



Universidad de Valladolid

CURSO 2014 - 2015

Facultad de Filosofía y Letras
Grado en Periodismo

Evolución del diseño periodístico de
***El Norte de Castilla* a lo largo de su**
historia

Alumno: María Herrera Sanz

Tutoras: M^a Pilar Sánchez García

Virginia Martín Jiménez

Convocatoria: Septiembre

AGRADECIMIENTOS

A mi tutora, Pilar, por el trabajo realizado y la paciencia que ha tenido conmigo durante estos meses.

A Kote y Perico, por haberme enseñado con pasión el diseño periodístico desde dentro.

A mi madre, por apoyarme para estudiar Periodismo y haber sido el pilar fundamental en estos cuatro años de carrera.

A mis amigas Henar, María y Cristina por haberme apoyado con este Trabajo Fin de Grado a pesar de la distancia.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 Justificación	6
1.2 Hipótesis y objetivos.....	8
1.3 Metodología	9
1.3.1 La muestra.....	9
1.3.2 Portadas seleccionadas.....	11
1.3.3 La ficha de análisis y definición de variables	13
1.4 Estructura del Trabajo Fin de Grado.....	16
2. CONTEXTO HISTÓRICO Y EVOLUCIÓN DE	
<i>EL NORTE DE CASTILLA</i>	18
2.1 El nacimiento de un nuevo medio: El Norte de Castilla.....	18
2.2 Comienzo de la ‘historia moderna’ del periódico (1893-1900).....	20
2.3 Primeros pasos de <i>El Norte</i> en el siglo XX (1901-1922)	21
2.4 <i>El Norte de Castilla</i> durante la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930).....	22
2.5 <i>El Norte de Castilla</i> durante la Segunda República (1931-1939)	23
2.6 <i>El Norte de Castilla</i> durante la dictadura franquista (1939-1975).....	24
2.7 <i>El Norte</i> en los inicios de la etapa democrática (1970-1980).....	26
2.8 Incorporación al Grupo Correo (1992-2015).....	27
3. EVOLUCIÓN TÉCNOLÓGICA EN EL DECANO DE LA PRENSA	
ESPAÑOLA	29
4. ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL DISEÑO EN LA PRENSA	
ESPAÑOLA	32
4.1 Primeras técnicas de impresión e inicio del diseño	32
4.2 Reconversión de la prensa	34
4.3 Influencia del diseño periodístico en las informaciones.....	37
4.4 Caso concreto de <i>El Norte de Castilla</i>	41
5. EVOLUCIÓN DEL DISEÑO DE <i>EL NORTE DE CASTILLA</i> A TRAVÉS DE	
SUS PORTADAS	45
5.1 Análisis de resultados	46
5.1.1 Disposición de las páginas	46
5.1.2 Columnado.....	48
5.1.3 Retícula	51

5.1.4 Noticias	52
5.1.5 Titulares	54
5.1.6 Fotografías	57
5.1.7 Color	60
5.1.8 Cabecera.....	61
5.1.9 Índice	65
6. CONCLUSIONES	67
7. BIBLIOGRAFÍA	71
8. HEMEROGRAFÍA	73
9. ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS	75
10. ANEXOS	76
10.1 Anexo 1: Tabla de análisis de los elementos de portada	76
10.2 Anexo 2: Ejemplo de tabla de análisis de elementos de portada completada en 4 portadas.....	77

1. INTRODUCCIÓN

Tras tres meses realizando prácticas en la sección de diseño del periódico más importante de Castilla y León, *El Norte de Castilla*, el interés que ha suscitado en mí el diseño me ha hecho querer dar a conocer –y de alguna manera reivindicar- la importancia de esta disciplina en la prensa actual.

Son el estrés y las prisas los que hacen que la sociedad de hoy en día opte por consumir medios de información digitales que pueden ser consultados en cualquier momento y lugar a través de los dispositivos móviles. Por este motivo es deber de la prensa impresa utilizar de la forma más eficiente posible sus recursos e intentar atraer de nuevo a todos esos lectores que hace años viajaban en el metro, tren o autobús con un periódico entre sus manos y disfrutaban así conociendo la actualidad del día a día a través de sus páginas. Sí, las físicas, esas que impregnaban los dedos de tinta y cuyo tacto característico cada vez parece estar más olvidado.

Y como bien es de suponer, uno de esos recursos es el diseño periodístico. A través de la maquetación se configuran las páginas del diario y la máxima explotación de su diseño hace que el lector se sienta atraído por una información que puede pasar desapercibida en su versión digital.

Castilla y León es en la actualidad la Comunidad Autónoma con el periódico más antiguo de España. Los nombres de importantes periodistas y escritores han marcado con su pluma las páginas de *El Norte de Castilla* a lo largo de su historia, desde Francisco de Cossío a Jacinto Altés y teniendo en cuenta a uno de los más ilustres literatos que ha dado Valladolid en su historia reciente, Miguel Delibes. Su fama y reputación han hecho del diario lo que es hoy en día pero no hay que obviar la importancia que los diseñadores y maquetadores del periódico tienen a nivel nacional. Varios premios han recibido Kote Istúriz (premio Liber 2013) y Pedro Resina (bronce en los Premios ÑH 2014) con sus maquetas para el suplemento ‘La Sombra del Ciprés’ –en el primer caso- y diseños e infografías –en el segundo.

Por ello, y tras haber conocido de cerca la importancia de esta sección dentro del periódico este Trabajo Fin de Grado aborda la evolución que ha tenido el diseño de *El Norte de Castilla* desde su creación en 1854 hasta la actualidad teniendo en cuenta los

diferentes elementos básicos del diseño periodístico que han aparecido en las portadas de la publicación a lo largo de los años.

1.1 Justificación

Como se ha dicho anteriormente, el diseño es uno de los elementos más importantes de los periódicos. La aparición a lo largo de la historia del periodismo de nuevos modelos de comunicación como la radio, la televisión y actualmente Internet, han hecho que la prensa escrita haya visto necesaria una reconversión visual que atraiga al público. Por ello, las redacciones, además de haberse volcado con la producción de una información más interesante para el lector, han empleado los recursos necesarios para atraerle de manera visual.

Sobre el diseño periodístico se han realizado numerosos estudios desde que a mediados del s.XX se atribuyera este término a la forma gráfica en que se disponían los distintos elementos de un periódico. Edmund C. Arnold (1969) es considerado el pionero de esta disciplina periodística. A partir de las investigaciones y teorías que presenta en su obra más conocida *-Modern Newspaper Design (1969)-* se ha desarrollado el diseño periodístico actual. Su 'Teoría del funcionalismo' establece las pautas básicas de cómo debe ser –funcional, orgánico e invisible- y ha servido a importantes expertos en la materia como Mario García para elaborar manuales *-Diseño y remodelación de periódicos (1984)-* sobre cómo llevar a cabo rediseños en diferentes medios impresos. A nivel nacional los teóricos Jesús Zorrilla (1997), Jesús Canga Larequi (1994), y José Ignacio Armentia (2011) han realizado distintas investigaciones sobre el uso de esta disciplina en la prensa diaria y han elaborado publicaciones relativas a los principios básicos a tener en cuenta en este ámbito. Por otra parte, existen otras investigaciones más concretas que han sido de especial utilidad para el análisis de contenido de este Trabajo Fin de Grado. Un ejemplo de ello es la investigación *La cabecera como signo de identidad del producto periódico: una aproximación teórico-práctica a los rótulos de la prensa diaria española en 2013 (2014)*, realizada por Pedro Pérez Cuadrado y Laura González Díez, que ha permitido establecer alguno de los factores a tener en cuenta en el análisis de las portadas. Otro caso es el de las publicaciones sobre tipografía –*Tipografía y diseño (2000)*, *Manual de tipografía (2012)-* elaborados por Lallana y Kane respectivamente, que han hecho posible un análisis más profundo de la tipografía empleada en la cabecera del periódico

Por otra parte, los estudios realizados sobre *El Norte de Castilla* son escasos. Solo algunos autores como Celso Almuña (1994), Ricardo Martín de la Guardia (2006) o Pablo Pérez López (1994) han publicado investigaciones sobre el diario desde una perspectiva histórica y periodística. La más reciente, y que ha sido de especial utilidad para la elaboración del contexto histórico ha sido la obra recopilatoria *La prensa diaria en Castilla y León (1856-2006)* que, con motivo del 150 aniversario del decano de la prensa, recoge los aspectos más relevantes, tanto históricos como tecnológicos, que han caracterizado a *El Norte* desde su creación. Además ha existido una publicación clave en la elaboración de este trabajo, el especial 150 aniversario de *El Norte de Castilla*, un suplemento editado por el propio periódico con motivo de los 150 años, que trata en profundidad la evolución histórica del diario. Esta escasez de estudios ha sido negativa por un lado porque no se han tenido los recursos bibliográficos suficientes como para contrastar todas las ideas de este trabajo, pero, por otro lado, ha sido positiva porque hace que esta investigación ofrezca una actualización y recopilación informativa sobre el diario que no se habían tratado con anterioridad.

Una de las ventajas durante su desarrollo, ha sido el acceso a fuentes primarias del periódico, como el profesor de la Universidad de Valladolid y jefe de la sección de diseño de *El Norte*, José Antonio Istúriz, que ha aportado una información detallada y exclusiva de los principales cambios que ha sufrido el diseño del diario en las últimas décadas mediante conversaciones y diferentes entrevistas realizadas con él para este Trabajo Fin de Grado.

Todos estos autores, con sus investigaciones y publicaciones han aportado la base teórica a este trabajo.

La elección de *El Norte de Castilla* para realizar el estudio empírico que permite profundizar en el investigación sobre la evolución del diseño gráfico se ha basado en dos motivos: en primer lugar, *El Norte* es la publicación más importante de Castilla y León con un promedio de tirada en el último año de 25.941 ejemplares durante los días de diario y de 32.118 ejemplares los domingos¹. Desde su creación se ha centrado en los temas más importantes que han afectado a la población castellana que siempre se han tratado de forma cercana y sencilla pero con la calidad que los más importantes periodistas aportaban. Es por eso por lo que con el paso de los años fue aumentando el

¹ Dato extraído de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD)

número de lectores y se convirtió así en el diario líder tanto de la comunidad como de la provincia de Valladolid.

En segundo lugar, gracias a la ayuda del jefe de la sección de diseño del propio periódico, se tiene el conocimiento de que no existe ninguna persona dentro o fuera del propio diario que haya realizado una investigación exhaustiva del diseño desde su creación (aunque sí se conocen fechas exactas de cambios relevantes en el diseño a partir de la década de 1970). Por ello se considera que este Trabajo Fin de Grado ofrece un objeto de estudio novedoso o poco estudiado.

1.2 Hipótesis y objetivos

El principal objetivo de este Trabajo Fin de Grado es analizar la evolución del diseño del periódico más antiguo de España, *El Norte de Castilla*, desde su origen hasta la actualidad (1854-2015). Como objetivos secundarios la investigación plantea:

- Establecer las diferentes etapas más relevantes en el cambio del diseño de *El Norte de Castilla*.
- Conocer cómo ha ido cambiando el diseño de la cabecera, el columnado, retícula, titulares, número de noticias, fotografías, color e índice de las portadas para así saber cómo ha evolucionado el lenguaje visual del diario desde su nacimiento en 1854.
- Establecer los momentos en los que se han introducido las fotografías, el color y los índices como elementos gráficos de portada.
- Profundizar en la importancia que tiene el diseño periodístico en el papel.

Con estos objetivos, las hipótesis que se plantean son las siguientes:

Hipótesis 1: La evolución del diseño de *El Norte de Castilla* ha estado condicionada por el contexto económico, los cambios de propiedad, la evolución tecnológica y el desarrollo del propio diseño periodístico como disciplina.

Hipótesis 2: La evolución del diseño de *El Norte de Castilla* ha dependido de los diferentes cambios exógenos en los elementos gráficos que lo componen.

Subhipótesis 1: La primera mitad del siglo XX ha supuesto un cambio radical en el diseño de *El Norte de Castilla* respecto a 1800 (con un nuevo tamaño, columnado, mayor número de titulares y tipografía de la cabecera).

Subhipótesis 2: El mayor cambio de diseño se produce a partir de la segunda mitad del siglo XX motivado por la aparición del diseño modular, la fotografía y el color.

1.3 Metodología

El trabajo se ha elaborado utilizando una metodología de análisis de contenido cualitativo y cuantitativo, una de las técnicas más utilizadas en las Ciencias Sociales.

“El análisis de contenido es el conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior” (Piñuel, 2002: 2).

Por su parte Wimmer y Dominik (1996) explican que el análisis de contenido es un método de estudio y análisis de la comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa. Su finalidad es medir unas variables determinadas. Esto es importante porque:

- Al ser sistemático los contenidos son seleccionados conforme a reglas explícitas.
- Al ser objetivo no interfiere la manera de pensar del investigador
- Al ser cuantitativo permite la representación precisa del conjunto de elementos

1.3.1 La muestra

La aplicación de esta metodología se realiza sobre la muestra escogida para el estudio, que son 17 portadas del periódico ya que constituyen el escaparate del periódico, el primer elemento que indica al lector cuál va a ser el contenido de la publicación (Canga, 1994). Así mismo, recogen gran parte de los elementos de diseño de un periódico, por lo que se consideran una muestra representativa de los empleados en todo el periódico – incluidas las páginas interiores-. Por otro lado, las portadas son las páginas en las que es más fácil apreciar los cambios por lo dicho anteriormente: si se quiere que el lector vea

desde un primer momento la modificación que ha sufrido un diario en cuanto a su diseño, el mejor lugar para mostrárselo es la portada.

La documentación para realizar el análisis ha sido muy extensa. Se ha podido acceder a esta amplia base de datos gracias a unos CDs creados con motivo del 150 aniversario en el diario que se encuentran en la Biblioteca General Universitaria “Reina Sofía”. Contienen un total de 56.000 portadas correspondientes al periodo de tiempo 1856-2005 (inclusive) en formato PDF y HTML, por lo que ha existido la necesidad de ir descartando un gran número de ellas para determinar cuáles eran las más propicias para ser sometidas a análisis.

El criterio de selección se ha procurado que sea sistemático y riguroso en un primer paso. Lo que se ha hecho ha sido establecer una división por décadas que se inicia en 1850 -a pesar de que el periódico no salió a la calle hasta unos años más tarde-. De este modo los 17 periodos corresponden a cada una de las décadas de vida del periódico, y se inician en años acabados en cero y finalizan en años acabados en 9. Se ha decidido que la división se haga en décadas y no en años ya que de esta manera se puede ver de forma más rápida y clara los posibles cambios que haya podido haber en la portada, puesto que el salto en el tiempo es mayor. Es importante señalar que los cambios en el diseño de los periódicos se dan con poca frecuencia y, sobre todo hasta finales del s. XX, se realizaban de forma lenta y se implantaban progresivamente en las páginas.

De esas 17 décadas se ha elegido una única portada correspondiente a uno de los acontecimientos de más importancia e impacto mediático que han tenido lugar a nivel nacional e internacional en España en el periodo correspondiente. Este segundo paso de selección tiene un mayor nivel de subjetividad aunque, igualmente, se ha buscado establecer un criterio sistemático para descartar opciones y elegir una única portada. Se ha hecho un recuento de los acontecimientos más importantes a -nivel nacional e internacional- que pudieron afectar a España en cada década. A partir de ahí se ha optado por aquellos acontecimientos de tipo político y más concretamente los que cambiaron el rumbo de la historia de España (levantamiento de Primo de Rivera, comienzo de la Guerra Civil, etc.) y del mundo (fin de la II Guerra Mundial, caída del muro de Berlín, etc.). De todos ellos, finalmente, se ha decidido escoger aquellos acontecimientos más conocidos socialmente y con mayor repercusión en medios de comunicación.

Si bien cada uno de los hechos elegidos para el análisis de las portadas sucedieron en una fecha determinada, hay que tener en cuenta que la prensa normalmente publica dichas informaciones al día siguiente o dos días después –en el caso de que el hecho aconteciera un domingo, puesto que los lunes no había prensa-. Por tanto, las portadas a analizar son las del día siguiente al hecho histórico.

Como solo se tienen datos exactos de cambios en el diseño a partir de la década de 1970 la elección de las portadas posteriores a esta fecha han mantenido el criterio anterior de corresponderse a un hecho histórico relevante pero teniendo en cuenta cuáles fueron los momentos clave en el rediseño. Así, por ejemplo, aunque en la década de 1970 el acontecimiento más importante para España fue el fin del régimen franquista, como se corresponde a una fecha anterior a 1978 -que es la del cambio de formato- se ha tenido que escoger otra de relevancia similar pero posterior a ese año. Por su parte, las portadas anteriores a la década de 1970 han seguido el criterio expuesto previamente de modo que a través de su análisis se pueda visualizar de manera regular el desarrollo que ha tenido el diseño en el diario a lo largo de su historia.

1.3.2 Portadas seleccionadas

Las portadas que se han elegido para llevar a cabo el análisis han sido las siguientes:

- Década de 1850 → 30 de octubre de 1859. A pesar de la existencia de momentos relevantes a comienzos de la década se ha tenido que seleccionar una portada posterior a 1956, que es cuando se creó El Norte de Castilla como diario. La fecha se corresponde al momento en que España declaró la guerra a Marruecos.
- Década de 1860 → 20 de septiembre de 1868. Triunfo de la Revolución ‘La Gloriosa’ que supuso el fin del reinado de Isabel II y el comienzo del Sexenio Democrático.
- Década de 1870 → 12 de febrero de 1873. El rey Amadeo I renunció al trono y la I República fue proclamada.
- Década de 1880 → 25 de noviembre de 1885. Se firmaron los Pactos del Pardo en los que se establecía el sistema de turno de partidos entre el Partido Conservador de Cánovas del Castillo y el Partido Liberal de Sagasta.
- Década de 1890 → 4 de julio de 1898. España perdió Cuba tras varios meses de guerra contra Estados Unidos.

- Década de 1900 → 28 de julio de 1909. Es una fecha que se encuentra dentro de la denominada ‘Semana trágica de Barcelona’ en la que se produjeron violentos enfrentamientos en Barcelona y provocó la dimisión del presidente Maura.
- Década de 1910 → 28 de julio de 1914. Comienzo de la I Guerra Mundial tras la declaración de guerra por parte de Austria-Hungría a Serbia.
- Década de 1920 → 14 de septiembre de 1923. La fecha se corresponde con el día después de que el Coronel General Primo de Rivera diera un golpe de estado e instaurara una dictadura en España.
- Década de 1930 → 19 de julio de 1936. Es la primera publicación existente de *El Norte de Castilla* sobre el comienzo de la Guerra Civil Española (el hecho se produjo el día 17 de julio de ese mismo año).
- Década de 1940 → 8 de mayo de 1945. Los países Aliados de la II Guerra Mundial aceptaron la rendición de la Alemania nazi, lo que supuso el final de la Guerra.
- Década de 1950 → 28 de agosto de 1953. Se produce la firma del Concordato con la Santa Sede que otorgaba una serie de derechos a la Iglesia católica en el estado Español.
- Década de 1960 → 22 de julio de 1969. El día anterior el astronauta Neil Armstrong se convirtió en el primer hombre en pisar la Luna.
- Década de 1970 → 7 de diciembre de 1978. El día anterior a la portada seleccionada se aprobó por referéndum la Constitución Española tras la Dictadura Franquista.
- Década de 1980 → 11 de noviembre de 1989. El muro de Berlín cayó durante la noche del 9 al 10 de noviembre de 1989 tras 28 años en pie. Supuso el fin de la Guerra Fría y de la división del mundo entre países capitalistas y países comunistas.
- Década de 1990 → 13 de julio de 1997. Tras dos días de secuestro ETA asesinó al concejal del Partido Popular Miguel ángel Blanco. Su muerte hizo que miles de personas salieran por primera vez a la calle en contra de la organización terrorista.
- Década de 2000 → 12 de marzo de 2004. El día anterior explotaron varias bombas en trenes de cercanías de Madrid. Ha sido el mayor ataque terrorista en Europa en lo que va de siglo. Murieron 193 personas.

