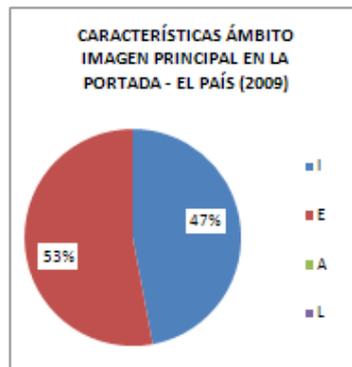
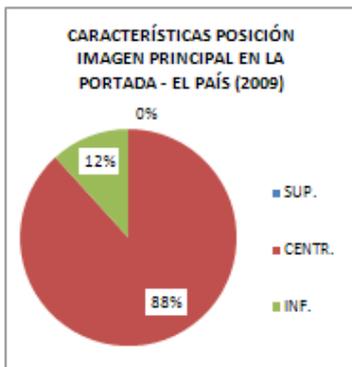
Importancia de la imagen y del cuerpo de la noticia



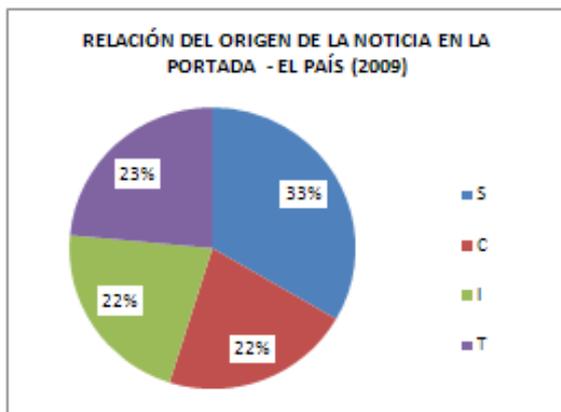
Origen de la noticia



Características de la imagen principal (foto de portada)

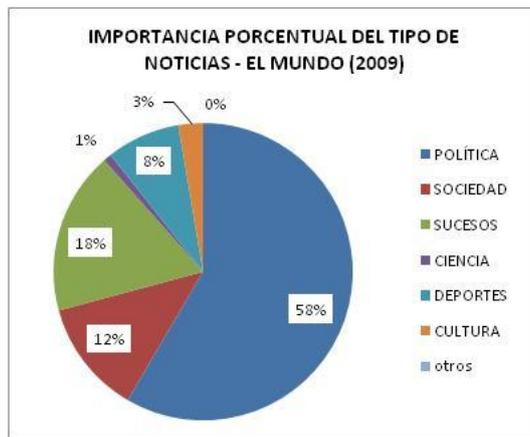
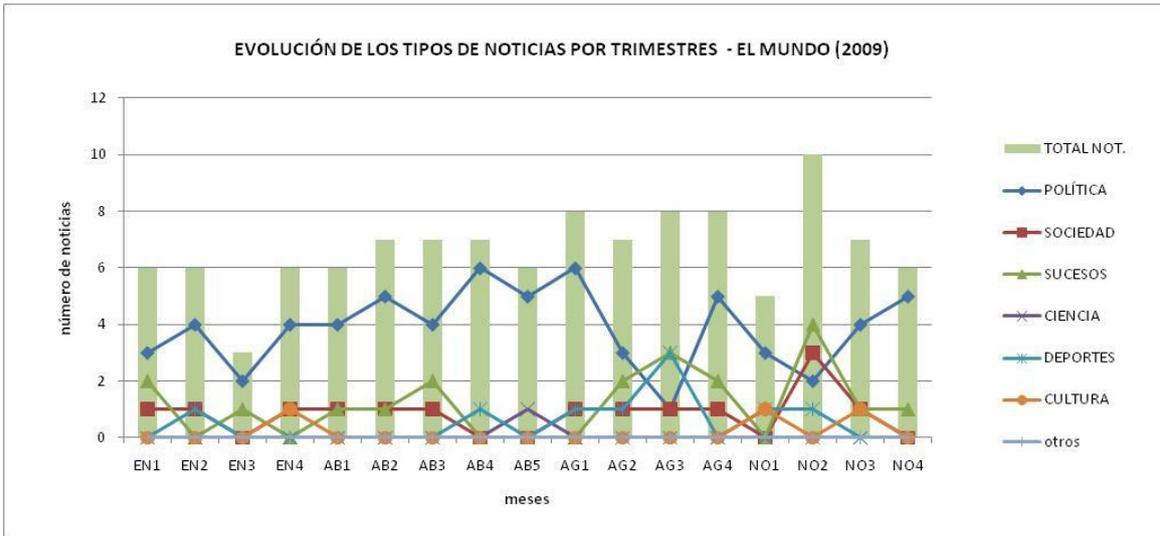


Posición de la noticia de portada

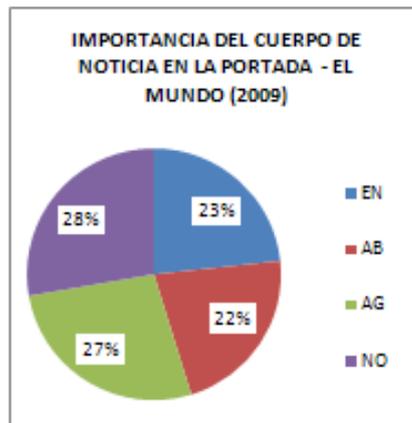
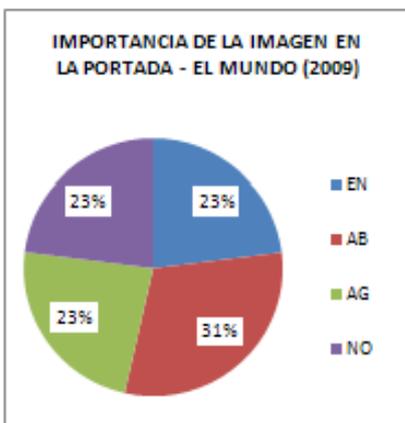


3.1.3.2 EL MUNDO

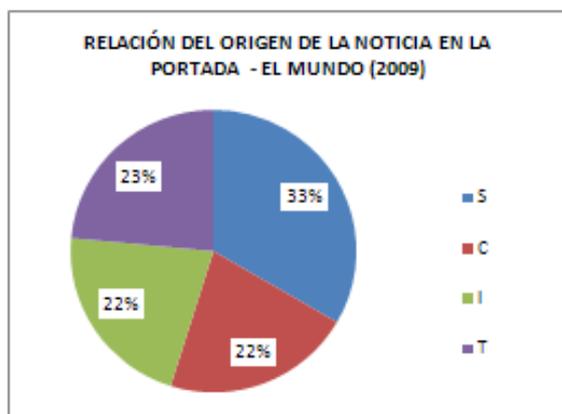
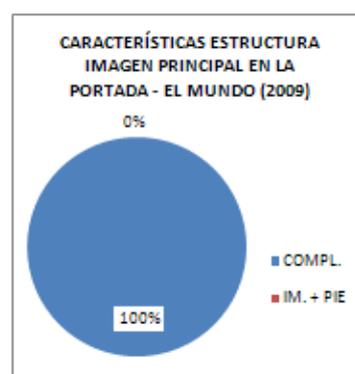
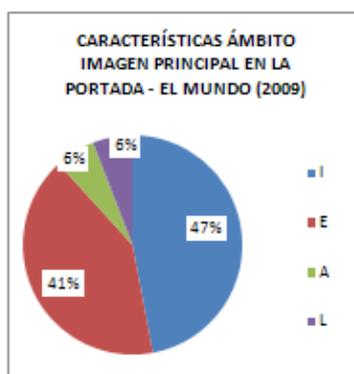
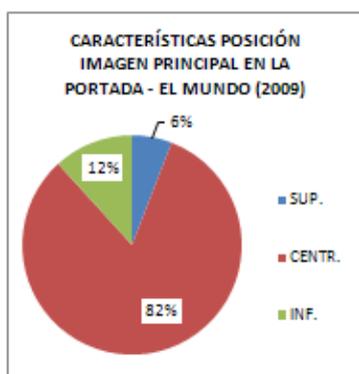
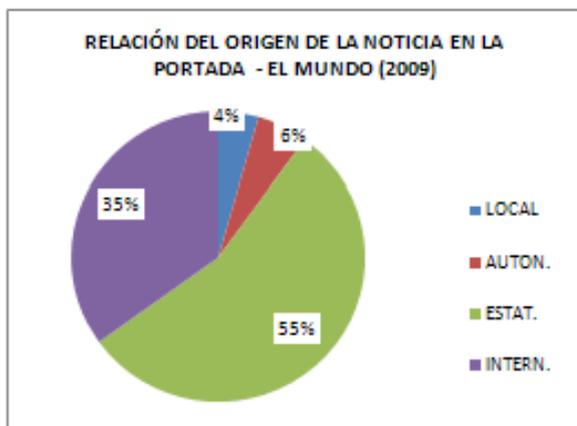
Tipo de noticias e importancia en la portada



