

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN II

CLASE SIETE

Tema: Periódico.

OBJETIVO.

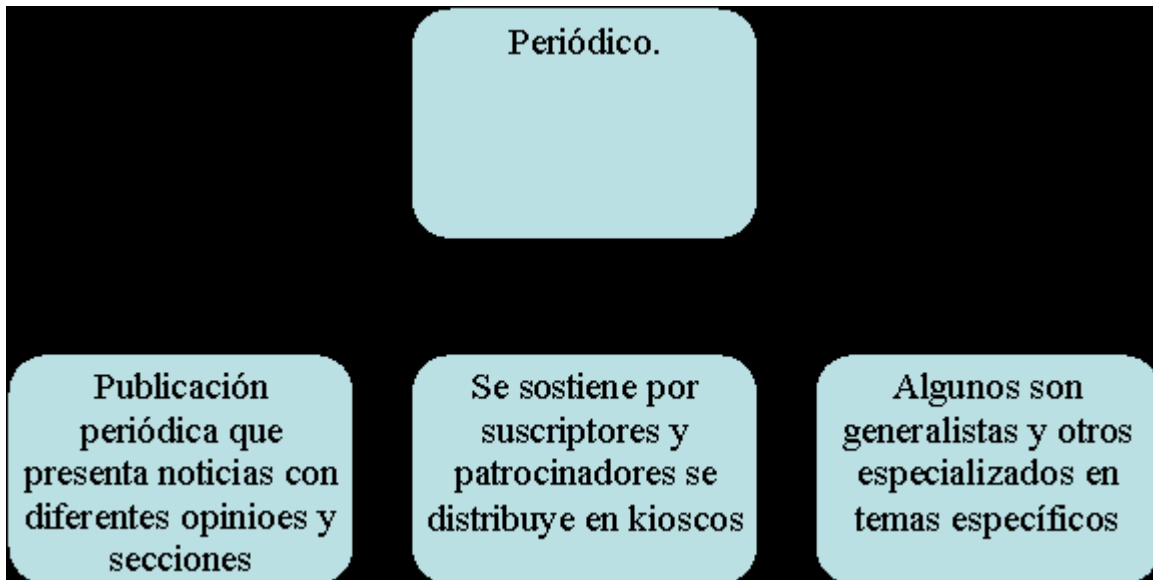
El alumno realizará una revisión histórica sobre el origen y evolución del periódico como importante medio de comunicación.

INTRODUCCIÓN.

El concepto prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad. Esta periodicidad puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario, o más comúnmente *periódico*), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario).

Existen desde la aparición de la imprenta, siendo el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo. Aunque la información sea su función más destacada, la prensa periódica posee, como todo medio de comunicación, las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión, educar y entretener (habitualmente resumidas en la tríada *informar, formar y entretener*).

MAPA CONCEPTUAL.



DESARROLLO.

Historia.

La República Romana, hizo circular una lista de eventos, llamada *Acta Diurna* ("eventos del día"), en el año 59 a.C. Hubo una publicación del gobierno imperial chino en el año 713 d. C. que se llamó *Kaiyuan Za Bao* ("Noticias Mezcladas"). No obstante, estos precedentes de la prensa escrita no alcanzaron mucho éxito o distribución sin la impresión masiva que se alcanzó gracias y a partir de Gutenberg. La prensa escrita como tal apareció bajo forma de hojas sueltas a finales del siglo XV (la invención de la prensa de papel data de los años 1450). Durante los siglos siguientes empezaron a crecer numerosos periódicos. El periódico más veterano que aún opera hoy en día es el *Post-och Inrikes Tidningar* de Suecia, fundado en 1645. La generalización de los periódicos tuvo que esperar a la sociedad industrial: fue a partir de mediados del siglo XIX cuando se experimentó un gran desarrollo de estos medios.

En 1884, Otto Mergenthaler inventó la máquina del linotipo, que moldea líneas enteras de letras con plomo caliente. Este invento inició toda una época de trabajo que duró por casi un siglo. En 1962, el diario *Los Angeles Times* empezó a acelerar sus linotipos con cintas perforadas de computadoras RCA, después de automatizar la alineación y los hifenes en el texto en columnas. Esto aumentó la eficiencia de los operadores manuales de los linotipos en un 40%. En 1973, la corporación introdujo terminales de corrección electrónicos, que fueron imitados por las corporaciones Raytheon, Atex y Digital Equipment Corporation, entre otras. Estas terminales entregaron tiras de tipo sobre película de fotofijadoras de letra.