- Década de 2010 → 20 de junio de 2014. Felipe VI es proclamado Rey de España tras la abdicación de su padre Juan Carlos I unas semanas antes.

1.3.3 La ficha de análisis y definición de variables

Para realizar el análisis del diseño del periódico se ha utilizado una tabla de análisis (Anexo 1) que permite realizar de forma sistemática la recogida de datos cuantitativos a partir de la observación de las 17 portadas de *El Norte de Castilla* seleccionadas desde su creación en 1854 hasta 2015.

La tabla empleada para el análisis de la muestra escogida ha tomado como referencia un estudio sobre el diseño de las portadas de los periódicos digitales (Cea, 2014)² pero se ha elaborado en base a los elementos básicos del diseño en las portadas según el criterio de Jesús Zorrilla (1997), José Ignacio Armentia (2011) y Mario García (1984). La ficha recoge nueve elementos básicos utilizados en las primeras de los periódicos: columnas, retícula, titulares, noticias, fotografías, color, índice y rótulo (que se encuentra dentro de la cabecera). Además tras una primera visualización más general de 51 portadas (3 por cada década) se ha establecido un nuevo apartado dentro de la tabla que determina si la primera página aparece completa o partida en dos o más porciones con distinta retícula y se han descartado algunas variables que no podían compararse entre las distintas portadas.

Para Armentia (2011) los seleccionados, son algunos de los elementos más importantes a tener en cuenta a la hora de analizar las páginas de un periódico puesto que su correcta o incorrecta utilización hacen que la página sea legible y atractiva para el lector. Estos factores –que se utilizan en las páginas interiores del diario- se pueden trasladar a las portadas del periódico y sus diferentes combinaciones supondrán un tipo de portada más o menos visual.

La tabla, por tanto, queda dividida en los siguientes elementos y subelementos:

² *Estudio evolutivo del diseño periodístico en Internet: la edición digital de El País (1996-2013)*

Tabla 1. Tabla de análisis de los elementos de diseño en portada

		Portada n°. X
Fecha		XX/XX/XXX
Completa/Partida		Con una disposición columnar desde la parte superior de la página hasta la parte inferior. / Con una división en dos o más partes en las que la disposición columnar es diferente.
Columnas Bloque de texto vertical seguido de una altura fija y única separada de otros bloques similares por medio de un espacio denominado calle. Su anchura también es fija y dependerá de los elementos presentados y los caracteres que contengan.	Número	Se especifica en número de columnas que hay en cada parte de la portada.
Retícula En palabras de Jesús Zorrilla (1997) – también denominada rejilla (grid) – la retícula viene a ser el esqueleto de la publicación, invisible pero indispensable. Con ella se establecen una serie de elementos de trabajo: las dimensiones físicas de la publicación, las cabeceras interiores o folios, el número de columnas, así como su anchura, el número de líneas del cuerpo e interlineado elegido que caben en la columna y los módulos publicitarios.	Modular	Permite la jerarquización de contenidos mediante el uso de las distintas columnas y módulos. Aporta orden, claridad y continuidad.
	Multicolumnar	No divide el espacio de la mancha en un número de columnas fijo. Se parte de una unidad columnar mucho más estrecha que se repite y puede dar lugar a formatos de cinco, de seis o de cuatro columnas de la misma anchura.
	Móvil	Determina un número de columnas fijo y concreto y se añade una columna más de blanco que se puede mover entre las otras columnas.
Titulares Según indica el libro de estilo de <i>El País</i> (LEP) “los titulares constituyen el principal	Número	Se especifica el número de titulares que hay en la portada
	Anchura (en	Se especifica (en cada uno de los

elemento de una información. Sirven para centrar la atención del lector e imponerle de su contenido” (p.35).	columnas)	titulares) el tamaño en relación al número de columnas que ocupa en la portada.
<p align="center">Noticias</p> <p>Cada una de las piezas informativas que se dan acerca de un hecho o suceso reciente y que se divulga en los medios de comunicación.</p>	Número	Cuántas informaciones aparecen en la portada.
	Separación	Si aparecen o no separadas por filetes o corondeles.
	Destaca una sobre el resto	Si hay una de las informaciones que destaque sobre el resto o tienen todas el mismo trato de importancia.
<p align="center">Fotografía</p> <p>Según Mario García (1984) una fotografía debe seleccionarse atendiendo a su oportunidad, su impacto, sus posibilidades de diseño y su calidad. A veces la función de la fotografía en la página no es informativa sino meramente ilustrativa. Sin embargo, en las portadas siempre se utilizan imágenes informativas que sean capaces de transmitir al lector una información sin necesidad de ser leída.</p>	Sí/No	Hay o no hay fotografías
	Número	Cuántas hay en la portada
	Anchura (en columnas)	Se especifica (en cada una de las fotografías) el tamaño en relación al número de columnas que ocupa en la portada.
	Color Sí/No	Aparecen en color o en blanco y negro.
<p align="center">Color</p> <p>En prensa se utiliza la separación de colores, que consiste en descomponer la imagen en tres colores básicos (cian, magenta y amarillo), que combinados pueden reproducir cualquier tono del espectro cromático. Por lo general a estos tres colores se le añade el negro, lo que llevaría a la cuatricromía.</p>	Sí/No	Aparecen o no elementos en color en la portada.
<p align="center">Índice</p> <p>Estructura que va siempre en la portada del periódico y que consiste en un conjunto de llamadas –que coinciden con los nombres de las secciones del periódico- y orientan al lector sobre los contenidos más relevantes de las páginas centrales.</p>	Sí/No	Hay índice / no hay índice

<p style="text-align: center;">Cabecera</p> <p>La cabecera es el primer elemento que se ve de un periódico. Según Arnold, es el “rótulo y marca de fábrica de un periódico” (1965: 71). Para Pedro Pérez Cuadrado y Laura González Díez las cabeceras de los periódicos “superan el valor textual implícito y se acercan más a un logotipo que configura una imagen de marca del propio medio con un valor consolidado” (2014:36).</p> <p>De la cabecera se va a tener en cuenta el rótulo, que es el nombre del periódico, su denominación más simple (Canga, 1994)</p>	<p style="text-align: center;">Tipografía</p>	<p>Se van a tener en cuenta cuatro tipos de letras: 1. Romanas (tienen remates al final de sus rasgos con diferencias de grosor en sus rasgos); 2. Egipcias (tienen un remate rectangular o cuadrado y no hay diferencia entre el grosor de sus rasgos); 3. De palo seco (no tienen remates y el grosor casi siempre es el mismo); 4. Góticas (heredadas de los tiempos de Gutenberg).</p>
	<p style="text-align: center;">Color</p>	<p>Si el título de la cabecera aparece en color.</p>
	<p style="text-align: center;">Tamaño (en columnas)</p>	<p>Se especifica el tamaño en relación al número de columnas que ocupa en la portada.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de los elementos básicos del diseño especificados por Armentia (2011), García (1984) y Zorrilla (1997).

1.4 Estructura del Trabajo Fin de Grado

La estructura planteada para este Trabajo Fin de Grado comienza con las tres hipótesis planteadas en el apartado 1.2. En base a ellas se desarrollan tres bloques básicos que intentarán validar esas hipótesis.

En el primer capítulo se realiza una contextualización del objeto de estudio: *El Norte de Castilla*. El contexto histórico comenzará a partir de 1854 –que es la fecha que tanto los teóricos (Almuiña (1994), Pérez López (1994), Martín de la Guardia (2006)) como el propio diario establecen como año de creación- y continuará hasta la actualidad. En este apartado se analizan los momentos más importantes para el periódico teniendo en cuenta los distintos directores que han pasado por él y los cambios ideológicos producidos por las transformaciones políticas vividas en el país.

En el segundo capítulo se expone la evolución tecnológica en prensa a nivel general, incluyendo explicaciones sobre las nuevas técnicas como linotipia o estereotipia, para luego pasar a una descripción más específica sobre las técnicas de impresión utilizadas

en *El Norte* y los cambios de rotativas, así como la incorporación de los ordenadores y la utilización de Internet en la redacción.

En el tercer capítulo se desarrolla un apartado relativo al diseño periodístico. A partir de la definición que diferentes expertos en la materia dan sobre el mismo, se desarrolla su significado y las teorías más importantes que han llevado al diseño existente hoy en día. Los cambios que se han producido en la forma de diseñar la prensa a lo largo de los años también han sido relevantes. Por ello se ha decidido hacer mención especial a los últimos rediseños que han sufrido las principales cabeceras de nuestro país, haciendo especial hincapié en los elementos característicos que las diferencian de sus anteriores versiones. Para profundizar en el tema y hacer referencia al objeto de estudio de este Trabajo Fin de Grado se ha recurrido a diferentes fuentes bibliográficas, hemerográficas y fuentes primarias a través de conversaciones y consultas a expertos como las realizadas a José Antonio Istúriz, actual Jefe de la sección de diseño de *El Norte de Castilla* y profesor de la Universidad de Valladolid, para conocer las fechas exactas de cambios en el diseño (a partir de la década de 1970), y para saber cómo han afectado estas modificaciones a las páginas del periódico.

El cuarto capítulo recoge el trabajo de campo en el que, a partir de la elaboración de una tabla de análisis, se comparan y valoran los elementos del diseño más importantes en las portadas del periódico elegido. Los resultados obtenidos se desarrollan y presentan en forma de gráficos que simplifican su comprensión y agrupan las características comunes de cada periodo.

Finalmente se concluye el Trabajo Fin de Grado con las conclusiones que suponen una visión general del estudio realizado.

2. CONTEXTO HISTÓRICO Y EVOLUCIÓN DE *EL NORTE DE CASTILLA*

2.1 El nacimiento de un nuevo medio: El Norte de Castilla

El inicio de la industrialización y la modernización de la profesión periodística hicieron que en el año 1854 se creara en Castilla el diario que posteriormente se ha convertido en el decano de la prensa española, *El Norte de Castilla*. El periódico nació de la fusión de otras dos publicaciones vallisoletanas: *El Avisador* y *El Correo de Castilla*. La fecha oficial de su creación aún es dudosa puesto que en ocasiones se toma como referencia la fecha en que se creó el periódico *El Avisador* (1854) y otras en las que se tiene en cuenta el año en que esta publicación se unió a *El Correo de Castilla* y formaron *El Norte de Castilla* en octubre de 1854.

“*El Norte de Castilla* ocupa por derecho propio el decanato de la prensa española. Su primer número salió al encuentro de los vallisoletanos el viernes 17 de octubre de 1856. Por lo tanto, en rigor, *El Norte* no apareció en 1854, como tradicionalmente viene figurando en su cabecera, aunque el dato tampoco es falso, pues podemos considerar que el periódico se fundó en esa fecha y pospuso dos años su salida” (Almuiña, 2006: 251).

Sus comienzos coinciden con el periodo conocido como Bienio Progresista (1854-1856) y según el periodista José Altabella (1966), el marco histórico-periodístico en que se desarrolla su creación tiene que ver con la concesión del título de Ciudad Heroica a Valladolid tras el Alzamiento del general Espartero. Por otra parte, existía en Valladolid un precedente, *Diario Pinciano*, de José Mariano Beristain que aunque se había publicado décadas antes, marcó un antes y un después en el periodismo de la capital castellana.

El primer número del periódico apareció el 17 de octubre de 1856 tal y como afirma Narciso Alonso Cortés en su libro *Miscelánea Vallisoletana* (1955). Sin embargo, no fue hasta diciembre de ese año cuando salió a la luz el diario completo. Por su parte, el profesor Altabella supone que los propietarios de *El Norte* decidieron fechar la fundación en 1854 bien a través de una fusión o bien al cambiar de nombre. De esta forma, los dueños presuponían que o *El Avisador* o *El Correo de Castilla* había nacido en 1854. Lo que está claro es que el diario castellano fue fundado por dos hombres, Francisco Miguel Perillán y García, como impresor y gerente, y Sabino Herrero Olea,

como director y escritor (De la Guardia, 1994). Este último, hombre progresista y defensor del libre cambio, sentó las bases del marcado liberalismo que demostró tener en los siguientes años.

En estos primeros tiempos de andadura, *El Norte de Castilla*, que a partir de ahora denominaremos por sus iniciales (*ENC*), comenzó a tirar algunos ejemplares más y creó las primeras suscripciones de la provincia³. Se hizo una variación de la cabecera a principios de 1858 que rezaba lo siguiente bajo el nombre del periódico: «Diario comercial, de noticias, conocimientos útiles, literatura y anuncios. Sale todos los días, excepto los siguientes a los festivos». Así, poco a poco, se empezó a hacer eco no solo de los intereses de la capital sino también de las noticias de todos los pueblos de la provincia.

Sabino Herrero Olea dotó al periódico de una línea liberal, algo que quedó patente desde 1865 hasta 1867 en la cabecera del diario, donde se destacaba que era el «Diario Liberal de Valladolid». Sin embargo, el día a día del periódico fue complicándose poco a poco ya que la Ley de Imprenta del 7 de marzo de 1867 pretendía la sumisión de los periódicos. Por ello, se mantuvo la censura previa para escritos religiosos y se exigió un duro control sobre los elementos gráficos, cuya presencia en la prensa estaba creciendo con rapidez.

Tras varios cambios en la propiedad del diario, este aumentó su tirada. Tal fue su crecimiento en el periodo 1877-1886 que, tal y como publica el diario en su especial 150 aniversario⁴, el periódico francés *Le Figaro* solicitó un intercambio de ejemplares. De esa solicitud se conserva la respuesta que Sebastián Díez Salcedo, director del periódico, envió a la publicación gala:

“Muy señor mío y colega de mi distinguida consideración: Tengo el honor de devolverle cubierto el estado que mandaba con su estimada carta del 23 anterior, y estimaría que él sirviese para la formación del trabajo encomendado a los señores Ribeyre y Escudier. *El Norte de Castilla*, por su parte, se considera muy honrado en corresponder sinceramente a los deseos que V. me manifiesta en la citada, y su Director tiene la complacencia de ofrecerse de V. affmo. s. s. q. b. s. m. Sebastián Díez Salgado. P. O. García, Admor. P. B. En este instante recibo su apreciable carta a la que contestaré detenidamente mientras que,

³ La primera portada del periódico a la que se ha tenido acceso data del 7/12/1856 y ya en la parte superior izquierda aparece un recuadro con los lugares en los que hacer la suscripción.

⁴ Especial 150 aniversario de *El Norte de Castilla*, publicado en 2006

desde esta fecha, ordeno el cambio que pide V. con *El Norte de Castilla* por esa estimada publicación” (Salcedo, 2006, s/p, párrafo 4).⁵

Sin embargo, durante la última década del siglo XIX, la muerte de Miguel Alonso Pesquera, uno de los mecenas más importantes del periódico, unido a las distintas dificultades económicas ocurridas con motivo de su desaparición, hizo que el diario pasara por una etapa difícil que quedó reflejada en una escasa tirada de apenas 3000 ejemplares (Altabella, 1966).

Fue tras estos años de declive cuando *El Norte* comenzó a editarse por la mañana y cobró una importancia en el ámbito informativo y político castellano que hasta ese momento no había tenido ningún otro periódico.

2.2 Comienzo de la ‘historia moderna’ del periódico (1893-1900)

El 1 de noviembre de 1893 *ENC* publica un cambio en la propiedad del diario que recae en manos de Santiago Alba y Bonifaz y César Silió, dos jóvenes de 20 y 28 años que, tal y como argumentan Almuiña y Martín de la Guardia, ponen en marcha la que fue la denominada ‘historia moderna’ del periódico (Almuiña, 2006). En el artículo de bienvenida que publicaron en nombre de la Redacción, dejaron claro su compromiso en la defensa de los derechos de Castilla y anunciaron importantes mejoras relacionadas con el servicio telegráfico que les permitiría obtener informaciones con doce horas de antelación con respecto a los diarios de Madrid. También informaron que aumentarían las ediciones impresas a dos a lo largo del día, y que no habría parón los domingos, sino que *ENC* pasaría a convertirse en un periódico que saldría al mercado todos los días, incluidos los festivos.

En un principio Silió fue el director y Alba el gerente aunque ambos realizaban las tareas propias de ambos cargos y participaban incluso como redactores del periódico. Con su llegada al frente del periódico decidieron cambiar la sede y la empresa cambió toda su maquinaria de imprenta, lo que hizo que Valladolid se colocara a la cabeza de las capitales periodísticas españolas más adelantadas (Almuiña, 1994). Estas nuevas máquinas permitieron la publicación de un diario de cuatro planas con mucha mayor claridad y nitidez.

⁵ Fragmento de la carta enviada por Sebastián Díez Salcedo al periódico francés *Le Figaro* y recogida en el capítulo “Le Figaro” de la publicación especial por el 150 aniversario de *El Norte de Castilla*.

Alba deseaba que las páginas del periódico tuvieran un claro interés político pero a la vez quería que fuera muy cercano a la ciudadanía y que mostrara el interés que desde el diario había por la defensa de los intereses de Castilla. Esta última característica puede que haya sido la que ha permitido al *ENC* perdurar durante 160 años sin cesar su publicación y conservando un importante número de fieles lectores. De los 1.000 ejemplares iniciales (1857) pasó a publicar alrededor de 13.000 en las vísperas de la Dictadura de Primo de Rivera (De la Guardia, 1994).

En relación a la técnica, en estos primeros años del siglo XX, *ENC* compró la Imprenta Castellana. Esta nueva adquisición supuso una mejora a la hora de imprimir puesto que a partir de ese momento se podían hacer al mismo tiempo las cuatro planas del periódico, lo que hizo que se redujeran costes y tiempo (Caballero, 01/12/2006c).

2.3 Primeros pasos de *El Norte* en el siglo XX (1901-1922)

En esos primeros años del siglo XX aparece una nueva figura que supondrá la introducción de una nueva familia dentro de la empresa de *El Norte de Castilla*, Antonio Royo Villanova. Tras obtener la cátedra de Derecho Administrativo, y con tan solo 23 años pasó a ocupar la Presidencia del Consejo de Administración del periódico. No se puede entender la historia del diario sin la figura de Royo Villanova puesto que ocupó el cargo durante cuarenta y cuatro años. Tan solo un año después de la llegada de Antonio Royo Villanova las diferencias políticas existentes entre César Silió y Santiago Alba hicieron que Silió tuviera que abandonar de forma definitiva el periódico (Almuiña, 1987). Su marcha supuso un cambio en la dirección del periódico, que pasó a manos de Antonio Royo Villanova y que lejos de ser un cargo pasajero para él se mantuvo durante unos años.

