

# **CBS**

## **Colegio Bautista Shalom**



**4 PMP**

**PUBLICIDAD UNO**

**CUARTO BIMESTRE**

## Primera Semana

### HISTORIA DEL PERIODICO

En la actualidad el poder de los medios masivos de comunicación es un tema muy habitual y que despierta grandes polémicas. A partir de la gran ola de invenciones del siglo XVIII somos testigos de una gran aceleración tecnológica respecto de siglos anteriores. Mientras que ciento cincuenta años distancian la invención de la imprenta en relación al periódico, hoy suceden sólo días para pasar de un invento a otro. Las competencias crecen día a día y la vertiginosidad del tiempo se acelera conjuntamente con el avance tecnológico. Pero esta problemática empieza gestarse tiempo atrás, cuando la consolidación, aceptación y accesibilidad en la cultura de los primeros medios de comunicación, impulsan al hombre del siglo XIX a cuestionarse los efectos e influencias que dichos medios generan - o no - en la sociedad. Y en esto el periódico tiene un rol protagónico.



Para poder entender esta velocidad de cambios inevitables, es fundamental remitirnos a los orígenes e investigar cuáles fueron los primeros propósitos con los que se pensó el diario.

*En primer lugar, denominamos prensa escrita al conjunto de publicaciones impresas en papel, de tirada diaria o periódica, destinadas principalmente a difundir información o noticias.* La prensa diaria se distingue justamente por su periodicidad de salidas, tal como la define etimológicamente el diccionario ("de todos los días"). Ya que los periódicos empezaron como registros de sucesos contemporáneos (journales), esta profesión comenzó a llamarse journalism, que en el castellano se traduce por periodismo.

Para conocer la historia del diario, debemos remontarnos a épocas muy antiguas, donde no se contaba con los avances en la tecnología que tenemos en la actualidad. Sabemos que en las comunidades la oralidad siempre fue anterior a la escritura (surgida esta última alrededor del año 3500 aC.). Durante la Edad Antigua, fueron utilizados distintos tipos de soportes: cortezas de árbol, varas de madera, papiros, pergaminos, etc. Hacia la Edad Media, la práctica escrita pasó a manos de los monjes en los monasterios mediante la técnica manuscrita en códices, implementándose la lectura en voz alta ya era accesible sólo para unos pocos.

Más allá del desarrollo de escritura, los primeros cimientos del periodismo nos remiten a Roma desde el momento en que se comenzaron a realizar comentarios, anales históricos y actas, en los que no sólo aparecen leyes sino que también noticias sobre la sociedad, sucesos y comentarios. Estas "cartas informativas", cuyo contenido constaba de noticias recopiladas y extractadas por la Agencia Veneciana, transmitían las noticias y acontecimientos portuarios y comerciales, propiciando que, a lo largo de toda Europa, el modo de uso de este tipo de publicaciones entrara en boga. Allí es donde surgen las primeras "gacetas" - también en hojas manuscritas-. En el siglo XII, el papel desplaza al pergamino como artículo de importación, surgiendo de esta manera el libro moderno. Además, la

invención imprenta de tipos móviles con su practicidad mecánica, contribuyó al auge de este tipo de medio de comunicación, estimulando a los intelectuales a publicar para finalmente conformar la

Democratización de la lectura. Esto tuvo un gran valor para la creación de los periódicos, puesto que, lo que se aplicó a los libros, también fue válida para aquellos. De esta manera, la prensa escrita apareció bajo forma de hojas sueltas a finales del siglo XV. Esto no sólo permitió la difusión de la imprenta en Occidente y solucionó diversas cuestiones esenciales relacionadas con una mejor impresión, sino también la economizó, volviéndola masiva para la sociedad.



## Segunda semana

### ANTECEDENTES DEL PERIODICO

Los antecedentes del periódico, por otro lado, están estrechamente relacionados con el trabajo de empresas que se organizaban en una sede central y distintas filiales. Se armaban hojas con información política y económica relevante para la Compañía y se mandaban a las filiales. Entre ellas, podemos nombrar: *Avissi* en Francia, *Gazzete* en Italia y *Newspaper* en Inglaterra.

