



Universidad de Valladolid

CURSO 2016-2017

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**EL ADVENIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES. CAMBIOS
EN EL PERIODISMO ESCRITO. EL CASO NÓOS EN DOS
DIARIOS: EL MUNDO Y EL PAIS**

Alumno: Juan González Arnáiz

Tutora: Margarita Crespo Antón

Convocatoria: Julio 2017

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

EL ADVENIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES. CAMBIOS EN EL PERIODISMO ESCRITO. EL CASO NÓOS DOS DIARIOS: EL MUNDO Y EL PAIS

AUTOR

Juan González Arnáiz

TUTORA

Margarita Crespo Antón

RESUMEN

El presente trabajo de investigación surge con la iniciativa de querer demostrar cómo las redes sociales influyen de manera directa en los medios escritos (*El País* y *El Mundo*) y cómo éstos medios periodísticos han modificado su manera de transmitir la información al público. Dicho trabajo se centra en el estudio de dos periódicos nacionales como son *El País* y *El Mundo* y del cambio producido en ambos periódicos.

La investigación indaga en la historia del periodismo hasta el momento clave de la llegada de la información en la red. Analizando las características propias del periodismo tradicional y del nuevo periodismo en la red a fin de realizar una comparativa eficaz entre las dos formas de informar.

Para observar con mayor exactitud estos cambios seguiremos, y compararemos en los dos diarios que estudiamos, una noticia periodística de gran magnitud en la sociedad española en los últimos años, el *caso Nóos*.

PALABRAS CLAVE

Periodismo en la red, redes sociales, Internet, El País, El Mundo, Caso Nóos

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

THE ADVENT OF THE SOCIAL NETWORKS. CHANGES IN THE PRINT JOURNALISM. THE 'CASO NÓOS' IN TWO NEWSPAPERS: EL MUNDO AND EL PAÍS

AUTHOR

Juan González Arnáiz

TUTOR

Margarita Crespo Antón

ABSTRACT

The present work of investigation is born with the initiative to want demonstrate how the social networks influence in a direct way in printed media (El País and El Mundo) and how these media have modify his way of broadcast the information to the public. The above mentioned work focuses on the study of two national newspapers that are El País and El Mundo, and the change produced in both newspapers.

The investigation analyzes in the history of the journalism until the key moment of the arrival of information in the network. Analyzing the own characteristics of the traditional journalism and the new journalism in the network in order to realize the comparative effective between both ways of reporting.

To observe with major accuracy these changes we will continue, and will compare in both diaries that we study, a journalistic news of great magnitude in the Spanish society in the last years, the 'Caso Nóos'.

KEYWORDS

Journalism in the net, social networks, Internet, El País, El Mundo, Caso Nóos

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	4
1.1	PLAN DE TRABAJO	4
1.1.1.	JUSTIFICACIÓN.....	4
1.1.2.	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	5
1.1.3.	OBJETIVOS.....	6
1.1.4.	HIPÓTESIS	7
2.	METODOLOGÍA	7
2.2.	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	9
3.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	10
3.1.	HISTORIA DEL PERIODISMO HASTA LA ERA DIGITAL	10
3.2.	CARACTERÍSTICAS DE LA PRENSA DIGITAL FRENTE A LA ESCRITA.....	20
3.3.	PERIÓDICOS EN LA RED, PERIÓDICOS DIGITALES	23
3.4.	PERIODISMO CIUDADANO, BLOGS O BITÁCORAS.....	25
3.5.	REDES SOCIALES	29
3.	ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	38
4.1.	ENCUESTAS CIS	38
4.2.	ENCUESTA PROPIA.....	40
4.3.	Análisis del diario impreso El País y el Caso Nóos	46
4.4.	Análisis del diario impreso El Mundo y el Caso Nóos	49
4.5.	Análisis del diario digital El País y el Caso Nóos.....	51
4.6.	Análisis del diario digital El Mundo y el Caso Nóos	53
4.7.	Análisis del Caso Nóos en las redes sociales (El Mundo y El País)	54
4.8.	Comparativa entre El Mundo y El País del Caso Nóos en sus diarios y redes sociales	55
5.	CONCLUSIONES	56
6.	BIBLIOGRAFÍA, WEBGRAFÍA.....	59
7.	ANEXOS.....	63

1. INTRODUCCIÓN

1.1 PLAN DE TRABAJO

1.1.1. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día el periodismo está constantemente en evolución ofreciéndonos nuevas posibilidades de comunicación y de información. Con la ayuda de la tecnología, el periodismo llega con mayor rapidez al lector, lo que provoca la duda de que dicha información sea eficaz. Pues, con la llegada de las redes sociales, actualmente, cualquiera puede servir información en Internet sin necesidad de ser un profesional del periodismo. Surgiendo así la idea del llamado “periodismo ciudadano”.

