

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado

Curso Académico 2014-2015



**Evolución de la maquetación en prensa escrita y la
irrupción de los nuevos medios digitales**

**Evolution of the layout in written press and irruption of
new digital media**

Alumno/a: Adrián Manuel Redondo Rodríguez

Tutor/a: José Juan López Espín

El presente estudio constituye un análisis de la evolución del diseño en la prensa diaria española, desde la aparición de ésta en el siglo XVII, hasta nuestros días, así como el salto al formato online del siglo XXI.

Mediante la división en seis etapas y la selección de tres de los diarios más importantes de cada una de ellas, se refleja cómo han cambiado y se han incorporado los distintos elementos tipográficos, gráficos y gráfico-textuales a las páginas de los diarios. Comenzando por los primeros ejemplares, con apariencia de libro y apenas elementos de ningún tipo, pasando por la inclusión de titulares, subtítulos, antetítulos o destacados, hasta la llegada de las fotografías, infografías o el uso del color.

Además, la última etapa analizada cuenta con la peculiaridad de que en vez estudiar la versión impresa, el objeto a analizar son las versiones online de los tres periódicos de la anterior etapa, así como sus adaptaciones a los nuevos formatos portátiles (tabletas y smartphones). Con ello, se estudia el diseño y la estructura de dichas páginas webs, y la variación del uso de los elementos utilizados en los anteriores análisis, así como los nuevos que aparecen y las posibilidades que estos ofrecen.

Con todo, se realiza una comparativa entre el diseño en el formato impreso y la versión online, incluyendo una discusión de los resultados obtenidos.

Palabras clave:

1. Diseño
2. Prensa
3. Maquetación
4. Web
5. Formatos

The next study shows an analysis about the evolution of design in the spanish press newspaper, since the appearance from this one in the 17th century, until nowadays, just like the jump to the online format in 21th century.

By the division in six periods and the selection of three newspaper most important in each, it is reflects how they have changed and incorporating the differents typographics elements, graphics and textual-graphics to the newspaper pages. Begginig since first copies with a book appearance and barely any type of elements, passing through to the headlines, subtitles, introductory heading or prominents, until the arrival of the photographs, computer graphics or the color use.

In addition the last period to analyse has a peculiarity that instead of to study the printed version, the object to anaylse are online version about three newspaper from the last period, just like their adaptations to the new portable formats (tablets and smartphones). Design and structure from each website can be studied from the last one, and to observe how can vary the use of the elements used in the last analysis, just like news wich appear and the possibility that offer.

With all of this, a comparative is completed between the design in the written format and the online versión, including a discuss from the results obtained.

Key words:

1. Design
2. Press
3. Layout
4. Web
5. Formats

SUMARIO

1. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Estado del arte	10
1.2. Introducción histórica	11
1.3. Problema de la investigación	28
1.4. Importancia y contribución a investigaciones futuras	29
1.5. Objetivos	30
1.6. Hipótesis	30
1.7. Justificación	31
2. METODOLOGÍA	32
2.1. Método	32
2.2. Muestra	33
2.3. Herramientas	35
3. RESULTADOS	40
4. CONCLUSIÓN	108
5. BIBLIOGRAFÍA	112
6. ANEXOS	113

SUMMARY

1. INTRODUCTION	9
1.1 State of the art	10
1.2. Status of Research	11
1.3. Research Problem	28
1.4. Importance and contribution to future research	29
1.5 Goals	30
1.6 Hypothesis	30
1.7. Justification	31
2. METHODOLOGY	32
2.1. Method	32
2.2. Sample	33
2. 3. Tools	35
3. RESULTS	40
4. CONCLUSION	108
5. REFERENCES	112
6. ATTACHMENTS	113

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

1. Gráfico 1: Evolución de ejemplares impresos	14
2. Tabla 1: Herramienta de análisis prensa escrita	36
3. Tabla 2: Herramienta de análisis web	38
4. Tabla 3: Análisis siglo XVII-XVIII	44
5. Tabla 4: Análisis siglo XIX	52
6. Tabla 5: Análisis siglo XX (I etapa)	60
7. Tabla 6: Análisis siglo XX (II etapa)	69
8. Tabla 7: Análisis siglo XX (III etapa)	84
9. Tabla 8: Análisis web siglo XXI	107

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. Ilustración 1: Ejemplar “Gaceta de Madrid”	40
2. Ilustración 2: Ejemplar “Diario Noticioso”	41
3. Ilustración 3: Ejemplar “Diario de Barcelona”	43
4. Ilustración 4: Ejemplar “El Español”	45
5. Ilustración 5: Cabecera y anuncios “El español”	46
6. Ilustración 6: Ejemplar “La Correspondencia de España”	47
7. Ilustración 7: Publicidad “La Correspondencia de España”	48
8. Ilustración 8: Formato estándar “El Imparcial”	50
9. Ilustración 9: Formato sábana “El Imparcial”	50
10. Ilustración 10: Publicidad “El Imparcial”	51
11. Ilustración 11: Ejemplar “Heraldo de Madrid”	53
12. Ilustración 12: Titular a dos columnas “Heraldo de Madrid”	54
13. Ilustración 13: Portada 1 “ABC”	56
14. Ilustración 14: Portada 2 “ABC”	56
15. Ilustración 15: Página con fotografías “ABC”	57
16. Ilustración 16: Ejemplar a siete columnas “El Sol”	59
17. Ilustración 17: Ejemplar a ocho columnas “El Sol”	59
18. Ilustración 18: Cabecera “El Sol”	60
19. Ilustración 19: Ejemplar formato sábana “Ya”	62
20. Ilustración 20: Ejemplar formato tabloide “Ya”	62
21. Ilustración 21: Ejemplar formato sábana “El Alcázar”	64
22. Ilustración 22: Ejemplar formato tabloide “El Alcázar”	64
23. Ilustración 23: Cabecera “El Alcázar”	65
24. Ilustración 24: Cabecera “El Alcázar”	65
25. Ilustración 25: Cabecera “El Alcázar”	65
26. Ilustración 26: Cabecera “El Alcázar”	66
27. Ilustración 27: Ejemplar formato sábana “Arriba”	67
28. Ilustración 28: Ejemplar formato tabloide “Arriba”	67
29. Ilustración 29: Cabecera “Arriba”	69
30. Ilustración 30: Cabecera “Arriba”	69

31.	Ilustración 31: Ejemplar “El País”	71
32.	Ilustración 32: Evolución portada a color “El País”	72
33.	Ilustración 33: Evolución portada a color “El País”	72
34.	Ilustración 34: Páginas internas de publicidad a color “El País”	73
35.	Ilustración 35: Ejemplar “El Mundo”	74
36.	Ilustración 36: Destacados “El Mundo”	75
37.	Ilustración 37: Destacados “El Mundo”	75
38.	Ilustración 38: Páginas internas a color “El Mundo”	76
39.	Ilustración 39: Cabecera “El Mundo”	77
40.	Ilustración 40: Cabecera “El Mundo”	77
41.	Ilustración 41: Cabecera “El Mundo”	77
42.	Ilustración 42: Cabecera “El Mundo”	77
43.	Ilustración 43: Infografía “El Mundo”	78
44.	Ilustración 44: Ejemplar “Marca”	79
45.	Ilustración 45: Páginas a color “Marca”	80
46.	Ilustración 46: Páginas a color “Marca”	80
47.	Ilustración 47: Titular a color “Marca”	81
48.	Ilustración 48: Cabecera “Marca”	83
49.	Ilustración 49: Cabecera “Marca”	83
50.	Ilustración 50: Cabecera “Marca”	83
51.	Ilustración 51: Cabecera “Marca”	83
52.	Ilustración 52: Publicidad inicio de página “elpais.com”	85
53.	Ilustración 53: Cabecera “elpais.com”	86
54.	Ilustración 54: Página principal “elpais.com”	87
55.	Ilustración 55: Cambio de tonalidad “elpais.com”	88
56.	Ilustración 56: Cambio de tonalidad “elpais.com”	88
57.	Ilustración 57: Vídeos “elpais.com”	89
58.	Ilustración 58: Footer o pie de página “elpais.com”	90
59.	Ilustración 59: App tablet “elpais.com”	91
60.	Ilustración 60: App móvil “elpais.com”	91
61.	Ilustración 61: Cabecera “elmundo.es”	92
62.	Ilustración 62: Cuerpo de página “elmundo.es”	93
63.	Ilustración 63: Titular con color “elmundo.es”	94

64. Ilustración 64: Foto y pie de foto “elmundo.es”	95
65. Ilustración 65: Footer “elmundo.es”	96
66. Ilustración 66: Versión web para móvil y tablet “elmundo.es”	97
67. Ilustración 67: Aplicación tablet y móvil “elmundo.es”	98
68. Ilustración 68: Cabecera “Marca.com”	99
69. Ilustración 69: Menú desplegable cabecera “Marca.com”	100
70. Ilustración 70: Menú de navegación superior fijo “Marca.com”	101
71. Ilustración 71: Destacados “Marca.com”	102
72. Ilustración 72: Agenda “Marca.com”	103
73. Ilustración 73: Cuadro de resultados “Marca.com”	103
74. Ilustración 74: Blogs “Marca.com”	103
75. Ilustración 75: Acceso directo a portada papel “Marca.com”	104
76. Ilustración 76: Acceso directo a portada papel “Marca.com”	104
77. Ilustración 77: Footer “Marca.com”	104
78. Ilustración 78: Versión web para tablet y móvil “Marca.com”	105
79. Ilustración 79: Aplicación para móvil y tablet “Marca.com”	106
80. Ilustración 80: aplicación para compra de la versión papel en formato online “Marca.com”	106

1. INTRODUCCIÓN

El propósito perseguido con el presente proyecto no es otro que, analizar la evolución acontecida en los formatos de maquetación, en el medio prensa, tanto digital como impresa, desde las primeras publicaciones hasta la actualidad.

Si bien los estudios sobre los medios de comunicación, y concretamente sobre la prensa, son muy numerosos y se suceden a lo largo de la vida de este formato, no es menos cierto que, mayoritariamente estas investigaciones se han venido centrado en campos de contenido y funciones del medio, y no tanto de la forma del mismo como es el caso que nos atañe en este estudio, y muchos menos son los que lo hacen en aspectos técnicos.

Cabe poner de manifiesto, llegado este punto, la gran competencia que la prensa ha tenido con otros más recientes como son las radio y la televisión. Las crisis sufridas por el medio, al ser el único que requiere el esfuerzo lector por parte del público, han acentuado su evolución y cambio en aras de lograr un mayor atractivo y con ello, incrementar el número de adquisiciones e inserciones publicitarias para su supervivencia. Este hecho se observa de sobremanera con el gran salto a la plataforma digital y el considerable cambio de forma y técnica que esto conlleva.

Por tanto, la irrupción de las nuevas tecnologías y la evolución de las mismas, así como la hibridación de los medios y formatos han provocado que la prensa haya experimentado grandes cambios, además de numerosas bifurcaciones que han hecho que el término prensa se globalice, comprendiendo bajo su halo una variopinta y numerosa cantidad de formatos distintos que no por ello unidos en las características básicas y fundamentales de este medio como son la información, la formación y en última instancia el entretenimiento.

No obstante, partiendo del punto de que todo comunica, transmite y significa, y más si cabe, tratándose de un medio de comunicación masivo, que ha sufrido una gran expansión, especialización y evolución, los aspectos técnicos son susceptibles de ser analizados dado que su empleo puede no regirse estrictamente por la arbitrariedad.

En definitiva, y pese a la escasez de estudios señalada, cabe manifestar que, el salto al formato digital se ha producido relativamente de una forma reciente; este hecho imposibilita la realización de estudios sobre una evolución extensa en este soporte, no impidiendo esto la realización de estudios comparativos o de características técnicas como es el caso que nos ocupa.

1.1. Estado del arte

El tema sobre el que versa el presente informe es la evolución de la maquetación y el diseño en la prensa diaria española y la irrupción de los nuevos medios digitales, así como el salto al formato online.

El hecho de que el asunto a tratar englobe diversas ramas obliga a una revisión bibliografía de cada una de ellas, destacando algunos de los estudios realizados que resultan de relevancia para el presente análisis.

En el apartado introducción histórica se citan convenientemente los más notables, incluidos además, en el apartado bibliografía. Asimismo, en el apartado correspondiente a anexos se adjunta una relación de obras consultadas también para la elaboración de este estudio, si bien, no citadas directamente en el mismo.

Es importante poner de manifiesto, nuevamente, la escasez de investigaciones existentes, que además de combinar ambos soportes, online e impreso, centren su atención sobre los elementos compositivos, gráficos y tipográficos y en definitiva sobre el diseño y la maquetación. Este hecho hace que la pertinencia y oportunidad del tema escogido estén a la orden del día.

Se contribuye, de este modo de varias formas a futuras investigaciones. En primer lugar, como una revisión teórica de los estudios llevados a cabo en los distintos campos relacionados en el estudio.

Se incluye, además, una herramienta de análisis que pretende constituir un aporte metodológico para estudios similares.

Se esbozan, también, unos resultados que, aunque aplicados a una muestra determinada, pueden ser extrapolados y suponen un aporte a la base documental de futuros estudios de mayor envergadura.

Por último, remarcar la comparativa realizada entre ambos soportes y, además entre las propias etapas históricas, sin olvidar la comparativa realizada entre diarios generalistas y temáticos.

1.2. Introducción histórica

El diseño periodístico, a lo largo de su existencia ha discurrido por varias etapas experimentando una evolución tanto de forma como de contenido. A continuación se va a realizar una breve exposición de las diferentes etapas remarcando los aspectos más importantes así como los cambios más relevantes que ha sufrido el medio.

1.1.1. El comienzo, siglos XVII-XVIII.

La prensa es el medio de comunicación masivo pionero en la historia de la comunicación de masas. Su aparición está íntimamente ligada a un acontecimiento ocurrido dos siglos antes que cambió radicalmente las pautas de la comunicación seguidas hasta ese momento. Y es que, la invención de la imprenta, de la mano del orfebre alemán Johannes Gutenberg, marcó un antes y un después en la reproducción y publicación de textos y, por consiguiente, en la difusión de la información.

La utilidad del invento radica en la posibilidad de reproducir copias exactas de textos sin necesidad de recurrir a los copistas, de una forma mecánica y extremadamente rápida para la época. Si bien, en sus inicios se utilizó principalmente para la reproducción de textos breves, su perfeccionamiento y expansión la introdujo en el mundo editorial permitiendo realizar los primeros libros impresos. Pizarroso (1994)

Dado que, debido a las condiciones culturales existentes en el momento de su aparición (la cultura estaba ligada a la religión y recordemos que las copias se realizan en los

monasterios de la mano de los escribas) los primeros usos del nuevo utensilio son también religiosos, como la “Biblia de 42 líneas” del inventor alemán.

No obstante, no pasa mucho tiempo para que otras ramas culturales hagan uso de la nueva maquinaria. La prensa moderna retrasó un poco más su aparición a la de la imprenta.

Dos siglos después de su aparición, la industria de la imprenta se encuentra en plena expansión por Europa. Los siglos XVII y XVIII constituyen la época de perfeccionamiento del método, incremento en su empleo e introducción en varios ámbitos de la cultura. Es en estas fechas cuando empiezan a surgir las primeras publicaciones que guardan una periodicidad definida y que constituyen a día de hoy los orígenes de la prensa escrita.

Alicante y Valencia, son dos de las ciudades españolas pioneras en la utilización de la imprenta, siendo además de las primeras en toda Europa en emplearla.

En nuestro país, las primeras publicaciones periódicas que proliferaron fueron los mercurios, gacetas y boletines. Las diferencias que se observan entre estas publicaciones y los libros de la época son muy escasas en lo que a formato se refiere, quedando únicamente diferenciados por cuestiones de contenido.

Esta similitud entre publicaciones es debida a que las maquinarias utilizadas para la impresión de libros eran las mismas que para la impresión del resto de publicaciones. Este hecho provoca que los cambios que se puedan introducir sean muy limitados desembocando en que todas las publicaciones tuviesen similares formatos y extensión de las páginas, así como la tipografía, el número de columnas en cada página, la tinta utilizada o el tipo de papel.

Las primeras publicaciones, por restricciones de la maquinaria, contaban con un tamaño reducido, aproximadamente medio folio (12 x 22 cm). Estaban formados, en su mayoría, por una sola columna y se componían únicamente de texto, acompañado, en algunas ocasiones, de algún adorno o grabado.

Además, por aquella época aun no existían elementos tipográficos como los titulares o subtulares, ladillos, destacados, y contaban muchos menos elementos gráficos como las fotografías, imágenes que posteriormente se incorporarán al medio. De este modo, los elementos que podrían marcar una diferencia entre publicaciones eran extremadamente limitados y las analogías estaban justificadas por este hecho unido a las limitaciones técnicas del aparato y al ya señalado uso arbitrario del mismo para cualquier tipo de publicación.

La técnica empleada a lo largo de este periodo para la impresión general, tanto de libros como de publicaciones periódicas, era el grabado a cobre, también conocido como calcografía.

Este método de impresión se basaba en una plancha lisa de cobre donde se grababan las letras en bajorrelieve, para después rellenar los huecos de tinta limpiando el resto de la plancha con una rasqueta de goma endurecida.

Por último, se colocaba un papel humedecido sobre la plancha para presionarlo con un cilindro, de forma que el papel recibiera la tinta de las cavidades. Además, la calcografía trajo consigo un estilo nuevo en la tipografía que a día de hoy conocemos como neoclásico. Velduque Vallarín (2001)

1.1.2. Siglo XIX.

A comienzos de siglo son pocas las diferencias que se observan con las publicaciones de finales del periodo anterior. No obstante, muy pronto se empiezan a observar cambios significativos.

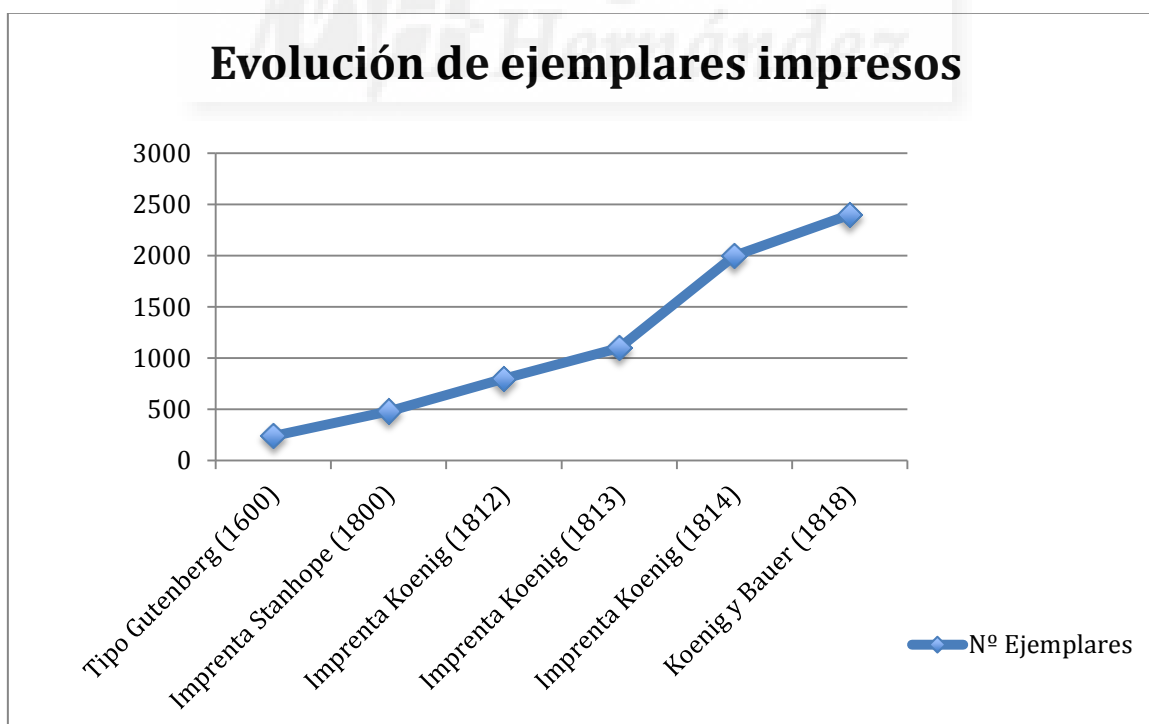
El punto de inflexión en el desarrollo de la sociedad en general, y generador de los grandes cambios sufridos por la prensa y el diseño dentro de ella, fue la revolución industrial que se extendió hasta mitad de siglo (1820 – 1940), e influyó en todos los aspectos de la vida cotidiana y profesional propiciando grandes cambios y una gran evolución en la mayoría de los campos señalados.

Los avances técnicos que tienen lugar en estos años fueron incorporados a la industria editorial y, de esta forma permitieron multiplicar la producción al mismo tiempo que se disminuían los tiempos de reproducción, logrando pues un incremento muy notable de la eficacia que permitió la expansión del medio de una forma exponencial.

El ámbito de la prensa aparecieron además inventos que iban a permitir acelerar la producción de periódicos, así como proporcionar notables cambios en cuanto al diseño de los mismos, permitiendo una diferenciación con el resto de publicaciones tanto de otros géneros como dentro del mismo. Se comienza a emplear el concepto de identidad y diferenciación.

El avance más notable que se produjo en este ámbito fue la aplicación de la máquina de vapor a las técnicas de impresión. Esto se produjo por primera vez en 1812 de la mano del alemán Friedrich Koenig, y supuso la aparición de imprenta de alta velocidad. En tan solo 6 años desde su aparición amplió el número de impresiones por hora en más de 1500 (como se aprecia en el gráfico).

Gráfico 1: Evolución de ejemplares impresos



Fuente: Elaboración propia

En este periodo los periódicos van sufriendo cambios en su diseño de manera progresiva. De este modo, van proliferando las publicaciones de gran formato, conocidos como tamaño sábana, dejando atrás ese pequeño formato libro que venía usándose hasta estos años y que quedará en exclusiva para la publicación de libros.

Este tipo de periódico de gran tamaño (600 x 400 mm) surgió a causa de los criterios seguidos para aplicar las tarifas postales que gravaban a los impresos. En la mayoría de países, este impuesto venía definido en función del número de páginas de que constara la publicación, independientemente del peso y del tamaño de las páginas de la misma. Por esta razón, los impresores optaron por hacer periódicos de páginas muy grandes pero con un número de páginas reducido.

La mayoría de publicaciones de esta época adquieren, prácticamente, las mismas características en cuanto a formato se refiere. Una de las más destacadas es la utilización de titulares y sus elementos únicamente a una columna. No se trata de una cuestión de tendencia ni de gusto personal sino que, una vez más la industria presenta unas limitaciones técnicas que no permiten plasmar titulares a varias columnas en base a la importancia del contenido como se realiza hoy en día. Vilchez de Arribas (2011)

Estas limitaciones surgían debido a que la técnica de composición y estampación que se utilizaba era el plomo caliente, y las columnas se separaban mediante tiras de plomo o cobre, conocidas como corondeles, para justificar el texto. El único elemento compositivo que por aquellos entonces se podía apreciar a más de una columna era la cabecera, ya que era el único componente que se realizaba mediante otra técnica más costosa conocida como “huecograbado”, que sí permitía plasmar un mayor número de columnas.

Todo esto producía lo que hoy en día conocemos como composición vertical. Este tipo de composición en el que las informaciones se suceden una detrás de otra, encadenadas en largas columnas muchas veces separadas simplemente por una pleca o raya tipográfica, y en principio carecían hasta de titular.