El periódico.

Una publicación periódica de prensa escrita es una publicación escrita impresa editada con periodicidad, que puede ser diaria (en cuyo caso suele

llamarse diario), semanal (semanario o revista), mensual (caso de muchas revistas especializadas) o anual (anuario).

Existen desde la aparición de la imprenta, siendo el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo.

Aunque la información sea su función más destacada, la prensa periódica posee, como todo medio de comunicación, las funciones de informar, persuadir, promover, formar opinión, educar y entretener (habitualmente resumidas en la tríada *informar, formar y entretener*).

Específicamente, el periódico es la publicación periódica que presenta noticias (crónicas, reportajes) y artículos de opinión o literarios. Los artículos no firmados se consideran la opinión del editor (o artículo editorial). Además, suele proporcionar información diversa a sus lectores: meteorológica, bursátil, de ocio o cultural (como programación de cine y teatro), de servicios públicos (como farmacias de guardia, horarios y líneas de transporte o cuestiones similares), y a veces incluye tiras cómicas y diversos tipos de pasatiempos. Las ediciones dominicales suelen incluir diversos tipos de suplementos. En ocasiones, se incluyen regalos o diversos tipos de promociones comerciales para incentivar su compra.

Distintos periódicos rivalizan en defender diferentes posturas públicas (políticas o ideológicas); tanto si son órgano oficial de algún partido político (prensa de partido), o el órgano de expresión de un grupo de presión económica (patronal, sindical) o religioso (prensa católica); como si se consideran *independientes*. Al contrario, pueden ser la única expresión autorizada en un régimen totalitario.

En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos, además del precio por ejemplar que cobran a sus lectores y de la suscripción de los suscriptores que reciben el periódico en su domicilio, se basan en la inserción de publicidad. Algunos (la prensa gratuita), únicamente por ella.

Se distribuyen y venden en los quioscos y en otros lugares propios para ello; a veces se *vocean* o reparten de forma ambulante.

La posibilidad de recibir información *en directo*, primero a través de radio y televisión, y desde finales del siglo XX por Internet, ha terminado suprimiendo la diferencia que existía entre la prensa matutina y la prensa vespertina, que se vendía por la mañana y por la tarde respectivamente.

Los periódicos *generalistas* se destinan al público en general, por lo cual su estilo es claro y conciso, y su contenido muy variado, pero siempre dividido en dos secciones generales: información y opinión, divididas a su vez en subsecciones: información nacional, internacional, local, sociedad, cultura, ciencia, salud, economía, deportes, agenda, anuncios, etcétera y, en el caso de la opinión, en:

editorial, artículos de fondo, cartas al director, columnas, críticas (taurina, cinematográfica, televisiva, deportiva, teatral, musical), crónicas, humor gráfico, etc.

Algunos periódicos han adquirido fama por su aceptación de alguna sección en particular, ya sea que la sección sea destacada a comparación de otros periódicos, o que ésta tenga algún distintivo peculiar; por ejemplo, un periódico en una sociedad de publicación de varios periódicos puede atraer más clientela porque su sección de "anuncios clasificados" goza de fama de ser mucho más completa.

Los periódicos pueden estar más enfocados a temas específicos como, por ejemplo, las finanzas (prensa económica), la política, la información local (prensa local), los sucesos, los acontecimientos sociales (prensa del corazón), etc; en cuyo caso se habla de *periódicos especializados*. En ocasiones se la designa por colores: prensa amarilla o sensacionalista, prensa salmón o económica (por el color del papel en que se imprimen algunos prestigiosos periódicos financieros), prensa del corazón orosa (la que trata sobre la vida de personas famosas).

La prensa diaria se distingue por la impresión en papel barato, al contrario de las revistas, más ilustradas a color e impresas en mejor papel. Esta última forma de publicación ha experimentado una gran diversificación que le ha permitido resistir mejor a la competencia de los medios de comunicación electrónicos.

Formato.