Ante este nuevo suceso, el periodista y los medios de comunicación deben ofrecer nuevas formas de hacer periodismo para que se diferencie de la información emitida por los “comunicadores ciudadanos” (como así lo denominan algunos autores) y poder recuperar la credibilidad informativa, siendo los medios la fuente más importante en propagar la información, aunque haya otras vías de informarse.

Sin duda, el lector desea que la información sea ofrecida lo antes posible y que en ningún caso exista duda alguna sobre la veracidad de dicha noticia. Sin embargo, la demanda de rapidez en las informaciones por parte del público plantea el problema de que el periodista tenga el tiempo suficiente de contrastar las fuentes necesarias para ofrecer una información veraz.

Por ello, en esta investigación se pretende analizar a través de qué medios, el público consume la información y en qué medida es necesario la intervención de nuevas formas de hacer periodismo en la red para que los medios impresos tradicionales puedan subsistir y seguir adelante en esta nueva era tecnológica.

La motivación para realizar este estudio son los cambios que se están produciendo en el periodismo español y mundial ante la llegada de las nuevas formas de comunicación en red.

La presencia de las redes sociales para informarse y posteriormente poder formarse una opinión de lo que acontece en el mundo está siendo cada vez más latente en la sociedad. Por ello, consideramos oportuno sacar a la luz la influencia que las redes sociales tienen sobre la ciudadanía y más importante aún, para el periodismo.

Algunos autores consideran que la figura del periodista se ve amenazada ante los llamados “periodistas ciudadanos” y su capacidad de informar con veracidad a través de las redes sociales, pues el receptor se está acostumbrando a recibir las noticias sin ser contrastadas debido, como hemos señalado, a la avalancha de “comunicadores ciudadanos” que proliferan en las redes sociales. Hoy en día gran parte de la sociedad se informa a través de una pantalla, ya sea el teléfono móvil, el ordenador o las *tablets*.

Por ello, quiero entrar a analizar que nos encontramos ante un momento de evolución periodística y de qué manera el periodismo se está ajustando a este cambio.

1.1.2. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Nos planteamos varias preguntas de investigación ante esta evolución que el periodismo está teniendo con el advenimiento de las redes sociales y los nuevos soportes a través de los cuales nos informamos.

- ¿De qué manera afecta al periodismo impreso la inclusión de las redes sociales y en consecuencia cómo influye esto en la sociedad?
- ¿Podemos considerar que el periodismo en la red es un avance o un retroceso en la forma de llegar la información a la sociedad?

- ¿El periodismo en la red ha supuesto una revolución o una evolución en la manera de informar?
- ¿Es el periodismo escrito el más afectado por la digitalización?

1.1.3. OBJETIVOS

A. Objetivo general

Demostrar la influencia y la repercusión de las redes sociales en el ámbito periodístico. Concretamente, se pretende conocer el cambio y la adaptación en dos periódicos escritos de suma importancia en España, *El País* y *El Mundo*, como consecuencia de la irrupción en Internet de nuevos modelos que favorecen que el lector se informe con mayor rapidez, pero que a la vez consideramos que entorpecen la capacidad de entendimiento de la noticia.

B. Objetivos específicos

- Verificar que la rapidez informativa del periodismo en la red debilita la plena comprensión de la noticia, por parte del lector, lo que provoca un fallo en la comunicación.
- Analizar cómo la presencia de los medios escritos en Internet se convierte en una obligación para su supervivencia ante la amenaza constante del “Periodismo ciudadano”.
- Observar el proceder de los medios de comunicación analizados, (*El País* y *El Mundo*), y su manera de adecuarse ante esta nueva etapa del periodismo en la red.

De este modo, se comprobará si los medios elegidos para la investigación han sido capaces de adaptarse y de modificar su estructura en el momento actual.

1.1.4. HIPÓTESIS

Tras plantear las preguntas de investigación y los objetivos para profundizar más en los cambios sufridos en la prensa escrita, se proponen las siguientes hipótesis:

- HIPÓTESIS 1: *El País* y *El Mundo*, han sufrido cambios en su diario impreso debido a las nuevas tecnologías y al nuevo papel que sustenta el periodismo en las redes sociales y en Internet.
- HIPÓTESIS 2: Las personas tienden a informarse a través de *Internet*, siendo cada vez menos frecuente el uso del periódico impreso lo que provoca una necesidad de cambio para subsistir en el mercado de la información.

2. METODOLOGÍA

2.1. METODOLOGÍA

La metodología del trabajo se sustenta en un profundo análisis de dos diarios, *El País* y *El Mundo*. Ambos han sido seleccionados por ser dos de los diarios españoles con mayor número de lectores. El *Caso Nóos* es el tema elegido para el análisis de investigación de este trabajo.