1.1.3. Siglo XX.

3.3.1. I etapa (1900-1936)

El siglo XX comenzó con la sombra de las publicaciones del siglo anterior, es decir, la mayoría de diarios tenían un formato sábana y continuaban utilizando la maqueta vertical, mostrando más bien poco interés por las artes gráficas desarrolladas a finales del siglo pasado. El número de medios impresos en rotativas era muy escaso y la mayoría se producían mediante máquinas rotoplanas, incluso con prensas mecánicas que aún perduraban. El periodista Victoriano Navarro González, explicó cómo se componían y ajustaban las páginas en muchos diarios todavía:

“Nosotros hemos vivido todavía la época en que el periodismo se componía a mano. Un equipo de diez o doce cajistas iba componiendo cada noche, letra a letra, las líneas necesarias para formar el periódico de cuatro páginas, que eran, por regla general, las que tenían los diarios en aquel tiempo. Ese mismo equipo de cajistas tenía que volver por la tarde a la imprenta para distribuir el periódico, también letra a letra, y a la noche siguiente vuelta a empezar. [...] Después fueron llegando a España las monotipias (fundición de letras sueltas) y máquinas de componer, Linotype, Tipograph, Intertype y alguna otra (composición y fundición de líneas) que fueron sustituyendo, poco a poco, a los cajistas [...] Como es de suponer, los primeros equipos completos de máquinas de componer los trajeron los periódicos de Madrid y Barcelona.” Navarro González (1955)

A medida que avanzaba el siglo XX se sucedían una serie de cambios que iban modificando el aspecto de los periódicos. Estos vinieron marcados principalmente por cuatro avances técnicos como fueron la linotipia, la rotativa y la prensa curvada, y la fotografía.

La apariencia que mostraban los diarios en sus páginas, dependía hasta entonces del gusto de los tipógrafos, que creaban las páginas ajustándose a las normas gráficas derivadas de otros periódicos modelo a los que imitaban. El interés por la presentación de las noticias era escaso, pero la llegada de estos avances técnicos trajo consigo la

incorporación a las plantillas de los periódicos de los periodistas confeccionadores, gracias al aumento del interés por la forma de presentar las noticias.

La linotipia, inventada por Ottmar Mengenthaler en 1884, propició la evolución en la composición de textos de forma mecánica. Esta máquina fue comercializada por la empresa Linotype, estaba formada por un teclado similar al de una máquina de escribir, el cual, al pulsar uno de los caracteres hacía emerger de lo alto de la máquina un molde de la letra que descendía a un centro común, donde se colocaba y agrupaba con las demás letras seleccionadas, formando las palabras del texto. Velduque Vallarín (2011)

Además de la aparición de la linotipia, la rotativa y la prensa curvada fueron cogiendo fuerza y tomando importancia en estos años, lo que permitió aumentar cada vez más el número de ejemplares producidos. Además, también trajo consigo la posibilidad de componer titulares a más de una columna.

A estos avances también hay que añadir el desarrollo de la tipografía, la cual pudo avanzar gracias a las facilidades que estos avances proporcionaron. Los comienzos del siglo XX estuvieron marcados por los alfabetos tipográficos Excelsior, Ideal, Corona, Goudy Old Style, Golden, y Centaur, que eran los más utilizados en la prensa diaria. Pero en la segunda década del siglo se produjo la evolución de las formas tipográficas a otras más reducidas y de mayor claridad. Aparecieron así los tipos Lineal y Sans Serif, que tomaron fuerza a partir de entonces. Haslam y Baines (2005)

Aunque la aparición y la evolución de la fotografía se desarrolló a lo largo del siglo XIX, siendo el periódico pionero en incorporar el primer semitono el New York Daily Graphic el 4 de marzo de 1880, no es hasta el siglo XX cuando se perfeccionan las técnicas y se desarrolla el conocido fotoperiodismo.

Este perfeccionamiento del procedimiento de la fotografía y su reproducción en los diarios, se consiguió gracias al descubrimiento de la trama o retícula, que permitía descomponer las imágenes en diminutos puntos llamados semitonos. Las variaciones de tamaño entre los puntos, creaban la ilusión óptica de los grises modulados de la imagen

al imprimirse, bien por medio de un cliché, o bien a través de grabado directo por fotomecánica. Pantoja Chaves (2007)

Todo esto junto con la incorporación del sistema de impresión por huecograbado en algunas cabeceras, propiciaron el inicio de la contratación de redactores fotógrafos.

La consecuencia de todos estos avances fue la transformación del aspecto de la prensa diaria de la época. Lo diarios fueron perdiendo progresivamente esa verticalidad que los caracterizaba adquiriendo una visión más horizontal. La aparición de los titulares a más de una columna y la inclusión de fotografía resultaron fundamentales en este aspecto, ya que, fueron acabando con esas estrechas columnas interminables a lo ancho de toda la página que caracterizaban a los diarios hasta entonces.

Además, estos avances también provocaron que se produjese un aumento de la paginación, una mejor organización de los contenidos y el crecimiento de las secciones en que se dividía el diario. También nacieron los suplementos semanales y fueron proliferando los dibujos de humor y las caricaturas.

3.3.2. II etapa (El franquismo)

La segunda etapa en la que se ha dividido el estudio del siglo XX viene marcada por el final de la Guerra Civil española, la posguerra y el desarrollo de la dictadura franquista. Son los años más oscuros de la historia del diseño en España, ya que en vez de avanzar, las innovaciones que habían ido apareciendo en los diarios españoles en los años anteriores desaparecieron. Se optó por una diagramación que identificaba claramente la información y la propaganda. Vilchez de Arribas (2011)

Con el estallido de la Guerra Civil comenzó un proceso de incautación de medios de comunicación. Dependiendo del bando que dominase la zona, los diarios de ideología contraria sufrieron una fuerte censura y el cierre en la mayoría de ocasiones. La apariencia de los periódicos en ambos bandos era prácticamente idéntica, únicamente cambiaba el contenido ideológico de los textos. La información contraria aparecía

censurada en las dos zonas, ya que la finalidad de estas publicaciones era ganar la guerra, no informar.

Con la victoria del bando sublevado y la instauración de la dictadura del General Francisco Franco, la prensa diaria se vio fuertemente perseguida y golpeada, cerrándose la mayoría de medios que publicaban en esos momentos.

Apareció así la conocida como Prensa del Movimiento, que estableció un fuerte control ideológico sobre los periódicos que sobrevivieron a esta censura y que creó nuevos medios defensores del régimen franquista. Por ejemplo, solamente en Madrid, se redujo el número de publicaciones a cinco, tres matutinas, ABC, Arriba y Ya, y dos vespertinas, Informaciones y Madrid. Este férreo control del Estado sobre la prensa puede apreciarse en el comunicado que emitió la Jefatura de Prensa de Madrid el 30 de marzo de 1939:

“De acuerdo con las disposiciones dictadas por el excelentísimo señor ministro de Gobernación, y en el nombre de la autoridad del excelentísimo seños gobernador general de Madrid, queda rigurosamente prohibido que ninguna persona particular o jurídica publique en Madrid y su provincia periódicos o revistas que no hayan sido autorizadas previamente por esta Jefatura de Prensa de Madrid y su provincia. Quien quiera que contravenga esta orden quedará sometido a las sanciones previstas en el bando del gobernador general de Madrid.” Vilchez de Arribas (2011)

Las dos primeras décadas de la dictadura (años 40 y 50) vinieron marcadas por estas características. El fuerte control que se llevaba a cabo sobre las publicaciones, la dificultad para renovar las maquinarias que se utilizaban y la falta de profesionales cualificados en el ámbito de la confección, sumado todo esto al aislamiento internacional que sufría España, no facilitaron que la imagen de los periódicos mejorase.

Además, hasta la fecha tampoco se mostraba ningún interés en el diseño y la imagen de las informaciones que se daban. El principal objetivo de los editores era sacar su producto a la calle a tiempo, no la imagen que éste diese.

No es hasta los años 60 cuando comienza a producirse un cambio en el diseño con que se presentaban los diarios en los quioscos. A partir de esta década comenzó a consolidarse la confección y el diseño de los diarios. De este modo, empezó a cobrar importancia no solo el contenido de las publicaciones, sino también su aspecto. Zalbidea Bengoa (1996)

Hasta este momento no existía la figura de un diseñador o confeccionador encargado del aspecto visual del periódico, sino que eran los mismos redactores los encargados del cierre de página en la platina. Pero a partir de entonces apareció esta nueva figura en las redacciones de los diarios, como en “Pueblo” y “El Alcázar” que fueron los primeros en incluirlas. Blackwell (2004)

No obstante, el año que marcó un antes y un después en el diseño de la prensa en nuestro país, fue sin duda el sesenta y seis. A principios de este año, todos los diarios españoles se imprimían mediante el sistema tipográfico, y su composición se hacía en caliente en las linotipias, máquinas Ludlow y rotativas, además de las cabeceras que usaban la impresión por huecograbado. Velduque Ballarín (2011)

Sin embargo, en el mes de abril, a partir de la entrada en vigor de la Nueva Ley de Prensa, comenzaron a surgir notables cambios. Esta ley se caracterizaba principalmente por la supresión de la censura previa y la autorización para crear empresas periodísticas, inscritas en un registro oficial.

El hecho de la supresión de la censura previa fue algo relativo, ya que pese a ello todos los periódicos tenían la obligación de mandar varios ejemplares a las delegaciones del Ministerio de Información y Turismo antes de ponerlos en circulación. Allí sufrían una revisión y se decidía si eran aptos para la circulación o por el contrario debían secuestrarse o imponerse sanciones.

Quizás en tema de la censura, aunque se suavizó bastante, solo cambió de aspecto y de procedimiento, ya que se seguía aplicando aun que de forma distinta. Pero la autorización a la creación de empresas periodísticas incluida en la Nueva Ley de Prensa,

provocó y facilitó la llegada de nuevos avances técnicos, que marcarían un antes y un después en el diseño de la prensa.

Al comienzo de la década, surgieron dos novedades que iban a cambiar la manera de producir la prensa diaria, como son la fotocomposición o fototipografía y la impresión offset. Con la llegada de estos avances, la composición tipográfica en caliente, que venía utilizándose desde siglos anteriores, fue dejando paso a la nueva e innovadora composición en frío, realizada en su totalidad de forma fotográfica. Las viejas linotipias, cajas de composición, estereotipias y fundidoras, dejaron paso a los novedosos laboratorios de fotografía en los que se obtenían unas ligeras planchas de impresión, muy flexibles, que acabaron con las tejas de plomo de las rotativas tipográficas. Vilchez de Arribas (2011)

La nueva forma de composición venía de la mano del ya mencionado sistema de impresión offset. Esta nueva tecnología de rotativas iba ligada a la fototipografía, ya que era el procedimiento más adecuado para ésta. Pese a todo, el cambio no fue radical, sino paulatino, ya que muchos periódicos antes de poder adquirir estas dos novedades, intentaron adaptar sus rotativas tipográficas al nuevo sistema de composición, usando planchas fotopolímeras flexibles.

El sistema de impresión offset fue implantado en España en 1966, y los periódicos “Última Hora” y “Diario de los Españoles en Europa/La Región” fueron los primeros en contar con estas novedosas rotativas para sacar a la luz sus diarios. Sin embargo, la fotocomposición tardó un poco más en introducirse. El primer periódico que contó con ambos avances y produjo su producto en fotocomposición e impreso en offset fue “Noticias Médicas”, aunque su periodicidad no era diaria. El primer diario español pionero en utilizar estos dos nuevos avances fue el “Diario SP”.

Además de estos dos grandes avances, en esta misma época se produjo también la llegada de la maqueta modular. Esto provocó el progresivo abandono de la diagramación por bloques en la presentación de los periódicos. La maqueta modular o disposición de los contenidos de las páginas por bloques, llegó en 1967 de la mano del

rotativo “Nuevo Diario”, más conocido como “ND”. Este diario madrileño, fue el primero que nació en la comunidad tras la Ley de Prensa de 1966.

Francisco Arriba Sánchez, uno de los confeccionadores que trabajó en esa nueva forma de maquetación, explicaba posteriormente en una entrevista cómo definía el diseño de un periódico el artífice de esta nueva forma de disponer los contenidos, Luis Fernández Cancela, encargado de la maqueta de “ND” señalando que los módulos han de ser concebidos equilibradamente y con sentido unitario. Vilchez de Arribas (2011)

Todas estas transformaciones que fueron sucediéndose, influyeron muy notablemente en el papel de los periodistas confeccionadores en las redacciones de los diarios. Hasta entonces no sólo tenían muy poca importancia, sino que en la gran mayoría ni siquiera existía aun esta figura.

A partir del momento de la incorporación de esta figura a las plantillas dejó de utilizarse el término confeccionador, para pasar a llamarse diseño. De esta manera, nacieron las nuevas formas gráficas de los diarios que formaron el diseño periodístico, y los hasta ahora denominados confeccionadores pasaron a llamarse diseñadores.

3.3.3. III etapa (Tras la dictadura)

Un acontecimiento que influyó notablemente la historia del diseño periodístico en España, fue la muerte del dictador Francisco Franco el 20 de noviembre de 1975. Este hecho y la posterior instauración de la democracia en el país, provocó un devenir de cambios que fueron sucediéndose en el panorama mediático español durante los años próximos.

Muchas cabeceras de primera plana hasta el momento fueron desapareciendo, y otras tantas comenzaron a surgir. Estas nuevas cabeceras fueron las que lideraron el cambio en el diseño periodístico español, ya que al nacer en esta época, no estaban sujetas a ninguna línea a seguir anterior.

Uno de los componentes principales de este cambio fue la tabloidización de casi la totalidad de los diarios. Algunos ya habían adquirido este tamaño en los años anteriores, pero el formato tabloide se impuso por completo al formato sábana. Este cambio contrastaba con el resto de la prensa europea en esta misma época, ya que los periódicos que abogaban por una prensa de calidad, defendían el tamaño sábana como el único formato para realizar una publicación de prestigio. Canga Laregui (1994)

No obstante, este cambio prematuro de formato colocó a los periódicos españoles como un modelo a seguir, ya que en los años posteriores, la prensa europea abogó por adoptar también este formato, cuando en España ya estaba totalmente instaurado.

Una de las personas clave en el cambio del diseño periodístico en estos años en nuestro país, fue el diseñador alemán, Reinhard Gäde, máximo exponente de la escuela centroeuropea de diseño.

“Elaborar y producir cada día un periódico [...] implica un trabajo en equipo, para cuyo desarrollo y éxito el diseñador ha de crear un marco global en el que todos los factores indispensables –periodismo, tecnología, layout y tipografía- confluyan armoniosa y productivamente. [...] El diseño de un periódico no tiene únicamente una función articuladora, mediadora o racionalizadora; y no constituye un mero elemento instrumental, una técnica y un arte. Es, también, un lenguaje y una cultura que ofrece un aporte creador, necesario para la transformación de las actitudes, los valores, los métodos y la práctica de las organizaciones. [...] Representa, de manera ejemplar, la idea y el concepto moderno de diseño.” Gäde (2002: 7-9).

El diario más importante que nació al comienzo de esta época, el 4 de mayo de 1976, fue “El País”. Con un diseño de Gäde, fue el periódico que lideró el cambio en la prensa española, bajo las directrices de la escuela centroeuropea de diseño. El País (1999)

El estilo de la escuela dirigida por el diseñador alemán seguía una serie de premisas muy rígidas a la hora de su composición: se comienza a usar la tipografía en función del contenido aunque prácticamente siempre se usaba el tipo Times New Roman; apenas se utilizaban letras capitulares y estaba prohibido interrumpir los titulares con fotos o el

cuerpo de texto con destacados o sumarios; los bloques de las páginas tenían que estar compensados y el uso del color estaba muy limitado únicamente a algunas publicaciones y publicidades, ya que se pensaba que restaba seriedad al periódico. Gäde (2002)

Estas premisas, que produjeron un salto creando diarios más atractivos que los que se podía encontrar hasta la fecha, con un diseño más rígido, elegante y de más fácil lectura, venían recogidas en el libro de estilo y no daban cabida a la imaginación del diseñador. Cabe señalar que, por primera vez, los periodistas comenzaron a tener contacto directo con los diseñadores gráficos.

Este estilo de diseño, que fue pionero en la renovación del diseño de la prensa española, se extendió durante la segunda parte de la década de los setenta y la de los ochenta. Sin embargo, a finales de esta última y principios de la década de los noventa, comenzaron a aparecer una nueva serie de tendencias que volverían a revolucionar el diseño de la prensa, cambiando el estilo rígido y cerrado de la escuela centroeuropea por un estilo más dinámico y ágil. Pérez de Rozas (1992)

Con la aparición de la información audiovisual, la prensa diaria fue perdiendo ese carácter único a la hora de transmitir las noticias que la había caracterizado hasta entonces. La mencionada falta de exclusividad del medio, junto con la inmediatez que los nuevos medios ofrecían y el hecho de no requerir el esfuerzo lector, ni el empleo de un tiempo en exclusiva para la lectura del diario, competían directamente con el carácter fugaz de las informaciones en el medio audiovisual y la posibilidad de un análisis más pausado en el medio impreso.

De este modo, las preferencias del público se diversificaron y la prensa fue perdiendo adeptos al tenerlos que compartir, en cierto modo, con los nuevos medios de comunicación. Cada vez menos gente se sentaba a leer detenidamente las páginas de los diarios, a la vez que crecía la tendencia de ojearlo por encima. Por ello, el principal objetivo de las nuevas propuestas se basó en facilitar la lectura de doble velocidad. De esta forma podía hacerse una lectura rápida mediante los titulares, subtítulos, antetítulos, destacados, etc., y una lectura más reposada en profundidad de las noticias.

Este cambio estuvo marcado por el nacimiento de un nuevo diario, “El Mundo”, el 23 de octubre de 1989. Este nuevo periódico siguió las pautas de la escuela anglosajona del diseño y fue pionero en España en darle un nuevo rumbo al diseño periodístico adaptándolo a los nuevos tiempos y a la nueva sociedad.

Asimismo, la escuela anglosajona del diseño, no sólo trajo consigo la lectura de doble velocidad, sino que dio un aire nuevo al diseño en general, cambiando numerosos aspectos de lo que se había venido haciendo hasta el momento.

Una de las novedades que incorporó este nuevo estilo, fue la de proporcionar una mayor libertad al diseñador a la hora de componer las páginas. Estos ya no tenían que ceñirse tanto a las pautas marcadas en el libro de estilo y se daba más cabida a la improvisación e imaginación del diseñador. También se aumentó el uso de blancos, capitulares, interlineados de mayor punto y mayores contrastes, que generaban una estética más ágil, atractiva y dinámica. Canga Laregui (1994)

Otro de los aspectos que rompió completamente con una de las principales premisas que marcaba la escuela centroeuropea de diseño, fue la interrupción del texto y los titulares con elementos como fotografías, destacados, ladillos y ladillos, que agilizaban la lectura del texto y daban un aspecto más estético rompiendo esa masa gris compacta que creaba el cuerpo del texto sin interrupciones.

Otro elemento que también cambió con esta nueva tendencia, fue el uso de la tipografía, aumentándose el uso de tipos de fuentes como la Helvética o la Futura entre otras, y no limitándose a la Times New Roman como sucedía hasta entonces. Lallana García (2000)

En el empeño de un periódico más moderno y ágil se instauró, y alcanzó su auge, el uso de la infografía, llegándose a crear secciones dedicadas en exclusividad a ello, ya que este elemento era una forma de aportar gran cantidad de información de forma rápida y concisa.

Como se ha explicado, el último cuarto del siglo XX estuvo lleno de cambios en el diseño de la prensa, que fueron sentando las bases del diseño y la imagen de los periódicos que conocemos hoy en día.

No obstante, todos estos avances en el diseño no podían venir solos, si no que llegaron de la mano de un avance técnico que supuso un antes y un después en la producción de la prensa diaria. Éste fue la informatización de las redacciones, que unida a la consolidación de la impresión offset posibilitaron la creación del periodismo moderno.

A mediados de los años setenta empezaron a surgir en España las primeras redacciones automatizadas, y poco a poco fueron implantándose y desbancando a los sistemas anteriores. Esta nueva forma de diseñar a través de un ordenador, permitió que los redactores pudieran controlar también el diseño, y que se pudiesen modificar las páginas y textos, e incluso añadir, quitar o modificar elementos como imágenes o infografías.

1.1.4. Siglo XXI. Los nuevos medios digitales.

La última década del siglo XX ya fue planteando e iniciando el salto a los nuevos medios digitales. A lo largo de estos años el uso de internet comenzó a extenderse y fueron apareciendo las primeras webs de los diarios impresos en España, que años después acabarían ganando la partida a las ediciones impresas. Esto mismo ya lo adelantó Juna Luís Cebrián en 1998, quien ya hablaba de una revolución digital que se estaba produciendo y quedaba por llegar:

“En los años noventa, la revolución digital sea concentrado en torno a la red. Con más de cien millones de usuarios, que en algún momento de próxima década se calcula llegarán a ser más de mil millones, la red se está convirtiendo en algo que no podrá pasar por alto ningún empresario, político o simple curioso de nuestro tiempo. La primera década del siglo XXI traerá cambios de largo alcance y grandes transformaciones...” Cebrián (1998: 17)

Ha día de hoy parece una tontería abrir un navegador de internet y acceder a cualquier página web de un medio de comunicación y leer las noticias de actualidad del día, o

acceder a las de días anteriores, o estar actualizado al momento si ocurriese un hecho novedoso. Pero hace apenas dos décadas esto era algo novedoso. Entonces los medios de comunicación más importantes eran la prensa escrita, la radio y la televisión.

“Cualquier adolescente de nuestros días sabe que un ‘pc’ es un ordenador personal, y que esas letras son las iniciales de su nombre en inglés: *personal computer*. Sin embargo, para los hombres de mi generación, al menos para los educados en el sur de Europa, ‘pc’ significaba el partido comunista [...] Hoy el pc abandera un nuevo movimiento revolucionario [...] Se trata de una revolución digital, informática, o como quiera llamarse, que sacude a la Humanidad desde hace una década.” Cebrián (1998: 51)

El uso de los ordenadores, internet y los medios de comunicación online son algo muy reciente, que se ha expandido con muchísima rapidez y que han cambiado por completo el panorama de la información. Además la llegada de los nuevos dispositivos como tabletas y smartpohnes, aparecidos en la última década, ha contribuido de forma creciente en ello. Gracias a ellos, ya no solo se puede acceder a la versión digital de un diario desde un ordenador, sino que se puede realizar desde cualquier sitio. Estos dispositivos portátiles permiten estar conectado constantemente a internet, independientemente del lugar en que te encuentres. El efecto de todas estas novedades sobre la prensa tradicional escrita, la explica Rodrigo López Alonso:

“La información *on line* y *on time*, desbarata el mismo concepto de periodicidad. El propio proceso de producción y distribución del periódico impreso que inevitablemente requiere un plazo de tiempo no permite competir en igualdad de condiciones con Internet.” López Alonso (2013: 14)

Reinhard Gäde, también explicaba en su obra “Diseño de periódicos. Sistema y métodos”, el hándicap de la prensa diaria en papel frente a los medios electrónicos:

“Poco tiene que hacer hoy el periódico en competencia directa con los medios electrónicos. Sus límites, en cuanto a forma y contenido, y su enorme lentitud relativa

para reaccionar ante la actualidad, cada vez más figas, que en ocasiones cuenta por minutos, lo ha puesto a la defensiva.”

Esta nueva forma de transmitir la información, también ha conllevado consigo una nueva manera de presentársela a los lectores. Los elementos que forman las páginas de la prensa en papel, se han visto modificados ya que el formato online requiere otras necesidades y prestaciones.

Por ejemplo en un periódico, para seguir leyendo las noticias pasas de página, pero en una web tienes que clicar sobre la noticia para acceder a otra página donde puedas leerla por completo. También afecta a la hora de distribuir las noticias. En un periódico de papel, éstas están distribuidas por secciones que cuentan con un delimitado número de páginas, pero el orden en la presentación de la versión online (aunque estén repartidas por secciones) es distinto por las características del formato, ya que no hay páginas físicas.

“Estamos acostumbrados a que una publicación –un periódico o una revista- tuviera un principio y un final, una primera y una última página. En un espacio web el proceso de lectura y de visualización es diferente en cuanto al orden y la secuencia de páginas [...] Podos subrayar también otras influencias que Internet ha ejercido en el diseño y en la estructura de los medios de comunicación escritos impresos, especialmente en las revistas informativas y en los periódicos impresos, como son los índices, o la descripción de contenidos que se incluyen en las páginas interiores, los mecanismos de navegación [...] o el uso fundacional del color en el diseño de la página.” López Alonso (2013: 15)

1.2. Problema de investigación

La concreción y determinación del campo de estudio, constituye una de las primeras tareas a desarrollar. Como se ha mencionado anteriormente, esta investigación va encaminada a analizar la evolución que se ha sufrido en los formatos de maquetación, en el medio prensa, tanto digital como impresa, desde las primeras publicaciones hasta la actualidad.