En 1905, con la absorción del segundo diario más importante de la región, *La Libertad*, *ENC* consiguió conquistar de forma definitiva el mercado regional. Debido a ello, los altos cargos vieron insuficientes las instalaciones con las que contaba el periódico y decidieron alquilar unos locales más grandes en la calle Duque de la Victoria, esquina con Montero Calvo en las que permaneció durante casi un siglo hasta 1995, cuando se trasladó al polígono de Argales. Con este imparable crecimiento se planteó la necesidad de mejorar la técnica para conseguir una mayor rapidez en la tirada y un aumento en el número de páginas (que hasta ese momento eran cuatro). La empresa compró la primera rotativa en llegar a la ciudad, la denominada Koenig & Bauer que tenía una potencia

capaz de producir 20.000 ejemplares a la hora, de cuatro, seis y ocho páginas (Encinas, 01/12/2006b)⁶. A su vez, el diario, decidió realizar una profunda transformación del taller de estereotipia. El editorial del día 1 de enero de 1912 justificó la necesidad de la nueva máquina. «Para montar debidamente la máquina y su sección auxiliar de estereotipia hemos tenido que ensanchar nuestros talleres, uniendo a nuestra casa las dos vecinas de la calle Montero Calvo, y alzando sobre sus solares un nuevo cuerpo de edificio que completa la instalación de nuestro periódico, colocándose a la altura de los primeros...» (*ENC*, 01/01/1912).⁷

Tras adquirir una maquinaria más moderna, el diario decidió incrementar el número de páginas apostando por unos contenidos centrados en la actualidad de la ciudad y de la región pero sin dejar de lado las tradicionales informaciones relacionadas con el campo.

En 1913, el periódico se hizo con la Casa Santarén, uno de los establecimientos de imprenta, librería y papelería más antiguos de la ciudad epicentro de la élite cultural en aquellos años. Esta adquisición hizo que *ENC* como empresa se viera con un triple instrumento industrial: imprenta, periódico y editorial. En aquel año el periódico salía a la calle con diez planas.

2.4 *El Norte de Castilla* durante la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930)

En los años próximos al levantamiento de Primo de Rivera (1923-1930), el diario tuvo que hacer frente a una fuerte censura provocada por las informaciones liberales que Santiago Alba se empeñaba en publicar en base a su ideología. Las frases tachadas por los censores aparecían con líneas de puntos y en diferentes partes del diario, con distinta letra y enmarcado. Desde el jueves 28 de mayo de 1925 se añadió la advertencia: «El presente número de *El Norte de Castilla*, como todos los demás periódicos, a consecuencia de las suspensión de las garantías constitucionales, ha sido visado por la censura»⁸. Después de lo que había sido medio siglo de normalidad constitucional, en 1923, con el inicio de la dictadura, dio comienzo una etapa en la que el periódico se quedó sin Santiago Alba, que tuvo que exiliarse a Francia, de donde no regresó hasta pasados siete años. Tal y como se explica en el especial 150 aniversario del periódico, el

⁶ «La rotativa», *150 aniversario de El Norte de Castilla*.

⁷ Editorial publicado en *El Norte de Castilla* el 1 de enero de 1912.

⁸ Portada de *El Norte de Castilla* del 8 de septiembre de 1925

23 de febrero de 1930, una vez finalizada la dictadura, el diario publica un artículo –que ocupa la página 4 completa del número 32.848–, titulado ‘Cómo defendieron a don Santiago Alba sus amigos de Valladolid’, en el que se relata la persecución sufrida por *ENC* y las prohibiciones de defensa pública para el político exiliado.

2.5 *El Norte de Castilla* durante la Segunda República (1931-1939)

Con el inicio de la II República, hubo un nuevo cambio en la dirección del periódico y así en 1931 el periodista Francisco de Cossío pasó a ocupar la dirección de *ENC*, puesto que ocupó hasta 1943 durante la época franquista. En estos años previos a la época dictatorial, el afán de modernización que los altos cargos deseaban que tuviera el periódico hizo que se adquiriera una maquinaria de impresión mucho más potente (destinada, en parte, a la inclusión de publicidad en las páginas) y se incluyeran algunos elementos con los que ya contaban los grandes periódicos nacionales como es el caso de una sirena que anunciaba los sucesos más importantes del momento.

En relación a los contenidos, *ENC* dejó ver su oposición respecto a los equipos que pasaban a ocupar el gobierno a través de los grandes temas informativos de ese momento. El Decano defendía la agricultura castellana y se oponía rotundamente a los nacionalismos que promovía la República. “Esta actitud se mostraba especialmente en consonancia con el antinacionalismo catalán de Royo Villanova, a la vez que promovía el regionalismo castellano y daba cobijo a los proyectos de Narciso Alonso Cortés y Misael Bañuelos” (Almuiña, 2006: 256).

Uno de los momentos clave que vivió el periódico en estas fechas fue la incorporación de Jacinto Altés Alonso en la gerencia del periódico. Su presencia no fue pasajera sino que supuso la incorporación de una nueva familia en el accionariado de la empresa. Fue el encargado de modernizar la empresa y sus instalaciones después de la guerra hasta prácticamente los años ochenta. Incluso más allá de esa década siguió siendo responsable de forma directa o indirecta como pieza clave. Sobre Fernando Altés Villanueva hay una opinión unánime que remarcó Miguel Delibes en un artículo titulado ‘La mano experta’ que se publicó en el diario: «(...) todo esto fruto del tesón y del amor por el periódico de un hombre, de un ser irreplicable que ahora nos ha dejado y

que supo armonizar la rama vallisoletana del viejo rotativo con la nueva empresa» (ENC, 13/12/2004)⁹.

2.6 *El Norte de Castilla* durante la dictadura franquista (1939-1975)

La década de 1930 finaliza con el estallido de la Guerra Civil y a partir de ese momento *ENC* presta su adhesión al régimen y a sus instituciones (Almuiña, 1994). Es a partir de esta fecha cuando el diario se convierte en un periódico de rango nacional.

Los años posteriores estuvieron marcados por la censura impuesta por la dictadura. A partir del 18 de octubre de 1941 el subtítulo que incluía el periódico en la cabecera desde el momento de su creación ('Diario independiente de Valladolid') fue eliminado y no fue hasta 1965 con la Ley de Prensa cuando pudo ser retomado.

El comienzo de los grandes cambios a nivel interno se dio en el año 1943, cuando el 26 de marzo, "el Delegado Nacional de Prensa, Juan Aparicio, nombró como director al sacerdote Gabriel Herrero, un entusiasta de la causa nacionalcatólica. En 1958 Gabriel Herrero dejó la dirección en manos de Miguel Delibes, que dentro de los límites que imponía la época, apuntó a una doble dirección castellanista y literaria" (Almuiña, 1994: 24).

La década de los 50 contó con una fecha importante para *ENC* ya que se celebró el primer siglo del periódico. Una edición especial salió a la luz gracias al trabajo conjunto del premio Cervantes y en ese momento director del diario, Miguel Delibes, y el ya mencionado gerente Fernando Altés Villanueva. Aunque la cabecera de *El Norte* no nace hasta el 17 de octubre de 1856, desde el comienzo la empresa celebra sus aniversarios coincidiendo con la creación de los dos diarios (de cuya unión salió *El Norte de Castilla*, *El Avisador* y *El Correo de Castilla*). Por ese motivo, en 1954 se elaboró esta edición especial en conmemoración al primer centenario de la publicación (Caballero, 01/12/2006b). Ese mismo año, coincidiendo con esta celebración se intentó impulsar la creación de una delegación en Palencia que resultó fallida ya que no llegó a cumplir un año de vida.

Pocos años después, en 1957, la presidencia del periódico pasó a manos de César Alba Delibes que se encargó de remodelar el local en el que se encontraba la redacción y las

⁹ 'La mano experta', editorial publicado en *El Norte de Castilla* el 13 de diciembre de 2004.

rotativas y decidió modernizar la maquinaria del periódico. Sin embargo, estas novedades no hicieron que el diario aumentara su tirada. La escasez de papel y la férrea censura que en esos años estaba ejerciendo el régimen franquista sobre los diarios hacía muy difícil a los periodistas de *ENC* ejercer su labor informativa. Esto se vio claramente reflejado en la tirada, que pasó de 36.000 ejemplares en 1937 a unos 18.000 a finales de la década de 1950 (Almuiña, 1994).

Según explica José Francisco Sánchez (1989) en su libro ‘Miguel Delibes: periodista’, el escritor mantenía una lucha constante por ganar algo de libertad frente a los límites del Gobierno de Franco ya que aunque parecía haberse suavizado la fuerte censura que había existido en las primeras décadas de dictadura, las consignas y los controles seguían siendo constantes.

En esa década *ENC* experimentó muchos cambios entre los que se encuentra el pago de la primera paga extra de Navidad que fue conseguida gracias a la mediación de Miguel Delibes entre los trabajadores y los altos cargos del periódico con esta carta:

«Te sugiero, tras estas líneas, la posibilidad de conceder con motivo de año nuevo un aguinaldo de, digamos, mil pesetas por cabeza, sin distinción de cargos ni categorías. Este aguinaldo podría acompañar un tarjetón en el que el Consejo agradeciese los servicios del último año y desear un feliz 1962 a su personal. (...) de esta manera vigorizaríamos los vínculos ya existentes en nuestra empresa entre capital y trabajo, y a nuestros empleados y obreros este recuerdo del Consejo (...) representaría un estímulo para los sucesivos» (Delibes, 1961, s/p, párrafo 7)¹⁰.

Ya comenzada la década de los 70 del pasado siglo se dio un nuevo cambio en la propiedad del diario, hecho que no se producía desde que en 1901 César Silió y Santiago Alba se hicieran con las riendas del periódico. Es en 1970 cuando la familia Alba decide vender sus participaciones entre los distintos accionistas de la empresa. A partir de este momento las familias Royo-Villanova y Altés se convierten en las más importantes dentro de *ENC*. El actual presidente del Consejo de Administración de el periódico, Alejandro Royo-Villanova, ya ocupaba el cargo actual en aquellas fechas y tuvo que hacer frente a un intento de entrada del Opus Dei dentro del accionariado del periódico a través de uno de los miembros de la familia Alba (que tenía en aquella

¹⁰ Fragmento extraído de la carta que Miguel Delibes envió en 1961 al presidente del Consejo, César Alba Delibes, y que aparece en el artículo ‘Reformas’ del Especial 150 aniversario de *ENC* publicado en 2006.

época el 50 por ciento de las acciones de la empresa). Para solucionar el problema, el Consejo de Administración decidió comprar todas las acciones que los Alba habían puesto a la venta, lo que supuso un gran coste económico.

2.7 *El Norte* en los inicios de la etapa democrática (1970-1980)

Los primeros años de la década de los 70 se empezaba a vaticinar un cambio político debido al débil estado de salud de Francisco Franco. A raíz de esto hubo diversos periódicos que se unieron para publicar artículos críticos con el franquismo y que tuvieron un papel muy importante en el fin de la dictadura y el inicio de la democracia. Los artículos hablaban del posfranquismo y la transición, algo que no gustaba al Gobierno del dictador. Estos diarios (de nivel nacional y regional) decidieron reunirse bajo el nombre ‘Grupo Tácito’, que fue impulsado por Alfonso Osorio García en el año 1973. En la creación de estos artículos de opinión participaron “intelectuales y escritores de la talla de Leopoldo Calvo Sotelo, Landelino Lavilla, Marcelino Oreja, José Luis Álvarez, Abelardo Algora, Fernando Álvarez de Miranda o Andrés Reguera Guajardo” (Aguiar, 01/12/2006, s/p, párrafo 2). Otro de aquellos hombres fue Alejandro Royo-Villanova. En la edición especial que *El Norte de Castilla* publica con motivo de su 150 aniversario, el actual presidente del Consejo de Administración narra cómo se desarrolló el ‘Grupo Tácito’:

«Me invitaron a participar en el Grupo Tácito, –explica Royo-Villanova–. En un principio, dije que no podía ser porque ellos eran democristianos y yo era liberal. Pero me convencieron porque querían que hubiera también liberales (...) puse como condición que el mismo día que saliera el editorial en el *Ya* se publicara también en otros periódicos regionales. (...) Me pidieron que me ocupara en persona de organizarlo. Personalmente llamé a veinte periódicos españoles –*El Heraldo de Aragón*, *La Voz de Galicia*, etcétera–, excepto de Madrid porque estaba el *Ya*, y todos los directores y presidentes estuvieron de acuerdo. De esta manera, nuestros artículos salieron en veinte periódicos simultáneamente los viernes, durante tres años» (Royo-Villanova, 2006, s/p, párrafo 2)¹¹.

La participación de *ENC* en este grupo supuso un impulso ideológico. *ENC* se había declarado un periódico independiente y liberal desde sus primeros años, sin embargo, con la llegada de la Guerra Civil y posteriormente del franquismo, decidió adoptar una ideología más moderada y cercana al régimen con el objetivo de tener más facilidades a

¹¹ Declaraciones de Royo-Villanova recogidas en el capítulo “El grupo tácito” para la publicación especial por el 150 aniversario de *El Norte de Castilla*

la hora de publicar las informaciones. Aunque durante la época en que Miguel Delibes estuvo al frente de la redacción esa ideología se tornó más liberal, el periódico necesitaba un hecho que le volviera a colocar en el lugar que le correspondía desde 1856 (Almuiña, 1987). El ‘Grupo Tácito’ fue el proyecto perfecto para retomar ese liberalismo que le había sido ‘arrebataado’ en las últimas décadas.

A partir de la muerte de Francisco Franco el 20 de noviembre de 1975 *ENC* inicia una nueva etapa y se convertirá en motor del cambio junto con el resto de rotativos del país. Sin embargo, el Decano de la prensa española no se enfrenta a una situación sencilla tras el final de la dictadura ya que a pesar de que ya no existen unas leyes autoritarias, tampoco se da una democracia como tal. Se podría decir que en estos tres años (hasta que se convocan las primeras elecciones democráticas desde 1936) de vacío legal, el periódico “tiene que afrontar un peligroso desafío en el que ‘las normas del juego’ no están demasiado claras” (Martín Jiménez, 2006: 328). El 17 de junio de 1977 se realizan las primeras elecciones democráticas tras tres años de Guerra Civil y treinta seis de dictadura. Sin embargo, antes de la celebración de estas elecciones empezó a existir el denominado ‘Parlamento de Papel’ que sirvió de guía a la ciudadanía española para que supieran cómo enfrentarse a esta nueva época de cambios. A finales de los 70 *ENC* se quedaba sin competidores a nivel regional. ‘Diario Regional’, que representaba a la prensa católica no fue capaz de adaptarse a los nuevos tiempos y ‘Libertad’, que apoyó abiertamente al régimen franquista durante la dictadura ya no tenía razón de ser (Almuiña, 1994).

2.8 Incorporación al Grupo Correo (1992-2015)

A finales del siglo pasado acaba la hegemonía familiar que se había mantenido en la empresa desde sus inicios y se llega a un acuerdo con el Grupo Correo (ahora Vocento). Así, en marzo de 1994, los accionistas del decano de los diarios españoles decidieron unirse al mayor grupo español de prensa regional con el objetivo de no quedarse al margen de los cambios técnicos y económicos que estaban provocando las grandes concentraciones de empresas. Durante esta época de cambios varios fueron los hombres que pasaron a ocupar el cargo de dirección en el periódico. En 1995 José Jiménez Lozano, periodista y premio Cervantes, que había sido director del periódico durante los 4 años anteriores, tuvo que jubilarse. Por aquel entonces “la empresa era entonces muy rentable, con casi doscientas personas empleadas, más 62 en las diversas redacciones.

La tirada media en 1988 es de 25.000 ejemplares y en 1992 de 30.465 (dominicales 42.205)” (Almuiña, 1994: 27). Tras él, Carlos Roldán, periodista de *El Correo* en Vitoria ocupó dicho cargo hasta 2009 y que pasó a desempeñar Carlos Aganzo, el actual director del Decano. Con la incorporación al Grupo Correo se dio la segunda reestructuración más importante del diario: se trasladaron las instalaciones al polígono de Argales y se apostó por llevar a cabo un organigrama de empresa más moderna.

Líder de ventas en Valladolid, a finales de la década de los 90, *ENC* dio el salto al formato digital (Andrés, 2014) y comenzó a publicar sus informaciones a través de Internet (aunque no fue hasta 2004 cuando la web se consolida por la decisión del grupo Vocento). Ya entrados en el siglo actual y con la crisis económica vivida, la versión web del periódico ha sido, por así decirlo, una de las tablas de salvación del periódico. De ahí las dos remodelaciones que ha vivido la web en estos casi 18 años de existencia (el último de ellos puesto en marcha el pasado verano con motivo del inminente 160 aniversario del periódico).

En relación al tradicional formato impreso, durante la primera década del actual siglo, *ENC* vivió el último empujón en cuanto a modernización de maquinaria se refiere y fue entonces cuando se realizó el rediseño que actualmente se encuentran los lectores cuando abren sus páginas. Exactamente el domingo 11 de marzo de 2001 *El Norte* incluía un suplemento en el que explicaba cómo iba a ser el último gran rediseño del diario hasta la fecha. Este cambio afectó tanto a su aspecto como a sus contenidos. El nuevo *Norte* quería cubrir tres necesidades básicas: información, utilidad y ocio. En lo referente al diseño, se pretendió reestructurar las secciones para mejorar la legibilidad del periódico.

En la portada, que es el objeto de análisis de este trabajo, se hicieron algunas modificaciones. La cabecera volvió a su tamaño original tras una ligera compresión realizada 1987 y se sombreó.

3. EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA EN EL DECANO DE LA PRENSA ESPAÑOLA

La evolución del diseño está ligada a la evolución tecnológica y el despegue real comienza con la imprenta creada por Gutenberg. Sus mejoras hicieron que apareciesen las rotativas, y como consecuencia, que la prensa cobrara más relevancia que la que había tenido hasta ese momento. Tal y como explica Cano García (2006), fue Frederick Koenig, uno de los promotores de la idea, el que presentó en 1810 una prensa que realizaba el proceso de entintado a través de un sistema de cilindros. Este mecanismo estaba revestido de cuero, lo que aceleraba el proceso de impresión en relación con el entintado manual. Podría decirse que supuso uno de los primeros pasos para la creación de máquinas rotativas que pocos años después serían parte indispensable de todos los periódicos. El primero en incorporar este sistema fue el londinense *The Times*, que consiguió lanzar tiradas de miles de ejemplares al día. El número de cilindros que poseían las máquinas rotativas fue aumentando hasta que se llegaron a utilizar a mediados del siglo XIX hasta cuatro cilindros dobles que permitían la impresión de las páginas a doble cara. Esta innovación tardó en introducirse en España. Hasta 1880, las publicaciones más importantes del país no introdujeron las máquinas rotativas. Sin embargo, en Castilla y León la mayoría de los periódicos continuaban ligados a las imprentas de la zona, lo que supuso un retraso en la incorporación de las rotativas que no se llevó a cabo hasta 1912 cuando *El Norte de Castilla* decidió hacerse con una (Cano, 2006).

A partir de la incorporación de la novedosa maquinaria al periódico decano, Valladolid se consolida como una de las provincias más adelantadas a nivel tecnológico en relación a sus diarios. Una vez integrada la nueva maquinaria se decidió poner en marcha una forma de componer textos distinta a la que se había utilizado hasta el momento (que era manual), la linotipia. Este nuevo proceso permitía componer textos de tal manera que se incrementaba la rapidez del proceso, legando a posibilitar que un solo operario consiguiera superar los 5.000 caracteres por hora.