La elección de ambos medios se debe a su interés en la producción de informaciones acerca del caso analizado (*Caso Nóos*) y su repercusión en la sociedad española al ser dos diarios de máxima importancia para el país.

El trabajo de investigación parte de una base teórica en donde se definen los conceptos básicos, apoyándonos, en todo momento, en autores expertos en la materia para lograr una mayor capacidad de entendimiento acerca del desarrollo sufrido por el periodismo a lo largo de su historia.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Además, nos centraremos más detenidamente en el periodismo denominado “periodismo ciudadano”, el “periodismo digital”, y el “periodismo en la red”.

El último apartado de esta base teórica se ha centrado en informar acerca del caso que vamos a analizar, el *Caso Nóos*, apoyándonos en opiniones de expertos, en testimonios directos de los implicados y por supuesto de las noticias proporcionadas por ambos medios que analizaremos, así como los documentos relacionados con el *Caso Nóos*.

En cuanto al trabajo de análisis de la investigación, se ha recurrido a varias fuentes. En primer lugar, se ha accedido a varias encuestas proporcionadas por el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas). El análisis de los barómetros del CIS corresponde al mes de marzo tanto de 2013 como de 2016, y al mes de septiembre del año 2016. La intención que tenemos de analizar dichos barómetros es conocer la actitud de la población con respecto al uso que hacen del periodismo tradicional impreso y del digital.

Posteriormente, se ha realizado una encuesta, de elaboración propia, para comparar los resultados obtenidos de los barómetros del CIS y las respuestas cosechadas en nuestra propia encuesta. Tras los resultados, se realizarán varios gráficos con el fin de mostrar de manera más completa el resultado final acerca de la opinión del público sobre el uso entre periódicos impresos o digitales.

Además, el trabajo de investigación lo ampliaremos con el análisis que realizaremos de los dos diarios nacionales mencionados anteriormente. La finalidad será conocer la manera que tenían ambos medios de informar de la noticias a través de sus diarios impresos y digitales, como a través de sus redes sociales. La semana elegida para dicho análisis ha sido desde el 17 de febrero (cuando se produce la sentencia del caso) hasta el 24 de febrero de los años mencionados.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

2.2. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la documentación y posterior realización del trabajo presentado han sido consultadas diversas fuentes que a continuación enumeramos:

En primer lugar hemos acudido a varias bibliotecas para examinar algunos libros utilizados para la elaboración de este trabajo. Las bibliotecas consultadas han sido: La biblioteca de la facultad de Filosofía y Letras, la biblioteca de la facultad de Educación y Trabajo Social y la biblioteca de la facultad de Comercio, todas ellas ubicadas en Valladolid. Además, hemos acudido a al Centro Cívico Esgueva de Valladolid y a la hemeroteca Pública de Valladolid situada en la Plaza de la Trinidad.

También hemos ampliado la información consultada, consultando a diversas páginas web tanto de los diarios analizados, *El País.com* y *El Mundo.es*, como de distintas páginas web como es el caso de la Real Academia Española.

Igualmente hemos consulado las redes sociales. Para la elaboración del análisis de los medios elegidos, hemos indagado acerca del número de noticias que *El País* y *El Mundo* han publicado en su respectivo “*Twitter*”.

Por otro lado, hemos realizado una encuesta de elaboración propia a una muestra total de 103 personas para conocer mejor el uso que hace la población de la prensa escrita y digital, y como utilizan las redes sociales para informarse.

Una vez obtenidos los datos, realizaremos una comparación de los resultados cosechados de la encuesta propia con varias encuestas elaborada por el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas). Las encuestas escogidas para la comparación son las correspondientes a los meses de marzo, del año 2013 y 2016, y de septiembre, del año 2016.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

3.1. HISTORIA DEL PERIODISMO HASTA LA ERA DIGITAL

La historia del Periodismo es muy amplia. Desde el siglo XI hasta el siglo XIII se produce el uso y la mejora de los contratos comerciales lo que será un avance en la comunicación. El comercio y las transacciones comerciales se facilitaban con letras de cambio y la escritura era meramente considerada como un medio de fijar la palabra hablada.

Uno de los hechos más resonantes en la historia del Periodismo tiene lugar en el siglo XV. La llegada de la imprenta en 1438 ocupa el centro de los movimientos intelectuales, literarios, tecnológicos y políticos que se anticiparon al Renacimiento. Cabe destacar, que en España este hecho no llegó hasta 30 años después de su invención.

Con la imprenta, Europa experimentó su primera fase de consumo, aunque la imprenta no es solamente un medio y un artículo de consumo, sino que enseñó a los hombre cómo organizar todas las demás actividades sobre una fase sistemática lineal. Mostró al hombre cómo crear mercados y ejércitos nacionales. La imprenta capacitó a los hombres para ver por primera vez a sus lenguas vernáculas y para visualizar la unidad y el poder nacional en términos de frontera lingüística.