Importancia de la imagen y del cuerpo de la noticia

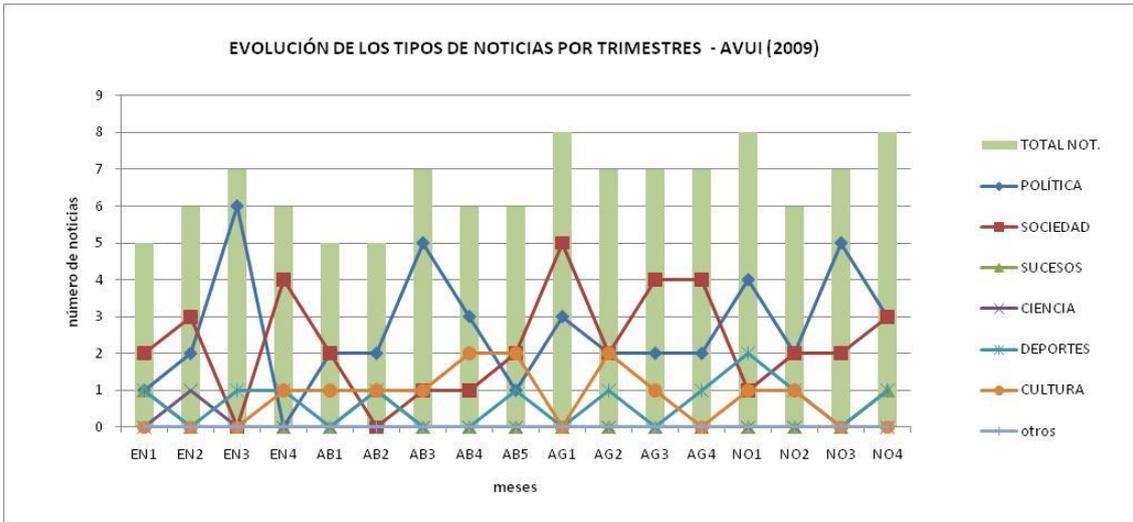


Origen de la noticia

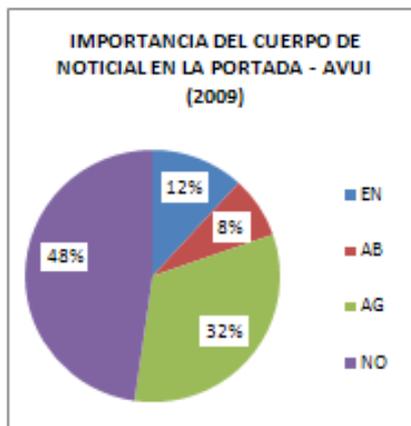
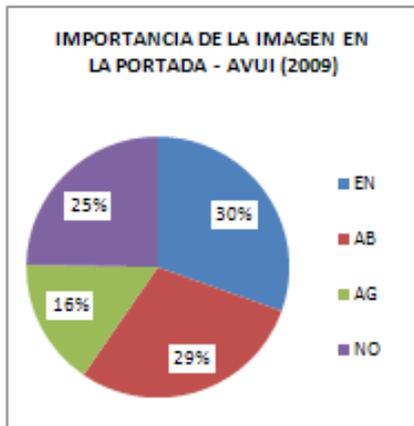


3.1.3.3 AVUI

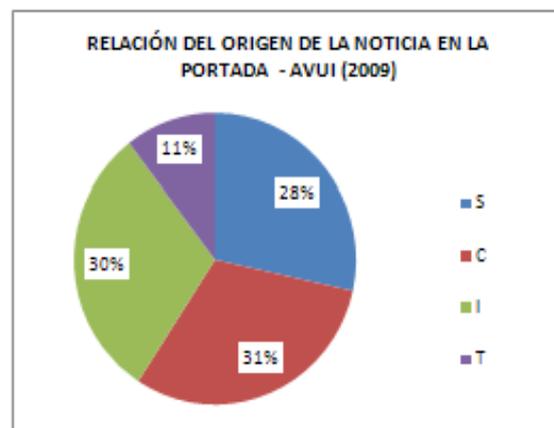
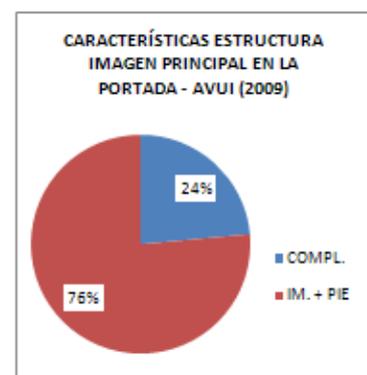
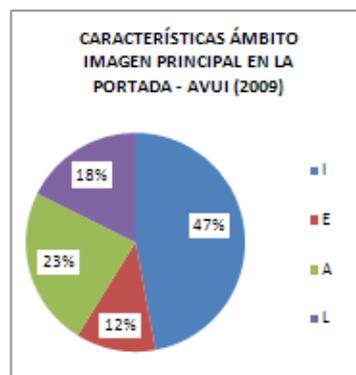
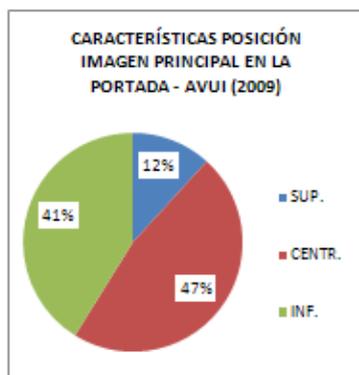
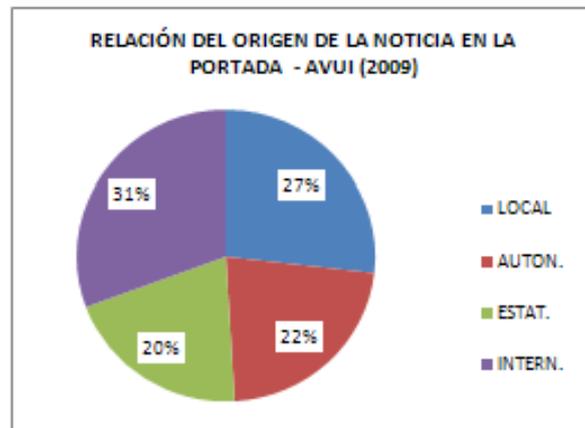
Tipo de noticias e importancia en la portada



Importancia de la imagen y del cuerpo de la noticia

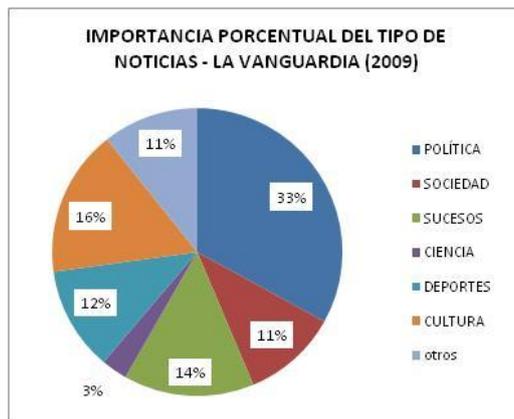
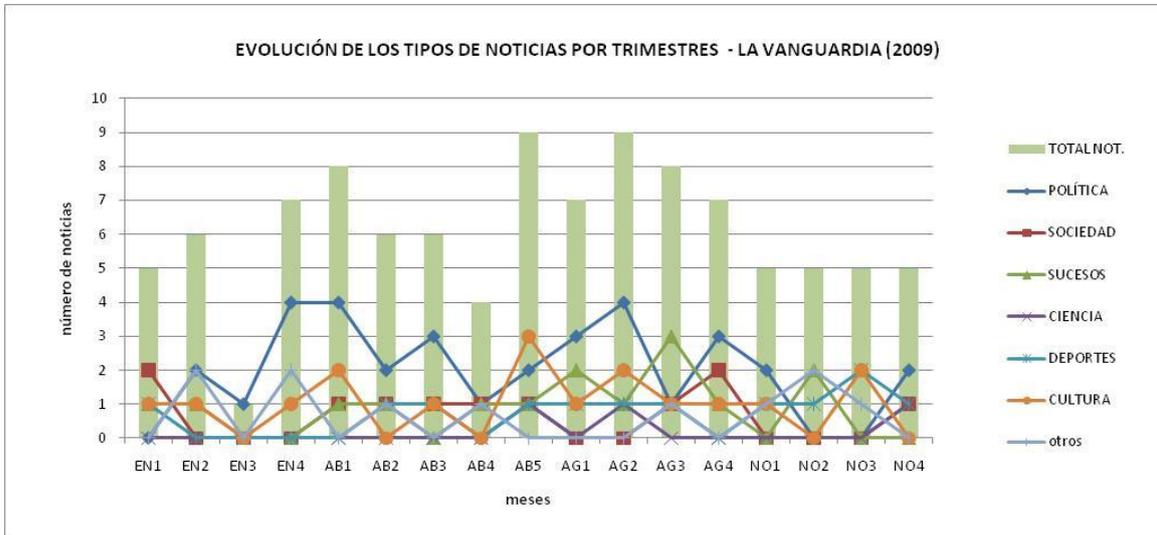


Origen de la noticia

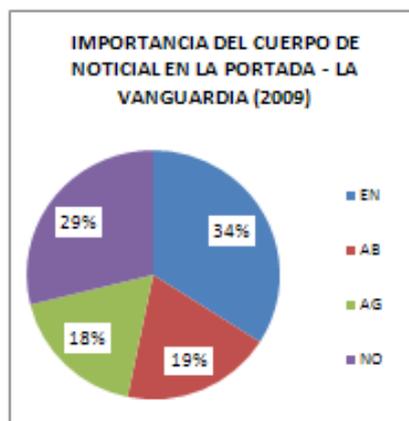
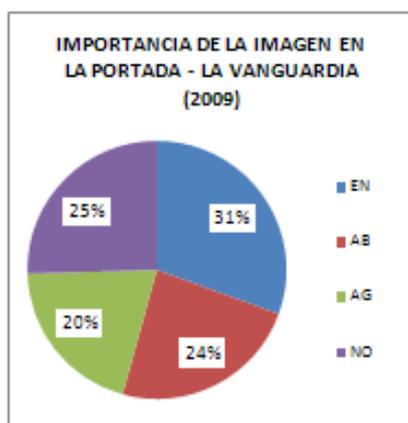