Gracias a la linotipia y a la rotativa Koenig & Beuer, Antonio G. Encinas (01/12/2006) explica que *ENC* pudo aumentar su tirada hasta alcanzar 12 páginas al día -aunque pasados los años estos dos sistemas empezaron a quedar obsoletos-. Esto hizo necesario adquirir nueva maquinaria a mediados del siglo XX que soportara el aumento de tirada

y las nuevas necesidades de la redacción. Por ello en 1960 se produjo una renovación completa en los talleres del periódico. Fue así como llegaron las nuevas rotativas de la casa Winkler Fallert que supusieron, además, la implantación de una estenotipia más automatizada que reducía el proceso a diez minutos desde que se llegaba con la forma a la prensa hasta que salía la teja lista para introducirse en la rotativa y empezar a imprimir. Veinticinco años duró esta maquinaria hasta que en 1960 ENC compró un nuevo modelo que le permitía cubrir las necesidades que la Winkler Fallert no le permitía. La nueva rotativa, denominada ‘Wifag’, permitió aumentar el número de páginas de cada ejemplar y reducir el tiempo empleado para producir cada ejemplar (Encinas, 01/12/2006c)¹². Varias máquinas se sucedieron tras la ‘Wifag’, alguna de ellas, como la Goss, por muy poco periodo de tiempo pero no fue hasta la década de los 70 cuando se produjo un cambio importante en los talleres del periódico: el paso a la fotocomposición.

La fotocomposición se basaba en la utilización de papel fotográfico para diseñar las páginas del periódico (Encinas, 01/12/2006a)¹³. En base a la publicidad que se establecía a primera de hora de la mañana, se organizaba el espacio y se distribuían filetes y columnas. Gracias a una mesa iluminada desde abajo y translúcida se iban colocando los distintos elementos de la página y se podía ver cómo sería el resultado final. La fotocomposición fue muy útil para el desarrollo infográfico. En aquel momento las infografías se dibujaban sobre papel, las palabras y símbolos del gráfico se picaban el papel de fotografía y que se colocaba y pegaba sobre el dibujo para después pasar a ocupar el espacio que le correspondía en página (y con el tamaño establecido previamente en el margen).

La década de los 80 supuso un paso hacia delante en lo que a técnica se refiere, ya no solo a nivel de talleres, sino también en la misma redacción. Se adquirieron unas máquinas denominadas ITEK que sustituyeron a las tradicionales máquinas de escribir y que sirvieron de prueba para lo que pocos años después iba a llegar: las famosas pantallas de ordenador Macintosh. La introducción de los ordenadores en la redacción cambió radicalmente la forma de producir la prensa. A partir de ese momento, redactores, infógrafos e incluso el personal de talleres comenzaron a realizar su trabajo a

¹² “La WIFAG”, *150 aniversario de El Norte de Castilla*.

¹³ “En frío”, *150 aniversario de El Norte de Castilla*.

través de las pequeñas pantallas blancas que poco a poco con el paso de los años fueron aumentando su tamaño y la capacidad de almacenamiento (Encinas, 2006d)¹⁴.

En la actualidad, el proceso de producción del periódico en *El Norte*, al igual que el del resto de medios de comunicación, está totalmente mecanizado gracias a la introducción de nuevos elementos informáticos y de los avances en tecnología que se han introducido en las últimas décadas. Todas las noticias pasan previamente por las manos de los maquetadores que son los que distribuyen los espacios y limitan las informaciones para que sean más atractivas para el lector. Una vez elaboradas y tras tener el visto bueno se convierten en páginas en formato PDF que se envía a Printolid, la imprenta que produce todas las ediciones de *El Norte de Castilla* y otros periódicos como *ABC* en Castilla y León. Una vez allí el equipo de preimpresión se dedica a unir las páginas que irán juntas a la hora de imprimir el periódico. Es decir, si el diario tiene 50 páginas hay que unir la 1 con la 50, la 2 con la 49 y así sucesivamente. Una vez unidas se pasan a una plancha de aluminio compuesta por los cuatro colores imprescindibles para la impresión – magenta, amarillo, cian y negro- , la cual se lleva posteriormente a la rotativa. Desde el día 1 de junio de 2009 todas las páginas del Decano tienen que estar impresas en color, por lo que estas planchas con la cuatricromía son imprescindibles para su producción (Vela, 2014). Una vez preparadas las planchas tienen que numerarse e introducirse en los rodillos que le darán forma cuando la rotativa se ponga en marcha. WIFAG OF370F es el nombre de la quinta rotativa de *El Norte de Castilla*¹⁵ en su historia aunque esta vez fuera de las instalaciones del periódico. Una vez se pone en marcha, los primeros ejemplares se revisan para comprobar que las páginas están bien colocadas y que no hay ninguna mancha que estropee los textos. Una vez comprobado que todo funciona correctamente, alrededor de 30.000¹⁶ ejemplares salen a la calle para que los lectores puedan conocer la actualidad de la provincia.

¹⁴ “Los ITEK”, *150 aniversario de El Norte de Castilla*.

¹⁵ Suplemento especial 160 aniversario de El Norte de Castilla.

¹⁶ El promedio de tirada ha sido de 25.941 ejemplares en el año 2014 según la OJD.

4. ANÁLISIS DEL DESARROLLO DEL DISEÑO EN LA PRENSA ESPAÑOLA

Gracias a la evolución de las técnicas de impresión se aplicaron nuevas formas gráficas para elaborar los periódicos. Su desarrollo permitió la creación de la disciplina del diseño periodístico que empezó a utilizar y desarrollar Edmund Arnold (1965) a través de la formulación de diferentes teorías como su conocida ‘Teoría del funcionalismo’. Sus diferentes estudios e investigaciones sobre el tema supusieron una base teórica que años más tarde algunos de los diseñadores más importantes a nivel mundial, como es el caso de Mario García (1984), utilizarían para crear los manuales de diseño que establecen las pautas básicas para un correcto diseño en prensa escrita.

4.1 Primeras técnicas de impresión e inicio del diseño

Para poder hablar del diseño de la prensa escrita en los últimos siglos es necesario remontarse a los inicios de la técnica de impresión. Fue a finales de la Edad Media cuando se comenzó a solicitar un mayor número de obras escritas que hasta ese momento eran transcritas a mano en los monasterios de las grandes ciudades. Gracias a la prosperidad económica y a ese afán por producir una mayor cantidad de obras, Johann Gutemberg y Johann Fust crearon en 1453 una máquina que permitía producir las obras con mayor rapidez: la imprenta. “La Biblia fue el primer libro impreso a partir de esta nueva técnica y sus características principales fueron la utilización de la letra gótica a lo largo de toda la obra y su diseño a dos columnas por cada página” (Cano, 2006:18).

La imprenta constaba de dos partes: una base plana en la que se depositaban los tipos móviles -previamente entintados- y una platina situada en la parte superior que descendía y hacía presión sobre el papel a imprimir. En aquella época era necesario un día completo únicamente para hacer la composición de una página. Además las páginas solo podían imprimirse por una cara, lo que hacía muy difícil producir más de 500 en un solo día (Armentia, 2011).

Gracias a la creación de esta nueva tecnología, los siglos siguientes (s. XVI, XVII y XVIII) trajeron la aparición de las publicaciones informativas. Las primeras en pasar por la imprenta fueron los avisos –*avvisi*- que se caracterizaban por tratar temas políticos y militares y tener una estructura similar a las correspondencias personales de la época. Su formato era pequeño -unos 12 x 22 cm, medio folio- y todavía no existían elementos

tales como el titular llamativo o la fotografía (Armentia, 2011). Contaba con un máximo de 6 hojas de las cuales la primera se dedicaba a la portada y la segunda siempre iba en blanco. El resto de páginas ya contaban con texto informativo y estaban compuestas por una o dos columnas que siempre estaban iniciadas por letras capitulares.

Ya en el siglo XVI tuvieron lugar dos cambios importantes: se incrementó la periodicidad de las publicaciones y aumentaron los contenidos periodísticos en ellas. Así comenzaron a tener otras denominaciones como gacetas o noticias. Mantuvieron casi intacto el diseño que tenían hasta el momento las publicaciones informativas pero se impuso el diseño a dos columnas y se añadieron elementos gráficos que permitieron componer lo que hoy en día se conoce como cabeceras.

A Castilla llegó la imprenta en 1472 a través del primer establecimiento tipográfico ubicado en Aguilafuente –Segovia- y tras este vinieron otros nuevos talleres en Valladolid y Burgos. Sin embargo, esa rápida evolución que se había dado en Europa tardó treinta años en iniciarse en España, lo que supuso que el trabajo periodístico español llevara, en aquellos siglos, cierto retraso con respecto a otros países.

El siglo XVIII puede considerarse clave en la evolución del diseño periodístico puesto que se empezaron a publicar los primeros periódicos que trajeron consigo cambios significativos: el formato pasó a ser más grande –aunque sin llegar a ser como el tabloide o sábana que existen en la actualidad-, aumentó a cinco o más el número de columnas y disminuyó el tamaño de los tipos (Armentia, 2011). Todo esto, unido a las mejoras que se fueron aplicando a la imprenta en esos años, permitió acortar el tiempo de impresión e hizo que se pudieran introducir más informaciones en una sola tirada.

La imprenta se mantuvo inalterable –salvo por algunos cambios mínimos- hasta finales del siglo XIX que fue cuando “se introdujeron dos técnicas de gran importancia: la estereotipia y la litografía” (Cano, 2006:18-22). La estereotipia –que apareció en 1870- hizo más sencilla la reproducción de formas impresas en relieve y permitió además una estructura horizontal que hasta el momento no había podido ser aplicada. Hasta finales de este siglo, la prensa no empezó a incorporar los dos elementos más importantes del diseño periodístico moderno: los titulares a varias columnas y las fotografías.

El descubrimiento de la estereotipia, unido a la aparición de las primeras rotativas y a la linotipia (1884) –sistema mecánico de composición de textos- permitió que la prensa se

empezara a convertir en un medio de comunicación de masas. A partir de este momento, tal y como explica Armentia (2011) ya no era necesario el ajuste de las columnas mediante corondeles y los titulares podían ocupar una, dos o todas las columnas de la página. Por otra parte, la litografía se centró en mejorar la reproducción de dibujos y grabados a gran escala. Básicamente consistía en estampar sobre papel una imagen desde un matiz de piedra -que posteriormente fue sustituido por una plancha metálica-.

Gracias al desarrollo de estos elementos, la aparición de la máquina de vapor y la renovación de maquinaria, la prensa consiguió -con el paso de los años- un impulso que permitió una producción encaminada a la que podemos observar en la actualidad. Todo esto, unido a la revolución de pensamiento que se había producido como consecuencia de la Revolución Francesa y la Revolución Industrial, hizo que se empezaran a utilizar los periódicos como elementos de comunicación de masas. Es a partir de este momento cuando los periódicos comenzaron a preocuparse ya no solo por el contenido sino también por la forma.

4.2 Reconversión de la prensa

Los últimos años del siglo XIX y primeros del XX supusieron la introducción de dos elementos que cambiarían la forma en la que se diseñan las páginas de los periódicos. Por un lado, la Guerra de Cuba en Estados Unidos trajo consigo grandes titulares que pasaron a ocupar todo un ancho de página en los denominados ‘titulares en bandera’. Por otro lado, se empezaron a incluir fotografías en los periódicos con procedimiento de medios tonos (Armentia, 2011). Esta novedad supuso grandes problemas a los editores puesto que tenían la dificultad de plasmar una imagen con distintos tonos de gris empleando únicamente tinta negra.

Es ya a mediados del siglo XX cuando se produce la verdadera reconversión de la prensa y se puede empezar a hablar del diseño periodístico como tal. El diseño periodístico es el medio por el que se materializa el mensaje. Según Harold Evans el diseño no debe separarse del producto. El formato, la tipografía y la impresión son una parte tan importante del periódico como las palabras (1984).

El diseño, tal y como lo conocemos en la actualidad, empezó a tomar forma durante los primeros años de la década de 1960. Se introdujo la estructura modular que «supone la utilización de una retícula o rejilla modular que divide la página en columnas y las

columnas en módulos. Estos módulos facilitan la maquetación –definen el espacio de cada información- así como la delimitación de la publicidad» (Cubino, 2011:17). Es a partir de este momento cuando los periódicos empiezan a preocuparse tanto por la tipografía como por la fotografía y la infografía.

El desarrollo del diseño en la prensa vino impulsado, en parte, por la aparición de un nuevo medio de comunicación: la televisión. Aunque la televisión en sus primeras décadas no consiguió tener más audiencia que la que tenían los periódicos sí que se llevaba parte de la publicidad que hasta ese momento había tenido la prensa. Por ese motivo se optó por introducir elementos más visuales que contrarrestaran las pérdidas económicas que se estaban produciendo por culpa de este nuevo medio (Armentia, 2011).

Para el autor estadounidense Edmund Arnold (1969), no hay comunicación cuando una persona habla o escribe. La comunicación sólo se produce cuando la palabra hablada es oída, la escrita leída y ambas son comprendidas. Y en el caso concreto de la prensa, para que esa palabra sea leída y comprendida tiene que ser presentada visualmente al lector por medio del diseño periodístico.

La aparición del color en las páginas de los diarios en los años 80 y la introducción de los ordenadores en las redacciones hicieron que la composición de las páginas fuera un trabajo cada vez más sencillo de solucionar. Los nuevos programas informáticos que se crearon para la maquetación permitieron que cualquier cambio que se quisiera realizar en la página se pudiera modificar en el momento sin necesidad de rehacerla en talleres.

Arnold otorgó una función al diseño periodístico en la que denominó ‘Teoría del funcionalismo’ y argumentó que el contenido de los periódicos debe ser orgánico, lo que significa que el diseño nace siempre del contenido y por tanto debe existir siempre una coherencia entre el diseño y la filosofía del periódico -el tipo de artículos que se traten, su texto, así como el material gráfico de apoyo son los que determinarán la confección final-. Esta función cada vez es más sencilla de realizar puesto que los ordenadores han permitido la introducción de los diseñadores dentro de la propia redacción, lo que permite que periodistas y diseñadores trabajen mano a mano en la composición de la página de acuerdo al matiz y extensión de las informaciones, y teniendo en cuenta todos los elementos gráficos que tienen a su disposición. De esta

manera, la disposición de los elementos del diseño deja de ser aparente, lo que permite que el lector se sienta atraído y cómodo en la página sin saber por qué.

En el caso de España la evolución ha venido marcada por los diferentes rediseños de las principales cabeceras del país que han sido las que han marcado los cambios en el resto de publicaciones. «Se ha pasado de una prensa que el década de los 80 busca imitar mayoritariamente el modelo informativo-interpretativo representado por *El País*, a unas publicaciones que durante los años 90 se van decantando hacia el modelo de diario de servicios» (Armentia, 2011: s/p, párrafo 57).

Este mismo autor explica que tiene una serie de características que lo diferencian del resto:

- Consolidación del tabloide como formato habitual en la prensa de prestigio en España
- Pauta de 5 columnas
- Homogeneidad tipográfica, basada mayoritariamente en el empleo de la familia Times
- Empleo de la cursiva en los titulares de opinión
- Distribución modular de los materiales de la página
- Consolidación de nuevas secciones como Sociedad o Cultura
- Revalorización del papel de la fotografía: menos fotos pero de mayor tamaño (mínimo 3 columnas en las apaisadas)
- Moderación en el empleo de recursos visuales, sobre todo de aquellos que puedan tener connotaciones sensacionalistas (titulares recargados, fotos caídas, etc.)

El rediseño de *La Vanguardia* en 1989 marca el cambio de tendencia hacia ese modelo formal que opta por otras formas de presentación propias que se alejan del mimetismo anterior. El nuevo diseño de *La Vanguardia* lo realizaron Milton Glaser y Walter Bernard, y puede decirse que gracias a estos dos ilustradores y diseñadores, se empezaron a configurar nuevas tendencias visuales que se alejaban de la tradicional influencia europea con la que contaban algunos diarios españoles. Se comenzó a utilizar una mayor gama de tipografías y la cursiva pasó a tener relevancia más allá de uso en los titulares de opinión. Además se estableció como uno de los objetivos más

importantes en el diseño, el de facilitar la lectura de las páginas. Por ello se crearon elementos denominados ‘de lectura rápida’, como son los despieces o sumarios.

En su trabajo ‘Factores que determinan el diseño de la prensa diaria’, José Ignacio Armentia enumera las características generales que tienen lugar en los rediseños que se dan en la década de los 90:

- Empleo del color.
- Variedad tipográfica: no es habitual que se emplee la misma fuente para todos los elementos del periódico.
- Frente a la omnipresencia de la Times y la Helvética en la década de los 80, en los 90 se emplean otras familias. En lugar de la Times se utilizan romanas como la Swift, la Nimrod, la Madison... La Helvética pasa a ser sustituida por otras tipografías de palo seco como la Franklin Gothic, la Bureau Grotisque, la Frutiger, etc.
- Pauta de 5 columnas.
- Frente al énfasis vertical anterior, se tiende a un arrevistamiento de las páginas interiores, con menos temas en cada plana.
- La fotografía y los gráficos alcanzan una importancia creciente.
- Se generaliza el empleo de formatos de lectura rápida: despieces, sumarios, destacados, tablas, gráficos explicativos, etc.

Los periódicos más significativos que en el año 2000 comenzaron a utilizar estos elementos en sus rediseños fueron *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, de Bilbao, y *El Periódico de Catalunya*, de Barcelona (Armentia, 2011).

4.3 Influencia del diseño periodístico en las informaciones

El diseño periodístico, entendido como “la interpretación del mensaje informativo bajo criterios funcionales de legibilidad, proporción, periodicidad, estilo y economía del medio donde se desarrolle” (Pérez Cuadrado y González Díez, 2001: 38) es una parte esencial en el proceso de comunicación de los diarios. Por este motivo Contreras y San Nicolás, consideran que “el diseño periodístico cumple sobre todos los demás un objetivo central: la comunicación. Ello confiere al diseño un valor esencial que consiste en facilitar la comunicación de sus mensajes, y hacerlo con la velocidad y facilidad que impone el día a día” (2001: 61)

Como ya se ha dicho con anterioridad, y según Arnold (1969), para que la palabra sea leída y comprendida tiene que ser presentada visualmente al lector por medio del diseño periodístico. A partir de esta idea, el autor desarrolló una de las teorías más importantes a tener en cuenta en el diseño periodístico, la también nombrada anteriormente como ‘Teoría del funcionalismo’ o ‘Teoría del periodismo funcional’ que analiza cada uno de los elementos del periódico y afirma que cada uno de ellos tiene que cumplir una función específica desde el punto de vista de la comunicación de la forma más eficiente posible. Los elementos que no cumplen esas funciones, entorpecen la lectura y deben ser eliminados para que la comprensión del texto sea más sencilla. Por tanto, el diseño actúa, por así decirlo, como un intermediario entre el emisor y el receptor, intentando facilitar la legibilidad –en el sentido de la rapidez con la que el ojo capta las ideas y las retiene- y aumentando la atracción hacia el lector.

De esta manera, “el diseño periodístico necesita la información como ésta al diseño periodístico para cumplir su misión comunicativa” (Martínez-Fresneda, 2007: 183), y esa relación fondo-forma se ve claramente expuesta en los dos modelos más significativos de la prensa: el sensacionalista y el informativo.

Teniendo en cuenta únicamente la forma –e intentando dejar de lado el contenido-, la prensa informativa se caracteriza por tener un diseño más equilibrado y proporcional que representa el orden y claridad necesarios para dejar el papel importante a las informaciones y no a los elementos del diseño. Por el contrario, las publicaciones sensacionalistas no escatiman esfuerzos en utilizar elementos gráficos tales como fotografías, y gráficos a gran tamaño que intentan captar la atención del lector de la manera más sencilla y no dudan en darles mayor importancia que al contenido de la noticia (Martínez-Fresneda, 2007).

Como consecuencia de ese sensacionalismo, el profesor Fernando Lallana (2000) explica que:

“diseño periodístico es organizar la información de forma que el lector discorra sobre ella de la forma más clara, directa y eficaz sin percibir que ha sido ordenada para su mejor comprensión. El añadir motivaciones estéticas o hacerlas primar por encima de este hecho consustancial es desvirtuar y oscurecer la noticia. La finalidad primordial del diseñador es narrar en la página, con texto, fotos, titulares y gráficos, lo que ha ocurrido el día anterior” (2000: 15).