Ya en la década de los 80 destaca por ser el umbral de un periodo de cambios sin precedentes donde aparecen frecuentemente nuevos medios de comunicación. El siglo XXI es el inicio o desarrollo de una revolución informática que modifica y seguirá modificando la forma de hacer periodismo.

El advenimiento de *Internet* convierte en obsoleta la tecnología anterior y acarrió la ruina de las empresas que no supieron ver o no reaccionaron a tiempo ante las novedades que les brindaba esta nueva tecnología. En realidad, la Era Electrónica plantea unos problemas que están todavía por resolver debido a la rapidez con la que avanza la tecnología.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Dichos problemas producen una serie de cambios en el orden de la vida como consecuencia de la utilización de éstas Tecnologías de la Información.

La tecnología informática, después de la imprenta, es la que mayor impacto ha producido en el desarrollo del mundo de la información y en todos los campos de la industria. Ha modificado la forma de vida y de comportamientos en la sociedad del siglo XXI. En 1989 se produjo un cambio en el planteamiento de la comunicación de los medios de comunicación. La caída del Muro de Berlín (desaparición de regímenes comunistas en Europa), marca una nueva época en el modo de plantearse la información.

En la mayoría de los países de Europa Occidental la venta de diarios descendió desde el inicio de los años noventa y en los últimos veinte años los periódicos han sufrido más cambios en la información debido a los avances tecnológicos que en cualquier otra época. Así, la prensa comienza a difundirse a través de *Internet*, incluyendo contenidos específicos para ese medio y trabajando la información de manera distinta, creando un modelo nuevo de periódico electrónico con personalidad propia. Hoy ya se habla del periódico creado especialmente para redactarlo en el móvil. El diario inglés *Daily Telegraph* es el primero en lanzar en 1994 una versión on-line de su periódico en Internet en el Reino Unido (*Electronic Telegraph*).

“El término que mejor se adapta a este avance informático-tecnológico es ciberperiodismo para algunos teóricos e investigadores. *Internet* y en concreto la tecnología web ha supuesto una revolución para el mundo periodístico y audiovisual. Desde 2004, *Internet* se convierte en una importante herramienta socializadora, incluyendo sitios bidireccionales, participativos y sociales”. (Antón Crespo, 2009: 205-207)

“Existen tres palabras esenciales que posibilitan comprender mejor el éxito de esta nueva tecnología: autonomía, organización y velocidad. *Internet* ofrece la sensación de libertad absoluta, incluso de poder. Así, *Internet* se convierte en un mundo abierto que hace posible el acceso a todas las personas, ofreciéndole una oportunidad a cada uno de ellos, sin importar su itinerario profesional” (Wolton, Dominique, 2000: 95-96)

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

“En España las publicaciones impresas se lanzaron a la conquista del ciberespacio a finales de los 90. La Estrella Digital, Libertad Digital y Vilaweb fueron las pioneras en junio de 1998 en surgir por y para el ciberespacio”. (Antón Crespo, 2009: 207-211)

Refiriéndonos al periodismo electrónico multimedia interactivo, los primeros pasos corresponden a la revista cultural en catalán, El Temps de Valencia en 1994. Sin embargo, el primer diario que puso una versión electrónica interactiva y multimedia fue el BOE. (Díaz Nocí, & Meso Ayerdi, 1999: 29)

Podemos marcar tres hitos para describir la historia del periodismo electrónico:

1980-1993: Teletexto, videotexto, audiotexto, periódicos de fax

1993-1995: Nacimiento de los periódicos electrónicos y expansión de la WWW

1995-1997: Nacimiento de los periódicos españoles en *Internet*. (Díaz Nocí, J. & Meso Ayerdi, K, 1999: 113-114)

“Si hay una afirmación que no precisa prueba en los tiempos que vivimos es la de que la velocidad con la que transcurren las cosas se ha incrementado hasta niveles próximos a la historia. Por ejemplo cuando comparamos dos generaciones. Para los nacidos en la primera mitad del siglo pasado, la vida cotidiana era un lugar sometido a una gran estabilidad, es decir, una persona podía mantener un trabajo en una empresa durante toda su vida laboral, y manejar en él prácticamente la misma tecnología, sometida en algunos casos a algunas mejoras incrementales. Pero la tecnología no es magia, ni aparece de la noche a la mañana, por mucho que en ocasiones nos lo parezca. El desarrollo tecnológico es muchas veces lento y costoso. La tecnología no “se desarrolla y ya está”, sino que suele ser objeto de mejora continua, de generaciones sucesivas, de aplicaciones nuevas y de usos inesperados. Es decir, la tecnología es una evolución constante de generaciones que aportan a su propia generación y a las futuras, nuevos soportes o medios para avanzar en cuanto a su uso”. (Dans, 2010: 37-40)