El carácter relativamente reciente que poseen las publicaciones digitales, provoca que los estudios realizados sobre este tema sean escasos, especialmente en nuestro país, en relación con los aspectos técnicos y de forma, así como comparativos con el soporte tradicional. Con todo lo expuesto, queda patente que se trata de un estudio que goza de oportunidad y pertinencia.

El hecho de que las investigaciones llevadas a cabo en este campo no sean muy numerosas, hace que la complejidad del objeto de estudio sea mayor. Esto es debido a que las herramientas diseñadas deben relacionar varios campos e imbricar diferentes soportes con sus correspondientes características. Además, deben ser instrumentos útiles y válidos para estudiar el tema definido.

Con todo, el objeto de esta investigación es analizar la evolución del diseño de la prensa escrita y online, y establecer una comparativa tanto entre ellas como entre las diferentes etapas.

1.4. Importancia y contribuciones a otras investigaciones

Teniendo en cuenta todo lo que se ha ido exponiendo en los apartados anteriores, la presente investigación procura, en primer lugar, realizar una aportación metodológica a futuros estudios sobre el mismo objeto de estudio.

Además, al constituir un análisis de la actuación de estos dos tipos de prensa, también tiene como objeto contribuir a la base documental sobre este tema, ya que como se ha remarcado en varias ocasiones a lo largo de este informe, no existen una gran cantidad de estudios realizados sobre estos aspectos.

Es preciso recalcar la importancia de realizar este tipo de estudios centrados en el diseño metodológico, la creación de las herramientas de análisis, y la primera aplicación a una muestra determinada, ya que constituyen el primer paso para la realización de futuras investigaciones más extensas y permiten acometer una extrapolación de los resultados obtenidos.

1.5. Objetivos

El objetivo principal de este estudio es analizar cómo ha evolucionado el diseño de los diarios desde sus inicios hasta la fecha actual en España, así como el salto y adaptación al formato digital web y a los nuevos aparatos portátiles (tabletas y móviles) aparecidos en los últimos años.

A partir de este objetivo principal, se establecen una serie de objetivos secundarios:

1. Averiguar si, en la práctica, la evolución en el diseño a lo largo de los años ha sido directamente proporcional al avance de la tecnología, o si por el contrario han sido independientes.
2. Analizar si, al igual que a medida que evoluciona el diseño se van incorporando nuevos elementos a las páginas de los periódicos, los que ya se usaban varían su modo de empleo y sus funciones.
3. Examinar si el uso del color es igual en los periódicos de información general que el los de otras temáticas, como los diarios deportivos.
4. Averiguar si los elementos tipográficos, gráficos y gráfico-textuales empleados en las versiones impresas guardan la misma forma y función en la versión online.
5. Discernir si los corondeles y filetes, unos de los primeros elementos utilizados, siguen teniendo el mismo aspecto y se utilizan para las mismas funciones actualmente tanto en las versiones en papel como la online.

1.6. Hipótesis de investigación

Con el objeto de estudio y los objetivos a lograr establecidos, es momento de plantear las hipótesis que se pretenden corroborar o refutar con el análisis. A estas hipótesis se les dará respuesta en el apartado correspondiente a las conclusiones, a partir de los datos

obtenidos por la aplicación de las herramientas, permitentemente creadas, en el apartado de resultados.

H.1. En la práctica, la evolución producida en el diseño de la prensa diaria española a lo largo de los años es directamente proporcional a la evolución de la tecnología. La llegada de avances técnicos siempre ha marcado una evolución en el aspecto y la maquetación los periódicos.

H.2. A medida que ha ido evolucionando, el diseño ha ido incorporando nuevos elementos a las páginas de los periódicos, de igual modo que los que ya se usaban han ido variando su modo de empleo y sus funciones.

H.3. La utilización del color, depende del tipo de periódico que sea. Los diarios de información general hacen un menor uso del color que los de otras temáticas como la deportiva.

H.4. Con el salto al diseño web, los elementos tipográficos, gráficos y gráfico-textuales empleados en las versiones de papel no tienen la misma forma, ni la misma función, ni se le da el mismo uso.

H.5. Los corondeles y filetes, unos de los primeros elementos en aparecer en las páginas de un diario, siguen teniendo el mismo aspecto y utilizándose para las mismas funciones hoy en día, tanto en las ediciones en papel como en las versiones online.

1.7. Justificación del TFG

A lo largo de estas páginas se ha ido manifestando tanto la escasez de investigaciones como la pertinencia de realizar estudios metodológicos y aplicados a muestras, más aun si cabe cuando el objeto de estudio es reciente aparición, como puede considerarse el caso de la prensa online.

Por el contrario a lo que ocurre con la prensa tradicional, que goza de una gran cantidad de investigaciones que versan sobre los más variados aspectos de la misma, los

estudios relacionados con la prensa online son más escasos, sin dejar de ser abundantes para la vida de este medio.

No obstante, los trabajos que relacionan ambos tipos de prensa no son muy comunes, menos aún si los aspectos que se ponen en relación son estructurales, de formato, diseño y gráfico-textuales. Por todo ello, el presente informe trata de proporcionar una herramienta que pueda ser adaptada a futuras investigaciones.

Además se pretende, mediante el análisis de la muestra seleccionada, realizar una aproximación a este tipo de investigaciones y contribuir como base documental a investigaciones futuras, relacionadas con el objeto de estudio.

2. METODOLOGÍA

2.1. Método

Entendemos por metodología el conjunto de herramientas y técnicas empleadas para la obtención de los resultados. El presente estudio constituye una investigación primaria puesto que se realiza a partir de datos recogidos directamente del análisis de la muestra seleccionada. González Río (1997)

Se trata de un estudio tanto cualitativo como cuantitativo. Cuantitativo en tanto en cuanto tiene una componente explicativa, que trata de establecer relaciones causales entre las variables de estudio, como se puede observar en el apartado de herramientas. Y cualitativa puesto que, consta de una base interpretativa que tiene como objetivo analizar los significados de los resultados obtenidos. Berganza y Ruiz (2005)

Además, se trata de un estudio descriptivo ya que, va encaminado a definir más completamente el comportamiento del objeto de estudio. Así mismo, consta de un componente exploratorio puesto que trata de discernir la relación entre los dos soportes estudiados, y la existencia o no de relación de dependencia de los medios con los distintos acontecimientos históricos y avances técnicos. González Río (1997)

Cabe señalar que se trata de una metodología tanto inductiva como deductiva puesto que, del análisis de la muestra se deducen resultados que nos inducen a la interpretación de los mismos, así como a la formulación de nuevas hipótesis.

Con todo, se pone de manifiesto la pluralidad metodológica empleada, sumando a todo lo expuesto las perspectivas histórica, comparativa y crítico-racional. Berganza y Ruiz (2005)

2.2. Muestra

Para llevar a cabo esta investigación se ha procedido a dividirla en cuatro etapas comprendidas desde la aparición de la prensa en España hasta nuestros días. La primera etapa abarca como se acaba de mencionar, desde la aparición de las primeras publicaciones de prensa en el siglo XVII, hasta el final del siglo XVIII. La segunda etapa ocupa el siglo XIX. La tercera etapa trata el siglo XX, pero a su vez se divide en tres subetapas: la primera que comprende desde el inicio del siglo hasta la guerra civil, la segunda que abarca la etapa del franquismo y la tercera y última que se ocupa de la transición en adelante. La última etapa se ocupa del siglo XXI.

Una vez dividida la franja temporal a analizar por etapas, se ha llevado a cabo una selección de los diarios más importantes y significativos en cada una de ellas para proceder a su análisis, mediante la herramienta diseñada para este cometido.

El principal factor aplicado para elegir los periódicos ha sido la importancia y relevancia del mismo en cada etapa, pero además, se han tenido que valorar otro tipo de factores como la posibilidad de acceder a ejemplares para poder realizar el análisis.

En alguna ocasión como la del el diario “El Alcázar”, no ha quedado más opción que recurrir a él a pesar de haber algún otro diario de mayor repercusión, por la imposibilidad de conseguir ejemplares de dichos periódicos, ya que no se conservan en las hemerotecas ejemplares suficientes para poder realizar un análisis exhaustivo. No obstante, la diferencia de cifras no es significativa como para que produzca una variación de los resultados. Teniendo en cuenta las características técnicas de la época a

la que pertenece este diario, y que las diferencias entre las distintas publicaciones son mínimas, se ha estimado conveniente analizar este diario pese a no ocupar el número uno en el ranking.

La muestra escogida está compuesta por tres periódicos de cada etapa, excepto en la última, que se centra en el análisis de la versión online de los tres periódicos de la etapa anterior. La diarios elegidos para desarrollar el análisis han sido por el siguiente orden:

Siglo XVII-XVIII:

1. La Gaceta de Madrid.
2. El Diario Noticioso, Curiosoerudito, Comercial Público y Económico.
3. El Diario de Barcelona.

Siglo XIX:

1. El Español.
2. La Correspondencia de España.
3. El Imparcial.

Siglo XX (I etapa):

1. Heraldo de Madrid.
2. ABC.
3. El Sol.

Siglo XX (II etapa):

1. Ya.
2. El Alcázar.
3. Arriba.

Siglo XX (II etapa):

1. El País.
2. El Mundo.
3. Marca.

Siglo XXI:

1. Elpais.com
2. Elmundo.es
3. Marca.com

2.3. Herramientas

Para llevar a cabo el análisis del diseño y la maquetación de los diarios elegidos en la muestra, se ha creado una herramienta específica. De igual forma, para el análisis de las webs también se ha fabricado la herramienta correspondiente.

La herramienta creada para el análisis de los diarios en formato papel se ha dividido en tres apartados distintos, mediante los cuales se pretende estudiar y explicar el diseño y la maquetación de los diarios, mediante los elementos que se usaban y los que no.

El primer apartado del análisis incorpora los elementos tipográficos que intervienen en el diario, que son todas aquellas formas que vemos sobre las páginas que están formadas por letras. Los elementos elegidos en esta sección para el estudio han sido: los titulares, los pies de foto, las entradillas, los antetítulos, los subtítulos, las letras capitulares, los ladillos y destacados. Con todos ellos se ha procedido a crear una tabla con la que se analizarán todos los diarios.

En el segundo apartado se procede al análisis de los elementos gráficos, que incluyen todo aquello que aparece en la página y que no implican texto. Aquí se va a estudiar el formato del diario, el número de columnas, la utilización de filetes y corondeles, la inclusión de recuadros o fotografías y el uso del color.

El tercer y último apartado incluye el análisis de los elementos gráfico-textuales, que son aquellos que sí que pueden estar formados por letras, pero no forman parte del texto principal de la noticia. Su función, además de adornar, es informar pero de forma distinta, más ágil, rápida y entretenida. En este apartado se ha incluido la cabecera del periódico, la publicidad, las infografías, los cuadros de información, los mapas y planos y los comics y chistes.

Todos estos elementos quedan recogidos en la siguiente tabla, que ha sido utilizada para realidad el análisis de cada uno de los diarios:

Tabla 1: Herramienta de análisis prensa escrita.

Elementos tipográficos	
Titulares	
Pies de página	
Pies de foto	
Entradillas	
Antetítulos	
Subtítulos	
Capitulares	
Ladillos	
Destacados	
Elementos gráficos	
Formato	
Nº de columnas	
Filetes	
Corondeles	
Fotos	
Recuadros	
Color	
Elementos gráfico-textuales	
Cabecera	
Publicidad	
Infografías	
Cuadros	
Mapas y planos	
Comics, chistes	

Fuente: Elaboración propia

Una vez analizados todos los periódicos, en la última parte de los resultados se va a proceder a realizar un análisis de las versiones online de los tres diarios ya citados en la muestra. Para ello, se ha tenido que crear una nueva herramienta ya que, al ser un formato distinto, no es posible aplicar la misma que la usada para las versiones en papel. En este caso, la herramienta se ha dividido en cinco apartados: Head o cabecera, body o contenedor principal, footer o pie de página, elementos y nuevos formatos.

Los tres primeros apartados analizan los elementos comunes que contiene cada una de las partes en las que se divide una página. En la cabecera se analiza la existencia de banners de publicidad al iniciar la página, principal abriendo la cabecera o secundarios (publicidades de menor tamaño que la principal). También se analiza el logo de la cabecera, si actúa como enlace a la página de inicio o no. Y por último, se estudian los menús que incluye la web, tanto el de navegación como los secundarios, y si estos ofrecen la posibilidad de ser desplegables o no para facilitar la navegación.

En el body se analizan todos los elementos que comprende el contenedor principal de información, el número de columnas que lo forman, si incluye filetes, corondeles y recuadros, si se usan infografías, cuadros de información y mapas.

También se analizan las publicidades y si incluye fidebars (banners en los márgenes de página). Los elementos que componen las noticias también se incluyen en este apartado como los titulares, antetítulos, subtítulos, entradillas, destacados, pies de foto, imágenes y videos. En estos últimos, además, se añade si sirven o no como enlace a la noticia, y en el caso de los vídeos si se ofrece la posibilidad de visualizarlo sin necesidad de abandonar la página principal. Por último, se incluye si aparece algún tipo de menú de navegación más extenso que el de la cabecera.

En el apartado del footer se analiza la existencia de publicidad y los menús con enlaces pertenecientes a la propia página o a otras páginas pertenecientes al mismo grupo editorial.

El apartado de elementos contiene aquellos que no tienen un posicionamiento fijo dentro de la web y en cada una puede situarse en un emplazamiento distinto, ya sea en

la cabecera, en el contenedor principal o en el pie de página. Aquí se analizan elementos como el buscador de noticias (si es de un desarrollador interno o externo), la hemeroteca (de pago o gratuita), los enlaces a las redes sociales y a blogs y otras páginas relacionadas con el medio, la posibilidad de suscripción y compra, la inclusión de un calendario de eventos o actividades y el acceso directo a la portada de la edición de papel.

Por último, el apartado restante se encarga de analizar las adaptaciones a los nuevos formatos tipo tableta y smartphone que ofrecen las webs: Si ofrecen un diseño distinto al web para el acceso desde uno de estos aparatos a través de un navegador, si por el contrario cuentan con un diseño web adaptable (responsive), o si ofrecen aplicaciones específicas para estos nuevos formatos. Estos elementos se han recogido en la siguiente tabla, con la que se ha llevado a cabo el análisis de las tres webs escogidas:

Tabla 2: Herramienta de análisis web.

Head		
Banners		
	De inicio de página	
	Superior	
	Secundarios	
Cabecera (logotipo)		
	Enlace a inicio	
Menú Navegación		
	Submenú desplegable	
Menú secundario		
	Submenú desplegable	
Body		
Numero de columnas		
	Primera plana	
	Resto de página	
Filetes		
Corondeles		
Recuadros		
Infografías		
Cuadros		
Mapas		
Banners		
	Fidebar (laterales)	
	Entre noticias	

Noticias		
	Titulares	
	Antetítulos	
	Subtitulares	
	Entradillas	
	Destacados	
	Pie de foto	
Imágenes		
	Enlace a noticia	
	No enlace a noticia	
Videos		
	Se visualizan	
	Redireccionan	
Menú de navegación extenso		

Footer		
Submenú		
	Enlaces de la propia página	
	Enlaces a otras páginas del grupo editorial	
Banners		

Elementos		
Buscados de noticias		
	Desarrollador interno	
	Desarrollador externo	
Hemeroteca		
	De pago	
	Gratuita	
Enlaces a redes sociales		
Enlaces a blog y otras páginas		
Calendario de eventos		
Acceso directo a la portada de la edición en papel		
Suscripción y compra		

Nuevos formatos		
	Diseño para Tablet y móvil (Navegador)	
	Responsive (Diseño web adaptable)	
	App's	

Fuente: Elaboración propia

3. RESULTADOS

3.1. El comienzo, siglos XVII-XVIII.

La Gaceta de Madrid (1697).

El honor de ser la primera publicación española, con cierta regularidad, que apareció en 1660 en nuestro país, lo ostenta “La Gaceta de Madrid”. Editada primero con los nombres de “Relación o Gaceta de algunos sucesos particulares, así políticos como Militares, sucedidos en la mayor parte del Mundo hasta fin de Diciembre de 1660” o “La Gaceta ordinaria de Madrid”.

Esta publicación constituye la aportación más importante del siglo XVII al periodismo español, a pesar de no ser una publicación de periodicidad diaria. Además, hasta día de hoy esta publicación ha ido evolucionando y continúa editándose como “Boletín Oficial del Estado” (BOE) desde 1936.

Ilustración 1: Ejemplar "Gaceta de Madrid"

GACETA DE MADRID

Del Martes dos de Abril de 1697.

Viena 6. de Febrero 1697.

El Exército Confederado de Polonia se muestra siempre resuelto à no separarse hasta la elección de Rey; y en quanto continua en vivir en la discrecion en los lugares que tiene los Quarteles. El Conde Jablonowiski, General de la Gran Polonia no ha dexado por esto de hazer en Leopoli la abertura de su comission, y ha empezado à examinar sus pretensiones. Aviendo alguna parte de los Palatinados hecho saber, que no embargan sus Diputados à la comission, que debe tenerse en el Castillo de esta Ciudad, si la Reyna no salia primero de Lituania, ha determinado su Magestad retirar su deatras de poco à sus Lugares de la Prusia Real. Con la confirmacion, que se ha tenido de que los Tartaros estan en marcha para hazer una entrada por las Fronteras de este Reyno, se han hecho todas las prevenciones posibles para que no logren sus intentos.

Viena 23 de Febrero de 1697.

Las cartas de Vngria avisan, que el Sultan avia ido de Andrinopoli à Constantinopoli con sola la Guardia ordinaria, creyendose por esto volverà presto à Andrinopoli, siendo el motivo de su viage el ver treze Baxas, que se fabricavan por su orden. Ha pedido un Donativo extraordinario à los Judios de Constantinopla, y à todos los Baxas, y Oficiales principales del Imperio Otomano, no bastando los ordinarios tributos para continuar la Guerra. El Conde TeKeli, que estava enfermo en Bursa, fue llamado à veder al milino Andrinopoli, para enuegarle el mando de un cuerpo de sus Tropas; y con un perdon general, publicado à favor de los Rascianos, que sirven al señor Emperador, pretenden hazerlos de su parte. Fue fallà la voz, de que los Turcos de la Guarnicion de Temesvar avian tomado por sorpresa à Chonad; antes bien se sabe, que un Coronel de Rascianos de la Guarnicion de YokoKwia derrotado àzia el Sabo una partida de Turcos, haziendo prisionero al Comandante, y pasando à cuchillo muchos otros Turcos. La partida del Conde de Arrach à Madrid se ha diferido por Correo venido de alli. Convienen todas las noticias en los grandes esfuerços que haze la Puerta para aumentar el numero de sus fuergas por mar, y por tierra, y para salir muy temprano à campaña, aviendo para esto dexado abajadas las Tropas Veteranas en los contornos de Nissa. Una parte de la Guarnicion de Belgrado assètò la Palanca de BerzKa, presidida de Rascianos, y la tomó, pasando parte à cuchillo; pero à la retirada le picaron la Retaguardia dos Partidas Alemanas de Bodi, y algunas otras Paças vezinas, con tan venturoso efecto, que la derrotaron, y quitaron todos los clavos, y botin. Hazense en el Imperio las reclutas para Vngria, y el Rin con prodigioso efecto, y así se saldrà muy temprano à Campaña. Las Tropas, que vinieron de Italia, tienen orden para marchar al Rin al fin de Março. El Príncipe Luis de Baden se halla con alguna ligera indisposicion, que no le embaraza assitar à las Conferencias, que se tienen sobre las operaciones de la proxima Campaña.

B

62

Fuente: Biblioteca Digital BNE

Como todas las publicaciones que existían en la época, su apariencia era similar a la de un libro en todos sus aspectos, debido a las maquinarias utilizadas indistintamente para ambas publicaciones. Por esto, carecían prácticamente de elementos tanto tipográficos, como gráficos y gráfico-textuales.

Lo más destacado que se observaba es el uso de capitulares en la primera letra de cada noticia. Estas estaban separadas por la fecha de la noticia publicada a modo de título. Se apreciaba también un filete en la última página al final de la última noticia.

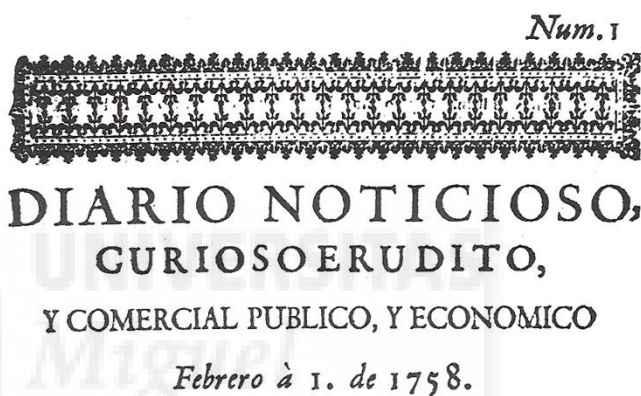
Por otra parte, la cabecera era simple, formada por el rotulo con el nombre de la publicación y justo en la parte inferior la fecha del día de publicación.

El Diario Noticioso, Curiosoerudito, Comercial Público y Económico (1758).

El Diario Noticioso, Curiosoerudito, Comercial Público y Económico, es el primer periódico diario que existió en España con esta periodicidad. Aunque con anterioridad existían publicaciones periódicas, incluso algunas que incluían la palabra diario en su título como el “Diario de los Literatos de España”, estas no gozaban de una periodicidad de publicación diaria, a pesar de su título.

El primer ejemplar de este periódico, pionero en la periodicidad diaria en nuestro país, vio la luz el 1 de febrero de 1758. Se realizaba en tamaño cuartilla y poseía el aspecto de un libro. Constaba de cuatro

Ilustración 2: Ejemplar "Diario Noticioso"



ARTICULO PRIMERO.
A los Sabios, Doctos, y Erudiditos, bien intencionados de España.

MUY Señores míos, y à quienes debo ofrecer mi obsequio, y amor con la sencillez mas fina, y menos afectada. El empeño que he tomado sobre mis ombros con el establecimiento del nuevo **DIARIO CURIOSO-ERUDITO; Y COMERCIAL PUBLICO, Y ECONOMICO**, es empresa mucho mas grave de lo que pueden sufrir mis fuerzas. Así lo conozco; pero deseando que produzca los efectos, que ha concebido mi sana intencion, suplico, con la mas verdadera humildad, tengan à bien V. corregir mis deficiencias, y prestarme, por medio de sus piadosos avisos, todas las luces, que consideren oportunas, para conducirme, con menos riesgo mio, y mas interés del Público, al logro del intento proyectado.

El principal motivo, que me ha

fugerido la generosa ofiada de emprender obra tan vasta, es solo ver, no sin bastante sentimiento de la razon, el sueño, ò casi letargo de algunos Españoles, que podrian ser utiles, y aun gloriosos para el estado; aplicando sus tareas, y dárvelos para honor de la Patria; y desentendiidos de esta obligacion, se descaminan à estudios, no solo infructuosos, pero aun nocivos, yà sea derramandose por el espiroso campo de la farsa, ya sea abandonandose à ociosidades, que (aunque en la superficie parecen fatigas provechosas) en el fondo son no mas desperdicios de años, meses, semanas, y dias; mucho penetrarà à ciertos Doctos aparentes esta flecha; pero hagan instrumento para el martyrio, pues no hacen lo que les inspira la fynderefís como julio.

Raro

Fuente: Biblioteca Digital BNE

páginas a lo largo de las cuales el diario repartía su información, clasificándola en dos secciones denominadas “Artículo primero” y “Artículo segundo”.

Estos encabezados de sección, eran lo único destacable sobre el resto del cuerpo de texto ya que aparecían en mayúsculas, ocupando las dos columnas en las que se dividía el resto la página. No obstante, estos encabezados no pueden considerarse titulares, ya que no tienen como objeto aportar o resaltar información. Su función consistía, simplemente, en separar la información del bloque de texto. Por su parte, el cuerpo textual se encontraba compuesto por caracteres de tipografía romana, y contaba con una letra capitular al principio de los dos artículos mencionados.