3.1.3.4 LA VANGUARDIA

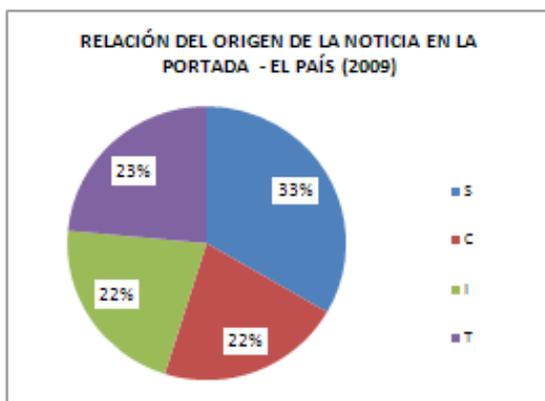
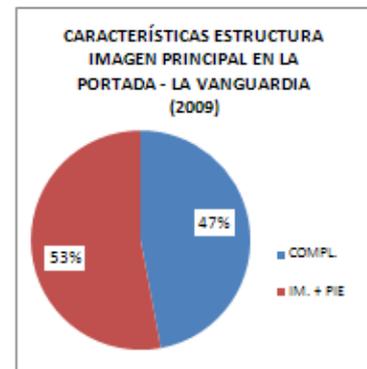
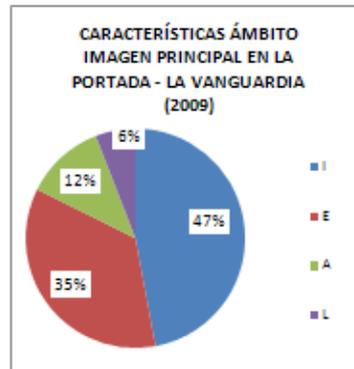
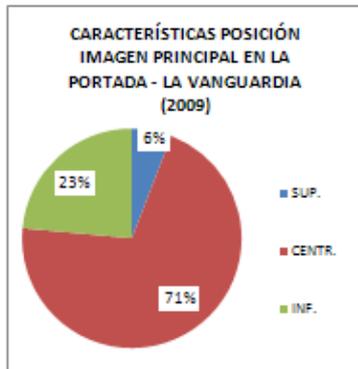
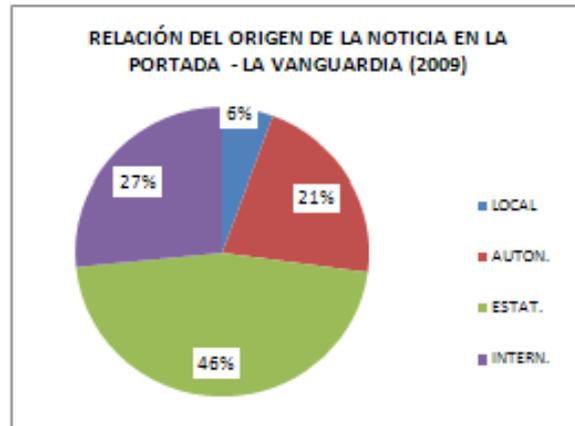
Tipo de noticias e importancia en la portada



Importancia de la imagen y del cuerpo de la noticia

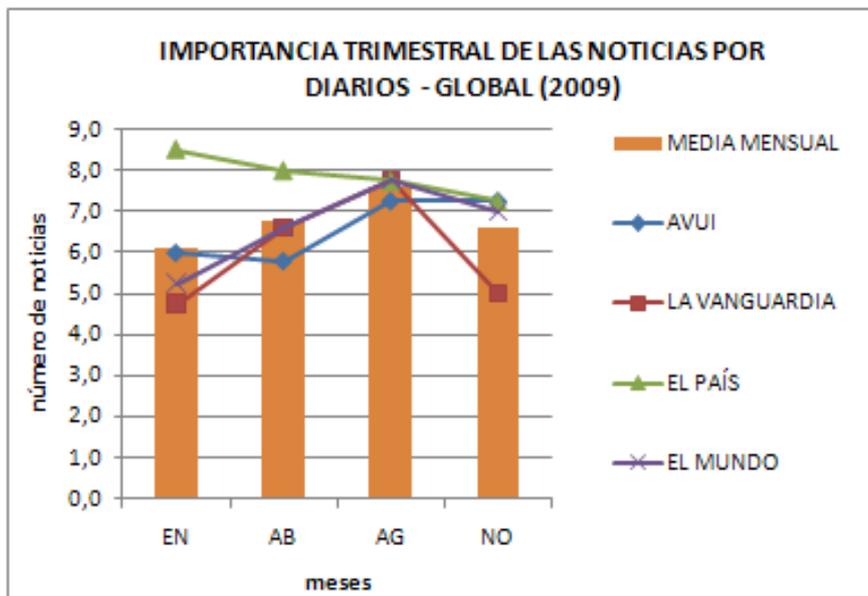
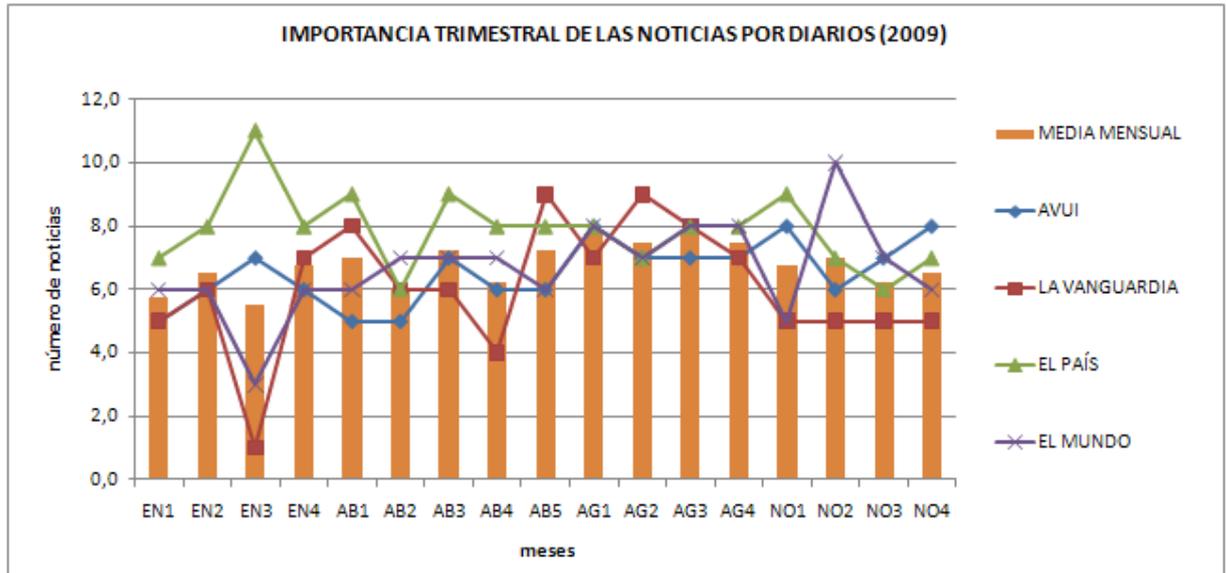


Origen de la noticia



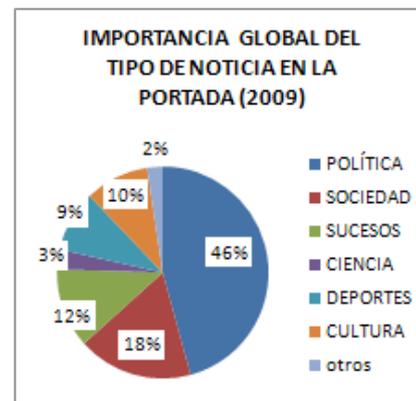
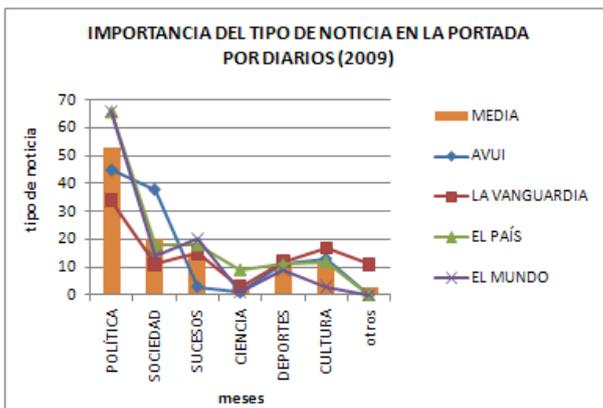
3.1.3.5 RESULTADOS GLOBALES

Tipos de noticias e importancia relativa en la portada



IMPORTANCIA DEL TIPO DE NOTICIAS (2009)

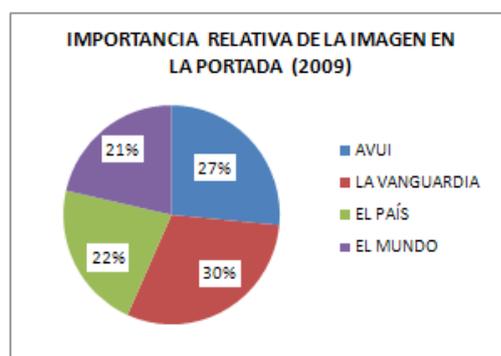
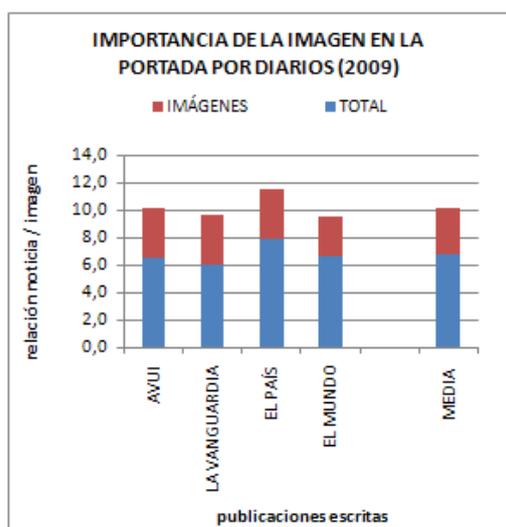
	POLÍTICA	SOCIEDAD	SUCESOS	CIENCIA	DEPORTES	CULTURA	otros	TOTAL
AVUI	45	38	3	1	11	13	0	111
LA VANGUARDIA	34	11	15	3	12	17	11	103
EL PAÍS	66	18	18	9	11	12	0	134
EL MUNDO	66	14	20	1	9	3	0	113
MEDIA	52,8	20,3	14	3,5	10,8	11,3	2,75	461



A través de estas gráficas podemos observar el incremento de noticias en el mes de agosto, así como que el diario que más noticias al año ofrece (independientemente de su importancia) es El País, mientras el Avui, La Vanguardia y el Mundo se mantienen en un equilibrio muy similar pero inferior al de El País.