Causas de nacimiento del periódico digital:

- Incapacidad de los periódicos escritos de aumentar y mantener el número de lectores.
- Aumento de la información, que el formato limitado de un periódico tradicional no puede albergar, a pesar que cada vez tienen mayor número de páginas y suplementos que ofrece.
- Avances técnicos, especialmente en el terreno de los ordenadores en los últimos años; mayor velocidad de los coprocesadores, mayor capacidad de almacenamiento. (Díaz Nocí, & Meso Ayerdi, 1999: 21-23)

Asistimos a la creación de un nuevo medio de comunicación en busca no solo de una nueva forma de presentación del periódico tradicional sino también de lo que podría ser una revolución en la transmisión del mensaje informativo. Existen ventajas en el periódico electrónico, pero continúa demasiado vinculado al modelo tradicional al que se limita a copiar en formato digital y ampliar en cuanto a contenidos o medios.

En el año 2008, 66'4 millones de personas consultaron diarios digitales durante el primer cuatrimestre con lo que el periodismo impreso decae, no sólo porque la publicidad es mínima en estos diarios, sino porque el número de lectores es ínfimo.

El diario *El Mundo* se ha producido siempre por ordenador, por lo que todos sus archivos están desde sus comienzos en formato digital. *El Mundo.es* en 1996 arranca como publicación on-line, a la vez, en este mismo año *El País* (además coincide con su vigésimo aniversario), pone en marcha una edición electrónica que pronto será la preferida de los internauta. *El País Digital* incluye entre su oferta el suplemento *Ciberp@is*.

En 2002 *El Mundo.es* comienza a cobrar relevancia por los contenidos que también se ofrecían en la versión papel. Le sigue *El País*, ambos pugnando por obtener el liderazgo de la audiencia de los diarios electrónicos nacionales, éste se convirtió en el primer periódico español que imponía el pago para todas sus secciones.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

En junio de 2005 volvió a ofrecer sus contenidos informativos de su web de forma gratuita, reservando para los abonados algunos servicios adicionales (acceso a la hemeroteca, conexión con CNN+). Todo esto arroja serias dudas sobre la capacidad real de autofinanciación de las ediciones electrónicas, más allá de los ingresos que genera la publicidad. (Antón-Crespo, 2009: 2007-213)

Desde el periodismo tradicional nos incitan a consumir el periodismo digital, y viceversa. La manera originaria de comunicación entre los seres humanos ha sido siempre el lenguaje oral después del lenguaje gestual. El lenguaje escrito ha sido la forma de comunicación humana en fijarse en soportes, lo que provocó cambios en el modo de pensar. Es decir, “no es una evolución de etapas aisladas o independientes sino una sucesión de estadios acumulativos integrados en un proceso de superposición sin que la irrupción de un nuevo estadio suponga la ruptura con el anterior sino la presencia de otros fenómenos que vienen a añadirse para proponer modelos culturales alternativos” (Vouillamoz, 2000: 187). Evolución en oposición a revolución. Adaptarse a cambios para mejorar. El problema es que algunos de esos medios tradicionales han sido desbancados por el nuevo estadio digital.

“Con la llegada de *Internet* y de la *World Wide Web*, los medios tradicionales observaron la posibilidad de distribuir sus contenidos a través de un nuevo canal de comunicación y ahorrarse el coste del papel, para así poder elaborar los contenidos a un bajo coste en su edición impresa”. (Antón Crespo, 2010: 43-45)

Entre los medios tradicionales (en papel) y los medios digitales (on-line) existen métodos que incitan al lector a consumir ambas vías de consumo de información. No obstante, es frecuente pensar y escuchar comentarios sobre el fin del periodismo como lo conocemos actualmente, pero el cambio provocado por Internet no significa su desaparición sino una nueva concepción del mismo.

Los medios de comunicación *mainstream* son los tradicionales: periódicos, radio y, en especial, televisión. Los medios de comunicación *grassroot* son aquellos producidos desde abajo, gracias a contenidos generados por los usuarios/entusiastas (no profesionales).

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Ambas tipologías de medios de comunicación no están enfrentadas, como a veces parece que se quiere ver, sino que su relación es y será diferente. Para Henry Jenkins, el poder de los medios de comunicación *mainstream* está en la amplificación de la información mientras el de los medios de comunicación *grassroots* está en su diversificación, por lo que es probable y deseable que se vaya hacia una convergencia de ambos. Sólo esta convergencia puede fomentar la participación y el desarrollo de una inteligencia colectiva.