Y teniendo presente esa finalidad de narrar visualmente con los elementos gráficos de que se dispone, Martínez-Fresneda (2007) cita los cuatro tipos de diseño periodístico recogidos en los principios generales elaborados por Arnold (1969) para explicar la influencia de los mismos en las informaciones:

- a) Diseño por contraste: en él se intentan destacar varias informaciones. Cada información se coloca de forma cuadrículada y no se toleran las patas, por lo que es un modelo ordenado utilizado habitualmente en la prensa informativa. Sin embargo a Arnold (1969) no le gusta ya que lo considera un modelo mecánico que crea bloques de texto artificiales. Es el modelo que impera en la actualidad en la prensa española y en la internacional.
- b) Diseño por equilibrio (o simétrico): en este la página se suele dividir en bloques exactamente iguales de modo que no se resalta ninguna de las informaciones sino que todas tienen la misma importancia dentro de la página. Es muy útil para ofrecer informaciones equivalentes que suelen publicarse en los periodos electorales y postelectorales. Sin embargo, para informaciones del día a día no es recomendable puesto que no existe ningún centro de impacto visual¹⁷.
- c) Diseño por abrazo: se caracteriza por tener varios titulares multicolumnares y los textos se colocan en forma de L o L invertida. Por este motivo es un diseño que lleno de los que los diseñadores llaman ‘patas’ que consiste en informaciones que se incrustan unas dentro de otras.
- d) Diseño circo: es aquel en el que no hay jerarquía en los contenidos y suele haber varias fotos que compiten entre sí para captar la atención del lector. Este tipo de diseño se caracteriza por el cambio habitual de tipografía que llama al caos y se aleja del orden propio de los informativos. Es por esto por lo que es un diseño muy característico de las publicaciones sensacionalistas.

El diseño periodístico debe basarse en respetar los hechos, desde un punto de vista visual. “Afirmando el valor del diseño periodístico en el proceso de comunicación, éste debe utilizarse de manera honesta para ayudar al lector a encontrar la verdad”

¹⁷ El Centro de Impacto Visual es el punto dentro de la página que hace que el lector se sienta atraído por él y que servirá como inicio del camino de lectura marcado por el diseñador.

(Martínez-Fresneda, 2007: 184). Y no se utiliza de manera honesta si no se cumplen unas determinadas reglas esenciales que Jesús Zorrilla establece en ‘Introducción al diseño periodístico’:

- Toda página debe tener un titular dominante que se coloque en la parte superior de la página, y su cuerpo y extensión debe ser proporcional a la importancia de la información a la que precede.
- La mejor forma de componer los textos de forma funcional es su distribución en forma de ‘U’, de ‘U invertida’ o de ‘L’. En cualquiera de estos tres casos el camino de lectura no se interrumpe en ningún momento. En el caso de que la masa de texto sea muy extensa es preferible presentarla de manera horizontal a vertical.
- Para evitar que la información se convierta en una gran masa de texto es necesario utilizar blancos y ladillos que aligeren su lectura y proporcionen un descanso al ojo. No es conveniente, sin embargo, abusar de ellos ya que pueden interferir en la lectura y derivar en la incompreensión del texto.
- Todas las páginas deben incluir al menos una fotografía. Cuando hay dos o más dentro de la misma página es obligatorio que una –generalmente suele ser la que acompaña a la información principal- destaque sobre las demás. Además es muy conveniente separarlas de los bloques publicitarios ya que pierden magnetismo.
- Los anuncios deben agruparse en un solo bloque con el objetivo de permitir una mejor distribución del texto dentro de las páginas. Además deben colocarse a pie de página con el objetivo de no restar importancia a las informaciones.

Por su parte, la portada es el elemento más importante de todo el periódico puesto que es la carta de presentación del mismo. Su diseño hará que el lector se sienta atraído por ella y compre el periódico o todo lo contrario. Por ello su estructura y diseño rompe con los esquemas y las normas utilizadas para las páginas interiores

“La cara externa de los periódicos se ha adecuado a las necesidades de la sociedad actual. Diagramación más atractiva, aumento de cuerpos e interlíneas, fotografías de mayor tamaño y espectacularidad, despieces, color, infografías y hasta un lenguaje periodístico más conciso, que propicia dos tipos de lecturas: una rápida para lectores con prisa y otra en profundidad para quienes demandan una información más analítica. Son periódicos concebidos no solo para ser leídos, sino también para ser vistos; diarios en los que los lectores son simultáneamente espectadores” (Álvarez Marcos, 1999:124).

Antes que nada hay que saber si es una portada cartel o cartelera¹⁸. Dependiendo de cuál de ellas sea la utilizada se dará primacía a una única información con algunas reseñas sobre otras noticias de interés, o se hará una exposición general de los temas más importantes del día.

La parte más importante de la portada -al igual que en las páginas interiores- es la superior. En esa zona se colocará el titular o titulares más importantes a un tamaño muy superior al resto junto con la foto predominante. La parte inferior se distribuirá de diferente forma dependiendo del método de visualización que quiera conseguir el diseñador. Así, elegirá una estructura circular (en el sentido de las agujas del reloj) que comenzará por la zona superior izquierda, continuará por la superior derecha, inferior derecha y finalizará con la inferior izquierda. O por el contrario una estructura tipo zeta que comenzará por la parte superior izquierda, continuará por la superior derecha, inferior izquierda y finalizará con la inferior derecha.

4.4 Caso concreto de *El Norte de Castilla*

Aunque la evolución en el diseño del decano se ha producido desde comienzos del siglo XX gracias a las nuevas técnicas y a la aparición del concepto ‘diseño periodístico’, este capítulo del Trabajo Fin de Grado se va a centrar en los cambios más relevantes que ha sufrido el periódico en las últimas décadas.

Para ello se va a tomar como referencia los días 31 de diciembre de 1977 y el 3 de enero de 1978. Estas dos fechas son clave en el periódico puesto que, tal y como explica José Antonio Istúriz¹⁹, en ellas se produjo el cambio de formato sábana –también llamado asabanado que consta de 7 columnas- a formato tabloide –con 6 columnas-. El salto de dos días que se produce entre estas dos fechas comenta Istúriz que es debido a que el día 1 de enero no había periódico ya que en Nochevieja no se trabaja, y el día 2 de enero era lunes y en aquella época los diarios eran sustituidos por la ‘Hoja del lunes’.

Tras este cambio en el formato del diario a finales de los setenta, la nueva década dio tres momentos clave al diseño del periódico:

¹⁸ La portada tipo cartel es aquella que tiene una gran foto con noticia, aperturas y sumario. Por el contrario, en la portada cartelera lo más importante de las secciones del periódico aparece en primera página.

¹⁹ Jefe de la sección de diseño de El Norte de Castilla.

- El 29 de noviembre de 1983 se produjo la modificación de la tipografía en los titulares de manera que se pasó a utilizar tipos con serif –remate que tienen las letras al final de sus rasgos (Castillo, 2009)- en vez de tipos de palo seco –no tienen remates y sus rasgos tienen casi siempre el mismo grosor- (Kane, 2005). “Esto hizo que se modificara considerablemente el aspecto de la portada” (Istúriz, 2015).
- El 1 de mayo de 1984 la centenaria cabecera se amplió coincidiendo con el inicio de la impresión en offset y pasó a ocupar el ancho total de la primera página. El formato se redujo y se adoptó la maqueta de 5 columnas.
- El 3 de febrero de 1987 Ricardo Bermejo llevó a cabo el rediseño “más relevante” del diario según el actual jefe de diseño del periódico. Con él el diario adoptó los presupuestos del diseño modular que *El País* introdujo en la prensa española en el año 1976.

El rediseño de Bermejo de 1987 fue trascendental. En una entrevista que concedió al decano para su especial 150 aniversario²⁰ Bermejo explicaba los cambios que se introdujeron en el nuevo diseño:

“Se buscó trocear la información para que la gente la pudiera digerir mejor y para eso había destacados, sueltos, sumarios, entradillas y otros elementos para facilitar la lectura y así captar a un lector que se estaba perdiendo. [...] Se hizo la modulación de la publicidad, que hasta entonces se contrataba por milímetros. Las columnas que fueran, pero la altura por milímetros. Se hizo una ordenación del espacio por módulos, con lo que era más fácil maquetar y contratar la publicidad, y también facilitaba la producción y el cierre, que es la pelea continua de los periódicos. [...] Se incorporan elementos tipográficos pero también se incorporan más blancos, se oxigena en general, se ordena, se facilita la producción porque se premaqueta, que antes no se hacía, y luego se introducen estos elementos para hacer el troceamiento de la información. La infografía, la fotografía, la tipografía o la ilustración ayudan a hacer la información más visible.” (2006: 205).

Una de las modificaciones más importantes que trajo consigo el rediseño y en lo que coinciden tanto Bermejo como Istúriz fue el cambio en la tipografía que se estableció con la letra Franklin Gothic de palo seco para titulares, subtítulos, etc., y la Times New Roman con ‘serif’ para el texto, los titulares de opinión, etc.

²⁰ Especial 150 aniversario de *El Norte de Castilla*, 2006; pp. 205

En 1994 *El Norte* pasa a formar parte del Grupo Correo (posteriormente Vocento) y el cambio más visible que se produjo apareció por primera vez el 1 de agosto de 1994, cuando la cabecera apareció 'subrayada' por un filete rojo. Esto se hizo con todas las cabeceras que adquiriría el grupo –*ABC, El Correo, El Diario Montañés, El Comercio,* etc.-. Ese filete rojo era algo así como una imagen corporativa, puesto que cada diario seguía teniendo su propio diseño, y así las portadas de los diarios se unificaban un poco.

Otra transformación importante se produjo entre junio y julio de 1994 cuando la foto de primera página apareció en color. Esta novedad no se produjo de un día para otro sino que fue progresiva ya que tal y como comenta Istúriz “aún en junio había días que todavía aparecía en blanco y negro” (2015).

Ya entrados en el siglo XXI, el 11 de marzo de 2001 el diario incluyó un suplemento que explica ‘*El Norte* del nuevo siglo’. “Fue un cambio muy profundo (secciones, 'arrevistamiento', etc.) que lógicamente tuvo su reflejo en el diseño. La letra de palo seco que aparece en titulares y demás es la Cívica. Por aquel entonces ya había una tendencia a unificar el diseño y las tipografías de los diarios regionales” (Istúriz, 2015).

A medida que avanza el siglo se van añadiendo nuevas transformaciones que en estos años tienen que ver con la unificación de criterios entre los distintos diarios del grupo. Así el 3 de enero de 2006 hubo un nuevo cambio de diseño, esta vez ya completamente unificado el resto de regionales de Vocento –exceptuando *ABC* que al ser nacional seguía otro criterio-. Lo que caracterizó durante todo ese año a *El Norte* es que la portada incluyó el logo del 150 aniversario del periódico.

Finalmente, el 27 de noviembre de 2009 llega el último rediseño para todos los regionales del grupo. Istúriz explica que “aunque se hayan ido cambiando cosas, en lo sustancial es el diseño que puede verse hoy en *El Norte*. La letra de titulares es la Guardian, la de texto la Brioni y en cosas más pequeñas se emplea también la Gotham – es de palo seco-. En portada es bastante evidente el cambio del friso –ahora es de color rojo- que sustituye al filete y el gris ha pasado a convertirse en el color complementario” (2015).

Tabla 2. Resumen de los principales cambios en el diseño de El Norte desde 1978

Fecha	Cambios
3 enero 1978	Adopción del formato tabloide a 6 columnas
29 noviembre 1983	Nueva tipografía de palo seco en titulares
1 mayo 1984	La cabecera pasa a ocupar el ancho de página Maqueta a 5 columnas
3 febrero 1987	Introducción de: sumarios, destacados Mayor importancia a infografías, fotografías, ilustraciones y tipografías Letra Franklin Gothic para titulares Letra Times New Roman para texto
Junio – julio 1994	Fotos de portada en color
1 agosto 1994	Se añade un filete rojo a la cabecera
3 enero 2006	Unificación de diseño con los diarios del grupo Vocento
27 noviembre 2009	Se cambia el filete de la cabecera por un friso rojo Letra Guardian para titulares Letra Brioni para texto

Fuente: elaboración propia a partir de los datos aportados por José Antonio Istúriz, jefe de la sección de diseño de El Norte de Castilla.

5. EVOLUCIÓN DEL DISEÑO DE *EL NORTE DE CASTILLA* A TRAVÉS DE SUS PORTADAS

El estudio empírico que presenta este Trabajo Fin de Grado es un análisis de contenido cualitativo y cuantitativo que según Piñuel (2002) permite elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones en que se han producido los textos, o en este caso, los diseños de las páginas del periódico. Para que este análisis sea posible se han seleccionado 17 portadas del periódico, cada una correspondiente a las 17 décadas de vida del periódico y relacionadas con un momento histórico de especial relevancia en España. Sobre ellas se va a aplicar la tabla de análisis desarrollada en el apartado 1.3.3 de la metodología (Anexo 1) que tiene en cuenta los elementos más importantes del diseño de portadas.

Antes de comenzar con dicho análisis es conveniente aclarar lo que supone en el diseño de las portadas haber escogido momentos clave en la historia.

En primer lugar, y tras haber hecho una visualización general de 51 portadas, hay que destacar que las correspondientes a una fecha histórica suelen tener un diseño diferente a las convencionales. Aunque siguen el mismo patrón (retícula, columnado, cabecera, etc.) tienen una maquetación especial en la que se da mayor importancia al acontecimiento en cuestión. Por un lado, puede considerarse una posible limitación ya que se trata de portadas especiales, pero por otro, se considera que no distorsiona los resultados porque igualmente permite ver los hitos más relevantes en la evolución del diseño. Además, de este análisis se ha obtenido una información relevante por lo que, finalmente, la elección de estas portadas aporta valores añadidos o positivos:

- Permite ver composiciones gráficas que no son habituales en las portadas de los periódicos pero que siguen las normas del diseño planteadas por los teóricos y las propias normas de estilo del diario.
- Permite conocer, gracias a esa necesidad de resaltar de forma evidente un tema sobre el resto, las tendencias del diseño en cada periodo seleccionado que no se podrían apreciar en el resto de portadas.
- Permite apreciar de una forma más clara la directa relación entre el diseño y el contenido de las informaciones que se presentan.
- Permite conocer, analizar y difundir portadas históricas.

En segundo lugar hay algunos elementos secundarios en el diseño de primeras páginas (frisos –son noticias sin texto, y alguno con una pequeña foto que se encuentran en un módulo situado en la parte superior de la portada justo debajo de la cabecera-) que desaparecen para que se puedan potenciar otros más importantes como los titulares o las fotografías. En este caso, aunque el análisis es exclusivo de las portadas seleccionadas, se hará una mención especial de aquellos elementos que no aparecen en la analizada pero sí en el resto de primeras páginas de ese periodo mediante una revisión general de las portadas que permite realizar una lectura secundaria de los datos.

5.1 Análisis de resultados

Para poder apreciar la evolución que ha tenido el diseño en *El Norte de Castilla*, lo primero que se va a hacer es presentar los resultados obtenidos en cada una de las 17 portadas analizadas. Esto permitirá conocer la evolución individual de cada elemento gráfico de la portada y servirá para obtener unas conclusiones globales sobre los cambios experimentados.

El orden de análisis de los elementos de portada se presentará de mayor a menor. Es decir, se analizarán primero aquellos elementos que afecten a una mayor parte de la portada y después aquellos que lo hagan de forma secundaria pero que, igualmente, se consideran relevantes en las técnicas del diseño. De este modo la estructura que se sigue es la siguiente: disposición de la página, retícula, noticias, titulares, fotografía, color, rótulo e índice.

5.1.1 Disposición de las páginas

En las 17 portadas analizadas se encuentran dos tipos de disposición:

- Portadas completas en las que la retícula –estructura de las páginas de un periódico que estandariza las dimensiones físicas de la publicación- ocupa el total de la página y las columnas se inician en la parte superior y terminan en la inferior.
- Portadas partidas que utilizan dos retículas móviles en la misma página, lo que hace que quede dividida en dos partes diferenciadas.

Imagen 1: Portada ENC 12/02/1873



Fuente: El Norte de Castilla

Imagen 2: Portada ENC 28/07/1909



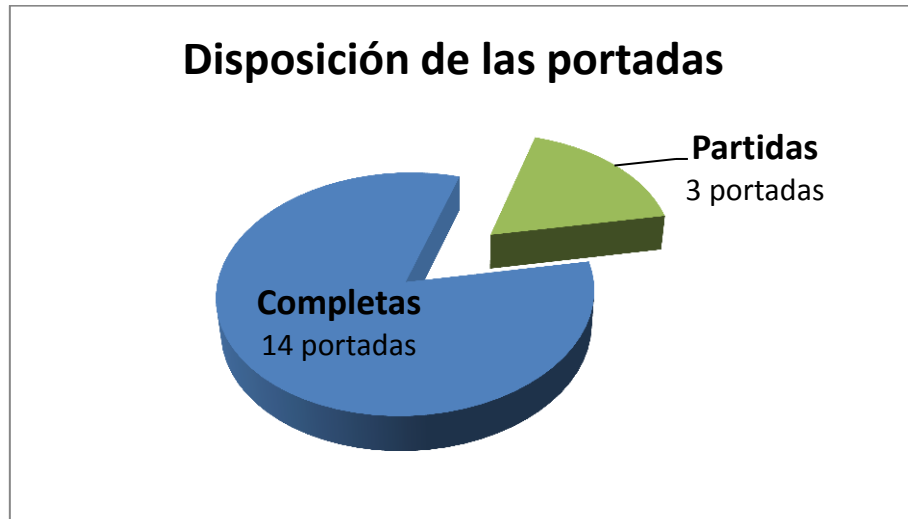
Fuente: El Norte de Castilla

La mayoría de las portadas analizadas (14 portadas) ha tenido una disposición de la página completa. Sin embargo ha habido tres décadas, 1860, 1870 y 1880, que estaban dispuestas en dos partes. De esta manera se establecen tres periodos bien diferenciados en base a la disposición de las portadas:

- En la década de 1850 se acababa de crear el periódico y se tomaban los rasgos básicos de diseño de otras publicaciones nacionales y extranjeras
- Las décadas de 1860, 1870 y 1880 tienen una portada dividida en dos partes:
 - la superior tiene en ambas décadas una división a 5 columnas y los temas que se tratan en ella son meramente informativos.
 - la inferior está dividida en 3 columnas las décadas de 1860 y 1870 pero en la década de 1880 aparece dividida en 2 columnas. Son los denominados 'folletines', escritos insertados en la parte inferior de las portadas, que trataban materias ajenas a la actualidad; como ensayos o novelas (DRAE, 2015).

- Desde la década de 1890 hasta la de 2010 se retoma la disposición de página completa en la que las informaciones pasan a ocupar casi la totalidad de la mancha.

Gráfico 1: Disposición de las portadas de *ENC* (1854-2015)



Fuente: elaboración propia

5.1.2 Columnado

Las columnas son aquellos bloques de texto colocados en disposición vertical que tienen una altura fija y única y que aparecen separados entre sí por un espacio en blanco denominado calle o por unas líneas verticales denominadas corondeles. La división de la página en un mayor o menor número de columnas hará que tengan una anchura más grande o más pequeña, algo que facilitará o dificultará la legibilidad de las informaciones.