Actualmente la mayoría de los diarios se distribuyen bajo cuatro clases principales de formato:

- *Hoja grande, tamaño sábana o asabanado, broadsheet*: 600 mm por 380 mm, usado muchas veces por los periódicos más serios. Un ejemplo es el formato utilizado por el periódico The Times hasta 2004.
- *Tabloide*: la mitad del tamaño de los broadsheet, de 380 mm de largo por 300 mm de ancho. En los países anglosajones es muchas veces visto como sensacionalista frente de éstos últimos, aunque en otros países, como España, es el tipo más utilizado.
- *Berliner*: de 470 mm por 315 mm, usado por periódicos como Le Monde.
- *Arrevistado*: formato similar a las revistas, incluso con grapas. Es poco frecuente, aunque se sigue utilizando, como es el caso del diario español ABCy el Diario Argentino "La Tarde".

Difusión y venta.

En casi todos los casos y en diferente medida, sus ingresos económicos, además del precio por ejemplar que cobran a sus lectores y de la suscripción de

los suscriptores que reciben el periódico en su domicilio, se basan en la inserción de publicidad. Algunos (la prensa gratuita), únicamente por ella.

Se distribuyen y venden en los quioscos y en otros lugares propios para ello; a veces se *vocean* o reparten de forma ambulante.

Al número de ejemplares vendidos en un solo día se le llama difusión o circulación, y se usa como una forma de definir las escalas de precios para avisos publicitarios.

Según datos de la ONU, Japón tiene tres diarios con difusiones de más de 4 millones de ejemplares. El tabloide alemán *Die Bild-Zeitung* ("el diario de fotos") con una difusión de 4,5 millones fue el único otro diario en esa categoría.

En el Reino Unido *The Sun* es el "bestseller", con alrededor de 3,2 millones de ejemplares difundidos por día (a finales del 2004).

En Estados Unidos y en el Reino Unido, hace muchos años que poco a poco va disminuyendo la difusión.

El *USA Today* tiene cifras de difusión de alrededor de 2 millones, siendo el diario más distribuido de los Estados Unidos. Esto se debe en parte a sus contratos con hoteles. Muchos ejemplares son entregados a huéspedes que no expresan el deseo de no recibirlos gratis.

Diversos países tienen al menos un periódico que circula por todo su territorio; un *diario nacional*, a diferencia de un *diario local* que trata de una sola ciudad o región. Estados Unidos y Canadá son una excepción parcial a esta tendencia, ya que no cuentan con casi ningún diario de enfoque y distribución universal dentro de sus territorios.

RESUMEN.

La Prensa, el periodismo escrito, o periódico como se prefiera llamarle, es una pequeña pila de papel impresa, que todas las mañanas nos llega a la calle o a la casa, con la salida del sol y nos muestra cómo se mueve el mundo a la vez que nos movemos con éste, a veces sin percatarnos siquiera de ello. La prensa nació casi con el descubrimiento de América y ahora está presente en casi todo el mundo, plasmando en sus paginas a lo largo del tiempo la historia de la humanidad y comunicándola a la gente por tanto que hoy es el medio de comunicación social más popular del mundo (en cuanto a información se refiere). Pero muchas veces se desconoce cómo funciona un periódico, por eso ahora mediante esta investigación se informará un poco más de este valioso medio

informativo, señalando mediante un periódico en específico, las características del mismo y su desenvolvimiento en la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA.

- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Prensa_escrita
- ✓ <http://www.mediosdecomunicacion.org/elperiodico/>

EJERCICIO.

Subraya la respuesta correcta.

1. El concepto prensa escrita se refiere a publicaciones impresas que se diferencian en función de su _____.
 - a) Periodicidad.
 - b) Parcialidad.
 - c) Utilidad.
2. Se le llama periódico cuando:
 - a) La publicación es impresa a diario.
 - b) La publicación es impresa de forma mensual.
 - c) La publicación no se imprime.
3. Donde sucedieron los precedentes de la prensa escrita:
 - a) En Italia y Roma.
 - b) En Alemania y Japón.
 - c) En Roma y China.
4. Desde la aparición de la _____ es el primer medio de comunicación de masas y los vehículos originales del periodismo.
 - a) Electricidad.
 - b) Computadora.
 - c) Imprenta.
5. Denominación que se utiliza para referir periódicos que pueden estar más enfocados a temas específicos.
 - a) Periódicos chismosos.
 - b) Periódicos radicalistas.
 - c) Periódicos especializados.

TAREA.

1. Explica porque las ideologías políticas o religiosas pueden ser motivos de rivalidad entre los diversos periódicos de circulación popular.
2. ¿Cuál es la principal diferencia entre los formatos de periódico que hay en la actualidad?

3. Enlista al menos tres periódicos de circulación nacional y menciona el tipo de notificaciones que difunden.