Los *grassroots media* tendrán cada vez más importancia a la hora de informarse, pero en el momento de dar a conocer una noticia o una información a todo el público, seguiremos contando con los *mainstream media*, aunque seguramente no serán como los conocemos en la actualidad. (Freire y Gutiérrez-Rubí, 2010: 43-45)

Además, en lo que concierne a la comunicación, hay que distinguir entre comunicación interpersonal y comunicación social. En la primera de ellas, tanto el emisor como el receptor son los sujetos de la comunicación. En la segunda, el contenido de la comunicación se puede difundir al conjunto de la sociedad, es decir, lo que se denomina como *comunicación de masas*.

La comunicación de masas suele ser predominantemente unidireccional, como es el caso de las radios, libros o periódicos tradicionales. No obstante, *Internet* modifica la manera de comunicarse. Así, “con la difusión de Internet, surge una nueva forma de comunicación interactiva caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos”. (Castells, 2009, 88)

A esta nueva forma de comunicación, Castells la denomina *autocomunicación de masas*.

Es decir, Internet no sólo cambia el lugar por el que comunicarse, sino que además, modifica la manera o forma en la que nos comunicamos.

Cabe destacar que Internet no es un avance reciente. Es decir, Internet es “una tecnología antigua” (Castells, 2009, 97). Se utilizó por primera vez en 1969 aunque no empezó a difundirse a gran escala hasta veinte años después, debido a varios factores, según señala Castells:

- Cambios en la reglamentación
- Mayor ancho de banda

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

- Difusión de los ordenadores personales
- Programas de software fáciles de usar que simplifican la descarga
- Acceso y transmisión de contenido
- Creciente demanda social de redes de todo tipo

Como resultado, el número de usuarios de *Internet* en el mundo pasa de menos de 40 millones en 1995 a casi 1.400 millones en 2008.

Internet se usa cada vez más para acceder a medios de comunicación (televisión, radio, periódicos). En todo el mundo, los usuarios de Internet de menos de 30 años básicamente leen los periódicos en línea. La plataforma de comunicación del periódico cambia, a pesar de seguir siendo un medio de comunicación de masas. (Castells, 2009)

” *Internet* y las tecnologías digitales han transformado el proceso de trabajo de periódicos y medios de comunicación de masas en toda regla. Así pues, la comunicación de masas en el sentido tradicional ahora también es una comunicación basada en *Internet* tanto en su producción como en su transmisión”. (Castells, 2009: 101).

Importancia de la versión digital en hechos históricos

El concepto de medio está íntimamente ligado al de tecnología, puesto que la aparición de nuevos medios tiene su origen en cada uno de los desarrollos que la tecnología ha propiciado. Por ejemplo, la imprenta fue un gran paso para la prensa y el libro, así como la distribución de los periódicos fue llevado a cabo gracias a la rotativa, el ferrocarril y el telégrafo. Posteriormente el cable y el satélite ofrecen la oportunidad de desarrollo tanto a la radio como a la televisión. Así, la evolución de las técnicas informáticas y de telecomunicaciones está dando lugar a nuevos medios distintos a los tradicionales.

“Los medios de comunicación social- también llamados canales o *mass media*¹- son aquellas empresas, públicas o privadas, cuyo cometido es emitir la información de actualidad desde los soportes físicos y técnicos que la moderna tecnología ha hecho posible”. (Del Rey Morató, 1991: 902)¹

¹ Mass media: aquellos medios que difunden la información y entretenimiento a un público amplio y heterogéneo, que se considera masivo, y que requieren la mediación de procedimientos técnicos.

Jiménez Guerrero y Fernando Huerta señalan que la prensa digital ha evolucionado a través de 4 fases:

- 1- Reproducción literal de los contenidos de las ediciones de prensa escrita, de forma secuencial y sin imágenes.
- 2- Aparición del hipertexto, y se van incorporando elementos audiovisuales como imágenes y ficheros de sonido.
- 3- Incremento de los contenidos multimedia y nuevos servicios y contenidos de información a los usuarios, orientados al ocio y entretenimiento.
- 4- Los periódicos desarrollan contenidos exclusivos para la Red e incorporan elementos más interactivos. En las redacciones se extiende el trabajo de expertos dedicados prácticamente en exclusiva a la edición online. (Jiménez Guerrero y Huerta,2002: 361-362)

Si podemos destacar una fecha clave para el periodismo de España, debemos hablar de los atentados terroristas de Madrid, el 11 de marzo de 2004. Las ediciones digitales pudieron mostrar su gran capacidad de actualización constante, ya que el ritmo de los hechos del día citado fue frenético para las redacciones. La manera de crear y producir noticias para los medios digitales provocó un salto profesional enorme. Así, los medios digitales se situarían dentro de la esfera periodística internacional.