Las dos columnas en las que se presentaba el texto estaban divididas por un corondel con forma de enredadera, como si de dos hilos enredándose entre si formando otro hilo doble se tratase.

Se observaban otros elementos gráficos en las cuatro páginas del diario, como hasta tres tipos de filetes distintos. El primero que aparecía iba destinado a separar la cabecera del artículo primero; estaba formado por dos líneas, una superior más gruesa y una inferior más fina. El segundo, se situaba al final del artículo primero, a modo de separación con el artículo segundo, pero en vez de ser un filete lineal, estaba formado por una cenefa. Y el último lo se encontraba al final del artículo segundo, y estaba formado por una línea simple y fina que separaba el cuerpo del texto de los datos de la imprenta.

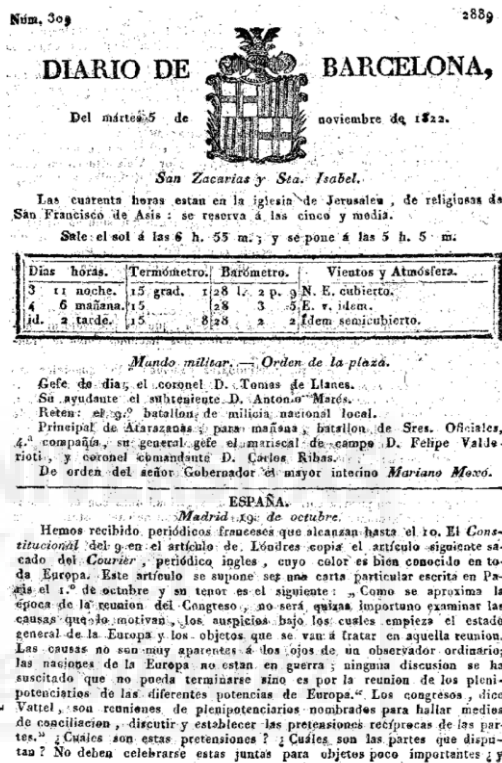
Por último y haciendo referencia los elementos gráfico-textuales, cabe destacar la presencia de una cabecera simple, compuesta por el nombre del periódico en letras de caja alta, y por la fecha de publicación. Además, ésta cabecera aparecía adornada con una cenefa que se colocaba en la parte superior de la misma.

Tras pasar por varios nombres como “Diarios Curiosos, Erudito, Económico y Comercial” o “Diario de Madrid”, acabó desapareciendo en 1918 bajo el nombre de “Diario Oficial de Avisos de Madrid”.

El primer número de el “Diario de Barcelona” vio la luz el 1 de octubre de 1792, y ostenta hasta la fecha el honor de ser el título más longevo de la prensa española, hasta su desaparición hace apenas 22 años, en 1993. En 1808 sufrió un cambio en su título, debido a la ocupación francesa, pasando a llamarse “Diario del Gobierno de Cataluña y de Barcelona”. Este nombre se prolongó hasta 1814, cuando recuperó su título original, el cuál mantuvo hasta su desaparición.

El diario barcelonés componía sus textos a una sola columna, utilizando filetes para separar las distintas informaciones y secciones que lo formaban. Al estar articulado en una única columna, no cuenta con los característicos corondeles de la época, que aparecían en la mayoría de publicaciones.

Ilustración 3: Ejemplar "Diario de Barcelona"



Fuente: Biblioteca Digital BNE

Respecto a los elementos tipográficos, únicamente se observan, un poco destacados del cuerpo de texto los títulos de las secciones que componen el diario, aunque estos no pueden considerarse titulares tal y como los conocemos hoy en día porque no tienen las mismas características ni cumplen la misma función.

Uno de los aspectos más significativos de este periódico era su cabecera. Ésta estaba formada por el nombre del periódico en letras de caja alta, e incorporaba un grabado con el escudo de la ciudad de Barcelona, que se colocaba justo en el centro del nombre, entre “Diario de” y “Barcelona”. La fecha del día de la publicación también aparecía dividida aun lado y a otro de dicho escudo. Pero uno de los aspectos más característicos

de la publicación y de su cabecera, era la inclusión de un cuadro que contenía la información meteorológica del día.

Tabla 3: Análisis siglo XVII-XVIII

	Gaceta de Madrid	Diario Noticioso	Diario de Barcelona
Elementos tipográficos			
Titulares	✗	✓	✓
Pies de página	✗	✗	✗
Pies de foto	✗	✗	✗
Entradillas	✗	✗	✗
Antetítulos	✗	✗	✗
Subtítulos	✗	✗	✗
Capitulares	✓		✗
Ladillos	✗	✗	✗
Destacados	✗	✗	✗
Elementos gráficos			
Formato	Cuartilla	Cuartilla	Cuartilla
Nº de columnas	1	2	1
Filetes	✓	✓	✓
Corondeles	✗	✓	✗
Fotos	✗	✗	✗
Recuadros	✗	✗	✗
Color	✗	✗	✗
Elementos gráfico-textuales			
Cabecera	✓	✓	✓
Publicidad	✗	✗	✗
Infografías	✗	✗	✗
Cuadros	✗	✗	✓
Mapas y planos	✗	✗	✗
Comics, chistes	✗	✗	✗

Fuente: Elaboración propia

3.2. Siglo XIX.

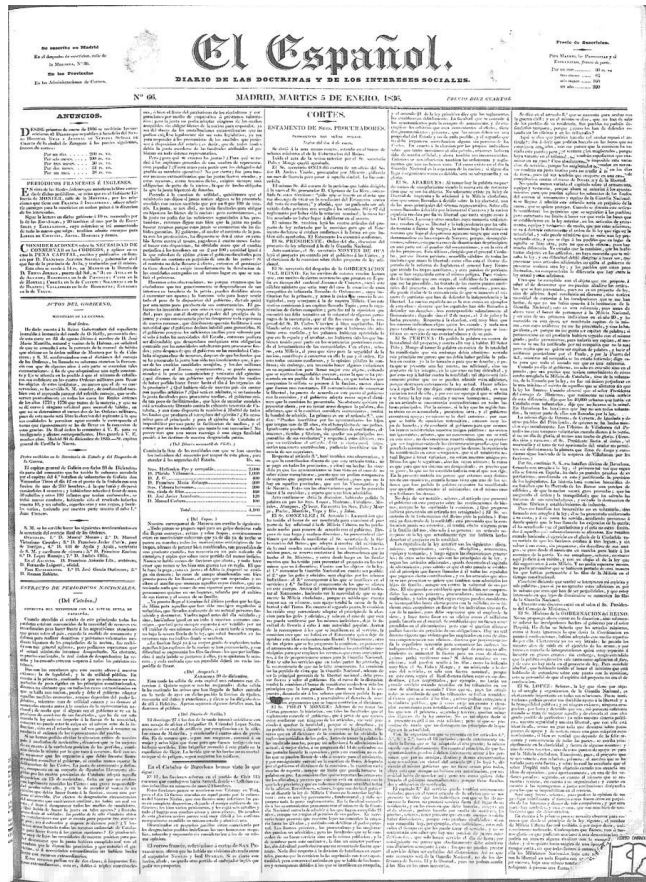
El Español (1835-1837 y 1845-1848).

El diario pionero en el uso de la aplicación del vapor a la prensa mecánica, fue el londinense “The Times”. Ya en 1812, instaló una versión de esta máquina desarrollada por el mencionado con anterioridad, Friedrich Koenig.

En nuestro país, el primer diario que siguió los pasos del periódico londinense fue “El Español”. La publicación fundada por Andrés Borrego en el año 1935 en Madrid, fue la más representativa en España durante la primera mitad del siglo XIX, y fue, además, pionera en aplicar y utilizar la maquetación de tipo vertical.

El aspecto que presenta esta publicación se asemeja de sobremanera a la maquetación del diario “The Times”. Lo que más destaca de esta similitud es su cabecera, cuyo título se encuentra centrado en la página y plasmado con una tipografía de forma gótica o inglesa antigua.

Ilustración 4: Ejemplar "El Español"



Fuente: Biblioteca Digital BNE

En lo que se refiere a los elementos gráfico-textuales, además de la cabecera, se pueden observar únicamente en algunos números la inserción de publicidad, que se corresponde con lo que se conoce como un tablón de anuncios. También encontramos en algunas de las publicaciones horarios de representaciones teatrales, pero nada que se asemeje a la publicidad comercial tal y como se conoce hoy en día.

El texto de la publicación se encuentra repartido en 5 columnas, a lo largo de las cuales se encuentran elementos gráficos como filetes y corondeles. Las cinco columnas en las que se divide el texto se encuentran separadas por corondeles que van desde la cabecera hasta el final de la página.

También se observan distintos tipos de filetes, unos más gruesos, otros más finos, algunos que llegan de lado a lado de la columna, otros que solo ocupan la parte central, pero la mayoría compuestos por dos líneas. Además, también se aprecia un filete (el único) que va de un lado al otro de la página completa justo debajo de la cabecera, que sirve para separar esta del cuerpo del texto.

Ilustración 5: Cabecera y anuncios, “El Español”.



Fuente: Biblioteca Digital BNE

En el apartado de elementos tipográficos, nos encontramos con los primeros titulares, pese a que no se trata de lo que entendemos por titulares hoy en día. Estos elementos podrían considerarse, más acertadamente títulos de contextualización. Los encontramos al principio de las secciones con el nombre de la misma, y cuando no inicia una sección en sí misma, indica el tema del texto de forma concisa en tres o cuatro palabras.

Respecto al cuerpo del texto, nos encontramos con una fuente de tamaño pequeño, en el que aparece una letra capitular en la primera letra de la primera palabra del periódico, a modo de inicio del mismo, en la mayoría de los números.

La Correspondencia de España (1849).

La Correspondencia de España trajo consigo el nacimiento de la prensa diaria, de empresa informativa. Antes de llegar a establecerse como “La correspondencia de España”, el diario pasó por varias etapas.

La primera aparición de este periódico fue en 1948 de la mano de su fundador, Manuel María de Santa Ana, y bajo el nombre de "Carta Autógrafa". Esta publicación se componía de cuatro pequeñas páginas realizadas de forma rudimentaria en un aparato multicopista.

En 1951 cambió su nombre por el de "Correspondencia Autógrafa" e incrementó su tirada de setenta a trescientos ejemplares. En 1954 sufre un nuevo cambio de nombre al de "La Correspondencia Confidencial Autógrafa de España" aumenta su tirada a doce mil ejemplares. En 1958, gracias al éxito que tenía la publicación, apareció por primera vez con un formato de impresión de una prensa planocilíndrica, como el resto de periódicos de la época.

Finalmente el 3 de octubre de 1959, el diario vespertino pasó a denominarse "La Correspondencia de España", con una tirada de dieciséis mil ejemplares.

Este será el nombre que conservará hasta su desaparición en 1925, año en el que fue desbancado por El Imparcial, pese a los esfuerzos realizados para evitarlo, destacando entre otros el lanzamiento de ediciones matutinas que no gozaron de la popularidad esperada.

Fue el diario líder de la prensa diaria en la década de 1870, y su principal atractivo era su contenido, ya que cualquier noticia por pequeña que fuese tenía cabida en sus páginas. Sin embargo, todo el interés mostrado en su contenido brillaba por su ausencia en el aspecto visual.

Ilustración 6: Ejemplar "La Correspondencia de España"



Fuente: Biblioteca Digital BNE

Es en 1894, cuando aparece por primera vez el color en la Correspondencia de España, pero no en sus páginas diarias, sino en un suplemento que contenía un compendio de textos literarios de escritores de la época. Este suplemento, de periodicidad quincenal, constaba de cuatro páginas y su maquetación era mucho más elaborada que el diario, destacando además de la presencia del color la incorporación de ilustraciones.

Respecto a los elementos gráfico-textuales del periódico, únicamente se utilizaban la cabecera y la publicidad. La cabecera se destaca por ocupar todo el ancho de la página con el nombre del periódico en mayúsculas y en negrita, además de incluir en las líneas inferiores el resto de datos del diario.

En cuanto a la publicidad, no aparece tal y como la conocemos hoy en día, pero en la última página encontramos un tablón de anuncios en el que se pueden ver esos inicios de la publicidad en la prensa escrita.

El Imparcial (1867).

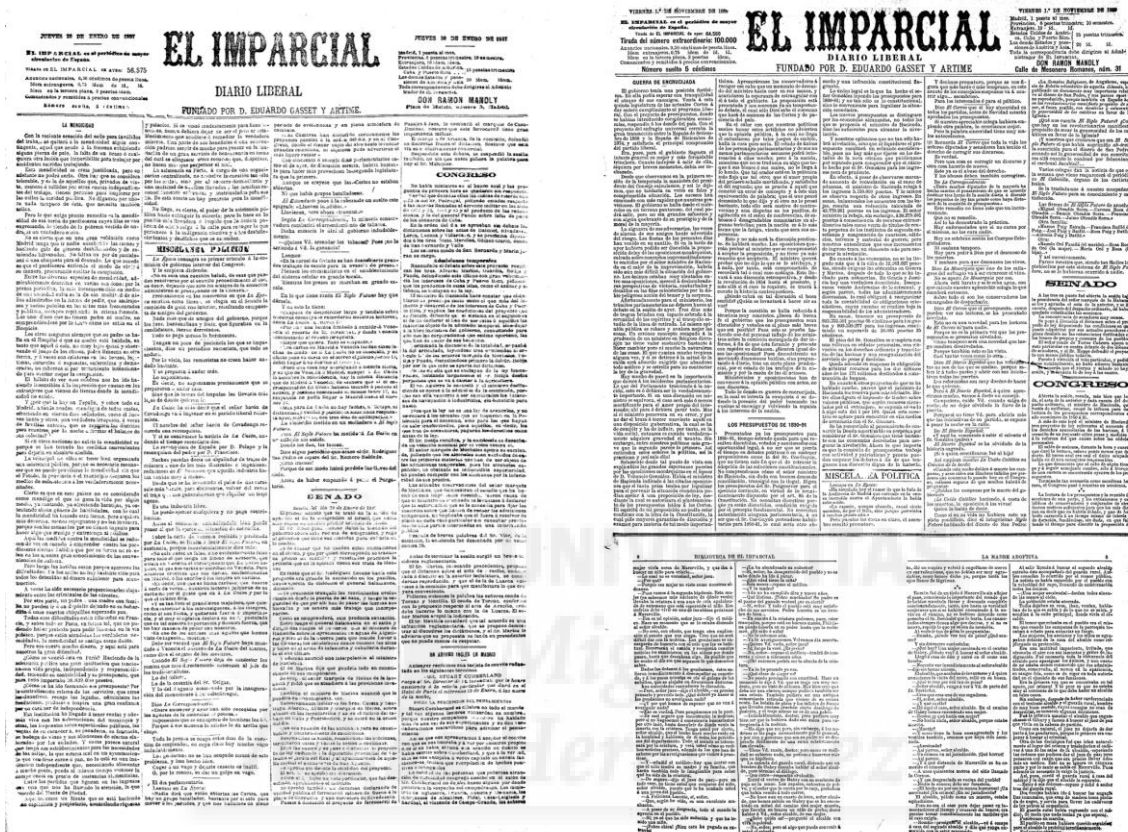
El Imparcial, fue el primer diario español en instalar una rotativa. Por ello, y aunque en la mayoría son bastante similares, hay que diferenciar entre los ejemplares publicados antes de la llegada de dicho avance y los posteriores. Se analizarán ambos haciendo una comparativa entre el antes y el después.

En un principio el diario tenía un formato de tamaño estándar y estaba compuesto por cuatro columnas, algo que cambiaría después con el salto al formato sábana donde se sumaría una columna más contando entonces con cinco.

Desde sus inicios ya incorporaba titulares pese a que no todas las noticias poseían uno, y además, estos títulos no se ajustaban a las características de los titulares como los conocemos hoy en día. Muchas noticias aún seguían estando separadas por plecas, pero algunas, sobre todo las de la primera página, ya dejaban ver algunos títulos que se destacaban del cuerpo de la noticia.

Posteriormente, con los avances técnicos los títulos fueron aumentando su presencia tanto en número, como en notoriedad, apareciendo en todas las páginas del diario, con un mayor tamaño y en negrita.

Ilustración 8 y 9: Formato estándar y sabana "El Imparcial"



Fuente: Biblioteca Digital BNE

Los títulos o titulares constituyeron el principal elemento tipográfico que se fue introduciendo con esta publicación, pero el resto de elementos tendrían que esperar. De este modo, el periódico todavía no contaba con entradillas, antetítulos, subtítulos, capitulares, ladillos, ni destacados. Así como tampoco incorporaba pies de página ni de foto, dada la ausencia de imágenes fotográficas.

En los elementos tipográficos, nos encontramos con los característicos corondeles, que únicamente varían su número de tres a cuatro con el cambio de formato. También aparecen filetes dobles que separan la cabecera y el encabezado del resto de la página.

Encontramos, además, algunos filetes en las columnas que destacan algún título, al igual que las ya mencionadas plecas que separan las noticias que carecen del mismo. Como se ha señalado, no aparecen fotografías como tal en las páginas de El Imparcial, pero sí se pueden encontrar en sus páginas dibujos, sobre todo en las páginas finales donde sí incluye la publicidad.

No obstante, cabe poner de manifiesto que todos los elementos aparecen en blanco y negro, ya que el color no llegaría a este diario hasta 1894 y únicamente sería en su suplemento “Los Lunes de El Imparcial”.

Respecto a los elementos gráfico-textuales, lo primero que se puede observar es una cabecera con el nombre del periódico centrado, con un estilo de letras talladas en piedra, y con el resto de datos a los lados del rótulo.

También encontramos en las últimas páginas la sección de publicidad. Desde prácticamente sus inicios, la publicidad fue abandonando su forma de tablón de anuncios y comenzaron a aparecer los dibujos, los anuncios con distintas tipografías y cada uno en un rotulo distinto. Con el nuevo formato además, comenzaron a aparecer planos y mapas en algunos números.

Ilustración 10: Publicidad "El Imparcial"



Fuente: Biblioteca Digital BNE

Tabla 4: Análisis siglo XIX

	El Español	La Correspondencia de España	El imparcial	
			Antes	Después
Elementos tipográficos				
Titulares	✓	✓	✓	✓
Pies de página	✗	✗	✗	✗
Pies de foto	✗	✗	✗	✗
Entradillas	✗	✗	✗	✗
Antetítulos	✗	✗	✗	✗
Subtítulos	✗	✗	✗	✗
Capitulares	✓	✗	✗	✗
Ladillos	✗	✗	✗	✗
Destacados	✗	✗	✗	✗
Elementos gráficos				
Formato	Sábana	Estándar → Sábana	Estándar	Sábana
Nº de columnas	5	5 → 6	4	5
Filetes	✓	✓	✓	✓
Corondeles	✓	✓	✓	✓
Fotos	✗	✗	✗	✓
Recuadros	✗	✗	✗	✓
Color	✗	✗	✗	✓
Elementos gráfico-textuales				
Cabecera	✓	✓	✓	✓
Publicidad	✗	✓	✓	✓
Infografías	✗	✗	✗	✗
Cuadros	✗	✗	✗	✗
Mapas y planos	✗	✗	✗	✓
Comics, chistes	✗	✗	✗	✗

Fuente: Elaboración propia

3.3. El siglo XX.

3.3.1. I etapa (1900-1936)

Heraldo de Madrid (1890).

Este diario madrileño de orientación liberal salió a la calle por primera vez el 29 de octubre de 1890, aunque tuvo su máximo apogeo en el primer tercio del siglo XX. Esto fue debido, en parte, gracias a que entre 1893 y 1902 tuvo como director al pionero en

confección y diseño, como era el malagueño Augusto Suarez de Figueroa, conocido como el primer periodista de diseño de España.

A principios del siglo XX, el Heraldo de Madrid ya era el cotidiano mejor presentado de España y su confección sobresalía en el panorama periodístico.

Con una maquetación a seis columnas, el eje principal de las innovaciones gráficas fue la ilustración. En los inicios se incluían dibujos, retratos, etcétera. Pero no se incluían todavía fotografías como tal. Fue en la primera década del siglo cuando ya empezaron a aparecer las fotografías en las páginas del diario. Esto conllevó también la inclusión de un nuevo elemento tipográfico, los pies de foto. Dadas las características del medio hasta la época, la inclusión de este elemento fue toda una innovación.

Ilustración 11: Ejemplar "Heraldo de Madrid"



Fuente: Biblioteca Digital BNE

Un nuevo elemento que también empezaba a aparecer en las páginas del periódico, eran los ladillos; esos pequeños mini titulares que destacan a mitad de noticia, para orientar al lector y redireccionar el tema hacia otro punto.

Otro de los aspectos tipográficos que comenzaron a verse en la primera década del siglo XX, y que hasta ahora había sido imposible llevar a cabo, fueron los titulares a más de una columna. En los primeros años del siglo ya se destacaban los titulares de las noticias aunque, al ocupar una sola columna solían ser muy escuetos, de cuatro o cinco palabras, pero en pocos años comenzaron a aparecer los titulares de dos o tres columnas o más.

Sin embargo, el aumento de las columnas que ocupaba el titular no influyó en la elaboración de los mismos ya que seguían siendo escuetos y de pocas palabras, únicamente variaba su tamaño. Por entonces aun no habían aparecido los subtítulos, aunque algunas noticias, a continuación del titular incluían el nombre del redactor de la información.

Ilustración 12: Titular a dos columnas “Heraldo de Madrid”



Las seis columnas en las que se fraccionaba la caja de composición, estaban divididas por cinco corondeles que delimitaban los textos, y a su vez, dentro de las propias columnas encontrábamos filetes que separaban unas noticias de otras.

Fuente: Biblioteca Digital BNE

Además, dos filetes dobles separaban la cabecera (en la portada) y el encabezado (en el resto de páginas) del cuerpo del texto. A pesar de la incorporación de titulares y demás recursos, todo estaba bien delimitado y encajado por filetes y corondeles, lo que conllevó, por tanto, la aparición de recuadros. Este hecho se veía reflejado sobretodo en las foto-noticias, que estaban rodeadas por estos elementos gráficos lo que las resaltaba. Además, las propias fotos también aparecían dentro de un recuadro con un bordeado.

Respecto a los elementos gráfico-textuales encontramos una cabecera simple, formada con el nombre del diario “Heraldo de Madrid” en letras de caja alta y negrita, ocupando la página de lado a lado, y con los datos del periódico (número, edición, fecha, etcétera.) entre dos filetes dobles, justo a continuación del nombre.

Otros elementos que también se dejan ver por las páginas del diario son los cuadros, en tablas de datos como la información de la bolsa o la lotería nacional. También encontramos viñetas con dibujos graciosos al estilo comic, mapas y planos en algunas noticias (a pesar de que en los ejemplares estudiados no aparece ninguno, en otros números ojeados si los encontramos), y por último la publicidad. Esta se situaba en las

páginas finales del diario frecuentemente en la penúltima y sobretodo en la última página, la cual se presentaba completamente llena de anuncios publicitarios.

ABC (1905).

La aparición del diario “ABC” fue una autentica innovación en la época ya que, cuando reinaba el formato sábana entre la mayoría de periódicos, llegó el diario madrileño con su peculiar diseño en tamaño arrevistado, cuatro veces más pequeño que el formato sabana.

El primer número de ABC salió a la calle el 1 de enero de 1903. No obstante, esta publicación tenía una periodicidad semanal y no fue hasta 1 de junio de 1905 cuando finalmente se convirtió en diario.

Exceptuando un paréntesis de un año entre 1907 y 1908, en el que cambió su formato a un tamaño tabloide, modificando también muchas de sus características principales, este periódico ha sido fiel a su formato arrevistado, que sigue manteniendo hasta día de hoy. Además, ABC fue el segundo periódico español en usar la técnica del huecograbado en su edición a partir de 1915, coincidiendo con el décimo aniversario del diario.

Además de su tamaño, ABC tenía una serie de peculiaridades que no podían verse en otras publicaciones, como su doble portada y las cuatro primeras páginas de publicidad, ya que, en sus inicios, el diario abría con una portada llena de publicidad al igual que las siguientes tres páginas, y no era hasta la página cinco donde empezaba la información con una segunda portada. Unos años después, la publicidad pasó a distribuirse también por el resto de las páginas del diario, aunque siguió empleándose la presentación con dos portadas.