El primer periódico difundido no con un fin económico sino informativo fue impreso en 1609 en Francia, titulado como *Aviso Relation Order Zeitung*. Uno de los primeros periódicos diarios, o al cual se les atribuye su génesis, fue *Daily Courant* (Inglaterra, 1702). Podemos mencionar también, otros diarios como: *Le Journal* (París - 1777), *The Times* (Inglaterra - 1785) y *Gaceta* (México - 1792)

Por otro lado, el periódico surge en principio como una herramienta muy precaria, pero sin dejar de ser elemental, sobre la cual también se difundían las ideas de los burgueses durante Revolución Francesa. A pesar de que este medio de consumo fuera popular, no todos los ciudadanos sabían leer, ni contaban con el dinero para comprarlo. Años después, fue censurado por el Rey, quien se oponía a la difusión de ideales que pongan en juego su gobierno y puedan traer una revolución del pueblo en contra suya. Desde fines del siglo XVIII y cada vez más durante el siglo XIX, la prensa periódica cumple la función de elemento motor en el cambio de los medios impresos. A la cabeza del movimiento, Inglaterra vio pasar la difusión anual de sus publicaciones de nueve millones y medio a treinta millones en cincuenta años. Las potencias continentales, con algún retardo, la siguieron mientras los procesos revolucionarios dan a Francia una especificidad evidente. Haciendo muy pronto la cuestión de la difusión del diario una cuestión fundamentalmente política.

La empresa preindustrial siguió los esquemas análogos de la editorial del Antiguo Régimen. Poco a poco surgieron las revistas mensuales, encabezadas por sobre todo por *Raevue des mondes* y *La Revue* de París. En este contexto, el "inventor" de la prensa periódica moderna, Girardi, proclamaba: "Cuando el pueblo es soberano es decente que el soberano sepa leer. Por unas pocas monedas vamos a darle una educación." Cabe destacar que este lema estaba apoyado en las ideas de Fraternidad, Libertad e Igualdad de dicha Revolución y en la gran importancia que adquirió la educación durante el período neoclásico - iluminista. Dos años después fundó *La presse* cuya suscripción de 40 francos no cubría el precio del costo del diario. Pero con una difusión que por eso mismo aumenta, la diferencia fue



pagada con creces por los anuncios publicitarios. El cálculo es acertado, la invención, esencial. La existencia de un público de consumidores justifica la especulación hecha sobre el mercado de la publicidad la lógica iniciada por Girardi y empieza a ser implementada a lo largo de todo el siglo.

Todavía en 1836 uno de sus competidores, también en busca de especulaciones felices, lanza *Le Siècle* fundado sobre los mismos principios que *Le Presse* pero que vuelve a innovar con un folletín 1835, el cual ofrece mayor publicidad.

Tras el triunfo del liberalismo, todos los países occidentales reconocieron (hacia 1881) la libertad de expresión y dictaron leyes de prensa. Por ese motivo, las impresiones de los diarios se duplicaron en cantidad. Más adelante, los diarios lograron competencia frente a otros medios de comunicación contemporáneos.

En 1884, Otto Mergenthaler inventó la máquina del linotipo, que moldeaba líneas enteras de letras con plomo caliente. Este invento inició toda una época de trabajo que duró por casi un siglo.

Las técnicas empiezan a perfeccionarse, con la implementación de nuevos instrumentos y recursos para sustentar la difusión masiva, a menor costo, y en mayor tiempo. Ya en 1962, el diario *Los Angeles Times* empezó a acelerar sus linotipos con cintas perforadas de computadoras, después de automatizar la alineación y el texto en columnas. En 1973, la corporación Harris introdujo terminales de corrección electrónicos que entregaban tiras de tipo sobre película de fijadoras de letra ("letra fría" que reemplazó a la "letra caliente" de los linotipos).

El futuro de los periódicos, según las fuentes consultadas, predice una lenta disminución en muchos países desarrollados debido a la creciente competición de televisión e Internet. Debe decirse, sin embargo, que frente a los medios audiovisuales, la prensa escrita presenta la ventaja de dar más detalles sobre las noticias y de informar normalmente desde otra perspectiva sobre los acontecimientos. Bajo esta concepción,

muchos diarios británicos de hoja grande están cambiando al formato tabloide, ya que esto parece atraer a lectores más jóvenes. Por otro lado, gracias al progreso tecnológico, varios periódicos pueden ser difundidos mundialmente por Internet, como por ejemplo o imprimirse directamente en el país de destino.

Durante la era del periodismo "amarillo" del siglo XIX, muchos diarios norteamericanos se concentraron en la difusión de historias sensacionalistas que pretendían enojar, escandalizar y sorprender, en lugar de informar. Sin embargo, este estilo de prensa se dejó de lado durante la Segunda Guerra Mundial, para volver al periodismo tradicional.

Parte de estas percepciones sigue aún vigente. En nuestros días, la crítica al periodismo es variada y hasta a veces resulta vehemente. Los medios han perdido credibilidad y han sido invadidos por la gran diversidad y competencia de ideologías. Las fuentes anónimas, los errores en los hechos, la gramática, la corrupción, la presión estatal, los escándalos de plagio han llevado a desvalorizar a los

medios, pensados originalmente finalidad totalmente diferente y llegando al extremo de igualar aquellos más prestigiosos con los menos reconocidos.