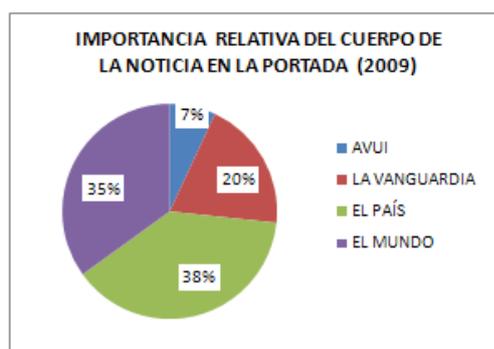
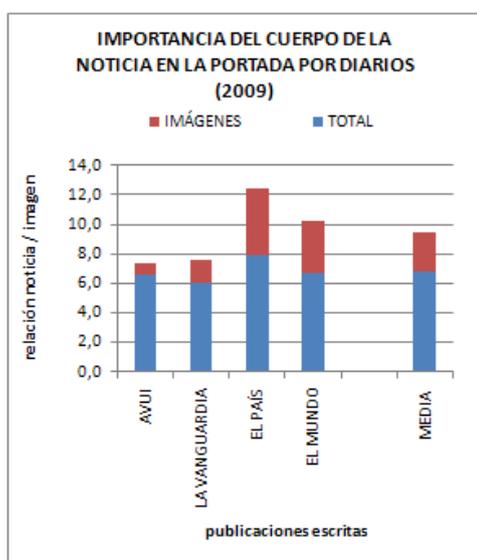
Según la media de noticias publicadas en el 2009 entre los cuatro diarios, se refleja de manera clara que los sucesos políticos son los que más han presenciado las portadas de nuestros periódicos. Siguiendo a la política las noticias relacionadas con la sociedad han tenido también mucho protagonismo, y en menor escala los sucesos, las noticias de deportes, ciencia, cultura y otros.

Importancia de la imagen en la portada



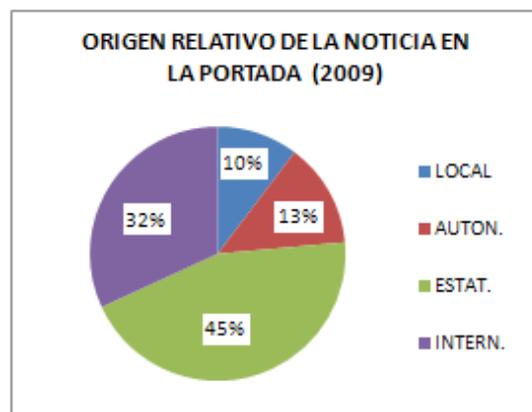
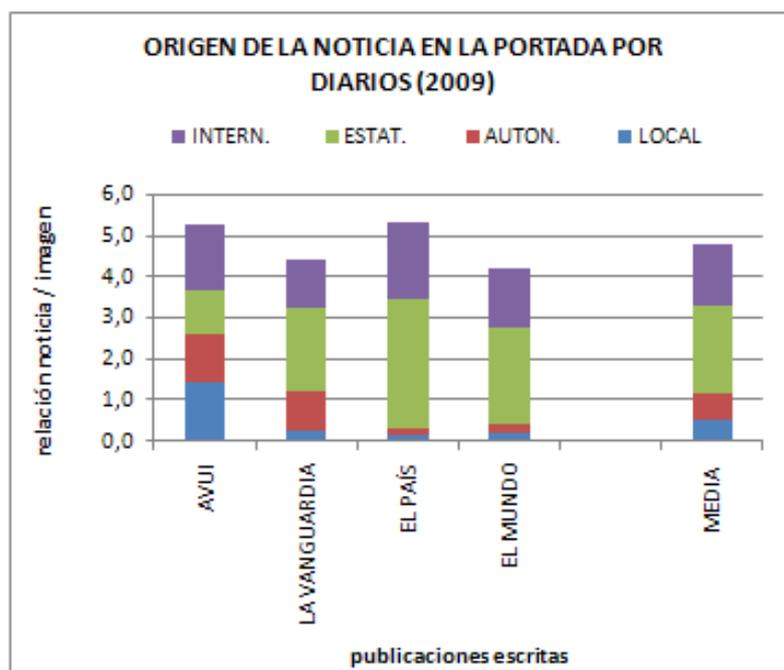
Estas gráficas demuestran la gran importancia que tienen las imágenes de la portada de los periódicos. En todo diario dicha fotografía tiene un papel fundamental, pero de los estudiados en el que más destaca es en La Vanguardia, seguido de L'Avui, de El País y con una importancia muy similar El Mundo.

Importancia del cuerpo de la noticia en la portada



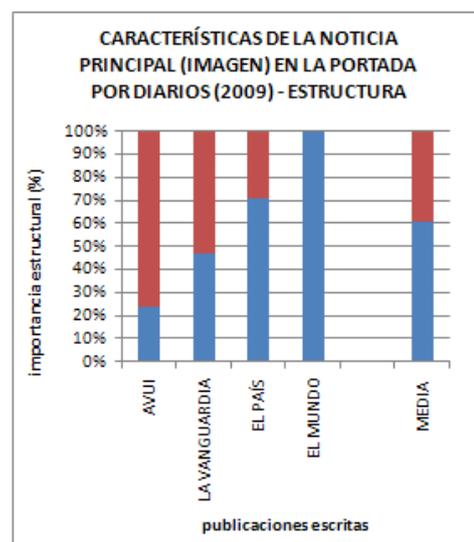
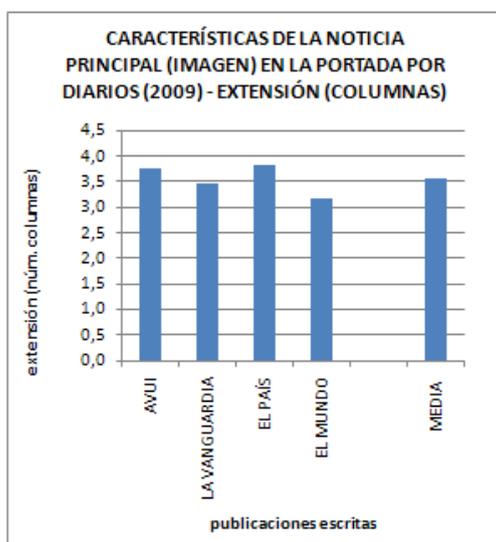
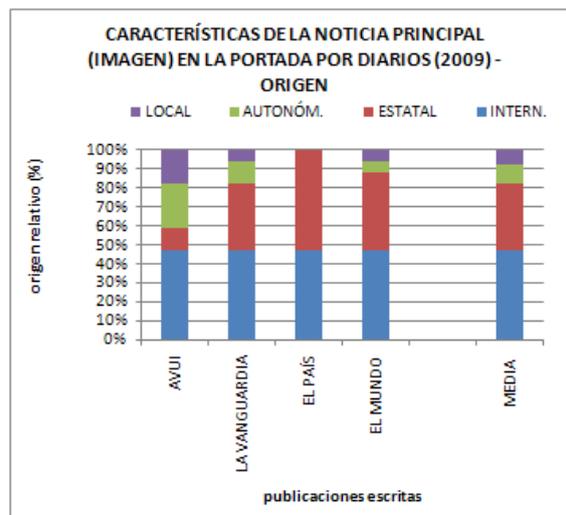
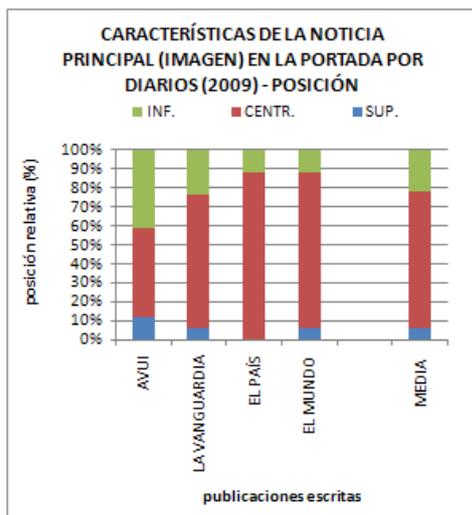
La importancia del cuerpo de la noticia es relativa, según el diario incrementa o decrece. El País considera imprescindible describir la noticia dada, en menor escala El Mundo y La Vanguardia, mientras el Avui considera que las fotos se valen como noticias por sí mismas en la mayoría de portadas.