Tres columnas son las que forman la caja de composición, se disponen separadas por dos corondeles que no son visibles en todas las páginas. Los corondeles son visibles solamente en aquellas páginas que están compuestas únicamente por texto; las páginas que llevan fotografías a más de una columna suelen aparecer con corondeles blancos o ciegos, que es como se denomina cuando aparece la calle en blanco, sin la raya.

en este periódico y, por tanto, ser característica del mismo, el tipo de fuente se denominó como el nombre del diario, ABC.

Otro de los elementos que destacaba por su presencia en ABC eran las fotografías. Desde el comienzo de su edición, las fotografías estaban muy presentes en las páginas del diario, asimismo, el número de imágenes fotográficas empeladas se vio incrementado a partir de 1915, con la nueva técnica del huecograbado. Resalta el hecho de que todas ellas iban acompañadas por su correspondiente pie de foto, y de que algunas de ellas, además, se encontraban dentro de un recuadro, elemento que sobretodo se utilizaba en los dibujos y viñetas que aparecían.

Ilustración 15: Página con fotografías "ABC"

A B C. JUEVES 1.º DE JUNIO DE 1905. PAG. 9



BALÓN DE RECEPCIONES EN LA EMBAJADA DE ESPAÑA, Y TRONO QUE OCUPÓ S. M. EL REY EN LA RECEPCIÓN CELEBRADA AYER. Foto: Proutier

de vuestros Gobiernos contribuyan a la grandeza y a la prosperidad de España.» S. M. el Rey D. Alfonso XIII se levantó de su asiento, y diciendo con la diestra la copa del brindis, dijo:

«Señor Presidente: Os doy gracias con todo mi corazón por vuestras afectuosas palabras, expresión la más alta y elocuente de esa simpatía profunda con que Francia ha recibido al soberano de una nación vecina y amiga.»

«Este recibimiento caluroso, espléndido, que me ha conmovido hondamente, es la espontánea manifestación de un acuerdo perfecto en las cuestiones que interesan principalmente a España y a Francia, acuerdo que contribuirá en adelante a estrechar los lazos, ya fuertes y numerosos, que unen a ambos pueblos, y a los que ofrecerán bien pronto los Pirineos nuevas vías de comunicación.»

«Brindo por la salud del Presidente de la República, y por la grandeza y prosperidad de Francia.»

ENTIERRO DE D. FRANCO. El verdaderamente grande dolor que en todas las clases ha producido el fallecimiento de D. Francisco Silvela, ha tenido elocuente demostración en el solemne acto de su entierro.

El ilustre hombre público en quien las enconadas luchas de la política respetaron siempre un alto prestigio, era por todos reconocido como una inteligencia de primer orden, enriquecida por una sólida y aguda cultura, y su personalidad figuraban primer término en el movimiento intelectual de España. El Gobierno ha dispuesto que en la conducción del cadáver del ex-presidente del Consejo de Ministros se rindieran los más grandes honores oficiales, y el país se ha asociado a este triste homenaje asistiendo en grandísima concurcencia.



EXCMO. SR. D. FRANCISCO SILVELA
† EN MADRID EL 29 DE MAYO DE 1905
Foto: Proutier



DESPUÉS, POR RECOLETO, DEL ENTIERRO DEL SR. SILVELA EN LA MAÑANA DE AYER. Foto: Anón.

El paso de la fúnebre comitiva por el paseo de Recoletos y la inhumación del cadáver en el cementerio de la Sacramental de San Isidro, figuran entre los

Fuente: Biblioteca Digital BNE

Al contar con dos portadas, también presentaba dos cabeceras, si bien estas eran idénticas. Estaban formadas por el nombre del diario, ABC, en mayúsculas y con alineación centrada, y con dos inscripciones a los lados en las que se reflejaban los datos del periódico.

Otros elementos gráfico-textuales que se podían encontrar en las páginas del diario madrileño eran cuadros, normalmente tablas con datos o algún formulario de inscripción para algún concurso del periódico. Del mismo modo, también podían aparecer mapas y planos.

La segunda década del siglo XX estuvo marcada por la aparición de dos rotativos madrileños en formato sábana. Uno de ellos era “El Sol”, que nació el 1 de diciembre de 1917.

Con una ideología progresista, este nuevo diario tomó como fuente de inspiración el periodismo británico, tanto en contenidos informativos como en forma gráfica. Más concretamente, su modelo a seguir fue el diario inglés “The Times”, lo que marcó una nueva e innovadora etapa en España.

Uno de los aspectos que más llama la atención de este diario es el número de columnas que componían sus páginas. Es un principio, la caja de composición contaba con siete columnas que más tarde se convertirían en ocho. El empleo de este abultado número de columnas destaca de sobremanera ya que es el diario que más columnas utilizaba para presentar sus informaciones.

También se observaba la consolidación de los titulares a varias columnas, aunque destacaba el desorden en la colocación y distribución de las distintas noticias, lo que hacía que el proceso lector fuese más complejo. Además, no solo se incluían noticias con titulares a varias columnas, si no que también aparecían noticias a una columna ocupando el espacio de dos.

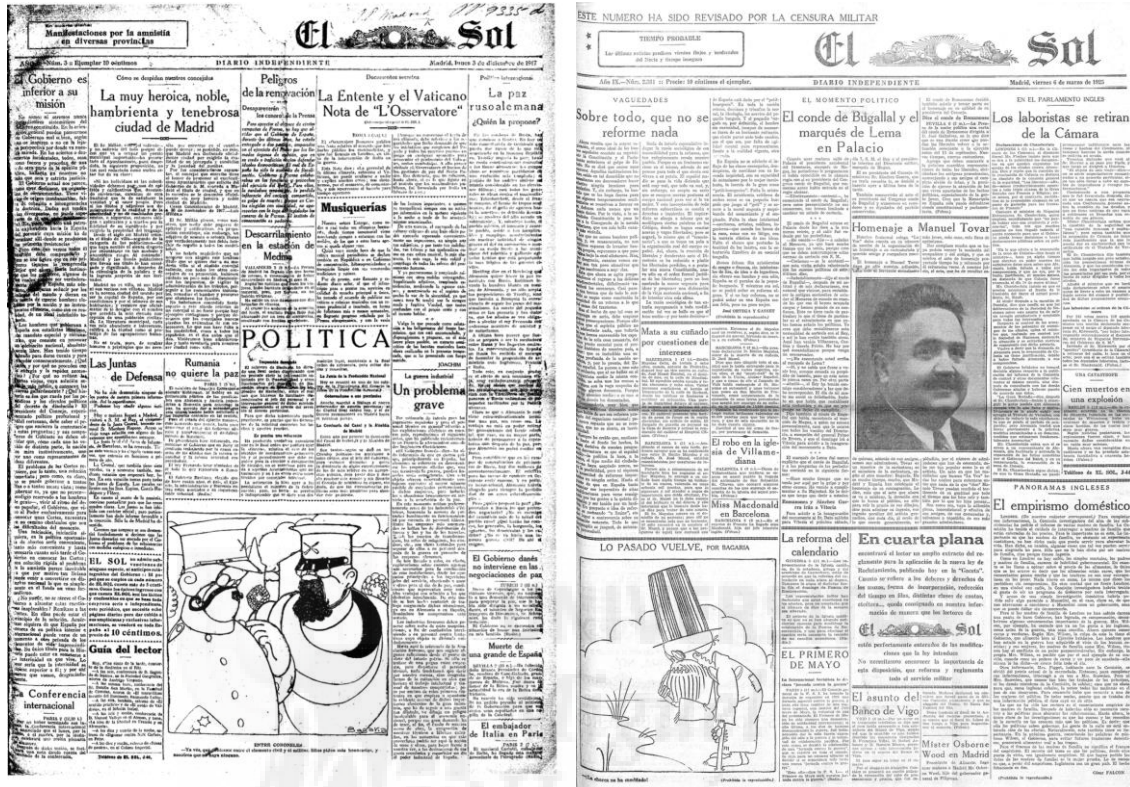
Algunas noticias también contenían ladillos, por lo que cada vez se iba haciendo más corriente su uso, y también se aparecían el empleo de antetítulos y subtítulos, aunque únicamente en las noticias de mayor importancia y más destacadas a varias columnas.

A pesar de ser un periódico que no destacaba por la inclusión de ilustraciones, las pocas imágenes y fotografías que incluía iban acompañadas por su correspondiente pié de foto, y siempre enmarcadas en un recuadro.

Además, toda la información estaba dividida, primero por seis, y después por siete corondeles, que formaban las siete o las ocho columnas que componían las páginas, a

excepción de las noticias que aparecían escritas a una columna pero ocupando el espacio de dos.

Ilustraciones 16 y 17: Ejemplar a 7 y a 8 columnas “El sol”



Fuente: Biblioteca Digital BNE

También aparecían numerosos filetes, que separaban todas las noticias unas de otras, así como las imágenes. La mayoría eran finos, aunque aparecían algunos más gruesos, de puntos, o de dos líneas como los que separaban la cabecera de la caja de composición.

Dentro de los elementos gráfico-textuales destaca la cabecera por su originalidad. Ésta estaba compuesta por el nombre del periódico escrito en tipografía gótica del inglés antiguo, e incorpora un grabado de un sol entre las dos palabras que lo forman. Este logo está alineado a la derecha, y justo debajo aparecen los datos del periódico (número, edición, fecha, etc..) entre dos filetes dobles.

Ilustración18: Cabecera "El Sol"



Fuente: Biblioteca Digital BNE

Pero si hay algo que destaca en las páginas del diario, es la distribución de la publicidad en todas las páginas del mismo. “El Sol”, fue uno de los pioneros en cambiar la colocación de los anuncios publicitarios ya que, hasta la fecha, todos los periódicos incluían la publicidad en las últimas páginas, a excepción del “ABC” que la colocaba en las cuatro primeras páginas.

Igualmente se podían encontrar a lo largo de las páginas del diario, los restantes elementos gráfico-textuales como cuadros con tablas de datos, mapas y planos o viñetas y dibujos de tipo cómico al estilo tebeo.

Tabla 5: Análisis primera etapa siglo XX

	Heraldo de Madrid	ABC	El Sol
Elementos tipográficos			
Titulares	✓	✓	✓
Pies de página	✗	✗	✗
Pies de foto	✓	✓	✓
Entradillas			
Antetítulos	✗	✓	✓
Subtítulos	✗	✓	✓
Capitulares		✓ → ✗	✗
Ladillos	✓	✓	✓
Destacados	✗	✗	✗
Elementos gráficos			
Formato	Sábana	Revista	Sábana
Nº de columnas	6	3	7 - 8
Filetes	✓	✓	✓
Corondeles	✓	✓	✓
Fotos	✓	✓	✓
Recuadros	✓	✓	✓
Color	✗	✗	✗

Elementos gráfico-textuales			
Cabecera	✓	✓	✓
Publicidad	✓	✓	✓
Infografías	✗	✗	✗
Cuadros	✓	✓	✓
Mapas y planos	✓	✓	✓
Comics, chistes	✓	✓	✓

Fuente: Elaboración propia

3.3.2. II etapa (El franquismo)

Ya (1935).

El 14 de enero de 1935, se puso en marcha un proyecto muy ansiado por La Editorial Católica. Un diario vespertino que cubriera el mercado de la prensa de la noche, ya que el matutino lo tenían cubierto con “El Debate”. El diario “Ya” fue el elegido para este cometido.

Aunque nació con carácter vespertino, como se ha indicado, este cometido apenas duró cuatro años, ya que tras el final de la Guerra Civil y la llegada del franquismo, el diario fue uno de los cinco periódicos elegidos para poder ser publicados por el gobierno franquista. Dos de los elegidos fueron vespertinos (Informaciones y Madrid) y tres matutinos (Ya, Arriba y Abc), de forma que “Ya” pasó a publicarse por las mañanas ante el cierre de “El Debate” por parte del régimen franquista.

Los titulares, no solo ocupaban más de una columna, como ya era habitual, sino que comenzaron a ocupar todas las columnas que componían la página, sobre todo la portada. Primero las ocho columnas que constituían el formato sábana y posteriormente las cinco que formaban el tamaño tabloide.

En los textos que llenaban las columnas se disponían distintos elementos tipográficos que ya venían siendo comunes desde décadas anteriores, como los ladillos que aparecen cada vez en un mayor número de noticias. No se usan antetítulos, pero sí subtítulos y en ocasiones más de uno en la misma noticia, dependiendo de la importancia de la misma.

Ilustración 19 y 20: Ejemplares formato sábana y tabloide diario “Ya”



Fuente: Biblioteca Digital BNE

Dos elementos tipográficos que hicieron acto de presencia, por primera vez, en las páginas de un diario son, en primer lugar, los destacados, que aparecían como pequeños titulares que resaltaban alguna información importante pero menos que la del titular y subtítular. En segundo lugar, las entradillas que aparecían en caracteres de distinto tamaño antes del comienzo del texto y sintetizaban la noticia relatada, aunque solo aparecían en las noticias compuestas a más de una columna.

Siete corondeles en el primitivo formato sábana y cuatro en el posterior tabloide, eran los encargados de separar y delimitar las columnas. Los filetes terminaban de seccionar todo el periódico separando las noticias entre si, aislando los destacados, o formando recuadros alrededor de las publicidades y las fotonoticias (o noticias que contaban con una gran imagen y apenas texto).

Además de las fotos que aparecían en las páginas del periódico, la última página estaba dedicada a fotos de actualidad. La mayoría de ilustraciones contaban con su correspondiente pie de foto, aunque no todas.

Una de las principales innovaciones que se incluyó en las páginas del diario “Ya”, fue la incorporación del color en una publicación diaria. En el número publicado el día 2 de abril de 1939, en portada aparecen varios titulares en color rojo proclamando el final de la guerra y la victoria de Franco, que rezaban “¡Franco! ¡Franco! ¡Franco!”, “¡La guerra ha terminado!” y “¡Viva España! ¡Arriba España!”.

Con la introducción de la nueva técnica del huecograbado y el cambio al formato tabloide producido el 31 de enero de 1960, el nombre de la cabecera adquirió también color rojo, y algunos detalles de las publicidades también tomaron color rojo. Además el número de los domingos también pasó a publicarse por completo a todo color.

En un principio la cabecera estaba formada por el rótulo del nombre del diario con alineación centrada, y a ambos lados aparecían dos recuadros con texto con los datos del periódico. Con el tiempo, ambos recuadros con la información del medio se sustituyeron por dos anuncios, y dichos datos se incorporaron en el mismo rótulo.

Como ya se mencionaba con anterioridad, la publicidad aparecía separada por corondeles y filetes muchas veces formado recuadros, y además, a partir del cambio al formato tabloide comenzó a aparecer con detalles en color rojo.

Otros elementos gráfico-textuales que podían apreciarse en el diario eran cuadros que contenían algún tipo de información, mapas y planos sobre todo en noticias de guerras y batallas, y viñetas o dibujos al estilo comic.

El Alcázar (1936).

La ciudad de Toledo, durante el asedio de su alcázar, vio nacer este diario vespertino el 26 de julio de 1936, al cual daría nombre este hecho, denominándose el nuevo diario “El Alcázar”.

Tres años después y tras la finalización de la Guerra Civil, el 19 de junio de 1939, el vespertino trasladó su sede a Madrid, pasando a imprimirse en los talleres del diario “Ya” con un formato sábana. Con este formato, su información quedaba repartida a lo largo de ocho largas columnas. El formato sábana se mantuvo hasta el 1 de julio de 1954, cuando pasó a imprimirse en formato tabloide y con páginas de huecograbado, siendo esto un aspecto novedoso en los diarios de la tarde.

En ambos formatos se apreciaba que los titulares a una columna eran bastante escuetos, formados por pocas palabras, aunque los que ocupaban más columnas y tenían mayor importancia aparecían en un tamaño mayor, más destacados y casi siempre acompañados de un subtítulo.

Algunas noticias a una columna, también contaban con subtítulo, aunque no era lo más habitual. Los subtítulos, pues, se empezaron a usar desde los inicios del periódico, pero para encontrar antetítulos tenemos que esperar hasta el cambio al formato tabloide. Es a partir de este cambio cuando se incorpora este nuevo elemento al contrario de lo que ocurre con las letras capitulares, que tras la tabloidización pasan de emplearse a menudo a casi desaparecer.

Ilustraciones 21 y 22: Ejemplares sábana y tabloide “El Alcázar”



Fuente: Elaboración propia

Tanto en un formato como en otro, vemos todas las columnas y todos los elementos que las componen bien delimitados por corondeles y filetes. Aunque la disposición no fuese la más ordenada, todo quedaba cerrado por estos elementos que separaban unos componentes de otros, en muchas ocasiones formando recuadros que los envolvían.

De este modo, no había forma de confundir una noticia con otra, ni seguir leyendo otra noticia pensando que formaba parte de la anterior. Además de los recuadros que formaban los propios filetes y corondeles, también aparecían otros que contenían alguna noticia. Respecto al uso del color, apenas aparecían algunos detalles en rojo en la portada, mayoritariamente en publicidad, pero su uso era muy limitado.

Pero si un elemento llamaba la atención de este diario vespertino, por sus constantes cambios, es su cabecera. En el formato sábana, lo que tenían en común sus cabeceras era el color negro de las letras. En un principio aparecía el rótulo con un tipo de letra que incluía un bordeado, a modo de subrayado dos líneas en forma de “V” abierta y en el centro un escudo con los datos del periódico a los lados.

Ilustraciones 23, 24, 25, 26: Cabeceras “El Alcázar”





Fuente: Elaboración propia

Posteriormente, la cabecera pasaría a estar formada simplemente de un rotulo con el nombre del diario subrayado, y publicidades a ambos lados. Con el formato tabloide, además del rotulo con las letras en negro, primero en cursiva y después con “El” más pequeño a la izquierda superior de “Alcázar” en mayor tamaño, también apareció con las letras en blanco dentro de un recuadro negro. La cabecera de este vespertino fue uno de los elementos que estuvo en constante cambio.

Otros elementos gráfico-textuales que aparecían en las páginas del vespertino madrileño, eran recuadros de información, como por ejemplo en la sección de fútbol con las tablas de clasificación y resultados. También incluía mapas en algunas noticias y algunos dibujos y viñetas.

Arriba (1939).

El mes de marzo de 1935 vio nacer al que a partir del 30 de marzo de 1939 se convertiría en el diario estandarte de la Prensa del Movimiento. El periódico matutino “Arriba”, apareció como semanario y portavoz de la Falange Española un año antes del estallido de la Guerra Civil, para convertirse en diario al finalizar ésta.

Fue entonces cuando pasó a ser uno de los tres diarios matutinos cuya edición estaba permitida, junto con el diario “Ya”, y “Abc”. A partir de 1940, se convirtió en la cabecera buque insignia del la conocida Prensa del Movimiento, que aglutinaba todos los periódicos fundados por falangistas.

Ilustraciones 27 y 28: Formatos sábana y tabloide “Arriba”



Fuente: Elaboración propia

Desde sus inicios el diario adquirió un formato sábana, como la mayoría de periódicos que se publicaban en la época, compuesto por ocho columnas. Este formato se mantuvo hasta 1951, cuando gracias a los avances técnicos y la llegada de las nuevas máquinas rotativas y la técnica del huecograbado, pasó a editarse en un formato más reducido como el tabloide, distribuyendo la información de las ocho columnas anteriores, a cinco en el nuevo formato.

No solo se vio afectado el número de columnas con el cambio de formato, sino que muchos otros elementos del periódico también fueron modificados. Los titulares, que en un principio distinguían su forma tipográfica por el uso de la letra Futura, pasaron a ser más esbeltos y empezaron a aparecer los tipos Bodoni, Radiant y Tempo.

Los subtítulos pasaron de editarse en noticias de más de una columna en el formato sábana, a aparecer en casi todas las noticias en el nuevo formato, incluso las de mayor relevancia llegaron a contar con varios de ellos. Sin embargo los antetítulos pasaron de

aparecer en algunas noticias en el formato sábana, a prácticamente desaparecer en el tabloide. Lo que no varió con el cambio y se usó de igual forma en ambos, fueron los ladillos.

Algunos elementos gráficos también modificaron su uso con el cambio de formato. El más destacado fue la utilización de los corondeles. En el formato sábana se apreciaban los típicos corondeles que separaban todas las columnas en las que se dividía la página, pero con la llegada del formato tabloide se introdujo una nueva forma de uso de estos.

Pasaron de emplearse en todas las columnas, aunque fuese la misma noticia, a utilizarse para separar las noticias entre sí. De este modo, dentro de una misma noticia ya no aparecían líneas de separación entre las columnas, sino que los corondeles aparecían ciegos.

Los filetes también variaron su forma y uso. Con el primer formato se usaban para separar unas noticias de otras, y solían estar formados por pequeñas líneas verticales. Sin embargo, a partir de 1951, además pasaron a utilizarse unirse a los corondeles para aislar al completo las noticias unas de otras, en muchas ocasiones formando recuadros alrededor de éstas.

El uso de recuadros sobre noticias completas apareció con los cambios de uso de filetes y corondeles, pero en los dos formatos se utilizaron recuadros para destacar informaciones, algún titular o alguna pequeña noticia. Uno de los elementos que no se vio afectado fue el uso de fotografías, ya que continuaron apareciendo con sus respectivos pies de foto.

La cabecera no sufrió grandes cambios, únicamente cambió su alineación y disminuyó el tamaño del escudo falangista. En un principio el rótulo estaba centrado, a la derecha aparecía un recuadro con alguna información y a la izquierda el escudo falangista, el cual tenía más altura que la cabecera al completo.

Ilustraciones 29 y 30: Cabeceras “Arriba”



Fuente: Elaboración propia

que dejó de ser más grande que la cabecera pero no varió su colocación a la izquierda del rotulo. Asimismo la alineación de dicho rótulo pasó a ser a la izquierda. Continuó manteniéndose el recuadro con información a la derecha. El resto de elementos gráfico textuales no vieron modificado su uso como la publicidad, cuadros de datos, mapas y planos o viñetas y dibujos estilo comic.

Tabla 6: Análisis segunda etapa siglo XX

	Ya	El Alcázar	Arriba
Elementos tipográficos			
Titulares	✓	✓	✓
Pies de página	✗	✗	✗
Pies de foto	✓	✓	✓
Entradillas	✓		
Antetítulos	✗	✗ → ✓	✓ → ✗
Subtítulos	✓	✓	✓
Capitulares	✗	✓	✗
Ladillos	✓	✓	✓
Destacados	✓	✗	✗
Elementos gráficos			

Formato	Sabana → Tabloide	Sabana → Tabloide	Sabana → Tabloide
Nº de columnas	8 → 5	8 → 5	8 → 5
Filetes	✓	✓	✓
Corondeles	✓	✓	✓
Fotos	✓	✓	✓
Recuadros	✓	✓	✓
Color	✓	✓	✗
Elementos gráfico-textuales			
Cabecera	✓	✓	✓
Publicidad	✓	✓	✓
Infografías	✗	✗	✗
Cuadros	✓	✓	✓
Mapas y planos	✓	✓	✓
Comics, chistes	✓	✓	✓

Fuente: Elaboración propia

3.3.3. III etapa (Final del siglo XX y principio del XXI)

El País (1976).

El nacimiento del periodismo moderno en España, lo marcó la aparición del diario “El País”. Desde principios de los años setenta fue gestándose la idea de crear un nuevo estilo de diario que rompiera con lo anterior. Pero sacar a la calle este nuevo proyecto no sería tarea fácil.

Tras media década de negativas, finalmente el Esperado diario nació el 4 de mayo de 1976, con un diseño del alemán Reinhard Gäde, que seguía las premisas de la escuela centroeuropea del diseño. Es uno de los periódicos pioneros en la tabloidización de la prensa de calidad y prestigio, ya que fue uno de los primeros que apostó por este formato cuando en Europa se utilizaba el formato sábana para este tipo de prensa.

En las cinco columnas en las que se dividían sus páginas, se apreciaban todos los titulares con la misma tipografía (Times New Roman), al igual que el cuerpo de texto. Además, estos venían acompañados por un antetítulo en las noticias que ocupaba más de una columna.