Finalmente, la influencia de los medios con que inauguramos este trabajo, es un tema en permanente cuestionamiento dado que es muy complejo medir o demostrar el efecto que los medios de comunicación, tales como el periódico, producen sobre la masa. Sin embargo, cabe destacar que no es lo mismo la imposición de los medios, los intereses políticos y la influencia de los medios, que la aceptación social. Hay cosas que provienen antes de la sociedad y que los mismos medios toman de ella. El poder a veces es irremediable si la sociedad no lo acepta; no podemos predecir dónde está ni cuál es la fórmula que garantiza el éxito. Aunque hombres amenazados por la oscuridad de su época, tales como Orwell, hayan atribuido a los medios de comunicación temáticas como la censura, control y violación de la libertad de expresión, hoy por hoy - sin ir a los casos excepcionales - somos conscientes de que es un permanente << feed back >> entre los medios y la audiencia. Los medios nos dicen lo que queremos escuchar y nosotros escuchamos lo que los medios nos quieren decir. En cualquiera de los dos lados que conforman esta retroalimentación nos encontramos con humanos, con sus aciertos y desaciertos. No son ellos o nosotros, nosotros ellos, somos todos los que contribuimos a esta realidad y aludiendo a los pensamientos de María Elena Walsh, es la humanidad la que retrocede o avanza en cuatro patas en cada acción que juzga y en cada juicio que emite.

### Tercera semana

#### ESTRUCTURA DEL PERIÓDICO

Todo periódico, debe ser organizado de manera coherente. Las partes que lo conforman son: la plana, primera plana, cintillo, secciones, fechario, lema, logotipo, columnas, directorio, titular, fotografía, pie de fotos y orejas. Se refiere a la plana, una de las páginas en las cuales se escribe la noticia.

Primera plana, es la hoja principal del periódico, es decir la primera página que lo conforma, en ella se muestran las noticias de mayor relevancia e impactantes para el lector.

El cintillo es una pequeña línea, sobre el cuál se escribe el nombre del periódico.

Las secciones son todas y cada una de las partes informativas en que se divide el periódico. Estas se dividen en nacionales, internacionales, sociales, deportes, educación, cultural, economía, regional, ciencia etc.





El Fechario se refiere a la fecha de publicación del periódico, está situado en la parte superior del periódico.

Lema es una frase corta, que identifica la filosofía de la empresa, por ejemplo "El diario que leemos todos". Este aparece debajo del logotipo que porta el periódico.

El logotipo es un gráfico o imagen que identifica al periódico

Las columnas es la estructura en que se encuentra escrita la noticia. Estas son redactadas por periodistas especializados, que analizan un tema de interés, el objetivo de escribir las noticias en columnas, es para que el lector no se fastidie al leer la nota y sea más amena, además de que le da un buen aspecto.

El directorio se refiere a números de teléfonos, correo electrónico o página web del cuál pueda hacer uso el lector, en un momento determinado o cuando sea necesario, este se encuentra en la parte superior.

La titular es la frase principal de la noticia que se da a conocer, está debe ser en letra clara y coherente, de un tamaño mayor a la información que se está dando, debe ser impactante para los lectores.

La fotografía es la descripción mediante una imagen, debe ser acorde con la nota que se está publicando.

El pie de fotos es una pequeña frase, que explica verbalmente lo que aparece en la imagen o fotografía.

Las orejas son los anuncios publicitarios que aparecen en las páginas de los periódicos, estos también deben ser seleccionados de acuerdo al interés del lector.

## **Cuarta Semana**

### **ESTRUCTURA INTERNA DEL PERIÓDICO**

La estructura interna se refiere a la forma en que se organiza la información, tanto de la primera plana como de cada una de las secciones y páginas que consta la edición del periódico, en el que se pueden identificar las secciones que lo conforman y facilitan su manejo, y hacen más ágil el acceso a la información. Cada periódico decide cuál o cuáles incluye, las más comunes son:

Nacional, Internacional, Espectáculos, Deportiva, Cultural, Sociales, Bursátil o financiera y Avisos.

Textos con temáticas especiales como el editorial, las cartas al director, las participaciones del lector, los avisos de ocasión, los anuncios clasificados, los obituarios, los datos estadísticos, etcétera.

Aparte de las secciones que aparecen diariamente, muchos grupos editoriales realizan un suplemento semanal, que suele salir los sábados o domingos, en los que se ofrecen sugerencias de actividades para

el tiempo libre y reportajes o ensayos más profundos que la mayoría de las noticias cotidianas. Generalmente estas publicaciones tienen ilustraciones y fotos más cuidadas, e incluyen tanto comentarios de los colaboradores del periódico como ensayos de personajes de la cultura y las artes.

### **Quinta Semana** **Historia del periodismo en Guatemala**

Se inició en 1660 con la llegada de la primera imprenta a Guatemala, traída de México por fray Payo Enríquez de Rivera. El primer impresor fue José de Pineda Ibarra.