Origen de las noticias de la portada



El Avui mantiene un equilibrio entre las publicaciones de noticias de ámbito local, autonómico, estatal e internacional, mientras La Vanguardia da muy poca importancia a las noticias locales, escasa a las autonómicas y se centra en las estatales e internacionales. El País y el Mundo de modo muy similar, casi no hacen esmento de noticias locales y autonómicas, y dan plena importancia a las estatales y a las internacionales.

Características de la noticia principal (imagen de portada)



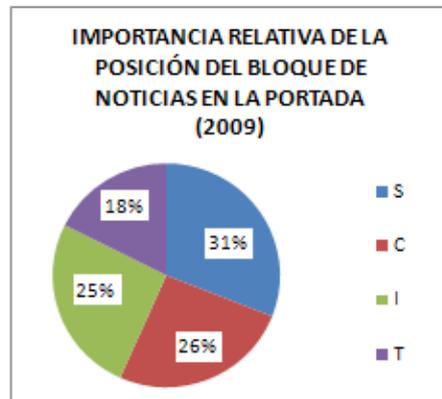
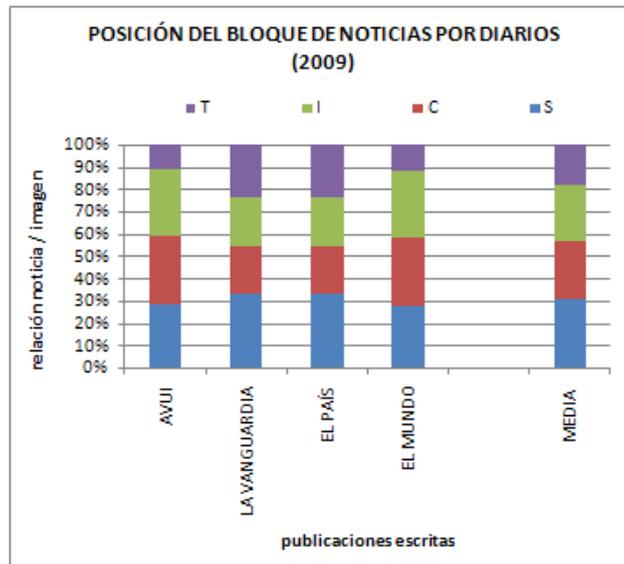
La imagen de la noticia principal en todos los diarios coincide que en el mayoría de casos es situada en la parte central, y aveces ocupa también parte de la inferior.

Dicha imagen principal suele ser de ámbito internacional, y/o estatal, y pocas veces autonómica o local.

Según la extensión por columnas, el espacio que ocupa en la superficie de la portada, encontramos que El País es quién dedica más espacio, con una diferencia mínima le siguen el Avui, La Vanguardia y El Mundo.

En la estructura, sigue un patrón de manera más estricta, con más importancia, El Mundo, y de manera decreciente y considerable, El País, La Vanguardia y el Avui.

Posición de los bloques de noticias en la portada



No existen grandes diferencias entre El País, El Mundo, La Vanguardia y el Avui en la manera de posicionar las noticias en los bloques superior, central, inferior, o en el caso de una noticia portada, total.

En la parte superior estas gráficas indican que es donde encontramos el mayor número de noticias, esto se debe a que se suelen mencionar varias pero no son explicadas y frecuentemente no llevan ni siquiera foto. Por lo contrario en el bloque central se posicionan gran cantidad de noticias pero estas si ocupan todo su bloque por individual o según el caso dos noticias comparten dicho bloque central.

En el bloque inferior se suelen situar pocas noticias y estas tampoco son desarrolladas. Se citan menos acontecimientos en este bloque ya que es el que suele tener un espacio dedicado a la publicidad.

Por último las noticias que ocupan un bloque total, significa que ocupan toda la plana.

En este caso también suelen coincidir los diferentes periódicos en número de veces que esto ocurre. Se debe a que las noticias de inmensa importancia son las mismas para todos, son las mismas en todos los rincones del planeta Tierra y por tanto estos cuatro diarios estudiados al igual que los otros muchos existentes en este aspecto coincidirán.

BLOQUE IV.

PARTE EXPERIMENTAL – II (PRENSA ELECTRÓNICA)

LA PRENSA EN INTERNET:

BREVE ANÁLISIS DE LAS PORTADAS DE LOS MISMOS DIARIOS EN FORMATO ELECTRÓNICO

4.1. INTRODUCCIÓN

Con el tiempo ha surgido la versión electrónica de los periódicos. Este hecho permite al lector consultar las noticias que solía en papel, pero a través de la red interactiva de Internet. Esto aumenta la comodidad del lector y facilita su relación con la prensa, ya que le es permitido votar, dar su opinión sobre un acontecimiento, y adentrarse en las noticias que más atraiga su interés sin tener que ojear otras irrelevantes para él o ella.

En dichas páginas web la portada no suele ser la misma que en papel (*fig. 7*). Encontramos además de imágenes, videos y varios apartados con pequeñas fotografías que al clicarlas nos muestran más noticias relacionadas, la cual cosa en papel es imposible. Pero, obviamente, la noticia de mayor interés coincide tanto en la versión electrónica de un periódico como en la impresa.



Fig. 7. Un collage de imágenes con algunos elementos de la prensa escrita en el mundo digital actual.

4.2. MATERIALES Y METODOLOGÍA SEGUIDAS

Para este breve análisis únicamente he necesitado conexión a Internet y el libre acceso que tienen las páginas electrónicas de los periódicos que estudio.

La metodología ha consistido en la comparativa entre la portada de un ejemplar impreso de cada periódico, con la edición electrónica de ese mismo día (fig. 8).

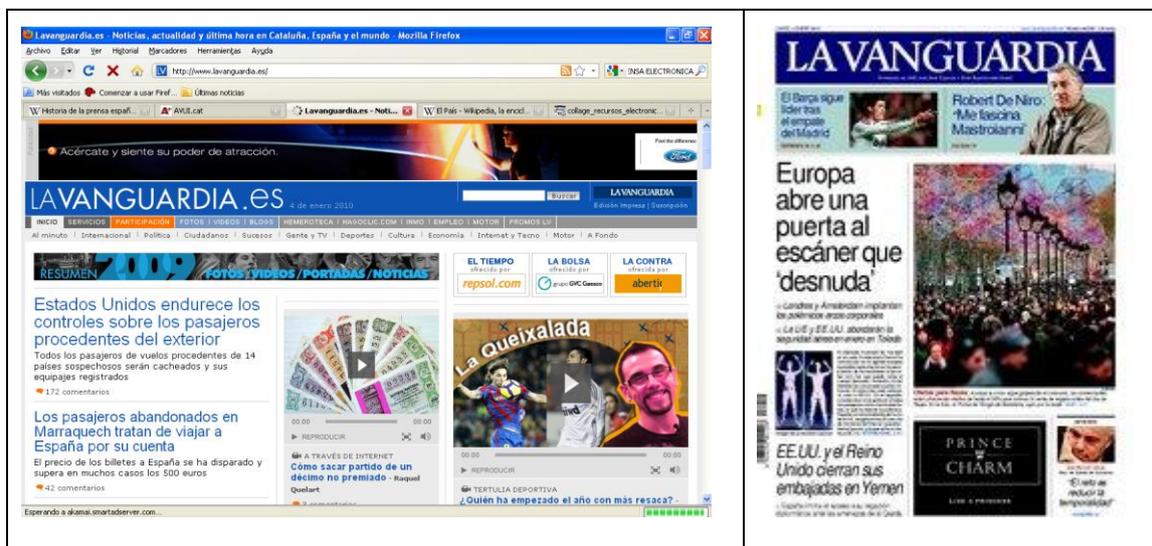


Fig. 8. Comparativa entre la portada digital y la escrita en La Vanguardia

4.3. RESULTADOS OBTENIDOS

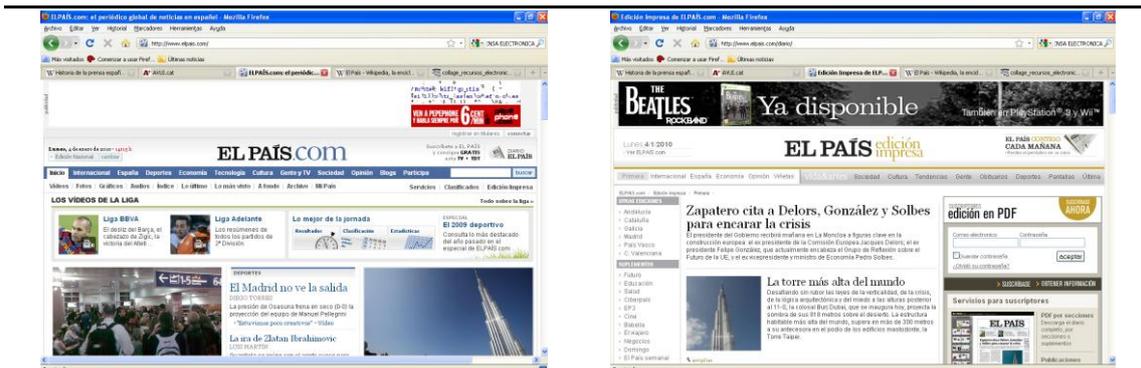
4.3.1. www.elpais.com

Existen dos modelos de página web de este periódico. Por una parte *El País.com* (fig. 9a) con elementos complementarios a la edición impresa. En segundo lugar, la edición electrónica de la *Edición Impresa de El País.com* (fig. 9b) con noticias que sí coinciden con las de la versión impresa. En la primera, además, se puede encontrar en la derecha una barra con imágenes que nos permite acceder a noticias no citadas en papel.

En todos los casos, la información está dividida en categorías que no coinciden en ambos formatos.

Las imágenes de las noticias en común son las mismas pero posee además videos de algunas noticias en particular (en su formato estrictamente digital).

Tiene un total de 28 blogs.