Los periódicos digitales ya mostraron su potencial unos años antes de esta fecha, pero el 11 de septiembre de 2001, el atentado contra las torres gemela en Estados Unidos, mostró al mundo la fuerza de Internet para informar. No obstante, también la red dejó a la luz algunas de sus debilidades técnicas y humanas para soportar el ritmo frenético y el gran caudal de información existente.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Así, los principales medios digitales se fortalecieron aún más creando planes de actuación ante la posibilidad de un nuevo aumento excesivo de tráfico como consecuencia de un hecho de relevancia informativa.

En España, el sistema de servidores de *Elmundo.es* se cayó el 11S por su incapacidad de aguantar el gran número de información generado. En 2004, *Elmundo.es* el servidor de publicidad fue desconectado durante varios días.

Según datos de OJD (Oficina de la Justificación de la Difusión), el tráfico generado en el mes de marzo de 2004 por *Elmundo.es*, sólo fue superado en páginas vistas en 2006 y en visitas a partir de 2007. En este sentido, el alto tráfico soportado en esos días de marzo de 2004 es el que habitualmente representa el tráfico actual durante una semana cualquiera en 2009.

Por otro lado, *Elpais.com*, abre gratuitamente la edición digital con el suceso del 11M durante dos días ofreciendo al usuario el acceso libre para poder seguir la última hora del acontecimiento. A lo largo del año 2004, *Elpais.com* abre el acceso en determinados momentos, hasta que el 3 de junio de 2005, es cuando *El País* digital volvió a abrir sus contenidos de forma gratuita, exceptuando algunas secciones como la hemeroteca en PDF de acceso exclusivo a suscriptores.

En los casi tres años que *Elpais.com* utilizó un modelo de pago por suscripción, sólo 46.000 usuarios habían pagado por acceder a sus contenidos frente al crecimiento del modelo abierto de *Elmundo.es*, que lo aupó hasta los cinco millones de usuarios únicos. Cabe destacar que por primera vez a nivel informativo, *Elmundo.es* publica en 2004 una exclusiva en su edición digital antes que en su publicación impresa del día siguiente. (Delgado, A. 2009: 11-14)

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Breve historia de El Mundo:

“Tiene su sede en Madrid y apareció el 23 de octubre de 1989, sus fundadores Alfonso de Salas, Pedro J Ramirez, Balbino Fraga, Juan Gonzalez y Melchor Miralles. La empresa editora, Unidad Editorial S.A, es dueña también del Grupo Recoletos ambas propiedades a su vez del Grupo RCS MediaGroup, que controla el diario italiano de mayor tirada, el *Corriere della Sera*. El Mundo comienza a publicar su versión digital en marzo de 1996”. (Antón Crespo, 2010: 54)

En noviembre de 1994 *El Mundo* pone su edición diaria a disposición de los usuarios de ordenadores. *El Mundo*, el más joven de los diarios de difusión nacional, opto por ofrecer varios productos, bien diferenciados entre sí, de periodicidad semanal, sin poner desde el principio la edición electrónica diaria en la red Internet.

En 1991, varias personas del periódico, pertenecientes a diferentes áreas, comenzaron a hablar del proyecto de periodismo electrónico, que luego se ha concretado en diversos productos reunidos en tres grandes áreas, intereses o estrategias:

- 1- El CD-ROM que reúne la colección hemerográfica del diario, que se publica cada seis meses
- 2- El proyecto de periódico electrónico
- 3- Los productos de *El Mundo* en la red *Internet*.

“Además de los contenidos practicante completos de la versión impresa y la totalidad de los suplementos, entre ellos La Esfera, dedicado al mundo de los libros, y el magazine La Revista del Mundo, fue el primero en decidirse a un espacio a la renovación continua de las noticias”. (Díaz Nocí, & Meso Ayerdi, 1999: 30-32)

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Breve historia de El País:

“Redactado íntegramente en español, *El País* pertenece al mayor grupo mediático español Grupo Prisa. El proyecto de *El País* tiene su origen en la idea de José Ortega Spottorno de crear un diario liberal, europeísta y moderno, que se plasma en la creación de la empresa PRISA el 18 de enero de 1972. El primer número del periódico sale a la calle el 4 de mayo de 1976. Este diario nace con unos presupuestos ideológicos cercanos al centro-izquierda. La versión on-line, es (ahora elpais.com) nació en 1996, coincidiendo con su vigésimo aniversario”. (Antón Crespo, 2010: 61)

Sobre la versión on-line nos comentan dos autores: se trata de la edición electrónica más exitosa de todas las de los diarios españoles. Ofrece también secciones interactivas que fomentan la participación del lector aunque su base es la edición impresa del diario. De los suplementos, solo ofrece en principio el dedicado al público juvenil, supuestamente aquel sector de la población más proclive al uso de ordenadores. Se cuidó mucho de poner en Internet en 1999 aquel que todos los internautas leerían en pantalla y ninguno en papel: Ciberpais, dedicado precisamente a la informática y la red”. (Díaz Nocí, & Meso Ayerdi, 1999: 30-32)