El análisis realizado sobre el columnado evidencia que los cambios que ha habido a lo largo de los años (se han producido hasta cinco variaciones desde que se creó el periódico) presentan una estabilidad de al menos una década.

Así se puede ver una diferencia notable entre la primera portada (de 1859) y la duodécima (de 1969) que se pueden tomar como ejemplo de los dos extremos de columnado que encontramos en las portadas de El Norte de Castilla. En la primera se encuentra una división a 4 columnas mientras que en la segunda se opta por una división a 7. El principal cambio de columnado se debe a la introducción del formato sábana que, debido a una anchura más grande, permitía una división de la página en un

mayor número de columnas, lo que hacía que se pudieran incluir más informaciones y titulares más anchos.

Imagen 3: Portada ENC 30/10/1959 con estructura a 4 columnas



Imagen 4: Portada ENC 08/05/1945 con estructura a 7 columnas



Fuente: *El Norte de Castilla*

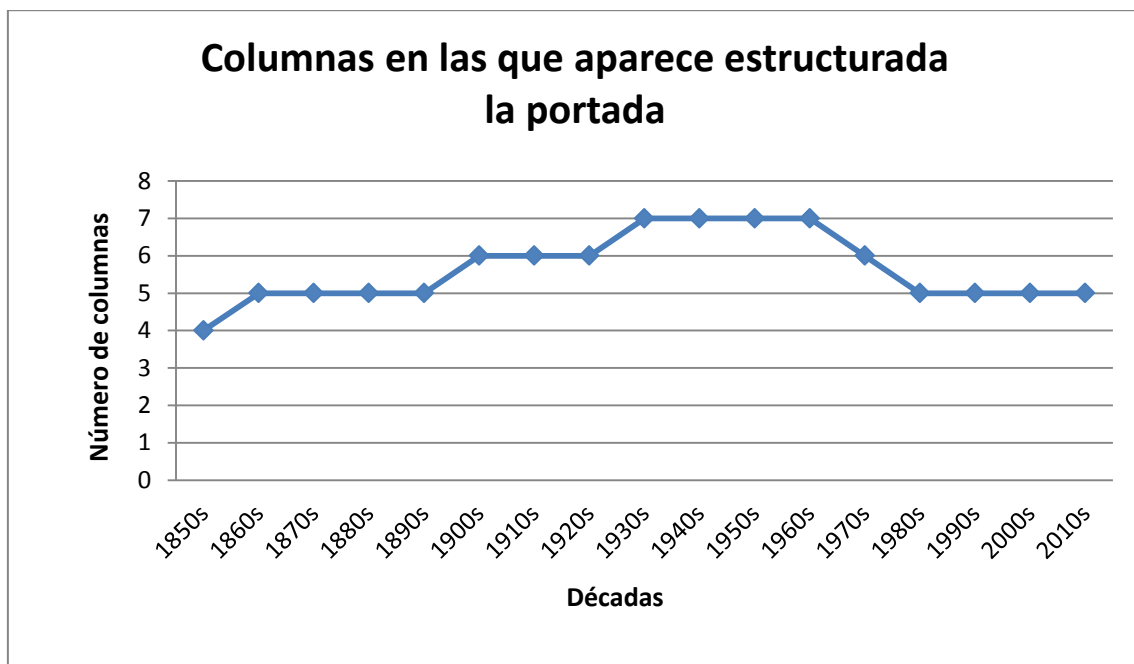
Fuente: *El Norte de Castilla*

Para mostrar de manera más clara esta evolución se han agrupado las portadas por periodos que son coincidentes con el uso del diferente columnado. Así se observa que el uso del número de columnas evoluciona de la siguiente manera:

- 4 columnas: característico de la década de 1850. Su uso permitía que hubiese más masa de texto. Al haber un número reducido de columnas, la anchura de las mismas era mayor. Esto suponía un problema de legibilidad ya que el contener líneas más largas dificultaba que el ojo encuentre el principio de la línea siguiente.
- 5 columnas: en el periodo comprendido entre 1860 y 1890 (ambas décadas inclusive). Se caracterizó por la ya mencionada división de la página en dos partes que contaban en la parte superior con una estructura a 5 columnas y que se mantuvo en la década de 1890 cuando esa división de la portada se eliminó.

- 6 columnas: entre 1900 y 1920 (ambas décadas incluidas) se aumentó el número de columnas a 6.
- 7 columnas: es característico de las portadas analizadas en el periodo comprendido entre 1930 y 1960 (ambas décadas incluidas). El aumento en el número se debió principalmente al formato sábana que se estaba empleando y que suponía un mayor tamaño en las páginas. Si bien antes se ha hecho referencia a que un número reducido de columnas afecta negativamente a la legibilidad, hay que tener en cuenta que un elevado número también tiene un efecto negativo en la misma. Esto es debido a que las líneas demasiado cortas obligan al ojo a una vuelta atrás más rápida, lo que rompe el barrido visual.
- En la década de 1970 se redujo el número de columnas a 6 tras el cambio de formato del periódico, que pasó de sábana a tabloide.
- La década de 1980 se reestablecieron las 5 columnas que se mantienen hasta la actualidad.

Gráfico 2: Número de columnas en que aparece estructurada la portada de *ENC* (1854-2015)



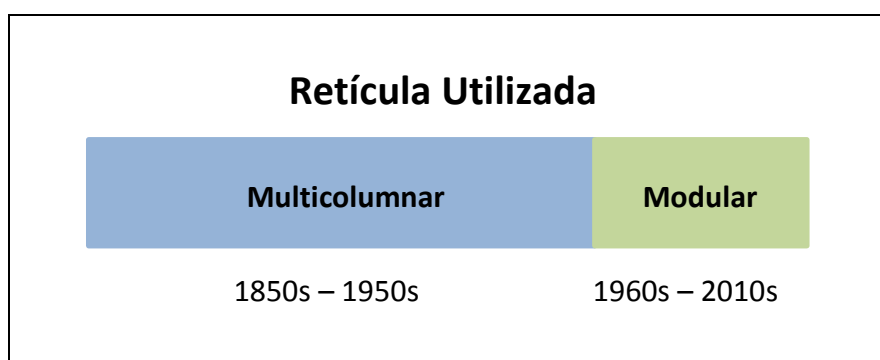
Fuente: elaboración propia

5.1.3 Retícula

Aunque los autores establecen tres tipos de retículas en el diseño periodístico (móvil – aquella con un número de columnas fijo y concreto a la que se le añade una columna más de blanco que se puede mover entre las otras columnas-, multicolumnar -se parte de una unidad columnar que se repite y puede dar lugar a formatos de cinco, de seis o de cuatro columnas de la misma anchura- y modular - permite la jerarquización de contenidos mediante el uso de las distintas columnas y módulos-), el análisis de las portadas indica que sólo dos de ellos han sido utilizados para las portadas de *El Norte de Castilla*: el multicolumnar y el modular. Además se pueden apreciar claramente los dos periodos en que se ha utilizado cada uno de ellos.

En un principio, desde la creación del diario (1854) se utilizaba la retícula multicolumnar que permitía estructurar la página a partir de la repetición de columnas de la misma anchura. Esta estructura se utilizó entre las décadas de 1850 y 1950.

Gráfico 3: Tipo de retícula utilizada en las portadas de ENC (1854-2015)



Fuente: elaboración propia

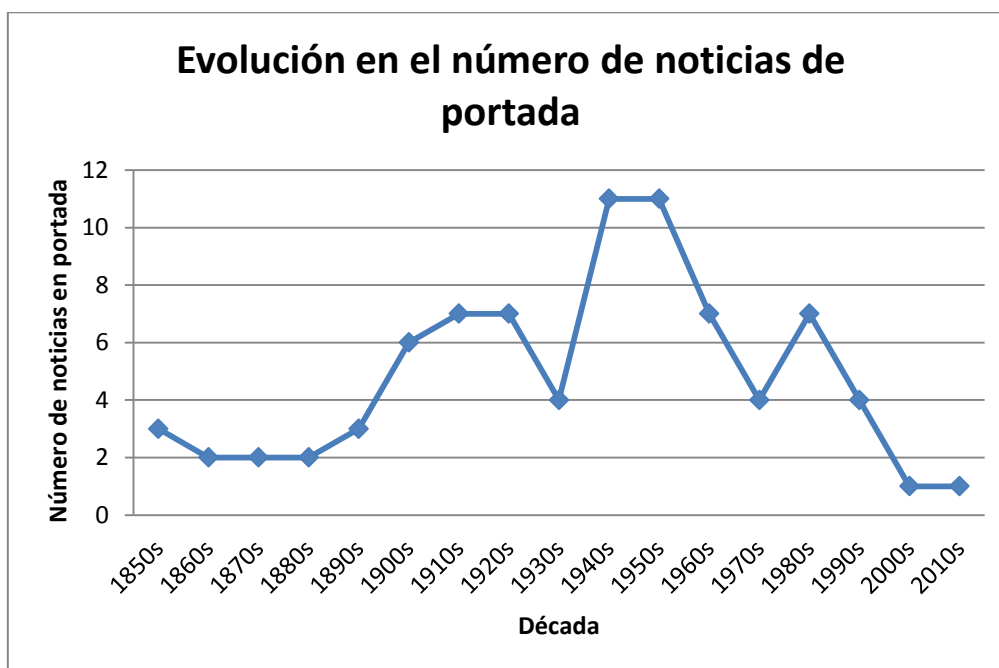
Es a partir de la década de 1960 cuando las noticias se empiezan a estructurar en bloques cuadrados o rectangulares, cuando se empieza a utilizar sistemáticamente la retícula modular que aporta orden, claridad y continuidad. Este tipo de retícula no se termina de perfeccionar hasta la década de 1980 cuando se produce el rediseño del periódico. Por tanto el periodo de 1960s – 2010s es el que introduce y perfecciona la retícula modular.

5.1.4 Noticias

Las noticias son cada una de las piezas informativas que se exponen acerca de un hecho o suceso reciente y que se divulgan en los medios de comunicación. Haber escogido las portadas correspondientes a fechas de acontecimientos que han generado un cambio histórico en España supone que, en la mayoría de los casos, las noticias que aparecen en la portada son prácticamente monográficas. Por este motivo puede surgir la duda de si son informaciones recogidas dentro de una misma noticia o por el contrario noticias diferentes y por tanto individuales. A pesar de ello aparecen bien identificadas y por lo general, separadas por filetes que facilitan su reconocimiento. Suelen ser artículos diferentes, con diferentes géneros periodísticos y sus propios diseños o maquetación, aunque se refieran a la misma noticia.

La evolución que siguen las noticias se puede explicar en dos periodos bien diferenciados.

Gráfico 4: Evolución en el número de noticias de la portada de *ENC* (1854-2015)



Fuente: elaboración propia

En primer lugar y como se aprecia en el gráfico anterior, las cinco primeras décadas (1850, 1860, 1870, 1880 y 1890) se diferencian notablemente del resto porque tienen entre 2 y 3 noticias en la portada. Como ya se ha dicho en apartados anteriores, *El Norte de Castilla* optó por utilizar en sus portadas grandes masas de texto debido,

principalmente, al reducido número de páginas de la publicación. Por este motivo ya desde la primera página se comenzaban a desarrollar las noticias del día. Además es necesario añadir que estas noticias solían ir separadas por una pequeña línea (que no llegaba a ser filete) pero en ningún caso destacaba una sobre el resto.

En segundo lugar se produce un salto a partir de la década de 1900 y continúa hasta la actualidad. El cambio de formato y el aumento en el número de páginas del diario ha hecho que aumente considerablemente el número de noticias en la portada. De esta forma se puede distinguir un segundo periodo comprendido entre 1900 y 2000 que se caracteriza por incluir un gran número de noticias en la primera página (que oscila entre 4 y 11 dentro de la misma portada). Todas ellas aparecen separadas por filetes de modo que la vista general de la página transmite mayor sensación de claridad. En este periodo se empiezan a publicar unas noticias sobre otras utilizando el espacio que ocupan en la portada, el tamaño de sus titulares o las fotografías que les acompañan.

Imagen 5: Portada ENC 30/10/1859 con 3 noticias en portada

Imagen 6: Portada ENC 11/11/1989 con 7 noticias en portada



Fuente: El Norte de Castilla



Fuente: El Norte de Castilla

Dentro de este análisis existen dos excepciones, que son las relativas a las dos últimas décadas de historia del periódico (2000 y 2010). La primera corresponde al atentado del 11 marzo en Madrid donde el diario dedica toda la portada a este suceso incluyendo una fotografía de gran tamaño y dos titulares sobre el tema. La segunda excepción corresponde a la portada sobre la coronación de Felipe VI como Rey de España. En ella el periódico también ha optado por dedicar la portada exclusivamente a esta noticia incluyendo una foto que ocupa la totalidad de la página y un gran titular. Después de ver otras portadas de esta década se puede decir que estos dos casos han sido únicos ya que el periódico sigue el mismo patrón a la hora de colocar el número de noticias en portada en las últimas décadas. Sin embargo, son de especial interés estos dos casos puesto que muestran el nivel de importancia de la noticia y las tendencias que sigue el diseño en cada época.

5.1.5 Titulares

Los titulares constituyen el principal elemento de una información y sirven para centrar la atención del lector e imponerle de su contenido.

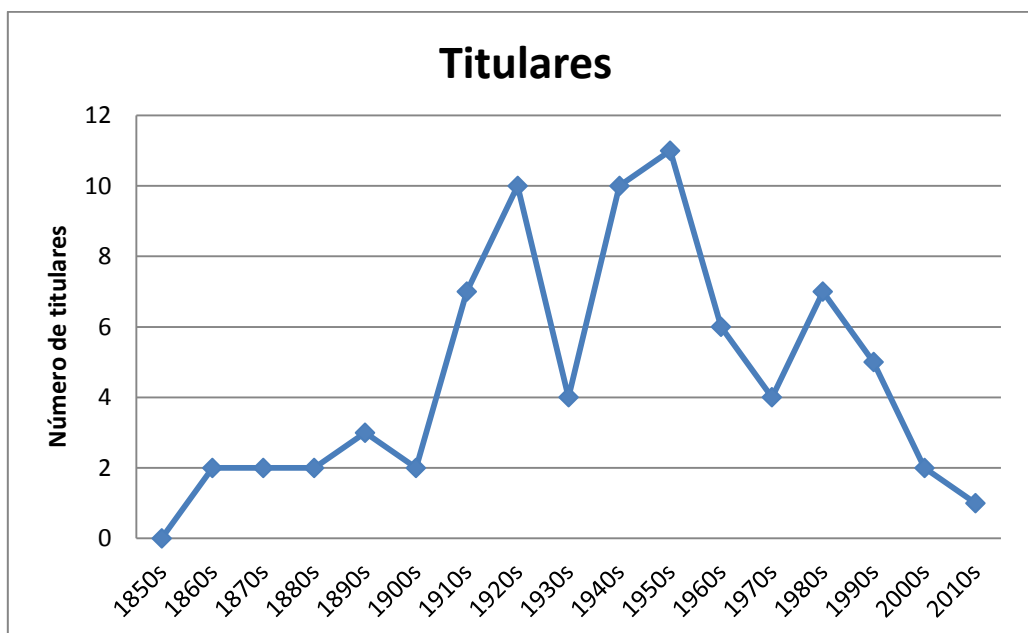
Hay que tener en cuenta que dado que las portadas escogidas corresponden a acontecimientos históricos muy importantes o inusuales se observa que:

- Por lo general, al centrarse en un único acontecimiento suele haber un menor número de titulares en portada.
- Es más común que las primeras páginas utilicen un tipo de titular menos convencional que las del resto de días (ancho de página, varias líneas, subrayado, etc.).

No obstante su análisis nos permite apreciar los distintos periodos en función de las dos variables anteriores.

Por lo que respecta al número de titulares en portada se diferencian tres periodos.

Gráfico 5: Número de titulares en las portadas de *ENC* (1854-2015)



Fuente: elaboración propia

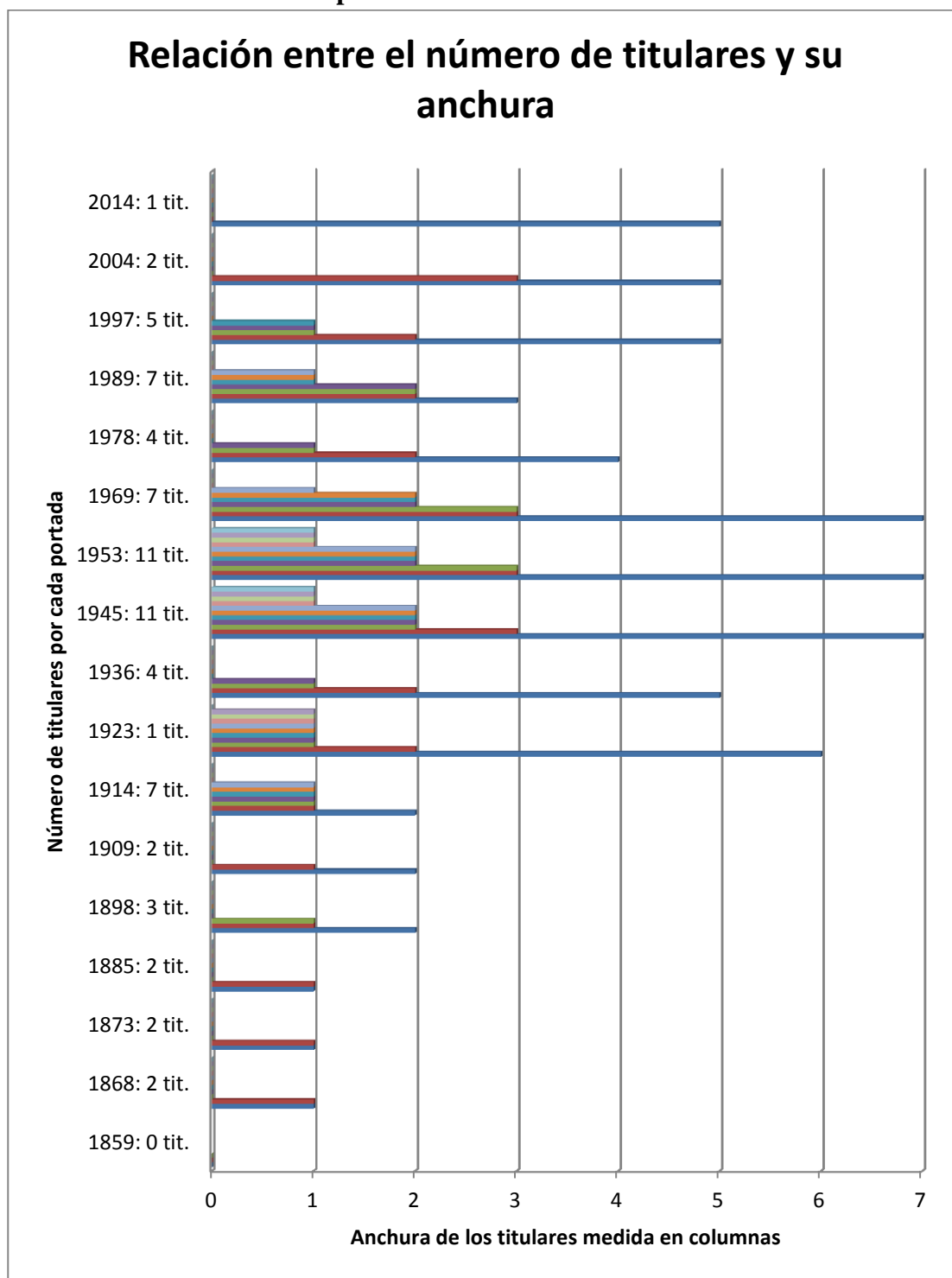
- Desde la década de 1850 hasta la década de 1900, se presentan unas portadas con mucha masa de texto y apenas titulares. En la primera década se opta por no incluir titulares en portada, es decir, se incluían las noticias completas y sin división de ningún tipo. Las siguientes, hasta llegar a 1900 incorporaban de dos a tres titulares de pequeño tamaño pero que permitían diferenciar las informaciones presentadas en portada.
- Desde la década de 1910 y hasta la década de 1970 se empieza a introducir un mayor número de titulares que varía desde 4 a 11 en una misma portada. En las primeras páginas con mayor número de titulares solía destacar uno de gran tamaño referido a la noticia principal del día. En este periodo se pudo aumentar el número de titulares debido al formato sábana que tenía un tamaño mayor y permitía incluir más contenido en las portadas.
- Desde la década de 1980 hasta la década de 2010 disminuye el número de titulares que varía 1 a 6 en una misma portada. Esta reducción se debe a dos motivos: por un lado se cambia el formato del periódico a tabloide, lo que reduce el espacio de las informaciones y por otro se aumenta el número de páginas del periódico, lo que supone que la mayoría de las informaciones se

presentan en las páginas interiores y en la portada se destacan muy pocos hechos pero de especial relevancia.