Figs. 9a i 9b. Portadas de los dos modelos digitales de El País.

4.3.2. www.elmundo.es

También presenta su versión estrictamente digital (fig. 10a) con su formato digital del contenido impreso (fig. 10b).

Sus contenidos son independientes aunque, de manera más o menos puntual, los textos generados en Internet saltan a las páginas de papel y viceversa. Cuenta con su propio departamento de gráficos interactivos y departamento de vídeos para elaborar contenidos específicos.

Igualmente, cuenta con un total de 32 blogs, cuatro de ellos de carácter ciudadano.



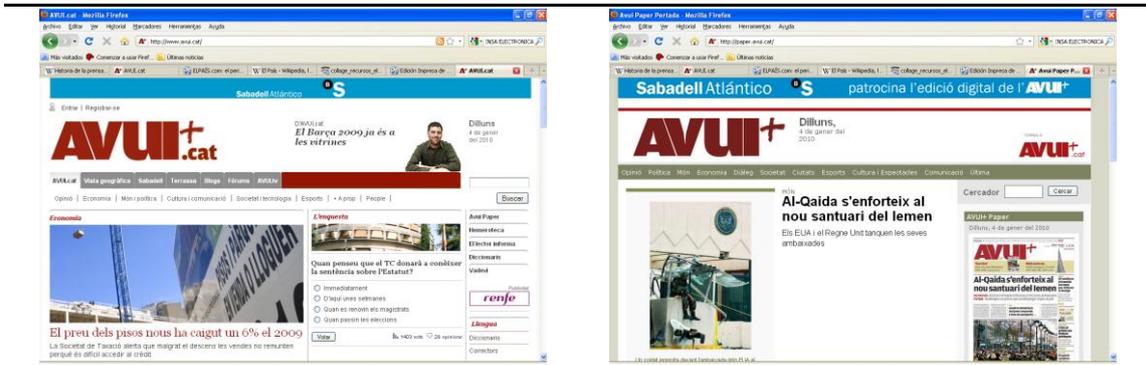
Figs. 10a i 10b. Portadas de los dos modelos digitales de El País.

4.3.3. www.avui.cat

También con sus dos formatos, igual que en las publicaciones anteriores. Su estructura, en cambio es más simple, sobre todo la de su parte impresa, donde únicamente se indican los titulares, aunque la noticia se puede ampliar (figs. 11a y 11b).

Aun así, la página web de este periódico despierta el interés de gran cantidad de lectores, ya que dispone de imágenes independientes generalmente a las de la versión impresa, y párrafos explicativos que son ampliables.

Hay infinidad de comentarios en sus 36 blogs, de personas que muestran interés por las noticias citadas.

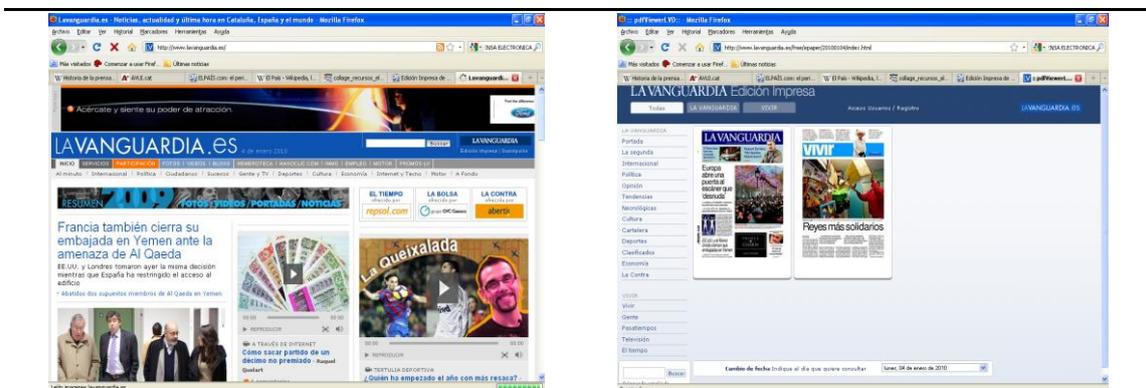


Figs. 11a i 11b. Portades de los dos modelos digitales de El País.

4.3.4. www.lavanguardia.es

A diferencia del resto, la versión digital impresa de *La Vanguardia* no es consultable libremente; únicamente los suscriptores tienen acceso. Se presenta en forma de pequeñas imágenes de la edición escrita (fig. 12b). La versión digital es bastante completa (fig. 11a).

Sus contenidos no son independientes en la mayoría de casos, pero también posee noticias particulares de la versión electrónica, para la elaboración de las cuales sí cuenta con un departamento de imágenes y vídeos específico. Posee un total de 30 blogs.



Figs. 12a i 12b. Portades de los dos modelos digitales de El País.

BLOQUE V.

PARTE EXPERIMENTAL – III (ENTREVISTAS)

**ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LOS SUBDIRECTORES DE LOS DIARIOS
ESTUDIADOS**

Como complemento al trabajo práctico explicado hasta el momento, he programado y realizado una misma entrevista con cada uno de los subdirectores de los diarios analizados¹⁴. El objetivo principal: verificar las diferencias existentes en el contenido de cada uno de las publicaciones estudiadas.

El contenido de la entrevista es el siguiente:

ENTREVISTA

1. ¿Cuáles son los procesos principales a la hora de maquetear la portada?
2. ¿Qué necesita una información para que su periódico la considere noticia?
3. ¿Cómo se selecciona la o las fotos de la portada?
4. ¿Qué porcentaje (%) de relación consideras que hay entre la imagen y el texto en una portada? (ya que la imagen es lo primero en que se fija la gente). ¿Considera que es más importante entonces la foto que el texto de los titulares?
5. ¿Qué criterio se utiliza para decidir el tipo de título? (temático / remático)
6. Aproximadamente desde que año se utiliza el modelo de portada actual?
7. Define con 4 palabras este periódico.
8. ¿Qué porcentaje de objetividad le pondrías a las páginas de _____
9. ¿Cuál es el ideario de este periódico? (¿Su publicación sigue algún tipo de tendencia del tipo centro, derechas o izquierdas?)

¹⁴ Consultar ANEXOS apartado 7.3 (Entrevistas a los subdirectores de los diarios estudiados; El País, El Mundo, L'Avui, La Vanguardia)

Como he comentado, han sido los subdirectores las personas entrevistadas (en el caso de *El Mundo* y de *El País*, los correspondientes a sus delegaciones en Catalunya). Sus nombres son los siguientes:

- a) ***El Mundo***: Carolina Álvarez
- b) ***El País***: Francesc Valls
- c) ***La Vanguardia***: Josep Alberola
- d) ***Avui***: Lluís Martínez

Dadas las extensiones de cada una de ellas, no se ha presentado la totalidad del contenido de las entrevistas. Éstas se presentan en formato escrito y electrónico en el anexo del presente trabajo. Sí que se indican, a continuación, las informaciones más importantes que se han extraído de cada una de ellas. Se sigue el mismo orden de las preguntas formuladas:

1. ¿Cuáles son los procesos principales a la hora de maquetar la portada?

Todos los periódicos coinciden en la manera de organizar su día para la mejor selección de noticias así como la especificación de los temas de portada.

Esta metodología consiste en una previa reunión por la mañana en la que se exponen los temas de interés del día, a lo largo del día los jefes de sección mantienen al corriente de la evolución de dichos temas al subdirector de su área, y el grupo de subdirectores es el que luego presenciara la segunda reunión junto con el director, para decidir cuales serán las noticias portada y de que manera van a estar presentadas.

2. ¿Qué necesita una información para que su periódico la considere noticia?

Cada periódico busca tener noticias que interesen a sus lectores i por tanto según la extensión del periódico, si es de ámbito local o nacional, se centra más o menos en lo ocurrido en un lugar próximo pero de leve importancia.

3. ¿Cómo se selecciona la o las fotos de la portada?

Generalmente el jefe de fotografía es quien hace la preselección, pero el director es quien acaba determinando cuál o cuáles son las más indicadas.

4. ¿Qué porcentaje (%) de relación consideras que hay entre la imagen y el texto en una portada? (ya que la imagen es lo primero en que se fija la gente). ¿Considera que es más importante entonces la foto que el texto de los titulares?

La imagen y el texto de una portada en la mayoría de casos comparten por igual la plenitud de la importancia. Por tanto dicho porcentaje consistiría en un 50% la imagen y otro 50% el texto.

5. ¿Qué criterio se utiliza para decidir el tipo de título (*temático / remático*)?

Cada periódico tiene su manera de encabezar las noticias. Es decir, hay periódicos que utilizan títulos temáticos en su día a día y uno remático en un dado momento en que quiere remarcar una información de interés.

Otros periódicos que utilizan como normativa los títulos remáticos, para despertar el interés del lector y descostrar que un suceso es de gran importancia, amplían la fuente de escritura, así como negrita y/o subrayado.

6. Aproximadamente desde que año se utiliza el modelo de portada actual?

Todos los periódicos estudiados han tenido modificaciones en sus modelos durante los últimos veinte años.

7. Define con 4 palabras este periódico.

En esta pregunta todos han utilizado como una de las cuatro palabras la mención de la tendencia política que sigue.

8. ¿Qué porcentaje de objetividad le pondrías a las páginas de _____

Esta pregunta ha resultado in cuantificable para todos los entrevistados y coinciden en que la objetividad periodística no existe. Afirman que toda información está manipulada en mayor o menor grado pero que constantemente estamos rodeados de subjetividad.

9. ¿Cuál es el ideario de este periódico? (¿Su publicación sigue algún tipo de tendencia del tipo centro, derechas o izquierdas?)