Ilustración 31: Ejemplar “El País”

Hasta finales de los años noventa no empieza a hacerse uso de los subtítulos. Y en esta misma época comienzan, también, a destacarse las entradas, que en muchas noticias no forman parte del cuerpo de texto, sino que aparecen justo antes de este en un tamaño un poco superior y normalmente ocupando el ancho de dos columnas.

Siguiendo las premisas de la escuela centroeuropea del diseño, que marcan que no podía interrumpirse el titular con foto o la mancha gris con destacados, las fotos siempre aparecían más abajo del titular, y tras de la entrada en algunas ocasiones.

Lo mismo ocurre con el texto, y no es hasta la década de los dos mil, cuando empieza a hacerse uso de los destacados. Los ladillos era el único elemento que aparecía a lo largo del cuerpo de texto, aunque tampoco se utilizaban de manera abusiva.

La utilización de filetes y corondeles como venía haciéndose hasta la fecha se fue modificando a partir de este momento. En las páginas de “El País” se observa el empleo de filetes más gruesos de lo habitual para separar algunas noticias, pero únicamente en aquellos casos en los que se pueda confundir o no esté clara la distinción entre las noticias.

Los corondeles sin embargo, variaron su uso con el paso de los años. En los inicios del diario, este elemento estaba prácticamente desaparecido, no se usaban para separar columnas ni tampoco para aislar noticias. En lugar de aplicar corondeles, destacaba el



Fuente: Elaboración propia

uso de recuadros en las noticias a modo de distinción. Únicamente aparecían filetes verticales para separar las publicidades formando ventanas (recuadros sin cerrar). No es hasta finales de los noventa cuando el uso de recuadros va sustituyéndose progresivamente por el de corondeles para marcar la separación entre noticias.

La fotografía ya se había convertido en un complemento prácticamente indispensable para las noticias en todos los diarios. Acompañadas por su correspondiente pie de foto, las imágenes cada vez eran de mejor calidad, pero seguían siendo en blanco y negro.

Ilustraciones 32 y 33: Evolución portada a color “El País”



Fuente: Elaboración propia

En la primera década del siglo XXI, empezó a aparecer el color en el diario “El País”, aunque por norma general únicamente en la portada y la contraportada. Las únicas fotos que se apreciaban a color eran las que se encontraban en esta ubicación, salvo excepciones que se encontraban a color en las páginas internas, y que correspondían a algunas publicidades a toda página, y normalmente cuando estas ocupaban una doble página completa.

Ilustración 34: Páginas internas de publicidad a color “El País”



Fuente: Elaboración propia

La cabecera es uno de los elementos de este diario, que ha sufrido pocos cambios a lo largo de los años, ya que sigue prácticamente igual. Está compuesta de los mismos elementos, con la misma disposición, y el único cambio significativo, ha sido la inclusión del color azul en el filete que la separa del resto de la portada, incluido con la llegada del color a estas páginas en la primera década de los dos mil, como ya se ha explicado.

El resto de elementos gráfico-textuales como infografías, cuadros, mapas, planos, comics y chistes, se fueron repartiendo por las páginas del periódico desde sus inicios. Se podían encontrar infografías de política, economía, y prácticamente de cualquier tema. Así como era frecuente encontrar mapas con algún tipo de información, como la meteorológica. También aparecían cuadros de información, de igual forma que se incluían viñetas humorísticas de todo tipo.

El diario que trajo consigo el diseño moderno de la prensa bajo las premisas de la escuela anglosajona del periodismo, fue el periódico “El Mundo”, de Unidad editorial. El primer número de este diario llegó el 23 de octubre de 1989, para ser el encargado de liderar el cambio en el diseño de la prensa en la década de los noventa.

Bajo un formato tabloide, que ya se había asentado por completo, y con la información en su páginas repartida en cinco columnas, “El Mundo” desde sus inicios optó por ser un periódico con un diseño más moderno que rompiera con lo anterior. Esto se vio reflejado, en primer lugar, en sus titulares ya que, cuando casi todo el mundo usaba letras estilo Times New Roman, este diario eligió para sus titulares una tipografía de paso seco como la Helvética Bold. Esta novedad marcó los inicios del periódico.

No es hasta finales de los años noventa cuando empezó a aparecer en los titulares la tipografía Valencia Extra Bold, que finalmente se quedaría como fija. Esta introducción se dio a la vez que el cambio de letra en la cabecera, y a lo largo de la década de los dos mil esta nueva tipografía fue desbancando progresivamente a la anterior, hasta acabar haciéndola desaparecer de las páginas del diario.

Buscando, desde sus inicios, la lectura de doble velocidad de los diarios, en la que se basaba la escuela anglosajona del diseño, aparecieron custodiando a los titulares, los antetítulos y los subtítulos, que complementaban la información del titular y aportaban

Ilustración 35: Ejemplar “El Mundo”

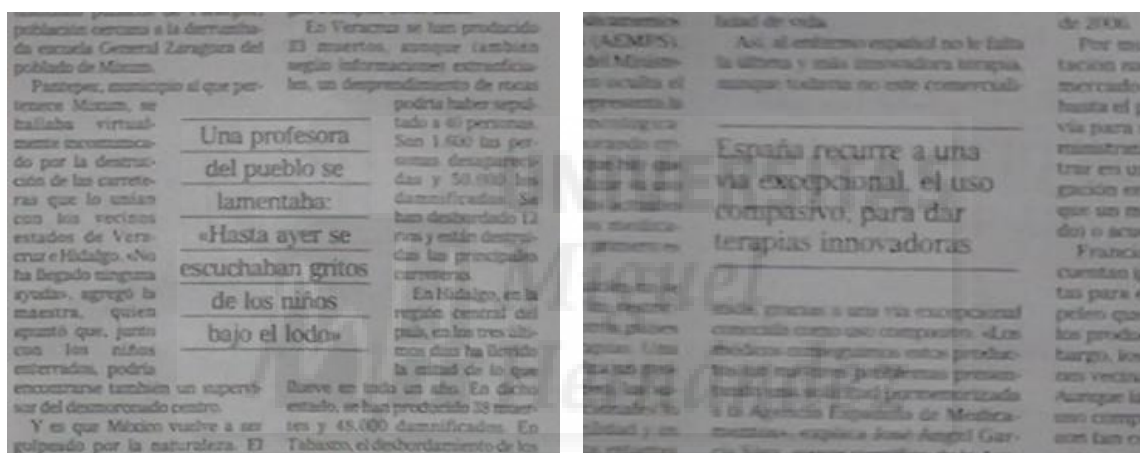


Fuente: Elaboración propia

más datos relevantes de la noticia. En las noticias de más importancia y de mayor tamaño sobre el papel, incluso aparecían varios subtítulos.

Los antetítulos sin embargo, no tuvieron la misma prolongación que los subtítulos, y a finales de siglo comenzaron a usarse con menos asiduidad, para acabar desapareciendo prácticamente de las páginas del diario en los primeros años del siglo XXI. ((Otro de los elementos que corrió la misma suerte que los antetítulos, fue la utilización de capitulares que en un principio se usaban principalmente en la sección de opinión, pero que a finales de los noventa ya prácticamente habían dejado de utilizarse, excepto en algún artículo muy esporádico.))

Ilustraciones 36 y 37: Destacados “El Mundo”



Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, los destacados comenzaron a introducirse en las páginas de “El Mundo” facilitando la lectura de doble velocidad. Según las premisas de la escuela anglosajona del diseño, y a diferencia de la centroeuropea, sí podía interrumpirse la mancha gris del texto con elementos. Por ello, a finales de los noventa ya aparecían los primeros destacados entre filetes, subrayadas todas sus líneas, para a lo largo de los primeros años del nuevo siglo, pasar a mostrarse entre dos filetes, uno superior y uno inferior. También de incluían ladillos que costaban la continuidad del texto.

Desde la aparición de “El Mundo”, los elementos gráficos han variado en uso y forma a lo largo de los años. La principal evolución ha sido la inserción del color en las páginas

del diario. La característica primordial del diario en este aspecto, es la inclusión del logo del periódico en su cabecera con color desde el primer número publicado; pero sin embargo, y a pesar de que a mitad de década de los noventa empezaron a aparecer algunos detalles en color en la portada, no fue hasta finales de siglo cuando se incluyó el color de manera generalizada tanto en la portada como en la contraportada.

Ilustración 38: Páginas internas a color “El Mundo”



Fuente: Elaboración propia

No obstante, las páginas interiores seguirían imprimiéndose en blanco y negro. A mediados de la primera década del siglo XXI ya aparecían algunas publicidades a página completa a todo color, en las páginas internas del periódico. Pero hasta finales de la década, no se expande el uso del color a todas las páginas del diario.

El uso de coroneles o filetes verticales y recuadros también ha ido variando a lo largo de los años. En un principio, el empleo de coroneles no era muy utilizado para separar las noticias en columnas distintas, sino que solían aplicarse más recuadros cerrados para aislar una noticia de otra, o bien coroneles y filetes formando el mismo elemento gráfico mencionado (de esta forma se usaba sobre todo para la publicidad). Aunque en

ocasiones, también se apreciaba una forma curiosa de diseño para diferenciar una noticia de otra, que consistía en colocar corondeles entre las columnas de una de las noticias para diferenciarla de la otra que no tenía nada.

Ilustraciones 39, 40, 41 y 42: Cabeceras “El Mundo”



Fuente: Elaboración propia

Los filetes que se usaban para separar las noticias, cabe remarcar que son el elemento gráfico que menos ha cambiado en todos estos años, ya que únicamente ha sufrido una modificación a finales de la primer década del siglo XXI. Estos pasaron de tener un tamaño grueso a ser simples filetes finos.

La cabecera del mundo, ha sufrido tres modificaciones significativas desde su aparición. La primera es la que más destaca de las tres, ya que conllevó el cambio de la tipografía. Se pasó de una tipografía gruesa con remates donde la “M” era más grande que el resto

de letras, a una tipografía “Valencia Extra Bold”, la misma que esa para sus titulares. La segunda modificación que aparece en la cabecera, se produce con el rediseño de 2009, cuando se incorpora detrás del nombre del periódico el “.es” de la versión online en color gris. Y la tercera y última modificación se realizó el pasado año 2014, donde por primera vez se cambió el color del logotipo que se sitúa entre las dos palabras, perdiendo este su característico color verde para dejar paso al azul.

Respecto al resto de elementos gráfico-textuales, las infografías fue uno de los que más se potenció en este diario. Desde sus inicios se optó por incluir este tipo de informaciones que permitían una lectura de datos mucho mayor y en menos tiempo. De igual forma, también incluyó desde sus primeros pasos todo tipo de mapas, viñetas de dibujos comics y de humor, y cuadros de información.

Ilustración 43: Infografía “El Mundo”



Fuente: Elaboración propia

Marca

El diario deportivo “Marca” salió a la calle por primera vez en el año 1938 como semanario, en la ciudad de San Sebastián. Cuatro años después se trasladó a Madrid y adquirió la periodicidad diaria que mantiene hasta día de hoy. En el momento de su nacimiento, este diario apenas tenía competencia, ya que convivía con “EL Mundo Deportivo” y la prensa exclusivamente deportiva era muy escasa.

Ilustración 44: Ejemplar “Marca”

Como todos los medios de comunicación durante la dictadura, “Marca” era dependiente de la Prensa del Movimiento. No obstante, el auge de este diario se produjo en las últimas décadas del siglo XX, donde se convirtió en el diario de prensa deportiva de máxima difusión de España, siendo hasta la actualidad el más leído.

Tanto “El País” como “El Mundo”, proporcionaron un nuevo aire en el diseño de la prensa diaria, pero nada tiene que ver con lo aportado por los diarios de deportes y en concreto por “Marca”. Ya sea por la

temática del periódico, o por las ideas de sus diseñadores, el diario deportivo madrileño rompió por completo con el diseño serio de la llamada prensa de calidad. Resalta de forma especial el impacto visual y el diseño, mucho más dinámico y ágil, que presenta.



Fuente: Elaboración propia

Ante la tardía incorporación del color a los dos diarios mencionados y analizados, destaca que, desde principios de la década de los noventa la portada y la contraportada de marca se imprimiesen a todo color, e incluso en su interior ya apareciesen páginas de publicidad completamente en color. A finales de la década, ya se incluían seis páginas a todo color en el interior del diario, tanto con publicidad como con información, insertándose estas en las páginas centrales y a mitad de la primera y la segunda parte del periódico.

Ilustraciones 45 y 46: Páginas a color “Marca”

MARCA
TENEMOS PREPARADA UNA GRAN SORPRESA
A LOS 2.734.851 PARTICIPANTES
PODRÁ JUGAR LA LIGA DE SU...

AMBULATORIO
FAMILIA
MERCADO
GRUPO DE AMIGOS
COMUNIDAD
PEÑA DEPORTIVA
TRABAJO

GRUPO DEPORTIVO
CLUB DE VACACIONES
ACADEMIA COLEGIO MAYOR
TRANSPORTE DIARIO
BAR FAVORITO

...Y MUCHAS MAS

902 123 124 ESTE TELEFONO RESOLVERA SUS DUDAS

Team Fortuna

PC FÚTBOL
Dinamic Multimedia presenta PCFÚTBOL 4.0, el fútbol es así.

La Base de datos más completa y la única actualizable

1ª División con 22 equipos
2ª División con 20 equipos
Copa del Rey
Competiciones Europeas

Nueva versión del Simulador

Pro-Manager

Copa del Rey y Competiciones Europeas

PC FÚTBOL
El programa de Michael Robinson

UN PRODUCTO CON LA CALIDAD DE DYNAMIC MULTIMEDIA

El derbi salpica

AGUA VA

WIBIC!
"El baño del derbi me gustó todavía más"

QUEVEDO!
"Estamos saliendo a baño por día"

ESARTAS!
"Habrá algunos como los saracines con la cabeza agachada y metidos en su casa"

NANDOL!
"El equipo ha repetido baño hoy"

ALEXIS!
"Esto es como una guerra"

Amenaza de cierre sobre La Rosaleda

POR EL MECHERAZO QUE DIO AL ASISTENTE

El Comité seguirá el mismo criterio que utilizó para cerrar el Sánchez Pizjuán en la primera jornada de Liga

Y el Pizjuán, sin peligro

El Europeo SUB-21 Maron, rival de España en acción

Felipe Coyll Huangra hoy en Escalón

Fuente: Elaboración propia

Pese a todo, era cuestión de tiempo que el color ocupase todas las páginas del periódico. De este modo, a principios de la primera década del siglo XXI, cuando otros periódicos comenzaban a introducir el color en sus portadas, “Marca” ya ofrecía todas sus páginas en color.

Uno de los elementos que más destaca en esta distinta forma de componer las páginas del diario son sus titulares. Estos son gigantes, muy destacados, tanto en portada como en páginas interiores, escritos en tipografía Poynter Agate Bold Condensed. Incluso contienen palabras el color, generalmente más en portada pero también en algunas noticias en el interior. Esto provoca que, en muchísimas ocasiones el peso visual de la página

recaiga sobre un titular, que destaca por encima incluso de las fotografías.

Ilustración 47: Titular a color “Marca”



Fuente: Elaboración propia

Los subtítulos y antetítulos también se vieron modificados. Se utilizan antetítulos que incluyen los marcadores de los partidos a color, o el nombre del deportista o equipo sobre el que trataba la noticia también a color. Los Subtítulos comenzaron a incluir color cuando aparecían varios en una misma noticia o bien, cuando la noticia era muy destacada.

Algunas noticias, dependiendo del espacio que ocupase en el papel y de la importancia de la misma, también incluían entradillas separadas del cuerpo de texto, con un tamaño de letra un poco superior. El cuerpo de texto, con una tipografía Poynter, se repartía en cinco columnas que formaban la maqueta base, aunque es habitual escapar de esa regla de cinco columnas.

En las páginas del tabloide se pueden apreciar hojas a cuatro columnas, noticias que ocupan dos columnas con el espacio de una, y un sinnúmero de distribuciones y maquetas distintas que, en ocasiones, hacen difícil apreciar la maqueta base sobre la que se lleva a cabo.

A lo largo del cuerpo de texto también aparecen destacados, que al incorporar el color a las páginas internas, lo emplean bien en el texto o en las comillas que los acompañan. Un elemento que no se usaba y se comenzó a utilizar en el nuevo siglo, son los capitulares que se incluyen en las comunas de opinión y algunos reportajes destacados.

Hasta ahora se ha observado una desaparición de los corondeles permaneciendo los filetes y recuadros para diferenciar noticias. No obstante, en las últimas décadas del siglo XX “Marca” optó por lo contrario.

De este modo, los filetes apenas se utilizaban y para separar unas noticias de otras se recurría a corondeles y recuadros. Los filetes, únicamente, aparecían para separar las publicidades. Con la llegada del nuevo siglo y la extensión del color a todo el diario, comenzaron a utilizarse los filetes, incluso adquiriendo estos color.

La cabecera utilizada estaba compuesta por un rótulo que incluía el nombre del periódico, “Marca”, alineado a la izquierda, en rojo y con tipografía Chean. Este tipo de letras encargado expresamente para la cabecera del periódico y que, únicamente, se usa para este cometido.

Con la aparición de la versión online la cabecera incluyó, justo delante del nombre, una línea vertical roja que contenía la dirección web en blanco “www.marca.es”. A comienzos del siglo XXI la cabecera pasó a estar Formada por una “M” mayúscula en rojo, que dentro incluía en la base derecha el nombre del periódico y en la izquierda la fecha y el precio. Esta cabecera se usó hasta octubre de 2007, cuando se volvió a usar la anterior cabecera.

Con la victoria de España en el mundial de 2012, se incluyó la estrella de campeones en la primera “A” del nombre del diario. Pero en los últimos años, a pesar de usarse el mismo rótulo para la cabecera, en muchas ocasiones esta resulta difícil definirla ya que no tiene esa alineación fija a la izquierda, si no que su colocación depende del diseño de la portada.

Ilustraciones 48, 49, 50 y 51: Cabeceras “Marca”



Fuente: Elaboración propia

Otro de los aspectos de este diario deportivo, fue la inclusión de infografías muy atractivas. Desde un gráfico que describía una etapa ciclista, hasta las alineaciones de

los equipos dispuestas sobre un campo de fútbol tal y como los jugadores se posicionarían en el terreno de juego, pasando por gráficos que describían como se había desarrollado una carrera de atletismo.

También se incluyen cuadros de información completos como las tablas de clasificaciones de las ligas y las distintas competiciones. Asimismo aparecen mapas de localización de una competición o el mapa del tiempo, etc. Igualmente se incluyen viñetas de cómic.

Tabla 7: Análisis tercera etapa siglo XX

	El País	EL Mundo	Marca
Elementos tipográficos			
Titulares	✓	✓	✓
Pies de página	✗	✗	
Pies de foto	✓	✓	✓
Entradillas	✓	✓	✓
Antetítulos	✓	✓	✓
Subtítulos	✓	✓	✓
Capitulares	✗	✓	✗ → ✓
Ladillos	✓	✓	✓
Destacados	✗ → ✓	✓	✓
Elementos gráficos			
Formato	Tabloide	Tabloide	Tabloide
Nº de columnas	5	5	5
Filetes	✓	✓	✓
Corondeles	✓	✓	✓
Fotos	✓	✓	✓
Recuadros	✓	✓	✓
Color	✓	✗ → ✓	✓
Elementos gráfico-textuales			
Cabecera	✓	✓	✓
Publicidad	✓	✓	✓
Infografías	✓	✓	✓
Cuadros	✓	✓	✓
Mapas y planos	✓	✓	✓
Comics, chistes	✓	✓	✓

Fuente: Elaboración propia

3.4. El siglo XXI. Los nuevos medios digitales.

Elpaís.com

El diario “El País” fue uno de los primeros diarios en presentar una versión online de sus contenidos. Esta versión web del diario madrileño nació el 4 de Mayo de 1996. Aunque prácticamente siempre ha sido un servicio gratuito como actualmente, entre los años 2002 y 2005 se convirtió en un servicio de pago que produjo una gran disminución de los lectores.

Al igual que en su versión en papel, “El País” aboga por una apariencia seria y culta. Esto se aprecia inmediatamente al acceder a la página, en la cabecera (head). Fuera de los dos banners de publicidad que se colocan justo al principio y al final de esta y el que salta al iniciar la página, apenas se aprecia color. En el centro de la cabecera se encuentra el logotipo del diario junto con el lema “El periódico global”, en negro excepto la tilde de “El País” que aparece en azul.

Ilustración 52: Publicidad inicio de página “elpais.com”



Fuente: www.elpais.com

A continuación del logotipo, se encuentra el menú de navegación con las secciones principales que componen el periódico. Este menú simplemente redirecciona a la página de noticias de cada sección, las subsecciones dentro de cada una no pueden visionarse aquí.

La cabecera también incluye un submenú inmediatamente antes del logotipo. En él se incluyen elementos como la posibilidad de elegir entre las distintas ediciones que tiene el periódico (España, América; Brasil y Cataluña), o el acceso de los usuarios para iniciar sesión o para registrarse. También aparece la opción para suscribirse al diario, y el buscador de noticias dentro de las noticias del mismo periódico.

Ilustración 53: Cabecera “elpais.com”



Fuente: www.elpais.com

Además, desde este menú secundario se puede acceder a la hemeroteca la cual, ofrece de forma gratuita los números del periódico, online, anteriores, y la información de las ediciones en papel pero en formato online. Para acceder a las ediciones en formato papel el usuario debe registrarse y pagar a través de la plataforma “Kiosko y más”.

El body o contenedor principal de información se encuentra compuesto por tres columnas, dos principales de igual anchura que ocupan casi todo el espacio, y una más estrecha situada a la derecha. Las tres columnas se encuentran delimitadas por corondeles de color gris.

También se utilizan filetes para separar las noticias entre sí, y dentro de las noticias que tienen varios elementos o varias subnoticias, se utilizan filetes de puntos. Esto ocurre en la columna de la izquierda, donde se suceden las noticias principales una detrás de otra, ya que en la columna derecha aparecen las noticias por secciones. En este caso cada sección y sus noticias se encuentran dentro de recuadros, siendo el filete superior de color negro y más grueso, excepto en algunas secciones como la de deportes que aparece un filete grueso en verde y “deportes” escrito en el interior en blanco.

Ilustración 54: Página principal “elpais.com”



Fuente: www.elpais.com

Las tres columnas que componen el contenedor principal de información, cuentan con dos banners de publicidad a ambos lados conocidos como fidebar, que delimitan claramente el año del body. Además, en estos banners suele aparecer la misma publicidad que en el que abre la cabecera.

Al igual que en la versión en papel, la edición online cuenta con la utilización de infografías, sin embargo la web permite que estas sean interactivas y el usuario pueda jugar con ellas.

También se incluyen cuadros con información, como la tabla de cotizaciones y la de otros servicios que ofrece el diario, que aparece en la estrecha columna de la derecha. En esta tercera columna se encuentran situados, también, los enlaces a las redes sociales del medio, el acceso directo a la sección de “Portadas a la Carta”, en el que se puede acceder a la portada de la versión impresa del día, o buscar la de otras fechas.

Además, también se incluye un menú de navegación con las mismas opciones que el situado en la cabecera, pero más extenso, así como la sección de opinión o los temas de día. La mayoría de los elementos incluidos en esta tercera barra se encuentran también separados por filetes negros.

Un aspecto que llama la atención es que en la primera columna, donde aparecen las principales noticias, no se incluya ningún banner de publicidad, y todos estos aparezcan en la segunda y tercera columna.

Ilustraciones 55 y 56: Cambio de tonalidad “elpais.com”



Fuente: www.elpais.com

Al ser un diario con una línea tan formal, en el que apenas aparecen matices en color fuera de las publicidades y fotografías, juega con las tonalidades en gris. Esto se ve

reflejado en los titulares. En principio aparecen en negro, pero al poner el cursor encima el negro se aclara convirtiéndose en gris. Esto ocurre con los titulares grandes de las noticias, o los que aparecen a continuación de éstas y corresponden a noticias relacionadas. Los antetítulos también se muestran en un tono gris más claro que el de los titulares, y las entradillas vienen escritas en negro.