Atendiendo al segundo criterio (tamaño de los titulares) se pueden hacer dos divisiones:

- Desde la década de 1850 hasta la década 1880 los escasos titulares que hay en este periodo tienen el mismo tamaño, lo que supone que no hay ninguna noticia que destaque sobre el resto.
- Desde 1880 hasta la década de 1910 aumenta el número de titulares y con ello se empieza a optar porque uno de ellos estaque sobre el resto. En estas décadas el titular principal destaca por tener una anchura de solo una columna más que el resto sin que en ningún caso llegue a ocupar el ancho de página. Dentro de este periodo también se puede incluir la portada analizada en la década de 1980 que sigue este mismo patrón.
- Desde 1920 hasta la década de 2010 las portadas analizadas se caracterizan por mantener esa tendencia en la que un titular resalta sobre el resto, pero en estos casos ese titular pasa a ocupar el ancho de página –cada uno varía dependiendo del número de columnas en que aparezca dividida la portada- y el resto de un tamaño menor que suele variar entre el ancho de una columna y de tres.

Gráfico 6. Relación entre el número de titulares y su anchura en las portadas seleccionadas de *ENC*



Fuente: elaboración propia

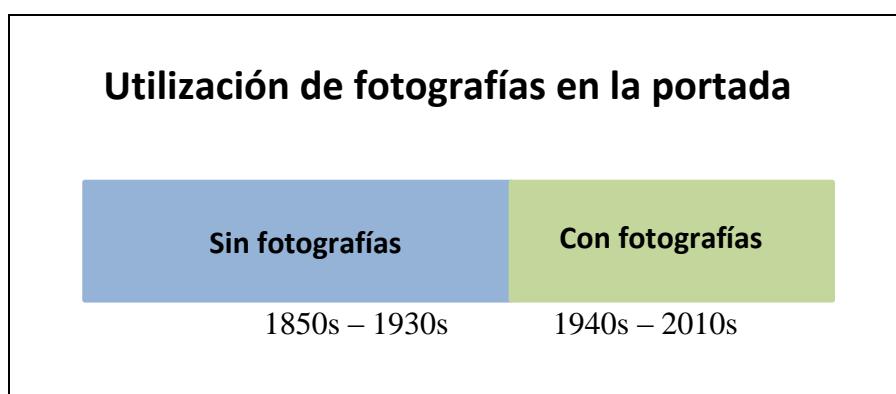
5.1.6 Fotografías

Según Mario García (1984) una fotografía debe seleccionarse atendiendo a su oportunidad, su impacto, sus posibilidades de diseño y su calidad. A veces la función de la fotografía en la página no es informativa sino meramente ilustrativa. Sin embargo, en

las portadas siempre se utilizan imágenes informativas que sean capaces de transmitir al lector una información sin necesidad de ser leída.

La fotografía, al igual que el color ha sido uno de los elementos que más ha tardado en introducirse en la prensa y por ello en las portadas pudiéndose distinguir claramente dos periodos: aquellos años en los que aún no había fotografías en portada y aquellos en los que aparecen.

Gráfico 7: Utilización de fotografías en las portadas de *ENC* (1854-2015)



Fuente: elaboración propia

- Desde la década de 1850 hasta la década de 1930 las portadas carecían de imágenes por lo que tenían que comunicar de manera visual exclusivamente con elementos de texto (titulares, subtítulos, noticias, caricaturas, retratos) de modo que la variación de su tamaño y su disposición hicieran más dinámica la portada y atrajeran al lector.
- Desde la década de 1940 hasta la década de 2010 se empezaron a utilizar las fotografías para acompañar a las noticias de portada. Aunque las imágenes empezaron a utilizarse en algunos periódicos españoles (y no de forma continua) a comienzos del s.XX no es hasta la década de 1940 cuando *El Norte de Castilla* comienza a incluirlas en sus páginas. A partir de esta década es cuando se empieza a perfeccionar la técnica y su inserción en las páginas suponía menos coste que anteriormente. Dentro de este periodo se puede ver cómo ha variado el uso que se hace de estas fotografías.
 - En un primer momento, que se podría establecer desde la década de 1940 hasta la década de 1970, las portadas contenían un mayor número de imágenes (nunca más de 4) cuya función era exclusivamente de apoyo a las informaciones narradas. En muy pocos casos se incluían como

elemento informativo en sí, y de hecho no se observa en las portadas analizadas

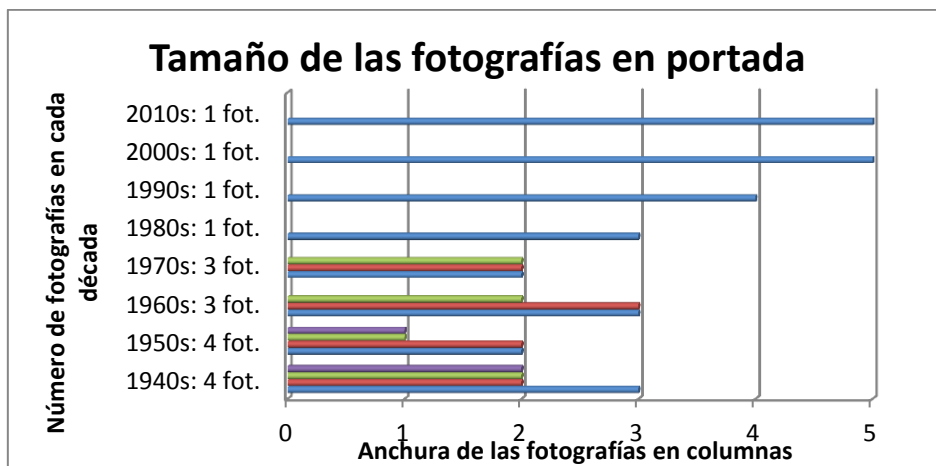
- Pero desde la década de 1950 hasta la década de 2010, la fotografía pasa de ser un elemento de apoyo a convertirse en un elemento cuya función informativa es similar a la que puede tener el texto aunque el número de imágenes siga siendo menor. Dentro de esta etapa el color no se utilizó en las fotografías hasta la década de 1990 cuando se empezó a incluir en distintos elementos de las portadas, con lo que se conseguía atraer la atención del lector.

Por otro, se pueden distinguir también distintos periodos en función del tamaño de las fotografías utilizadas.

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico (Gráfico 7), en las primeras décadas el número de fotografías era mayor pero su tamaño era pequeño.

- Desde la década de 1940 hasta la de 1970, el tamaño variaba entre un ancho de una columna y el de tres. Hay que tener en cuenta que el número de columnas en que estaba dividida la retícula (7 y 6) suponía que su tamaño era más reducido que el que se presenta en años posteriores.
- Desde la década de 1980 hasta la década de 2010 se reduce el número de fotografías a una y estas empiezan a tener más importancia, lo que se traduce en un mayor tamaño, de 3 a 5 columnas. Es de especial interés la fotografía de la última portada analizada (década de 2010) porque tiene una anchura de 5 columnas, pero a diferencia de la anterior (la correspondiente a la década de 2000) esta ocupa la totalidad de la página, incluido el espacio dedicado a la cabecera. Lo que sucede con esta primera página es que es un claro ejemplo de portada cartel. Con ella el periódico pretende centrar la atención del lector en esa única noticia y más concretamente en esa única fotografía, que tiene una potencia informativa superior a la que pueden tener los textos, y que resume de manera perfecta el hecho en sí.

Gráfico 8: Tamaño de las fotografías en las portadas de *ENC* (1940-2015)



Fuente: elaboración propia

5.1.7 Color

El color en prensa, en realidad, es una cuatricromía. Se utiliza la separación de colores, que consiste en descomponer la imagen en tres colores básicos (cian, magenta y amarillo), que combinados pueden reproducir cualquier tono del espectro cromático. Por lo general a estos tres colores se le añade el negro, lo que llevaría a la cuatricromía.

Al igual que sucede con otros elementos del diseño, el color ha hecho que la muestra de portadas se divida en dos grupos bien diferenciados: aquellas cuyos elementos de portada aparecen en blanco y negro, y las que cuentan con elementos a color.

Imagen 11: Portada *ENC* 28/08/1953 sin empleo de color



Fuente: *El Norte de Castilla*

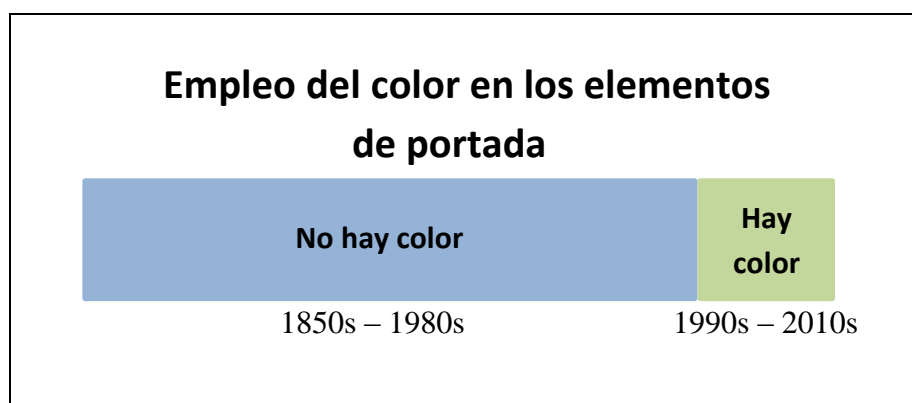
Imagen 12: Portada *ENC* 13/07/1997 con empleo de color



Fuente: *El Norte de Castilla*

De este modo el punto de evolución se encuentra en la década de 1990 cuando *El Norte de Castilla* introduce por primera vez el color en las fotografías de portada e incluye un filete rojo justo debajo de la cabecera como nueva seña de identidad del periódico. Se introduce en los años 90 ya que en los últimos años de la década anterior fue cuando se empezó a utilizar el color en algunos elementos de los diarios gracias a la cuatricromía - cuatro planchas de offset, que reciben tinta negra, cian, amarilla y magenta cuya combinación permite reproducir cualquier gama de colores-. A partir de este momento, tal y como explica Armentia (2011) el color empieza a desempeñar un papel importante, no solo en las fotografías, sino también como elemento señalético. Por tanto, todas las portadas anteriores a esta fecha (1850s-1980s) se presentan en blanco y negro y las posteriores a la misma (1990s-2010s) incluyen elementos a color.

Gráfico 9: Empleo del color en los elementos de portada de ENC (1854-2015)



Fuente: elaboración propia



5.1.8 Cabecera

La cabecera es el primer elemento que se ve de un periódico. Según Arnold, es el “rótulo y marca de fábrica de un periódico” (1965: 71). Para Pedro Pérez Cuadrado y Laura González Díez las cabeceras de los periódicos “superan el valor textual implícito y se acercan más a un logotipo que configura una imagen de marca del propio medio con un valor consolidado” (2014:36).

La cabecera incluye la mancheta y el rótulo, sin embargo, no se ha podido hacer un análisis de la mancheta puesto que *El Norte de Castilla* la ubica en las páginas interiores de opinión. El rótulo, por su parte, es el nombre del periódico y se encuentra dentro del

conjunto de elementos que conforman la cabecera. Se ha querido hacer un análisis más profundo de esta parte que del resto de elementos de la cabecera para ver cómo ha evolucionado en cuanto a tipografía y tamaño. Por lo que respecta a la tipografía:

Tabla 3: Tipos de rótulos de El Norte (1854-2015)

Desde la década de 1850 hasta la década de 1870		En estas décadas se utilizó una tipografía romana antigua caracterizada por tener diferente grosor en sus rasgos y un remate triangular.
Desde la década de 1880 hasta la década de 2010		En estas décadas se adopta la tipografía de estilo gótico que con el paso de los años se ha convertido en seña de identidad del rótulo del periódico.

Fuente: elaboración propia

El hecho de que en los 160 años de historia del periódico solo haya habido dos tipografías diferentes en el rótulo, demuestra que este es uno de los elementos más conservadores. Sin embargo, la marca que se ha creado con el uso de letras góticas durante 130 años, permite que sea reconocido con facilidad.

En cuanto a su tamaño, el rótulo ha ido variando con los cambios de formato y columnado.

- a. En las cuatro primeras décadas (1850-1880) el rótulo ocupa **el ancho de página**. Esto supone que no hay blancos a los lados del rótulo y los datos relativos al periódico (fundación, número de ejemplar, año de publicación, etc.) aparecían justo debajo de la misma y no al lado como ocurre en los años posteriores.
- b. En las cinco siguientes décadas (1890-1930) su anchura pasó a ocupar **4 columnas**. Pero dado que el tamaño de las columnas no es el mismo en cada década, la anchura de cada rótulo es diferente:
 - En 1898 el rótulo ocupa 4 columnas de las 5 en que está dividida la portada. Al aparecer centrado tiene dos espacios laterales pequeños por lo que el tamaño es

grande y llamativo. El espacio sobrante a los laterales del rótulo se emplea para especificar el número de ejemplar, el año de publicación y datos relativos a la suscripción.

Imagen 7: Cabecera de ENC 04/07/1898 a 4 columnas en retícula a 5 columnas



Fuente: *El Norte de Castilla*

- Desde la década de 1900 hasta la de 1920 el rótulo ocupa un ancho de 4 columnas de las 6 en las que aparece dividida la portada. Esto supone un tamaño menor al que se había empleado con anterioridad y permitía dos blancos de una columna de ancho a cada lateral.

Imagen 8: Cabecera de ENC 28/07/1909 a 4 columnas en retícula a 6 columnas



Fuente: *El Norte de Castilla*

- Por otra parte, la década de 1930 mantiene el tamaño a 4 columnas pero sobre una división de la portada a 7, lo que hace que el tamaño sea inferior.

Imagen 9: Cabecera de ENC 04/07/1898 a 4 columnas en retícula a 7 columnas



Fuente: *El Norte de Castilla*

En las cuatro décadas siguientes (desde 1940 hasta 1970) es cuando se establece el rótulo más pequeño que ha tenido el periódico en toda su historia, con un ancho de 3 columnas:

- Fue más notable ese pequeño tamaño en las décadas de 1940, 1950 y 1960. En esos años la portada aparecía dividida en 7 columnas. No solo su anchura era reducida, sino que para mantener un tamaño proporcional su altura también lo era, lo que hacía que en ocasiones hubiera titulares más grandes que el propio rótulo.

Imagen 10: Cabecera de ENC 08/05/1945 a 4 columnas en retícula a 7 columnas



Fuente: *El Norte de Castilla*

- La década de 1970, última de este periodo, establece una anchura de 3 columnas sobre las 6 en las que aparece dividida la portada. Por tanto, el rótulo ocupa la mitad de la página (un poco más que en las tres décadas anteriores) y comienza a tener más importancia.
- c. Por último, y tras el rediseño llevado a cabo por Bermejo, en las décadas de 1980, 1990, 2000 y 2010 el rótulo pasa a ocupar cuatro columnas y deja de estar situado en el centro de la página para alinearse a la izquierda con el texto de la portada. De este modo se deja un espacio en blanco de una columna de ancho que se utiliza para poner la ciudad, el número de ejemplar, el precio y la fecha.

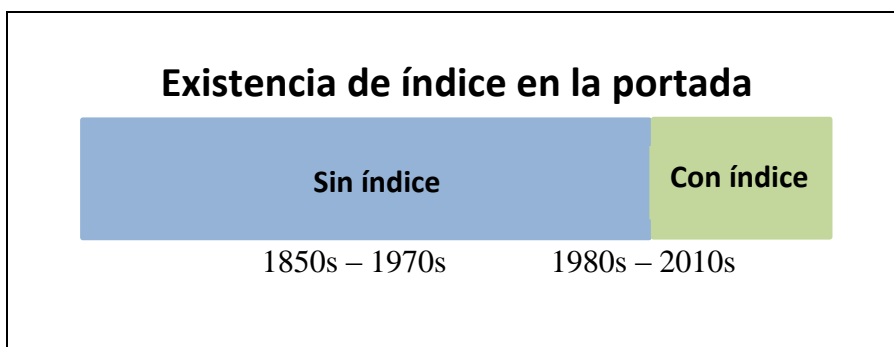
Con esta evolución se comprueba que el tamaño del rótulo juega un papel importante en cuanto al concepto de marca que se tiene sobre el periódico. Los primeros años de existencia era necesario un rótulo grande que llamara la atención al lector y que facilitara su memorización. Cuando esto ya estaba conseguido se optó por darle menor importancia en detrimento de otorgar un mayor espacio a las informaciones. Finalmente, la necesidad de crear una marca sólida frente a los numerosos competidores que aparecían en el ámbito de las publicaciones en papel hizo que se volviera a tender a aumentar el tamaño del rótulo.

5.1.9 Índice

El índice es la estructura que va siempre en la portada del periódico y que está formada por un conjunto de llamadas –que coinciden con los nombres de las secciones del periódico en el caso de los índices- que orientan al lector sobre los contenidos más relevantes de las páginas interiores.

De las 17 portadas analizadas doce de ellas aparecen sin índice. Solo a partir de la década de los 80 empieza a incluirse el índice en la portada. De este modo se puede hacer una división en dos periodos:

Gráfico 10: Existencia de índice en las portadas de *ENC* (1854-2015)



Fuente: elaboración propia

- Desde la década de 1850 hasta la década de 1970 las portadas aparecen sin índice. La carencia de un elemento que facilite el desplazamiento por el periódico se explica por dos motivos:
 - En las primeras portadas el periódico contaba con un número muy escaso de hojas y las noticias aparecían desarrolladas ya desde la portada y continuaban en las páginas interiores.
 - Cuando aumentó el número páginas del periódico se empezó a indicar, al lado de cada uno de los resúmenes que aparecían en portada, el número de página en la que aparecía desarrollado cada artículo en las páginas interiores.
- A partir de la década de 1980 el índice aparece en la portada de El Norte a raíz del rediseño llevado a cabo por Bermejo en 1987. Se mantiene hasta la actualidad y cumple las reglas establecidas por el diseño modular. Lo que intenta es guiar al lector por las páginas del periódico de manera que en él se incluyen los nombres de las secciones junto al número de página en que se encuentran.