Todos los periódicos siguen una tendencia política que coincide generalmente con la de sus lectores. Por tanto, una misma noticia inevitablemente será explicada de una forma u otra, según si el periódico se define como de derechas o de izquierdas.

BLOQUE VI.

CONCLUSIONES GENERALES

5.1 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

De los resultados que he obtenido a lo largo del 2009 en relación a los objetivos planeados, he podido extraer las siguientes conclusiones.

a) En primer lugar, del análisis de las características de todas las noticias de las portadas de los periódicos publicados en el 2009 he obtenido lo siguiente;

Los hechos más comunicados han sido aquellos relacionados con política. Seguidamente, los de sociedad, y en una menor escala los de sucesos, ciencia, deportes y cultura.

Concretamente el diario Avui ha publicado un total de noticias políticas en su portada mayor al de la Vanguardia, pero inferior en casi un 50% al del País y El Mundo (el número de publicaciones de política de ambos son prácticamente idénticas).

Otro aspecto importante es la importancia de las noticias trimestralmente durante dicho año. Se aprecia un gran incremento de sucesos destacados en la temporada de verano (mes de Agosto), en Abril y Noviembre se mantiene una estabilidad, y en Enero un decrecimiento de número de noticias. Esto no significa que se dieran menos sucesos importantes, si no que las portadas durante el mes de Enero eran frecuentemente foto-noticia.

El seguimiento trimestral me permite citar, que de manera global en El Mundo se ha dado un incremento de la importancia de las noticias muy exagerado y constante desde enero hasta agosto, y una vez situado en su cima máxima ha sufrido un decrecimiento en noviembre. La trayectoria según la importancia de las noticias de La Vanguardia es casi idéntica, mientras que el avui se ha mantenido relativamente en un nivel similar entre enero y abril, ha efectuado la cuesta en agosto y se ha mantenido prácticamente inalterada hasta noviembre. De manera muy distinta El País inició el mes de enero en una cumbre máxima y ha ido disminuyendo a poca escala cada trimestre.

La importancia del bloque de origen de las noticias de portada también es sumamente importante. De modo que a través de mi análisis he obtenido que un 45% de las noticias pertenecen al ámbito estatal, un 32% al ámbito internacional, un 13% al autonómico y un 10% al local. Esto se debe al interés máximo que han pronunciado las noticias estatales los 365 días del pasado año.

b) La importancia relativa de la imagen en la portada es muy elevada en todos los periódicos estudiados. La Vanguardia es el periódico con más imágenes en su primera plana. Un total de un 63,6% de la extensión de estas, está ocupado por fotografías. El Avui la sigue, con un 56% i seguidamente El País y El Mundo con un 46,4% y 45,2% respectivamente.

Es importante a su vez para poder calificar las imágenes de dichas noticias tener en cuenta la importancia relativa del cuerpo de la noticia en la plana. Aproximadamente el 40 % de la plana se suele dedicar a la explicación de la noticia, dicho espacio a lo largo del 2009, El País lo ha amortizado utilizándolo casi en su plenitud durante todas sus publicaciones en un 38%, El Mundo también con un 35%, La Vanguardia con un 20% y por último en una menor escala con diferencia, el Avui con un 7%.

La noticia principal y su imagen (cuando no se trata de foto noticia), en el caso de los cuatro diarios, se sitúa por excelencia en la zona central y ocupara entre 3,2 y 3,8 columnas. El resto de noticias no se distribuyen de manera uniforme en los espacios restantes. En su promedio, un 31% ha sido situado de estas se encuentra en la parte superior de la portada, un 26% en los espacios disponibles del centro, y un 25% en la zona inferior.

c) El País se centra en las noticias estatales como las más importantes en su portada. Se muestra influido por sus intereses de ideología de centro-izquierdas.

El Mundo considera como noticias de mayor importancia en sus páginas las de ámbito estatal, y sus publicaciones muestran la influencia del partido político PSOE.

El Avui centra como noticias de máximo interés las de ámbito local. En el proceso de redacción se refleja una ideología catalanista (de izquierdas).

La Vanguardia centra la importancia de sus páginas en las noticias de ámbito internacional y estatal. Dichas noticias están influidas levemente por una ideología política de centro-derechas.

d) La portada de la edición electrónica de los periódicos que he estudiado, presenta algunas variaciones respecto a la de la prensa escrita.

El País, El Mundo y el Avui tienen una página web que muestra un diseño particular electrónico, pero también permiten la posibilidad de ver la portada que ha sido impresa en el periódico escrito.

En el caso de La Vanguardia, su edición electrónica únicamente da un diseño propio diferente al escrito, por tanto no ofrece la posibilidad de acceder al modelo impreso.

5.2 LIMITACIONES EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

Como en todo trabajo de investigación me he encontrado con limitaciones y por tanto debo justificarlas, tanto las personales como las del propio tema.

Entre las personales destaca la dificultad de acceso a los menores en la Biblioteca de Cataluña, el cual era necesario para acceder a las hemerotecas pertinentes de cada uno de los diarios estudiados.

Cabe citar que los medios de comunicación incluyen muchos tipos y me he tenido que centrar en los periódicos porque constan en papel escrito (no como en el caso de la televisión), y trabajar con documentos materiales siempre es más sencillo que con información virtual.

De entre todos los periódicos de prensa he escogido cuatro (los que he considerado más acertados para una mejor comparación) porque analizarlos todos comportaría un tiempo excesivo.

Un estudio completo de un periódico debería analizar todas sus páginas, pero me he centrado en el análisis de la portada porque como he mencionado anteriormente es el espacio más claro de estudiar por su similar estructura en cada periódico, es en donde las diferencias referentes a los encabezados son más notables, y se trata del espacio más manipulado de entre todas las páginas, ya que es de donde el lector extrae las principales ideas. Son ejemplo, los encabezados de noticia, el espacio que le es dedicado, etc.

Ninguna de estas limitaciones ha significado para mi una barrera o impedimento a seguir. Siempre he sabido orientarme otra vez con la finalidad de poder verificar mi hipótesis, y llevar a término mi primer trabajo relacionado con el periodismo.

BLOQUE V.
AGRADECIMIENTOS

AGRADECIMIENTOS

Considero imprescindible agradecer el apoyo y constante seguimiento de mi tutor Eduard Sáez, que en todo momento me ha animado a seguir con el trabajo al día, reconociendo mis esfuerzos y siempre haciendo críticas positivas para mejorarlo.

Quiero agradecer también la ayuda al señor Iván Nadal por su tiempo dedicado a mi trabajo e insistencia en que me esforzara, así como a cada una de las personas entrevistadas: el señor Francesc Vals, subdirector de *El País*, la señora Carol Álvarez, subdirectora de *El Mundo* (delegación en Catalunya), el señor Lluís Martínez, subdirector de *Avui*, y el señor Josep Alberola, subdirector de *La Vanguardia*. Agradece, igualmente, al señor Josep Cunit, periodista y presentador de TV3 sobre el tiempo dedicado a una pequeña entrevista, así como por su ayuda este proyecto de investigación se ha enriquecido.

También es de agradecer la disponibilidad de todos los periódicos que he necesitado en la Hemeroteca de Cataluña, así como el libre acceso a las páginas web correspondientes a cada periódico.

BLOQUE VI.
BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- **Publicaciones escritas consultadas**

- FONTCUBERTA, M. *Estructura de la noticia periodística*. Ed. ATE, Barcelona, 1980.
- FONTCUBERTA, M. *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Ed. Paidós (4ª imp.), Barcelona, 1998.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. *El lenguaje periodístico*, Ed. Paraninfo, Madrid, 1989.

- **Otras fuentes de información escritas**

- **El País:** portadas de:
 - a) Enero 2009: 7, 14, 21 y 28.
 - b) Abril 2009: 8, 15, 22 y 29.
 - c) Agosto 2009: 5, 12, 19, 26.
 - d) Noviembre 2009: 4, 11, 18, 25.
- **El Mundo:**
 - a) Enero 2009: 7, 14, 21 y 28.
 - b) Abril 2009: 8, 15, 22 y 29.
 - c) Agosto 2009: 5, 12, 19, 26.
 - d) Noviembre 2009: 4, 11, 18, 25.
- **La Vanguardia:**
 - a) Enero 2009: 7, 14, 21 y 28.
 - b) Abril 2009: 8, 15, 22 y 29.
 - c) Agosto 2009: 5, 12, 19, 26.
 - d) Noviembre 2009: 4, 11, 18, 25.
- **Avui:**
 - a) Enero 2009: 7, 14, 21 y 28.
 - b) Abril 2009: 8, 15, 22 y 29.

c) Agosto 2009: 5, 12, 19, 26.

d) Noviembre 2009: 4, 11, 18, 25.

- **Webs de los diferentes periódicos consultadas**

- www.lavanguardia.es
- www.elmundo.es
- www.avui.cat
- www.elpais.com

- **Otras webs consultadas**

- http://es.wikipedia.org/wiki/Prensa_escrita
- http://es.wikipedia.org/wiki/Peri%C3%B3dicos_espa%C3%B1oles
- <http://www.scribd.com/doc/882876/Estructura-de-El-Mundo>
- <http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/index.html>

- **Entrevistas personales**

- Sr. , subdirector del diario . Realización: .Barcelona, 2009.
- Sr. , subdirector del diario . Realización: .Barcelona, 2009.
- Sr. , subdirector del diario . Realización: .Barcelona, 2009.
- Sr. , subdirector del diario . Realización: .Barcelona, 2009.
- Sr. Josep Cunit, periodista y presentador de TV3. Realización: .Sant Boi, 2009.

BLOQUE VII.

ANEXOS

ANÁLISIS DE LAS PORTADAS

- Plantilla**
- Una muestra**
- Tablas y gráficas**

**ENTREVISTAS A LOS
SUBDIRECTORES**

EL PAÍS:

Francesc Valls. Subdirector.