#### **Los Inicios:**

Al principio se publicaban hojas volantes hasta que, en 1729, se funda el primer periódico, La Gaceta de Guatemala. Le siguieron periódicos preindependentistas como El Editor Constitucional, El Genio de la Libertad y El Amigo de la Patria, cuya calidad es similar a los de Europa. Después de declararse la independencia, en 1821, nacieron otros periódicos para divulgar las ideas políticas y económicas del momento.



#### **El Diario Oficial:**

El Diario de centro América fue fundado en 1880 como periódico comercial, cuyo ideario era la crítica al gobierno. Veinte años después se convirtió en periódico semioficial, y en 1931 el presidente Jorge Ubico lo declaró órgano oficial del Gobierno, como se continúa publicando hasta la fecha.

#### **La prensa en el Siglo XX:**

Durante el siglo XX en Guatemala otros periódicos, algunos ya desaparecidos como El Imparcial, El Tiempo, La Razón, El Gráfico, La Nación, La Tarde y El Impacto.

Estas publicaciones tuvieron en su época una gran presencia en la vida política y cultural del país, especialmente El Imparcial, en cuyas páginas surgió y floreció lo más destacado de la literatura guatemalteca y centroamericana, como Miguel Angel Asturias, David Vela y Rubén Darío, entre otros.

En la actualidad, funcionan Prensa Libre (1946), La Hora (1944). Siglo veintiuno (1990), El periódico (1996) y Al Día (1996). Las condiciones socioeconómicas, así como un incremento en los niveles educativos en el país, fueron fundamentales para el surgimiento de estos medios.

#### **El Periodismo en Lengua Maya:**

Hay poca producción periodista en la lengua maya. Sin embargo, se ha avanzado para transmitir a su voz en diferentes medios de comunicación. Algunos comunicadores, como Sam Colop, escriben sus artículos en maya y español. Existen periódicos en el interior como El Regional, que se distribuye en el área suroccidental del país, Rutzijol, cuya cobertura mayor es el área occidental; y El Sol Chortí, que se distribuye en el área oriental.

### **Sexta Semana** **DIAGRAMACION DEL PERIÓDICO**

Como en toda operación se necesita conocer las herramientas con las que se van a trabajar, así como la preparación del lugar de trabajo. Sin estos requisitos no podríamos organizar nada, es más, la definición de estos aspectos resuelven al menos el cincuenta por ciento del trabajo total pues una



correcta definición de todos los detalles que gobernarán el desarrollo de todo el proceso creativo harán de éste una actividad entretenida, atractiva y fácil de manejar.

Cuando no se le da importancia a esta etapa, porque aparentemente se puede resolver «en el camino», se corre el riesgo de estar modificando las pautas con la consiguiente pérdida de tiempo y la conversión del proceso creativo en una actividad complicada.

### **Armonía: función y forma**

Es entendido que a estas alturas el diseñador tiene conocimiento de todos los detalles de la futura publicación: sus objetivos, público al que va dirigido, contenido, dinámica periodística, el grupo humano con el que va a trabajar, en fin todo aquello que va a determinar la personalidad del proyecto.

En la edición periodística hay dos planos que el diseñador debe diferenciar con toda claridad: el plano periodístico y el plano gráfico. Esto plantea la necesidad de definir una estructura periodística y una estructura gráfica donde esta última debe interpretar el espíritu que la primera quiere asignarle a cada una de las páginas.

Se trata de armonizar la función con la forma, contenido y diseño gráfico. La comunicación entre el periodista y diseñador gráfico es fluida en la medida que el primero debe transmitir los objetivos de su mensaje y el segundo tendrá que saber interpretarlos gráficamente. En ambos casos aportarán lo que sus profesiones ofrezcan para lograr un resultado unitario, integral y sobre todo eficaz; es decir, que el mensaje sea comprendido y cumpla el objetivo principal que es el de comunicar.

### **Estructura periodística y estructura gráfica**

En la estructura periodística se definen las grandes secciones que tendrá la publicación; se definen las secciones especiales y las características que tendrán, además, se precisa el orden y los pesos que tendrán cada una de ellas. Ya en la sección propiamente dicha el editor definirá sus componentes, los géneros (reportajes, entrevistas, columnas de opinión, infografías). Todo esto deberá ser convertido a una estructura gráfica que armonice con las intenciones del editor (definición de tipografías, colores, criterios compositivos, tratamiento de las imágenes, aplicación de recursos gráficos como: líneas, tramas, texturas de fondo, recuadros, marcadores de leyendas, de autores —redacción y fotografía—, viñetas, etc.). Esta relación convierte al producto final en una síntesis de la función y la forma de un mensaje impreso.