6. CONCLUSIONES

El marco teórico utilizado y el trabajo de campo realizado en este Trabajo Fin de Grado permiten confirmar que se ha cumplido el objetivo de conocer cómo ha ido cambiando el diseño de la cabecera, el columnado, retícula, titulares, número de noticias, fotografías, color e índice de las portadas para así saber cómo ha evolucionado el lenguaje visual de *El Norte de Castilla* desde su nacimiento en 1854.

A partir de las hipótesis planteadas se establecen las siguientes conclusiones que ratifican las dos hipótesis principales de partida de esta investigación:

Hipótesis 1: La evolución del diseño de *El Norte de Castilla* ha estado condicionada por el contexto económico, los cambios de propiedad, la evolución tecnológica y el desarrollo del diseño periodístico como disciplina. VALIDADA

El primer elemento de influencia es el contexto económico del diario. La política unida a la economía han sido, en algunos momentos, determinantes a la hora de establecer el formato del diario. Así ocurre por ejemplo en la época de guerra (1936-1939) donde, ante la escasez de papel, se utilizaba una menor cantidad de hojas y a un tamaño de letra más pequeño, que hacía que hubiera muchos menos elementos del diseño en portada.

El segundo elemento de influencia son los cambios en la propiedad del diario. Estos supusieron en la mayoría de los casos, cambios en la maquinaria y renovación de rotativas, lo que trajo consigo nuevas formas de producir el periódico y por tanto nuevas formas de diseñarlo. A partir de 1992 la incorporación del diario al grupo Vocento ha supuesto una clara evolución en el diseño, que se ha unificado con el del resto de diarios del grupo.

El tercer elemento de influencia son los cambios tecnológicos que se han ido introduciendo en la prensa. Así, la incorporación de la esterotipia (1870) y la linotipia (1884) permitieron que las portadas se diseñaran como una página completa gracias al uso de planchas y no de tipos como se había hecho hasta entonces. La utilización de rotativas (desde comienzos del siglo XX) hizo que se pudieran imprimir las páginas del periódico a doble cara. Esto optimizaba el espacio y permitía que la portada estuviera dedicada a presentar de forma breve las informaciones principales del día, dejando que estas se desarrollaran en las páginas interiores –todo lo contrario a lo que había ocurrido en los años anteriores-. La introducción del método de fotocomposición (1970) supuso

un cambio a la hora de diseñar las portadas y no solo eso, sino que se convirtió en la puerta de entrada de nuevos elementos gráficos como las infografías. Pero sin duda el cambio más sustancial que se ha dado en cuanto a diseño se ha producido gracias a la aparición de los ordenadores (1991) y los programas especializados en maquetación, que han permitido agilizar el proceso, probar nuevas técnicas y crear nuevos estilos que diferencian a unos periódicos de otros.

El cuarto elemento de influencia es el desarrollo de la propia disciplina del diseño periodístico a partir de la década de 1960. Los cambios que se han ido produciendo gracias a ello han sido incuestionables:

- Se han creado e introducido en portada (a partir del rediseño llevado a cabo por Bermejo en 1987) elementos que no se habían visto hasta esa fecha como frisos, sumarios, índices o recuadros con el objetivo de dinamizar su lectura de modo que de un solo vistazo la información llegue al lector
- Las distintas teorías han permitido llegar a la conclusión de que el diseño modular es el idóneo para estructurar los periódicos puesto que da una mayor sensación de orden y equilibrio.
- Los estudios sobre diseño y comunicación han determinado el recorrido que sigue el ojo en la lectura de las páginas del periódico y permiten saber que la parte superior de la portada es la que atrae la primera mirada del lector.

Hipótesis 2: La evolución del diseño de *El Norte de Castilla* ha dependido de los diferentes cambios exógenos en los elementos gráficos que lo componen.

VALIDADA

El trabajo de campo realizado teniendo en cuenta los elementos más importantes del diseño de la portada del periódico (retícula, columnado, titulares, noticias, fotografías, color, cabecera e índice) ha demostrado que las desapariciones, incorporaciones y modificaciones de los mismos han permitido apreciar una evolución en el diseño, por lo que queda confirmado que se establecen dos etapas principales en el diseño de *ENC* confirmadas a través de la validación de las subhipótesis:

Subhipótesis 1: La primera mitad del siglo XX ha supuesto un cambio radical en el diseño de El Norte de Castilla respecto a 1800 (con un nuevo tamaño, columnado, mayor número de titulares y tipografía de la cabecera). VALIDADA

La modificación en el tamaño de la portada y, por consiguiente, el aumento del número de columnas, es el aspecto más relevante que diferencia a *El Norte* de la primera mitad de siglo XX con el anterior. Este cambio determina directamente las transformaciones en algunos de los elementos como columnado y número de noticias y titulares.

Durante los primeros años de vida, *El Norte* se caracteriza por tener un tamaño más pequeño de lo normal y un número reducido de páginas que hace que la portada esté dividida en 4 columnas. Esto supone la existencia de escasos titulares (1 o 2) y de tamaño muy pequeño (una columna de ancho). Sin embargo, como bien se ha demostrado con el trabajo de campo, la primera mitad del siglo XX supuso un cambio radical, aunque progresivo, en el diseño de las portadas del diario que se caracterizó por:

- Cambios en el número de columnas, que pasa de 4 a 7 con motivo del aumento del tamaño de las páginas. Esto permite reducir la extensión de las noticias en portada y aumentar el número de informaciones.
- La retícula se mantiene inalterable y el diseño multicolumnar es el que impera tanto en el siglo XIX como en la primera mitad del siglo XX. Por ello, la estructura de la página es más irregular.
- Se empieza a introducir la fotografía a finales de esta primera mitad de siglo (1945). En los primeros años tras su incorporación, el número de imágenes en portada es elevado aunque nunca supera las 4 y se utilizan principalmente como elemento complementario a las informaciones.

A partir de este momento se empieza a ver cómo el diseño se convierte en un elemento más del criterio periodístico. Al empezar a apostar por el número de columnas, tamaño de titular o las fotos, el periódico está editorializando, es decir, está diciendo cuál es el tema más relevante.

Subhipótesis 2: El mayor cambio de diseño en *ENC* se produce a partir de la segunda mitad del siglo XX motivado por la aparición del diseño modular, la fotografía y el color. VALIDADA

La revolución del diseño viene dada a raíz de la implantación del diseño modular como método básico de estructuración de las páginas. Gracias a ello la portada aparece equilibrada, de modo que las informaciones que se presentan se pueden identificar y leer de manera más clara y ordenada. Esto supone una serie de cambios:

- Una reducción en el número de noticias que aparecen (varía entre 3 y 7) y en algunos casos, ya entrados en el siglo XXI, una única información pasa a ocupar la totalidad de la página.
- Una reducción en el número de titulares, en los que uno destaca sobre el resto y que siempre hace referencia al acontecimiento más importante del día.
- La imposición de la fotografía sobre el resto de elementos del diseño. Aunque reduce su número en portada sí aumenta su tamaño ya que pasa a ser un elemento informativo por sí mismo.
- La introducción del color en los diarios no afecta solo a las fotografías, sino también a otros elementos como faldones, filetes e incluso índice. Así pasa a convertirse en un elemento señalético que empieza a formar parte de lo que es la ‘marca’ del periódico.

En definitiva, el diseño en *El Norte de Castilla* ha estado marcado por las dos etapas expuestas anteriormente debido a los cambios realizados a mediados del siglo XX. Ha sido un periódico capaz de aprovechar desde sus inicios las oportunidades que se le presentaban respecto a la evolución del diseño o maquetación. En los años siguientes a su creación siguió las referencias de los periódicos nacionales y una vez consolidado supo utilizar los avances tecnológicos y los conocimientos teóricos adecuados para desarrollar un diseño moderno y atractivo para el lector.

Este trabajo finaliza aquí teniendo en cuenta las propias limitaciones encontradas en el desarrollo de la investigación que pasan por una escasa documentación debida a los escasos estudios sobre *El Norte de Castilla*, y la limitación de la propia muestra acotada para desarrollar el análisis cuantitativo. Sin embargo, puede considerarse que estas limitaciones no invalidan los resultados y que constituye un punto de partida para iniciar una línea de investigación futura que aborde en profundidad cada uno de los elementos del diseño y tenga en cuenta no solo las portadas del diario sino también las páginas interiores para poder extraer unas conclusiones definitivas sobre cada variable que permitan profundizar en la evolución del diseño e historia de *El Norte de Castilla*.

7. BIBLIOGRAFÍA

- ALBERTOS, J.L. (1983). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre
- ALMUIÑA, C., PÉREZ, P. & MARTÍN, R. (1994). *Tres modelos de prensa en Valladolid*. Valladolid: Ateneo
- ALMUIÑA, C. (1987). “La prensa regional y local en la Comunidad Autónoma de Castilla y León”. En Instituto de Estudios Almerienses (coord.), *La prensa española durante el siglo XIX*, pp. 13-18. Almería: Diputación de Almería.
- ALMUIÑA, C. & MARTÍN, R. (2006).”La prensa vallisoletana”. En Fundación para las artes en Castilla y León (coord.), *La prensa diaria en Castilla y León (1856-2006)*, pp.251-262. Valladolid: Junta de Castilla y León.
- ALONSO, N. (1955). *Miscelánea Vallisoletana*. Valladolid: Miñón.
- ALTABELLA, J. (1966). *El Norte de Castilla, en su marco periodístico (1854-1965)*. Madrid: Editora Nacional
- ÁLVAREZ, J. (1999). *Tecnologías para la información periodística*. Sevilla: Mad.
- ARMENTIA, J.I. (2011). *Factores que determinan el diseño de la prensa diaria* [archivo PDF]. Barcelona: Portal de la Comunicación InCom-UAB. Recuperado de: http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=7 Consultado el 4 de mayo de 2015.
- ARNOLD, E. (1965). *Tipografía y diagramado para periódicos*. Nueva York: Mergenthaler Linotype Company.
- ARNOLD, E. (1969) *Modern Newspaper Design*. Nueva York: Harper and Row.
- ANDRÉS, A. (2014). *El Cambio de contenidos en los medios regionales: el caso de El Norte de Castilla*. Trabajo Fin de Grado inédito. Universidad de Valladolid. Valladolid.
- CANGA, J. (1994). *El diseño periodístico en prensa diaria*. Madrid: Bosh Casa Editorial Comunicación.
- CANO, J.A. (2006). “Evolución en las técnicas de impresión”. En VVAA, *La prensa diaria en Castilla y León (1856-2006)*, pp. 17-23. Valladolid. Junta de Castilla y León.
- CEA, N. (2014). “Estudio evolutivo del diseño periodístico en Internet: la edición digital de El País (1996-2013)”. En ZER (edit.), *Revista de Estudios de Comunicación*, 37, pp. 137-155. Bilbao: UPV/EHU. Recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer37-08-cea.pdf>. Consultado el 29 de abril de 2015.

- CONTRERAS, F.R.. & SAN NICOLÁS, C. (2001). *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Madrid: Blur Ediciones.
- EVANS, H. (1984): *Diseño y compaginación de la prensa diaria*. Barcelona: Gustavo Gili.
- GARCÍA, M. (1984). *Diseño y remodelación de periódicos*. Navarra: EUNSA
- GONZÁLEZ, L. & PÉREZ, P. (2014): *La cabecera como signo de identidad del producto periódico: una aproximación teórico-práctica a los rótulos de la prensa diaria española en 2013*. Icono 14, volumen (12), pp. 31-62.
- INTROL.es. Recuperado de: <http://www.introl.es/medios-controlados/> Consultado el 4 de mayo de 2015.
- KANE, J. (2012). *Manual de tipografía (2ª edición)*. Barcelona: Gustavo Gili.
- LALLANA, F. (2000). *Tipografía y diseño*. Madrid: Síntesis.
- LÓPEZ, R. (2011). “Elementos generales de diagramación”. En E. González (coord.), *La diagramación del periódico, Proyecto Mediascopio Prensa*. España: Ministerio de Educación, pp. 12-18.
- EL PAÍS (2002). *Manual de estilo del diario El País de España*. Recuperado de: <http://blogs.elpais.com/files/manual-de-estilo-de-el-pa%C3%ADs.pdf> Consultado el 27 de junio de 2015.
- MARTÍNEZ, G. (2009). *Presentaciones Digitales y Comunicación Interactiva*. México. Recuperado de: <http://clasificaciontipografica.blogspot.com.es/2009/01/serif.html> Consultado el 2 de junio de 2015.
- MARTÍNEZ-FRESNEDA, H. (2007). *El diseño periodístico, clave en la lectura crítica de la prensa*. Madrid. Universidad Francisco de Vitoria, pp. 179-184.
- MARTÍN, V. (2008). “Sociedad de masas, medios de comunicación y opinión pública”. En G. Capellán (edit.), *Una prensa para la democracia: El Norte de Castilla durante los primeros años de la transición española*, pp. 317-335. La Rioja: Instituto de Estudios Riojanos.
- PÉREZ, P. & GONZÁLEZ, L. (2001). *Principios básicos sobre Diseño Periodístico*. Madrid: Universitas
- PIÑUEL, J.L. (2002). “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido”. *Estudios de Sociolingüística* 3 (1), pp. 1-42
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.ª ed.). Recuperado de: <http://www.rae.es/>
- SÁNCHEZ, J.F (1989). *Miguel Delibes, periodista*. Barcelona: Ediciones Destino.

WIMMER, R.D. & DOMINIK, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una Introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

ZORRILLA, J. (1997). *Introducción al diseño periodístico*. España: EUNSA

8. HEMEROGRAFÍA

AGUIAR, J. (1 de diciembre de 2006). “El grupo tácito”. En *El Norte de Castilla* (edit.), *150 aniversario de El Norte de Castilla*. 1. Recuperado de:

<http://canales.elnortedecastilla.es/150aniversario2/especial/1967empresa.html>

Consultado el 19 de noviembre de 2014.

CABALLERO, N. (1 de diciembre de 2006a). “Le Figaro”. En *El Norte de Castilla* (edit.), *150 aniversario de El Norte de Castilla*. 1. Recuperado de:

<http://canales.elnortedecastilla.es/150aniversario2/especial/1877empresa.html>

Consultado el 11 de noviembre de 2014.

- (1 de diciembre de 2006b). “Reformas”. En *El Norte de Castilla* (edit.), *150 aniversario de El Norte de Castilla*. 1. Recuperado de:

<http://canales.elnortedecastilla.es/150aniversario2/especial/1957empresa.html>

Consultado 10 de diciembre de 2014.

- (1 de diciembre de 2006c). “Sociedad anónima”. En *El Norte de Castilla* (edit.), *150 aniversario de El Norte de Castilla*. 1. Recuperado de:

<http://canales.elnortedecastilla.es/150aniversario2/especial/1897empresa.html>

Consultado el 12 de noviembre de 2014.

El Norte de Castilla (1/12/2006). “El primer objetivo era mantenerse como líder”. En *El Norte de Castilla* (edit.), *150 aniversario de El Norte de Castilla*, 1, pp. 250-251. Valladolid: El Norte de Castilla.

GARCÍA ENCINAS, A. (1 de diciembre de 2006a). “En frío”. En *El Norte de Castilla* (edit.), *150 aniversario de El Norte de Castilla*. 1. Recuperado de:

<http://canales.elnortedecastilla.es/150aniversario2/especial/1977tecnica.html>

Consultado el 10 de diciembre de 2014.

- (1 de diciembre de 2006b). “La rotativa”. En *El Norte de Castilla* (edit.), *150 aniversario de El Norte de Castilla*. 1. Recuperado de:

<http://canales.elnortedecastilla.es/150aniversario2/especial/1907tecnica.html>

Consultado el 13 de diciembre de 2014.

- (1 de diciembre de 2006c). “La WIFAG”. En *El Norte de Castilla* (edit.), *150 aniversario de El Norte de Castilla*. 1. Recuperado de:

<http://canales.elnortedecastilla.es/150aniversario2/especial/1957tecnica.html>

Consultado el 15 de diciembre de 2014.

- (1 de diciembre de 2006d). “Los ITEK”. En El Norte de Castilla (edit.), *150 aniversario de El Norte de Castilla*. 1. Recuperado de:

<http://canales.elnortedecastilla.es/150aniversario2/especial/1987tecnica.html>

Consultado el 17 de diciembre de 2014.

VELA, V. (29/06/2014). “Un día en El Norte, séptima parte”. En El Norte de Castilla (edit.), *160 años (1854-2014) Crónica de lo nuestro*, 1, pp. 132-149. Valladolid: El Norte de Castilla.

9. ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 1. Tabla de análisis de los elementos de diseño en portada	14
Tabla 2. Resumen de los principales cambios en el diseño de El Norte desde 1978	44
Tabla 3: Tipos de rótulos de <i>El Norte</i> (1854-2015).....	62
Gráfico 1: Disposición de las portadas de ENC (1854-2015)	48
Gráfico 2: Número de columnas en que aparece estructurada la portada de ENC (1854-2015).....	50
Gráfico 3: Tipo de retícula utilizada en las portadas de ENC (1854-2015)	51
Gráfico 4: Evolución en el número de noticias de la portada de ENC (1854-2015).....	52
Gráfico 5: Número de titulares en las portadas de ENC (1854-2015).....	55
Gráfico 6: Relación entre el número de titulares y su anchura en las portadas seleccionadas de ENC.....	57
Gráfico 7: Utilización de fotografías en las portadas de ENC (1854-2015)	58
Gráfico 8: Tamaño de las fotografías en las portadas de ENC (1940-2015).....	60
Gráfico 9: Existencia de índice en las portadas de ENC (1854-2015)	61
Gráfico 10: Empleo del color en los elementos de portada de ENC (1854-2015)	66

10. ANEXOS

10.1 Anexo 1: Tabla de análisis de los elementos de diseño de la portada de *El Norte de Castilla*.

		P. 1	P. 2	P. X	P. 17
Fecha		30/10/1859	20/09/1868	XX/XX/XXXX	20/06/2014
Completa/Partida					
Columnas	Número				
Retícula	Modular				
	Multicolumnar				
	Móvil				
Titulares	Número				
	Anchura (en columnas)				
Noticias	Número				
	Separación				
	Destaca una				
Fotografía	Sí/No				
	Número				
	Anchura				
	Color Sí/No				
Rótulo	Tipografía				
	Tamaño (en columnas)				
Índice	Si/No				
Color	Si/ No				

Fuente: elaboración propia

10.2 Anexo 2: Ejemplo de tabla de análisis de elementos de portada aplicada a 4 portadas de *El Norte de Castilla*.

		P. 9	P. 10	P. 11	P. 12
Fecha		19/07/1936	08/05/1945	28/08/1953	22/07/1969
Completa/Partida		completa	completa	completa	completa
Columnas	Nº	7	7	7	7
Retícula	Modular				X
	Multicolumnar	X	X	X	
	Móvil				
Titulares	Número	4	11	11	7
	Anchura [en columnas (c)]	5 2 1 1	1→7c 1→3c 5→2c 4→1c	1→7c 2→3c 4→2c 4→1c	1→7c 2→3c 3→2c 1→1c
Noticias	Número	4	11	11	7
	Separación	SI	SI	SI	SI
	Destaca una	SI	SI (por el titular)	SI (por extensión)	SI (por extensión, titular y foto)
Fotografía	Si/No	NO	SI	SI	SI
	Número		4	4	3
	Anchura [en columnas (c)]		3 2 2 2	2 2 1 1	3 3 2
	Color Si/No		NO	NO	NO
Rótulo	Tipografía	Gótica	Gótica	Gótica	Gótica
	Tamaño [en columnas (c)]	4 col. + 1/2	3 col.	3 col.	3 col.
Índice	Si/No	NO	NO	NO	NO
Color	Si/ No	NO	NO	NO	NO

Fuente: elaboración propia