1. Bueno, nosotros tenemos dos reuniones diarias que consisten en 2 videoconferencias en las que participamos todos los organismos territoriales del diario, juntamente con Madrid y cada uno explica los temas que tiene y que va a llevar (esto por la mañana). Luego por la tarde, se hace otra reunión y después se queda el director adjunto (ya que en el país, Barcelona es la única sección territorial que tiene director adjunto) con quien él designe, para decidir definitivamente como será la portada. La primera pagina, generalmente la escriben subdirectores o directores adjuntos. Es decir la primera página del diario es la pagina que el director le da la gana, así de claro. Aunque tú puedes vender los temas o expresar tu opinión, pero al fin y al cabo el director es el que manda.
2. Pues que sea noticia, ¿verdad? Para poder competir con los otros periódicos hemos de tener cierta originalidad a la hora de publicar nuestras noticias. Pero por ejemplo: cuando hay grandes casos de corrupción como ha pasado con el caso pretoria, todo el mundo se ha puesto de acuerdo a la hora de hacer las portadas, lo que sucede es que después yo creo que por segmentación de intereses de los lectores o lo que el periódico interprete que le pueda interesar mas a los lectores, se realiza la jerarquía de la primera página del diario.
3. Las fotos, las designa el director pensando siempre en el interés del lector. Aunque hacemos un diario para toda España, si consideramos que en Cataluña hay noticias que conviene destacar más que en el resto de España, lo hacemos.

4. Depende, puede ser una foto noticia que no tenga texto, en este caso sería el 100%, pero en la mayoría de casos de trata de un 50% cada cosa. Nosotros siempre procuramos que en la primera página haya una representación de todas las secciones del diario.
5. Procuramos siempre que el título tenga una intención, que vaya más allá de una mera descripción.
6. Economía internacional y economía española.
7. Liberal, regional y de izquierdas.
8. La objetividad no existe. Los diarios tienen orientaciones. La experiencia que tengo en ese diario es que siempre me han dado la posibilidad de mostrar mi punto de vista, otra cosa es que el director decida publicarlo o no.
9. Liberal de centro-izquierdas.

EL MUNDO (CATALUNYA):
Carol Álvarez. Subdirectora.



1. A las once y media realizamos una reunión los subdirectores de cada sección y el director de El Mundo. Se exponen los temas de interés del día, se clasifican por orden de importancia. A lo largo del día los subdirectores explican la evolución de dichas noticias al largo de las horas, y a las siete se hace la segunda y definitiva reunión en la que el director decide la foto portada, y la estructura de esta ese día.
2. Que sea una noticia de interés para el lector, en el caso de la edición especial del País para Cataluña obviamente las que ocurren en este territorio tienen preferencia en nuestras páginas. Por lo contrario en la edición de Madrid las noticias de Cataluña pasan a ser irrelevantes si no son muy impactantes.
3. El director es siempre el que escoge la foto de la noticia más importante, y los jefes de fotografía suelen escoger la de las noticias de título y explicación breves que la rodean, por la parte inferior o superior.
4. Entre la imagen y su título y texto creo que hay una importancia idéntica. (50% foto, 50% texto)
5. En nuestros títulos combinamos según la noticia la estructura sujeto verbo predicado, o dos o tres palabras llamativas.
6. El modelo de portada de El Mundo ha variado mucho a lo largo de su existencia. De hecho, el modelo de portada de Madrid y de Cataluña no coinciden. Constantemente

intentamos mejorar nuestra estructura. En los últimos veinte años hemos cambiado tres veces de tipo de letra y cinco veces de interlineado. Esto se debe a que tenemos un equipo que busca la mejor estructura para los ojos del lector, fácil de leer, comprender, destacando aquello que es de mayor importancia.

7. Central, detallista, completo, crítico.
8. ¿Objetividad? Obviamente nuestras páginas son objetivas pero no en su totalidad. El periodista que redacta aporta su punto de vista, además sigue unas ciertas pautas políticas porque como todo diario no podemos criticar a lo que es nuestro soporte. Por tanto, no podría cuantificarte dicho porcentaje.
9. El País es un diario que intenta ser lo más central posible, pero está influido por el PSOE.

AVUI:

Luis Martínez. Subdirector.



1. A las doce del medio día hacemos una reunión el director, el subdirector y los jefes de sección donde procede el primer análisis de los temas que tenemos del día. Le damos mucha importancia a los temas propios, a los temas que podemos tener nosotros que no tienen otros diarios, porque evidentemente es lo que va a hacer que nuestro diario sea comprado con preferencia a otro, es decir, que llame la atención al comprador. A lo largo del día el jefe de sección (economía, política, mundo, etc.) habla frecuentemente con el subdirector responsable de su área para informarle de la evolución de los temas debatidos en esa primera reunión. A las siete de la tarde, se hace una segunda reunión únicamente con el director y los subdirectores de cada área, y según la evolución que han tenido los temas de la primera es él quien decide como se hará la portada. Encarga entonces al jefe de diseño el tipo de portada que debe hacer (por ejemplo: quiero abrir con este tema del paro, grande, arriba, a cinco columnas y con un gráfico, otra columna con tres temas de política y uno de mundo).
2. Que sea lo más próxima a nosotros, o cuanto más nos afecta. Por tanto el Avui tiene una sensibilidad especial con los temas que afectan a Cataluña i al catalán, ya que esta lengua es la base del nacimiento del periódico. Pero por supuesto cualquier noticia de gran importancia internacional también abrimos con sección delantera. Somos un diario con vocación de serie nacional.

3. Generalmente el jefe de fotografía es quien hace la preselección, pero el director es el que acaba determinando cual es la más adecuada. Ya que en ocasiones si la imagen es muy impactante no es preciso un texto explicativo, la imagen es noticia en sí.
4. No te sabría cuantificar dicho porcentaje, pero considero que título e imagen comparten el protagonismo de la portada. Así que tal vez un 50%.
5. Somos un diario de tipo interpretativo. Debido a la letra más pequeña que utilizamos ahora, tenemos la posibilidad de utilizar la estructura de sujeto, verbo y predicado.
6. El modelo de portada del diario Avui ha tenido diversos cambios a lo largo de su existencia. Hace veinte años la maqueta utilizada era muy similar al de hoy en día, topografía pequeña y títulos más explicativos, después hubo otra que conservaba la estructura de la letra pero era más impactante y con títulos temáticos. De hecho, únicamente ha habido un periodo de año y medio en el que los títulos eran muy, muy cortos, una o dos palabras impactantes en los que la información que se proporcionaba tenía menos importancia que despertar el interés del lector.
7. Catalanista, progresista, nacional.
8. (El entrevistado no contestó a esta pregunta por qué dice que es incuantificable).
9. Avui es un diario catalanista, que defensa los valores de Cataluña y el catalán. No es un diario convergente, pese a que lo fue en un pasado.

LA VANGUARDIA:

**Josep Alberola.
Subdirector.**



1. A las once y media de la mañana tiene lugar una reunión con los redactores jefes y se exponen los contenidos previstos. A las siete de la tarde se convoca una reunión únicamente para la portada con el director, los subdirectores de todas las secciones, y el jefe del área de fotografía. Cada subdirector es el responsable de su sección, economía e internacional, política vivir y deportes, cultura y tendencias.

En esta reunión se determinan los temas idóneos para la portada, porque obviamente a lo largo del día han ido variando. El aspecto más importante de esta reunión es elegir la imagen de portada. TODO gira en torno la imagen.

El título que encabeza la portada es muy importante pero en función de la foto se construye la portada, por tanto es el centro de importancia.

2. Una información para que nosotros la consideremos noticia de La Vanguardia ha de ser de ámbito nacional, es decir que incumba a todos los españoles. Efectivamente si ocurre algo a nivel internacional de gran importancia, será explicado en nuestras páginas.
3. La foto de la portada como he mencionado anteriormente es determinada en la última reunión, donde el director escoge entre las propuestas la imagen idónea.
4. Considero que entre la imagen y el título hay una relación dualista, la imagen plasma el texto y el texto imita la imagen. Por tanto un 50% y 50%, pese que la imagen creo que es un tanto más importante, por tanto le otorgaría un 60% y al título un 40%.
5. Nosotros siempre utilizamos títulos temáticos y así en el caso de una noticia de gran importancia nacional digna de ser resaltada, utilizamos el título temático en mayúsculas, negrita y tal vez subrayado.

6. En La Vanguardia realizamos un cambio en el formato de nuestra portada hace dos años, ya que hemos cambiado de tipo de letra e interlineado. Así como la distribución de los anuncios.
7. Español, nacional, de amplia perspectiva, completo.
8. No existe ningún diario objetivo, por tanto no sabría cuantificarte la objetividad del nuestro...
9. Sí nos definiríamos como de centro izquierdas.

**CONFERENCIA SOBRE PRENSA Y
COMUNICACIÓN (SANT BOI,
OCTUBRE 2009)**



*Conferencia de sobre prensa y comunicación realizada en el Esapi Nexus (Sant Boi, Barcelona).
Asistieron, entre otros el periodista y presentador de TV3, Josep Cuní.*



Se entrevistó al sr. Josep Cuní..

A continuación adjunto la grabación de dicha conferencia en la cual intervengo al final para exponer mis preguntas en relación a los periódicos como medio de comunicación.

Dichas preguntas las realicé con la intención de obtener la respuesta de expertos y mejorar mi investigación.

Al final esta conferencia conseguí unos minutos para entrevistarlos individualmente, y las correspondientes grabaciones también están adjuntas en el CD.

CD (MATERIAL COMPLEMENTARIO)