Las imágenes que se incluyen en las noticias adquieren un mayor brillo al colocar el cursor sobre ellas, ya que también sirven de hiperenlace para acceder a la noticia completa. La mayoría de imágenes incorporan el correspondiente pie de foto, y aunque en algunas no aparezca en la página principal, sí se observa una vez que se accede a la página de la noticia.

Lo mismo ocurre con los videos que también suelen llevar su correspondiente pie de video. Estos tienen la misma función que las imágenes ya que no pueden visualizarse directamente en la página principal, sino que al clicar sobre ellos automáticamente redirecciona a la página de la noticia en cuestión.

Por último, llegando al final de la página (Footer), encontramos, en la parte superior de este, distintos accesos a otras webs del mismo grupo editorial “Prisa”, como “El viajero” o “Babelia” entre otros. Estos mismos, pero con todos los medios de “Prisa” los encontramos en el footer cerrando la página. Justo antes de esto aparecen los datos del periódico como el contacto, la venta, el aviso legal o política de cookies entre otros.

Ilustración 57: Vídeos “elpais.com”



Fuente: www.elpais.com

Ilustración 58: Footer o pie de página “elpais.com”



Fuente: www.elpais.com

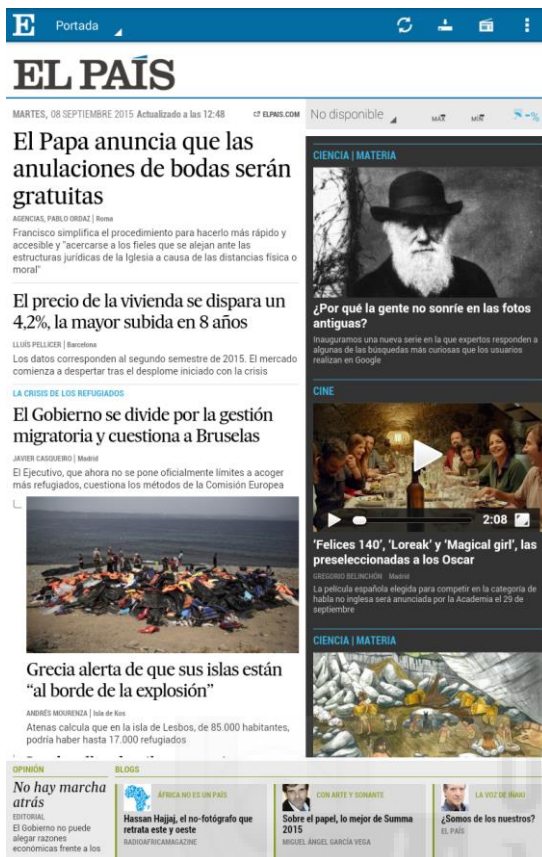
Nuevos formatos

La versión online de “El País”, cuenta con una única versión de la web. En vez de tener un formato de diseño web adaptable (responsive) o bien, optar por diseñar una web para los formatos más pequeños de tabletas y móviles, han elegido mostrar el mismo formato independientemente del aparato con el que se acceda a la página a través de un buscador web.

Llama la atención que un diario como “El País” no adapte sus contenidos al formato portátil accesible desde navegador, pero no por ello se han quedado atrás. Al acceder a sus App’s, “El País” ha desarrollado una para tabletas y otra para móviles.

La aplicación para teléfonos móviles presenta la información en una columna y, en la parte inferior, incluye un menú desplegable en el que aparecen las secciones, el acceso a las noticias de última hora y las herramientas, entre otros. Sin embargo, la aplicación para Tablet, al tener un tamaño de pantalla mayor aparece a dos columnas. El menú de navegación se muestra en una barra superior donde están todas las opciones que ofrece la aplicación.

Ilustraciones 59 y 60: App Tablet y móvil



Fuente: El País

Elmundo.es

La versión online del diario “El Mundo” apareció en el año 1995. Desde entonces, ha ido evolucionando hasta adoptar el aspecto y las funcionalidades que tiene hoy en día.

Como en la mayoría de webs, actualmente, la publicidad es una de las principales fuentes de ingresos, por lo que abunda a lo largo de la navegación. Únicamente hace falta escribir “Elmundo.es” y nada más acceder lo primero que aparece es una publicidad a toda página.

De igual forma, el primer elemento que compone el head de la página es un banner de publicidad. Esta publicidad suele ser del mismo anunciante que la que salta al iniciar la navegación web. A continuación, se encuentra el primer menú, aunque no es el principal de navegación. En este menú secundario (pese a que aparece antes que el principal) se

incluyen herramientas como enlaces a las redes sociales que nos redireccionan directamente a la página de cada red social del medio.

Junto a los iconos de las redes sociales aparece el icono del buscador de noticias donde se pueden escribir una o varias palabras referencia y buscar información sobre ellas. Este buscador pertenece a un desarrollador externo, que es quien realiza la búsqueda dentro de la información del propio periódico. Además, en este submenú también se puede acceder a la herramienta de suscripción y “Orbyt”, plataforma para acceder previo pago, a la versión del diario impreso de forma digital.

Ilustración 61: Cabecera “elmundo.es”

Fuente: www.elmundo.es

Inmediatamente debajo de este menú, donde además los usuarios registrados pueden iniciar sesión en sus respectivas cuentas, y donde se puede acceder a las distintas versiones y ediciones del periódico, aparece la cabecera. La cabecera tiene el mismo aspecto que la de la versión impresa, ya que usa el mismo logo, incluyendo en la parte inferior la fecha y la hora de la última actualización. El logotipo se encuentra custodiado por dos banners de publicidad uno a cada lado.

Por último, antes de pasar al contenedor principal de información, se encuentra el menú de navegación de la web. En él aparecen las distintas secciones a las que puedes acceder. Al hacer clic sobre ellas, redirecciona directamente a la página de noticias de

ese tema. El menú no es desplegable y para ver las distintas secciones dentro de la sección elegida, no queda más remedio que acceder a esta. Seguidamente y bajo el menú de navegación aparece un pequeño submenú con los temas de actualidad, y cerrando el head aparece otro banner de publicidad.

Ilustración 62: Cuerpo de página “elmundo.es”

The screenshot displays the main content area of the website 'elmundo.es'. It is organized into several columns and sections:

- Top Left:** A large article titled "Rajoy defiende ante Mas la independencia judicial: 'Algún juez ordenó entrar en la sede de mi partido'" by Carmen Remírez de Ganuza. Below it is a smaller article "La fundación de Convergència lograda 3.200 euros cada día en concepto de donaciones" by Carlos Segovia.
- Top Center:** A section titled "Primer plano" featuring an image of a newspaper advertisement for "Internet gratis 30 euros" and a sub-article "El wifi del vecino por 30 euros" by Lorena G. Maldonado.
- Top Right:** A sidebar containing market data (IBEX 35 at 9.821,800, down 2.20%), the IBERDROLA logo, weather information for Madrid (16.1°C, 27.0°C), a "Compara seguros de coche" button, and a "Diccionario" search box.
- Middle Left:** An article titled "El 'hospital' de los faraones" by Francisco Carrión, featuring a video player and a sub-article "Esperpento" by Casimiro García-Abadillo.
- Middle Center:** A promotional banner for a contest: "y podrás ganar fantásticos premios participa" with a "participa" button and an image of a sports team.
- Middle Right:** A "Compara ahora" button and text: "Ahorra hasta un 65% en tu seguro del coche con EL MUNDO".
- Bottom Left:** A section for "CINE" featuring "Steven Spielberg dinamita su sociedad con Disney" by Darío Scardelli.
- Bottom Center:** A "Deportes" section with a sub-article "Froome abandona" featuring an image of cyclist Chris Froome.
- Bottom Right:** A "Secciones" menu listing: España, Madrid, Andalucía, Baleares, Cataluña, C. Valenciana, País Vasco, Opinión, and Internacional.

Fuente: www.elmundo.es

El contenedor principal se encuentra dividido, en primera plana, en dos columnas principales de la misma anchura y una lateral a la derecha bastante más estrecha, aunque a partir de la primera noticia, la columna grande de la derecha se fracciona, a su vez, en otras dos columnas. De esta forma, la página queda dividida en cuatro columnas repartidas de izquierda a derecha: ancha, estrecha, ancha y estrecha.

Las columnas se encuentran separadas por corondeles ciegos, y las noticias se separan, entre sí, con filetes de color gris. También aparecen filetes en color azul que se utilizan para separar la foto del titular de la misma noticia, únicamente en las imágenes que incorporan pie de foto. Además de para distanciar noticias, también se usan filetes en color gris para separar distintos elementos entre sí, distribuidos por la página.

A lo largo de las columnas aparecen distintos elementos, la publicidad abunda entre las noticias, causando incluso confusión en algunas ocasiones. Muchas de estas publicidades se encuentran dentro de recuadros, al igual que algunas secciones de noticias, como la de deportes, o sección “Primer plano” que aparecen dentro de un recuadro de color gris.

En la columna de la derecha se incluyen menús con las secciones del medio y los servicios que oferta, así como las secciones de lo más leído, lo más buscado, etc. También se incluyen infografías, gráficos interactivos que van desplegando información según donde se clique, y cuadros con datos, como horarios de partidos.

Una característica de la versión web de este diario, es que se ha optado por darle color a sus titulares. Es normal que cambien de color al pasar el cursor por encima de ellos, ya que se trata de un hiperenlace, adoptando un color granate. No obstante, en “elmundo.es” sin necesidad de hacer nada, los titulares se muestran en color azul marino. No se usan ni antetítulos ni subtítulos en las noticias, pero sí incorporan, en su mayoría, una entradilla que describe lo principal de la noticia.

Ilustración 63: Titular con color “elmundo.es”

Rajoy defiende ante Mas la independencia judicial: 'Algún juez ordenó entrar en la sede de mi partido'

CARMEN REMÍREZ DE GANUZA 83

El presidente desvela que el 20 de diciembre es "la fecha más probable" para las elecciones generales. Asegura que en Cataluña "vamos a reaccionar con todos los instrumentos del Estado de Derecho".

□ [El calendario electoral](#)

Fuente: www.elmundo.es

Las noticias que aparecen en la página principal, suelen ir acompañas de fotografías o vídeos que complementan la información. Las imágenes de las noticias principales aparecen con pie de foto, y sirven también como enlace para acceder a la noticia, igual que el titular.

Aquellas noticias de menor importancia, cuya imagen no muestra incluido el pie de foto en la página principal, sí lo revelan en la página de la noticia completa. De igual forma, los vídeos sirven como enlace a la página propia de la noticia, donde se puede visionar el vídeo. Hasta hace unos años los vídeos podían visionarse en la misma página de inicio, lo que provocaba que los usuarios ni siquiera llegasen a abrir las noticias, y no se interesasen por leerlas.

Ilustración 64: Foto y pie de foto “elmundo.es”



Caos esta mañana en la estación de Keleti. | A. DI LOLLI

Fuente: www.elmundo.es

Otro elemento que también aparece a lo largo del contenedor principal son accesos a distintos blogs y otras páginas relacionadas o pertenecientes al grupo Unidad Editorial.

Por último, al final de la página e encuentra el footer o pie de página, el cual está delimitado tanto por arriba como por debajo, por dos banners de publicidad. En el centro aparece un despiece de las secciones del periódico con las tres noticias más importantes de cada una. A continuación se incluyen, para concluir, los datos del periódico, términos y condiciones de uso, política de privacidad, política de cookies, certificado de OJD, publicidad y contacto, así como la posibilidad de acceder a otras webs del mismo grupo editorial.

Ilustración 65: Footer “elmundo.es”

Peugeot 308
Motor gasolina PureTech

250€/mes
SIN ENTRADA

69 cuotas
TAE 8,64%*
*ver condiciones

OCHOLEGUAS.com

España

- Morate entra en una prisión española tras un mes d...
- Sergio Morate ingresa en la prisión madrileña de E...
- La Comisión Europea pedirá a España asumir un p...

Internacional

- La isla de Lesbos, 'fuera de control'
- Los guatemaltecos votan con deseo de cambio par...
- Una 'casa del terror' en el paraíso de la costa argen...

Economía

- Realidad Aumentada para juguetes de Imaginarium...
- Tres ministros y 40 empresas, de gira por Irán para...
- Dos informáticos con discapacidad visual hacen la t...

Deportes

- En vivo: Turquía-España
- Alonso: 'Iba a tope, pero el coche no pasaba de 10...
- Toni Bou logra su noveno título mundial de trial al a...

Cultura

- La controvertida 'vagina de la reina' de Kapoor vuel...
- El maestro Gregorio Sánchez tendrá su azulejo en ...
- 'El clan' o la normalidad como patología

América

- Las elecciones de Guatemala, en imágenes
- Arrestan en Guatemala a cuatro personas por disp...
- Prisión para la funcionaria estadounidense que se ...

Ciencia

- Los cuatro jinetes del 'Apocalipsis climático' cabalg...
- Descubierto un sarcófago romano de 2.000 años e...
- 15.000 euros por pasar 60 días en la cama para un...

Navegante

- Microsoft aprovecha la IFA para impulsar Windows 10
- El droide BB-8 rodará por tu casa controlado por tu ...
- Alcatel va con todo: 'smartphones', 'tablet' y 'smart...

Televisión

- Iker Jiménez: 'Soy un antisistema'
- Imágenes que hacen historia
- La BBC estudia emitir un programa de radio para C...

Motor

- Alaskan, la NP300 Navara de Renault
- El Tesla Model S P85D bate todos los registros
- Oshkosh JLTV: el Hummer militar ya tiene sucesor

Salud

- España registra su pico más alto mortalidad por tab...
- Memorias de un viaje al cerebro
- La jaula de la agorafobia

Tendencias

- Michito Kaneko, el japonés que prepara los mejore...
- Bolsos y mobiliario tradicional en versión actualizada
- David Ríos, primer y único español ganador de Wo...

Crónica

- Tribunales populares
- La danza pelea
- Los niños que no conmovieron al mundo

LOC

- El fin de semana de los famosos en imágenes
- Lo que el actor Quim Gutiérrez no ha enseñado
- Javier Maroto se casa el 18 de septiembre en Vitoria

YoDona

- Maquillada para competir (sin acabar hecha un des...
- El 35% de las españolas que se someten a una ins...
- Los horrores VIP de la semana

Otras webs de Unidad Editorial ▾

© 2015 Unidad Editorial Información General S.L.U. | Términos y condiciones de uso | Política de privacidad | Política de cookies | Certificado por OJD | Publicidad | Contacto

powered by
Reverso MTF Communications

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

3% de interés nominal anual para saldos diarios de más de 3.000€ y hasta 15.000€
TAE 2,67%. Cumpliendo condiciones.

Fuente: www.elmundo.es

Nuevos formatos

El diario “El Mundo” en su versión online “elmundo.es”, no cuenta con un diseño adaptable de su versión web a los formatos para tabletas y teléfonos de última generación. De este modo, para este tipo de dispositivos, lo que los programadores han diseñado es otro formato de web distinto, adaptado este a dispositivos con pantallas de menor tamaño. Esta versión se compone de una única columna, donde se encadenan los contenidos unos detrás de otros separados por filetes de puntos muy pequeños de color gris. También incorpora filetes azules para diferenciar elementos dentro de una misma noticia.

Ilustración 66: Versión web para móvil y Tablet “elmundo.es”

Es noticia: [Sondeos 27-S](#) • [Refugiados](#) • [Piketty](#) • [Asilo](#) • [Ruiz Mateos](#) • [Colombia-Venezuela](#) • [Referéndum británico](#) • [Gemma Mengual](#) • [Eurobasket](#)

Por fin internet rápido – gracias a skyDSL
Por supuesto que los satélites transmiten los pronósticos del clima, pero los satélites de skyDSL le traen internet rápido en casa. Tarifas planas a partir de 10,90 €
[Ver aquí](#)

Hacienda investiga a Oriol Pujol y a la constructora del 'caso 3%' por una operación inmobiliaria

GERMÁN GONZÁLEZ > Barcelona Actualizado: 08/09/2015 12:30 horas



Hacienda cree que pudo haber "adquirido parte de su porcentaje de la vivienda de Urús (Girona) con los ingresos ilegales percibidos a través de las sociedades de su mujer".

La Fiscalía de la Audiencia Nacional cree que ETA no volverá a las armas ni anunciará su disolución

Actualizado: 08/09/2015 12:44 horas
Considera la entrega de armas como "una maniobra publicitaria" y destaca la "precariedad económica" de la organización.

El 58% opina que Artur Mas debería dimitir si no logra mayoría absoluta

DANIEL G. SASTRE > Barcelona Actualizado: 08/09/2015 02:57 horas
La encuesta de EL MUNDO-Sigma Dos refleja el rechazo a que Rajoy suspenda la autonomía catalana aunque se inicie un proceso de independencia.

- GRAFICO: Valoración de líderes
- El 42,6% de los catalanes vive en pueblos adheridos al independentismo

Fuente: www.elmundo.es

La cabecera también se ve modificada en esta versión web, ya que, el menú de navegación pasa a estar es una pestaña desplegable colocada en la parte superior izquierda de la página. De esta forma, lo primero que se observa al abrir la web en la parte superior, es la opción de acceder a la versión clásica, es decir, la versión que se puede visionar desde cualquier ordenador y que acaba de ser analizada.

“Elmundo.es” también cuenta con una App para móviles y tabletas, que se compone de un menú desplegable en la parte superior con las secciones del periódico, y una columna principal donde se encadenan las noticias una tras otra, separadas por filetes. Estas noticias se componen del título de la sección en azul, el titular en negro, una pequeña entrada y una foto a la derecha.

Ilustración 67: Aplicación tablet y móvil “elmundo.es”



Fuente: www.elmundo.es

La página web de información deportiva más visitada de España, apareció hace dos décadas en 1995. Desde su aparición fue una de las webs preferida por los usuarios para acceder a las noticias de deportes.

A diferencia de las webs analizadas de los diarios “El País” y “El Mundo”, en este caso, la cabecera no comienza con una publicidad, sino con un menú secundario. En él aparecen las distintas secciones del diario o secciones relacionadas, el buscador de noticias (desarrollador externo) y el acceso a usuarios o para registrarse.

A continuación de este primer menú, se muestra una pequeña sección con los temas de última hora, e inmediatamente después viene colocado el primer banner de publicidad. Este banner es el mismo que salta a toda página cuando se inicia la web. Bajo el Banner aparece el logotipo del diario similar al de la versión en papel. A la derecha del logotipo se ofrecen enlaces a “Radio Marca” y “Marca en Inglés” o bien publicidad propia del diario. A la izquierda de los enlaces mencionados se encuentra la portada del día en miniatura para poder acceder a ella.

Ilustración 68: Cabecera “marca.com”



Fuente: www.marca.com

El menú principal de “marca.com”, aparece en color rojo con las letras en blanco, y muestra una diferencia con los dos ejemplos anteriores que se han analizado, y es que tiene como característica especial que es desplegable. Esto quiere decir que al colocar el cursor sobre una de las secciones, automáticamente se despliega un menú que contiene las subsecciones que hay dentro de la principal. Además, bajo el menú principal aparece una barra con los escudos de los equipos de la Liga BBVA, para poder acceder a la información de los equipos de manera directa.

Ilustración 69: Menú desplegable cabecera “marca.com”

The screenshot shows the top section of the MARCA website. At the top, there is a navigation bar with links like 'Marca Plus', 'Tiramillas', 'Tecnopasión', 'IGN', 'Discovery', 'iVitalia', 'Mundo MARCA', 'MARCA Apuestas', 'Radio MARCA', and 'Juegos'. Below this is a purple banner for 'bein SPORTS' with the text 'El canal de la Champions y la Europa League en exclusiva.' The main header area features the 'MARCA' logo in large red letters, the date 'Domingo, 06/09/2015, actualizado: 21:23 horas', and a 'Suscríbete a MARCA ahora' button. A prominent red navigation menu is visible, with 'Fútbol' selected and a dropdown menu open. The dropdown menu lists various football-related categories: 'Liga F', 'Liga Adelante', 'Champions League', 'Europa League', 'Copa del Rey', 'Fútbol internacional', 'Selección española', 'Mundial 2018', 'Más fútbol', 'Fútbol Femenino', and 'Fútbol Sala'. Below the menu, there are several promotional banners, including one for 'LA LIGA' and another for 'EUROBASKET TURQUÍA-ESPAÑA'. At the bottom of the header, there is a row of national flags and a 'Consultar el calendario' button.

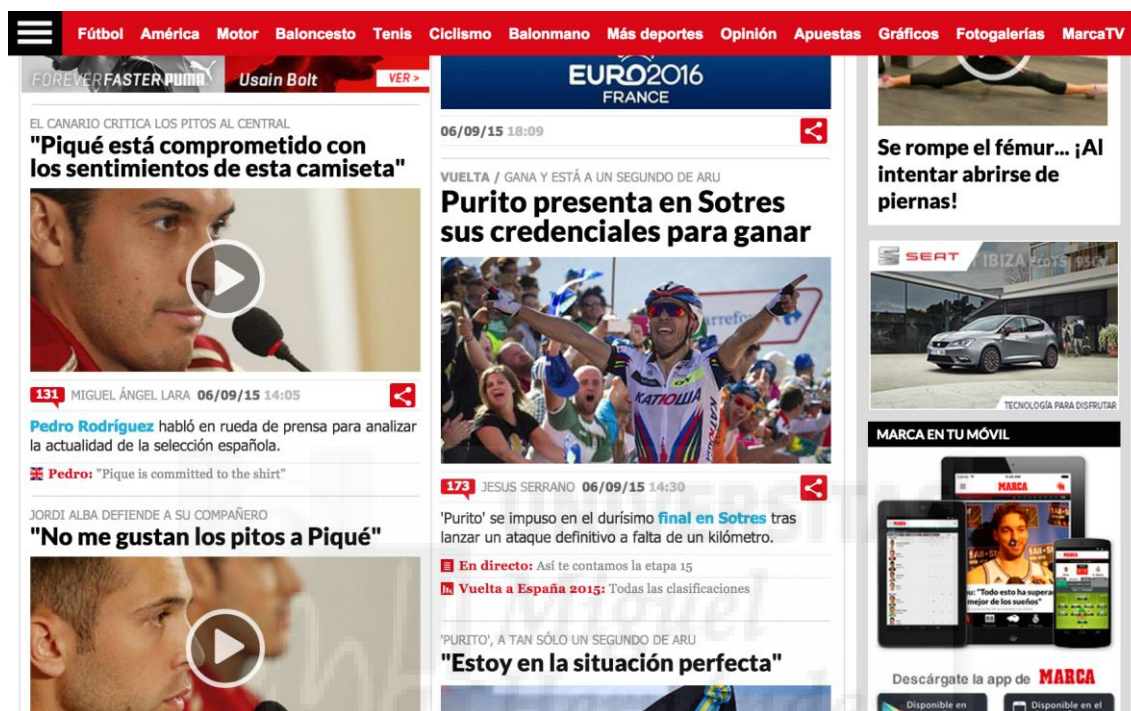
Fuente: www.marca.com

Antes de pasar al cuerpo se observa otro banner de publicidad. Por último se encuentra, a modo de menú, la sección “En directo”, que muestra todos los eventos que se están llevando a cabo en ese preciso instante para acceder a ellos y poder seguirlos. Aquí también aparece el enlace para escuchar “Radio Marca”.

Una de las características que ha incorporado el diario “Marca” en la cabecera de su versión online, es que cuando desplazamos la página hacia abajo para leer las noticias,

el menú de navegación principal se coloca de forma de fila en la parte superior de la página. Esto facilita su uso, ya que no es necesario volver hasta el principio de la página para cambiar de sección. Además, incorpora un botón con el que se puede cambiar este menú, por el submenú que aparece abriendo la página.

Ilustración 70: Menú de navegación superior fijo “marca.com”



Fuente: www.marca.com

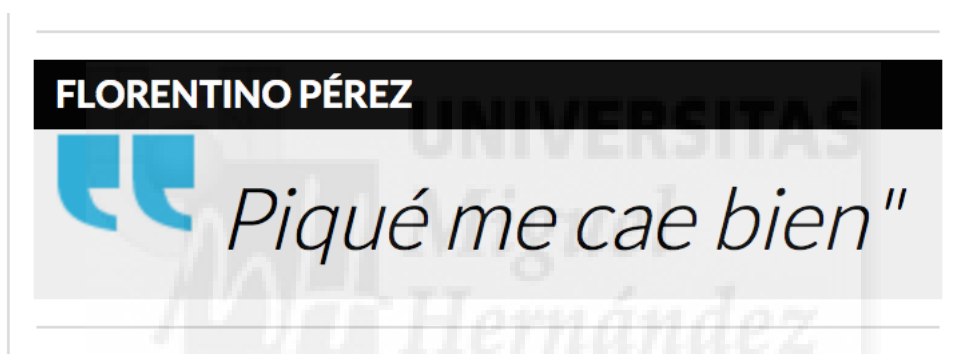
El contenedor principal de información, cuenta con dos fidebars, una a cada lado, que se mantienen fijas al principio de la página. De esta forma, desaparecen cuando se desplaza hacia abajo, dejando el hueco en blanco, y vuelven a aparecer cuando se vuelve al principio de la página.

El cuerpo de la página se divide en tres columnas, dos principales de igual anchura, y una tercera más estrecha colocada a la izquierda. Las dos principales, se encuentran rodeadas por un recuadro que las agrupa en un bloque, separándolas por la mitad verticalmente. Estas líneas verticales actúan de corondeles, aunque realmente pertenecen al recuadro que contiene las noticias. Lo que si se usan como separaciones de las noticias, publicidades y otros elementos entre sí son filetes de color gris. Además, dentro de una misma noticia, para separar el nombre del autor con la hora de

publicación, las noticias relacionadas y el titular en inglés de la noticia, se usan filetes en un gris más claro que el anterior.

Los titulares de las noticias aparecen en color negro con una tipografía bastante destacada y negrita, pero al poner el cursor sobre ellos, adquieren el típico color rojo del periódico. Para los antetítulos se utiliza el color gris, y en la entradilla siempre se destaca alguna palabra o frase, bien en negro para resaltarla del resto, o bien en azul claro. En este caso esta palabra o palabras sirven de hipervínculo para redirigir a otra información. Una característica de este diario en su versión online es la inclusión de destacados, que proporcionan una información clara y directa y permiten acceder a la noticia.

Ilustración 71: Destacados “marca.com”



Fuente: www.marca.com

Por norma general, tanto las imágenes como los vídeos aparecen tras el titular. Ambos, además de aportar información visual a la noticia y atraer la atención del lector, cumplen la función de redirigir a la página de la noticia en cuestión al clicar sobre ellos. Los vídeos sin embargo, aunque actualmente no se puedan visualizar en la página principal, hasta hace relativamente poco, sí podían verse sin necesidad de acceder a la página de la noticia, lo que restaba lectores a la noticia completa.

Una de las características que marca la diferencia con otros diarios, es la inclusión de un botón “Compartir” en cada una de las noticias, que contiene los enlaces para compartir las noticias en las redes sociales.

En las columnas principales, aparecen además de noticias y publicidad, algún enlace con artículos de blogs relacionados con el medio, aunque el principal muestrario de blogs se encuentra en la barra lateral de la derecha en la sección “Blogs lo último”.

También en la columna de la derecha se incluyen cuadros, unos con datos sobre los partidos de los distintos deportes, otros con la jornada siguiente de la LFP, o con los resultados, si se están jugando los partidos en ese momento, las secciones de “Agenda del día” y “Agenda de la semana”, además de un sinfín de publicidades tanto internas del medio como externas.

La hemeroteca también tiene su acceso en la parte superior de esta barra. Esta ofrece solo de la versión online, aunque también se puede acceder al archivo de portadas de edición en papel, pero esta opción no tiene acceso directo.

Ilustraciones 72, 73 y 74: Agenda, cuadro de resultados, blogs “marca.com”

The image displays three vertical panels from the Marca.com website. The first panel, 'AGENDA DEL DÍA', lists sports events with times and live commentary options. The second panel, 'RESULTADOS', shows the results for 'Jornada 3' of the 2nd and 1st divisions. The third panel, 'BLOGS LO ÚLTIMO', features a list of recent blog posts with titles and author information.

Time	Event	Details
12.00	FÚTBOL / LIGA ADELANTE	Bilbao Athletic-Mallorca Con comentarios en directo
14.00	F1	GP de Italia Con comentarios en directo
14.30	EUROBASKET	Todos los partidos Con comentarios
16.00	CICLISMO / VUELTA ESPAÑA	Etapas 15: Comillas / Sotres. Cabrales Con comentarios en directo
17.00	FÚTBOL / LIGA ADELANTE	Oviedo-Albacete Con comentarios en directo
17.00	FÚTBOL / LIGA ADELANTE	Lagostera-Alavés Con comentarios en directo
17.00	FÚTBOL / LIGA ADELANTE	Ponferradina-Valladolid Con comentarios en directo

2ª DIV	1ª DIV
Jornada 3	
Almería - Osasuna	0-0
1ª Parte	
Leganes - Zaragoza	0-0
1ª Parte	
Lagostera - Alavés	3-0
Finalizado	
Real Oviedo - Albacete	3-1
Finalizado	
Ponferradina - Valladolid	3-0
Finalizado	
Córdoba - Alcorcón	1-3
Finalizado	
Bilbao Ath. - Mallorca	3-1
Finalizado	
Numancia - Elche	0-0
Finalizado	
Gimnastic - Girona	1-0
Finalizado	
Huesca - Tenerife	1-1
Finalizado	
Mirandés - Lugo	1-1
Finalizado	

BLOGS LO ÚLTIMO

- ESPAÑA SE MUEVE
Todas las noticias sobre este gran movimiento por la salud
- EL DARDO
El comando pitador
- Despierta San Francisco
Vergonzosos los pitos a Piqué. Le pitan por ser culé y del Barça
- CARTAS DEPORTIVAS
Cuánto echa de menos Djordjevic a la familia
- REPARTIENDO JUEGO
En pleno éxodo azulgrana
- LOS CRACKS
Liga Adelante - Leganés vs Real Zaragoza: previa, pronóstico y apuestas
- Dentro de los Balcanes
Desorganización en Berlín en la inauguración del Eurobasket
- FUTBOLITIS
Diferente y diferencial

Fuente: www.marca.com

La opción que si tiene acceso directo y desde hace escaso tiempo ofrece dos, el que ya aparecía al final del body y el nuevo introducido en la cabecera a la izquierda del logotipo, es el visionado de la portada de la versión impresa. Además, una vez dentro de este enlace es desde donde se puede acceder al archivo de portadas.

Ilustraciones 75 y 76: Acceso directo a portada papel “marca.com”

The screenshot shows the top section of the MARCA website. On the left, there is a small thumbnail of the newspaper's front page labeled 'La portada'. In the center, the 'MARCA' logo is prominently displayed in red, with the date 'Viernes, 04/09/2015, actualizado: 11:29 horas' below it. To the right, there are links for 'MARCA en inglés' (Spanish football, minute by minute) and 'Radio MARCA' (Escucha aquí la radio del deporte). Below the logo is a red navigation bar with links for Fútbol, América, Motor, Baloncesto, Tenis, Ciclismo, Balonmano, Más deportes, Opinión, Apuestas, Gráficos, Fotogalerías, and MarcaTV. The main content area has a black header 'HOY EN TU DIARIO MARCA' and a large headline 'La mayor tragedia del deporte español'. Below this, there are three sub-headlines: 'ESPAÑA 2-0 ESLOVAQUIA De rechupete', 'ESPAÑA 70-80 SERBIA Mucho que mejorar', and 'REAL MADRID Se vuelca con los refugiados'. At the bottom of this section, it says 'Y además hoy escriben: Santiago Seguro - Enrique Ortego - Jesús Sánchez - Olga Viza'.

Fuente: www.marca.com

Por último, el footer comienza con un banner de publicidad, e inmediatamente debajo aparece un recuadro negro con información sobre el medio y el grupo editorial como enlaces de interés dentro de la página, enlaces de otras webs del mismo grupo editorial, etc. Para cerrar la página aparece una barra menú con los datos de contacto, privacidad o términos de uso entre otros.

Ilustración 77: Footer “marca.com”

The footer of the MARCA website is divided into several sections. At the top, there is a large advertisement banner for cholesterol with the text 'LO QUE NECESITAS SABER SOBRE EL COLESTEROL' and 'EMPIEZA AHORA'. Below this, there is a grid of links organized into columns. The first column lists 'Enlaces de interés' such as Apuestas, Champions League, and Clasificación Liga BBVA. The second column lists 'MARCA.com' services like Portal móvil, App Marca, and Marca TV. The third column lists 'MARCA' services like Máster de Periodismo Deportivo and Formación Unidad Editorial. The fourth column lists 'Otras webs del Grupo UNIDAD EDITORIAL' such as Orbyt Smart TV, Enfermedades - DMedicina, and Farmacia - Correo Farmacéutico. The fifth column lists other services like Ocio - Tiramillas, Economía - Expansión, and Moda - Telva. At the bottom, there is a navigation bar with links for RSS, AYUDA, TÉRMINOS Y CONDICIONES, PRIVACIDAD, COOKIES, CONTACTO, NUESTRO EQUIPO, VENTA DE CONTENIDOS, and PUBLICIDAD. Below this bar, there is a copyright notice: '© Septiembre 2015 Unidad Editorial Información Deportiva, S.L.U. Todos los derechos reservados.'

Fuente: www.marca.com

Nuevos formatos

La presentación de la versión online del diario “Marca” no se realiza a través de un diseño adaptable a todos los formatos, sino que para la versión accesible a través de un navegador, desde un dispositivo portátil se ha diseñado otra versión específica. Esta versión se compone de una única columna donde se encadenan los contenidos, unos detrás de otros, separados por filetes de puntos muy pequeños de color gris. Además, a continuación de las noticias, incluye los iconos de los escudos de todos los equipos de primera y segunda división de fútbol para poder acceder directamente a su información, y seguidamente la tabla de resultados de la jornada correspondiente. También ofrece al final una sección de lo más leído, comentado y valorado.

Ilustración 78: Versión web para tablet y móvil “marca.com”



The screenshot shows the mobile interface of the Marca website. At the top, there is a browser address bar with the URL 'http://www.marca.com/'. Below it, a navigation bar includes a 'MENU' button, the 'MARCA' logo, and a 'Versión clásica' link. A promotional banner for 'ME HERZEGO MI PROPIA CASA' with a 60% discount is visible. The main content area features a large image of Cristiano Ronaldo in a white Real Madrid jersey with the number 7 on the back, looking down with his hand on his forehead. Below the image is the headline 'La insólita sequía de Cristiano Ronaldo' and a sub-headline: 'Cristiano no marcó ante Albania. Tuvo una clara ocasión, pero la mandó al palo. No sería noticia si no fuera porque lleva ya ocho partidos sin anotar.'



A horizontal strip of five small portrait photos of tennis players: David Ferrer, Rafael Nadal, and three other players.

David Ferrer y Rafa Nadal regresan a la Copa Davis
Tenis / Junto a Bautista, Marrero y Verdasco



A video player thumbnail showing Cristiano Ronaldo on a soccer field, with a red play button in the center.

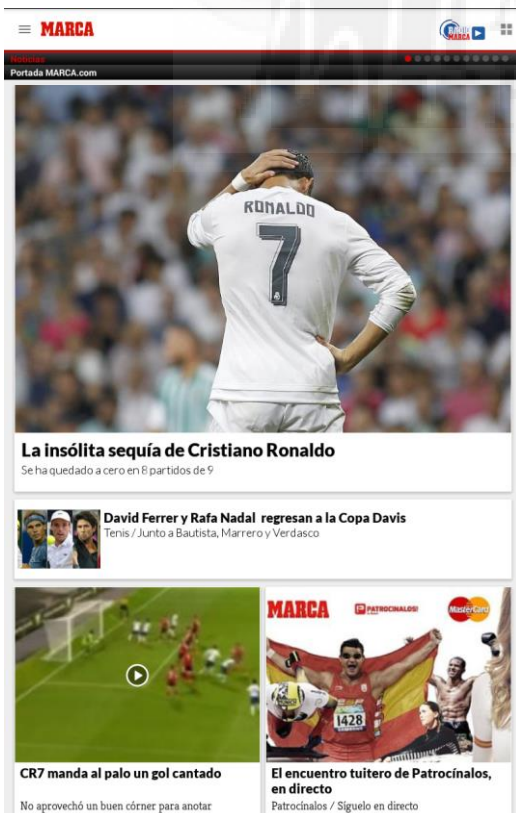
CR7 manda al palo un gol cantado
No aprovechó un buen córner para anotar

Fuente: www.marca.com

En la parte superior de la página, justo arriba del menú desplegable donde poder elegir entre las secciones del periódico, aparece la opción de visualizar la versión clásica web. También aparece la publicidad de la propia App para descargar en tu dispositivo directamente.

La App para dispositivos portátiles ofrece una mejor navegación que la versión del navegador, ya que está diseñada específicamente para estos dispositivos y está mucho más optimizada. Esta App ofrece una noticia principal y el resto divididas en dos columnas, como las web. Además, permite el movimiento por las distintas secciones desplazado la pantalla hacia la derecha o la izquierda. También incluye un menú en la parte superior izquierda donde seleccionar las secciones. Asimismo, incorpora otro menú con opciones como “Marcadores”, “Mi equipo” o “Directos” entre otros, el cual cambia de ubicación según se utilice la versión móvil (desplegado en la parte inferior de la pantalla) o tableta (en un icono en la parte superior izquierda de la pantalla).

Ilustraciones 79 y 80: Aplicación para móviles y tablets y aplicación para compra de la versión papel en formato online.



Fuente: www.marca.com

“Unidad Editorial” ofrece otra aplicación para acceder a los contenidos del diario “Marca”, pero en esta ocasión de la edición en papel. La App se llama “Marca Edición Impresa” y ofrece el acceso a los periódicos en su versión impresa por el precio de 0,99€.

Tabla 8: Análisis web siglo XXI

		Elpais.com	Elmundo.es	Marca.com
Head				
Banners				
	De inicio de página	✓	✓	✓
	Superior	✓	✓	✓
	Secundarios	✓	✓	✓
Cabecera (logotipo)				
	Enlace a inicio	✓	✓	✗
Menú Navegación				
	Submenú desplegable	✗	✗	✓
Menú secundario				
	Submenú desplegable	✗	✗	✓
Body				
Numero de columnas				
	Primera plana	3	3	3
	Resto de página	3	4	3
Filetes				
	Corondeles	✓	✓	✗
Recuadros				
	Infografías	✓	✓	✓
Cuadros				
	Mapas	✓	✓	✓
Banners				
	Fidebar (laterales)	✗	✗	✓
	Entre noticias	✓	✓	✓
Noticias				
	Titulares	✓	✓	✓
	Antetítulos	✓	✗	✓
	Subtitulares	✗	✗	✗
	Entradillas	✓	✓	✓
	Destacados	✗	✗	✓
	Pie de foto	✓	✓	✗
Imágenes				
	Enlace a noticia	✓	✓	✓
	No enlace a noticia	✗	✗	✗
Videos				
	Se visualizan	✗	✗	✗

	Redireccionan	✓	✓	✓
	Menú de navegación extenso	✓	✓	✗

Footer				
Submenú				
	Enlaces de la propia página	✓	✓	✓
	Enlaces a otras páginas del grupo editorial	✓	✓	✓
Banners				
		✓	✓	✓

Elementos				
Buscados de noticias				
	Desarrollador interno	✓	✗	✗
	Desarrollador externo	✗	✓	✓
Hemeroteca				
	De pago	✓	✓	✗
	Gratuita	✓	✓	✓
Enlaces a redes sociales				
		✓	✓	✓
Enlaces a blog y otras páginas				
		✓	✓	✓
Calendario de eventos				
		✗	✗	✓
Acceso directo a la portada de la edición en papel				
		✓	✗	✓
Suscripción y compra				
		✓	✓	✓

Diseño nuevos formatos				
	Diseño para Tablet y móvil (Navegador)	✗	✓	✓
	Responsive (Diseño web adaptable)	✗	✗	✗
	App's	✓	✓	✓

Fuente: Elaboración propia

4. CONCLUSIONES

Con todo lo expuesto en los apartados anteriores, se pretende ahora presentar las principales conclusiones generales del estudio y de este modo corroborar o refutar las hipótesis anteriormente formuladas.

En relación con la primera hipótesis planteada, cabe poner de manifiesto que desde la invención de imprenta y el posterior nacimiento de la prensa, hasta la llegada del diseño

digital y la impresión offset, la evolución del diseño ha discurrido ligada a los avances técnicos que han ido apareciendo. Por ejemplo, la introducción de la máquina de vapor a la imprenta conllevó el paso del formato libro al formato sábana en el siglo XIX, y así sucesivamente. El único momento a destacar en la evolución del diseño español fue la Guerra Civil y la posterior implantación de la dictadura franquista, que estancó dicha evolución durante las primeras décadas hasta la llegada de la fotocomposición y a impresión offset.

Por tanto, hay que afirmar que la primera hipótesis planteada “En la práctica, la evolución producida en el diseño de la prensa diaria española a lo largo de los años es directamente proporcional a la evolución de la tecnología. La llegada de avances técnicos siempre ha marcado la una evolución el aspecto y la maquetación los periódicos”, se corrobora.

En lo referente a la hipótesis número dos “a medida que ha ido evolucionando, el diseño ha ido incorporando nuevos elementos a las páginas de los periódicos, de igual modo que los que ya se usaban han ido variando su modo de empleo y sus funciones”, se observa que, efectivamente, a lo largo de los años se han ido incorporando distintos elementos como los titulares que no se usaban y después eran meros títulos. Asimismo, han evolucionado pasando a ser un elemento fundamental en la jerarquización de la información.

También han aparecido los antetítulos y subtítulos, las entradillas, los destacados, las fotos con sus pies de foto o el uso del color. Queda patente, de igual forma, que los elementos que se empezaron a incorporar pronto como las publicidades (en sus inicios tableros de anuncios), han evolucionado hasta mostrarse como hoy en día y a todo color. De igual forma, los corondeles y filetes también han modificado su aspecto y utilización, como se explica a continuación en la quinta hipótesis. De esta forma se puede afirmar que la hipótesis es acertada.

Haciendo referencia a la hipótesis número tres “La utilización del color, depende del tipo de periódico que sea. Los diarios de información general hacen un menor uso del

color que los de otras temáticas como la deportiva”, y tras la investigación realizada cabe destacar que esta se corrobora.

Como se ha podido observar al analizar la tercera etapa del siglo XX, donde se incluía el diario deportivo “Marca” junto a los de información general como “El País” y “El Mundo”, el periódico de deportes comienza a incluir casi una década antes el color en sus portadas y en las páginas interiores. Además, tras la incorporación del color en la portada y posteriormente en las páginas internas de los dos diarios generalistas, queda patente que la utilización por parte de estos es muchísimo menor que la que lleva a cabo “Marca”.

En relación con la cuarta hipótesis planteada, se observa que la mayoría de elementos no tienen la misma forma, ni la misma función, en la versión online que sobre el papel. Elementos como los titulares que sobre el papel tienen una función informativa y jerarquizadora, en la web cumplen la función de informar y de hipertexto para acceder a la noticia.

Lo mismo ocurre con las imágenes que pasan de ser un elemento atractivo para convertirse, además, en enlaces a noticias. El mismo caso ocurre con los destacados o las publicidades, las que también adquieren, en muchas ocasiones, movimiento. De esta forma, se puede afirmar que la hipótesis es cierta.

Por lo que se refiere a la última hipótesis planteada, que versa sobre el uso de los corondeles y filetes “Los corondeles y filetes, unos de los primeros elementos en aparecer en las páginas de un diario, siguen teniendo el mismo aspecto y utilizándose para las mismas funciones hoy en día, tanto en las ediciones en papel como en las versiones online”, hay que diferenciar entre la evolución en la prensa escrita y en la versión online.

Los corondeles, sobre el papel, han ido evolucionando pasando de utilizarse para separar todas las columnas de los diarios, a emplearse únicamente para separar unas noticias de otras. Su aspecto también ha evolucionado ya que, antes iban

obligatoriamente de lado a lado de la página y, actualmente, ocupan solo el alto que tenga la noticia. En este caso podríamos decir que la hipótesis se refuta.

No obstante, en las versiones online, como se puede ver en la edición de “Elpais.com”, los corondeles se emplean para separar las tres columnas que componen la página y recorren las columnas desde donde empiezan hasta donde terminan. En este caso la hipótesis si se corrobora.

El caso de los filetes es distinto. Desde sus inicios, su función principal ha sido ha sido separar las noticias y los elementos que componen la página unos de otros, y a pesar de que haya podido variar su forma (filetes de puntos, de líneas o a color), su función, tanto en el papel como en la web, sigue siendo la misma. Por tanto en este caso la hipótesis se corrobora en cuanto a la función, pero se refuta respecto a la forma.

Con todo, se concluye el estudio afirmando la evolución sufrida por los formatos analizados con el paso del tiempo, atribuyendo gran responsabilidad de ello a los avances técnicos y tecnológicos que han revolucionado la industria, permitiendo una gran versatilidad de los formatos y la incorporación de la creatividad, cada vez menos limitada por la técnica.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Berganza, M. y Ruiz, J. (2005): Investigar en comunicación. Madrid: McGrawHil.
- BlackWell, L. (2004): Tipografía del siglo XX. Barcelona: Ediciones G. Gili S.L.
- Canga Laregui, J. (1994): El diseño periodístico en prensa diaria. Barcelona: Boch.
- Cebrián, J.L. (1998): La red. Madrid: Santillana.
- Gäde, R. (2002): Diseño de periódicos. Sistema y método. Barcelona: Gustavo Gili.
- González M. J. (1997): Metodología de la investigación social. Alicante: Aguaclara.
- Haslam y Baines (2005): Tipografía. Función, forma y diseño. Barcelona: G. Gili.
- López A. (2013): Diseño de periódicos y revistas en la era digital. Madrid: Fragua.
- Navarro González, V. (1995): “Medio siglo de progresos en la confección de periódicos”, Gaceta de la prensa Española. Madrid, Abril.
- Pantoja Chaves, A. (2007): Prensa y fotografía. Historia del fotoperiodismo en España. <http://argonauta.revues.org/1346> consultado el 31/05/2015
- Pérez de Rozas, C. (1992): La evolución del diseño en prensa” en Laguna, A. Y López, A. Dos cents anys de prensa valenciana. Valencia.
- Velduque Ballarín (2011): Y El arte de componer textos de forma mecánica. Revista Clasehistoria, agosto, artículo nº 212.
- Vilchez de Arribas, J.F. (2011): Historia gráfica de la prensa diaria española (1758-1976). Barcelona: RBA Libros S.A.

REVISIÓN BLBIOGRÁFICA

- Armentía Vizuete, J.I. (1993): Las nuevas tendencias del diseño en la prensa. Bilbao: Servicios editoriales Universidad del País Vasco.
- Bann, D. (2008): Actualidad en la producción de artes gráficas. Barcelona: Naturart
- Barbero, J.O. y Parrat Fernández, S. (2011): “Tipografía y color, un análisis de la prensa gratuita vs. la prensa de pago en España”. Revista latina de comunicación social, 66. La Laguna, Tenerife, 376-398.
- Beaird, J (2007): Diseño web edición 2008. Madrid: Grupo Anaya.
- Cisquella, G. Sorolla, J.A. y Eriviti, J. L. (1977): Diez años de represión cultural. La censura de libros durante la ley de prensa. Barcelona: Anagrama.
- Cruz Seodane, M (1966, 1998): Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX: 1896-1936. Alianza editorial. S.A. ISBNB 84-206-8178-4/Tomo 3.
- Hernández Lorca, F.J. (2002): De la linotipia al ciberespacio. El transito del periodismo impreso al periodismo digital.
- Martínez Martín, J.A. (2001): Historia de la edición en España 1836-1936. Madrid: Marcial Pons, Ediciones de Historia S.A.
- Valero Sancho, J.L. (2000): “La infografía en prensa”. Revista latina de comunicación social, 30. La Laguna, Tenerife.
- Velduque Ballarín (2011): Introducción a los sistemas de composición: Tipográfico. Mecánico. Fotocomposición. Digital. Revista Clasehistoria, octubre, artículo nº240