3.2. CARACTERÍSTICAS DE LA PRENSA DIGITAL FRENTE A LA ESCRITA

Vamos a señalar algunas de las características que diferencian la prensa escrita de la digital, según la profesora Margarita Antón:

Periodicidad: la prensa escrita sale en intervalos fijos ya sean diarios, semanales, quincenales o mensuales, sin embargo, en los periódicos escritos para *Internet* eso no ocurre. En un periódico digital la web se actualiza cuando se producen novedades sin tiempos establecidos previamente o fijados. (Antón Crespo, 2013: 260)

Hipertextualidad: la prensa digital ofrece la posibilidad de saltar de un texto a otro mediante la simple pulsación de un enlace. También existe la posibilidad de saltar de un texto a un sonido, de un sonido a una imagen, de una imagen a un sonido, más conocido

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

como “hipermedia”. Esto hace posible que se reproduzca más fielmente el esquema mental de una persona. Tiene una ventaja y una desventaja, al permitir mayor libertad al usuario, requiere al autor un mayor esfuerzo al proponer estructuras abiertas. (Díaz Nocí, & Meso Ayerdi, 1999: 84)

Sigue diciendo la profesora Antón Crespo:

Actualidad: Obviamente la actualidad en un periódico impreso es ya una información antigua con respecto a la que se ofrece desde la red, debido a su capacidad de actualización constante durante todo el día. En la red, todas las noticias e informaciones que se publican tienen un sentido de absoluta inmediatez, ya sea a la hora de contrastar dicha información o a la hora de publicarla y transmitirla a la sociedad.

Las noticias duran cada vez menos en nuestra sociedad y tienen menos importancia. Algo que fue importante ayer, hoy apenas es reseñado en los medios de comunicación. Sin embargo, las noticias aún tienen un formato diario: la mayoría de lo que sucede hoy se publica mañana (en la prensa escrita) o se difunde por la noche (en la televisión).

Nos hallamos ante una revolución, a través del uso de la red. Esas noticias serán constantemente comentadas, inmediatamente después de que ocurran, a través de blogs o redes sociales de comunicación inmediata, y la información se verá actualizada en segundos a través de la participación ciudadana. No serán noticias con un ciclo corto, sino como indica Ken Auletta, serán noticias *non-stop*, 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año.

Por ello, una de las principales características de la prensa digital es la inmediatez de la noticia en los medios electrónicos. No obstante, este objetivo primordial de la prensa digital acarrea una serie de desventajas, como por ejemplo, la verificación, el análisis y la contextualización.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Interactividad: se puede considerar a ésta característica como una consecuencia directa del carácter bidireccional de *Internet*. Según explica Alejandro Rost, existen dos tipos de interactividad. Una es la que se refiere a la posibilidad de hacer clic en los contenidos, es la llamada, “interactividad selectiva” (diálogo del usuario con la máquina). La “interactividad comunicativa” es la que permite a los usuarios comunicarse entre sí a través del soporte digital. Ésta última interactividad permite al receptor convertirse además en emisor, mientras que con la interactividad selectiva, el internauta sigue siendo un mero receptor. (Antón Crespo, 2013: 261-270)

Sin embargo, la prensa digital también proporciona una serie de desventajas, como son, el retroceso de la difusión, la pérdida del mercado publicitario, el descenso juvenil de la lectura de diarios, la disminución de la influencia de la prensa frente a otros medios de comunicación, los beneficios de las empresas periodísticas descienden como consecuencia del aumento de los costes fijos de producción y distribución.

Además, *Internet* posibilita la acumulación de información, lo que tiene un efecto negativo para el receptor, llevándole a una saturación excesiva de información. Díaz Nocí y Medo Ayerdi afirman que “más información no quiere decir más libertad”. Así, ante el gran océano de información en Internet, el público sufre de desorientación y peor aún, pérdida de credibilidad. : (Díaz Nocí, & Meso Ayerdi, 1999)

Con la llegada de *Internet*, los medios ven un nuevo formato para transmitir sus informaciones. Sin duda una gran ventaja, pero internet esconde desventajas, la cantidad de información errónea que existe en la red llevan al usuario al desbordamiento y dispersión de la información encontrada. El peligro de internet está presente cada día y las personas deben saber utilizarlo de manera correcta. “Se trata de un medio humano que podemos usar con bondad e inteligencia” (Fernández, 2005: 99).

“La inmediatez será la diferencia entre el periodismo digital y tradicional. La actualización de noticias sin horarios fijos, también. Reciprocidad es el término que distingue ambos estadios, el tradicional del digital. El medio digital se convierte en el ágora para hacerse oír”. (Antón Crespo, M & Méndez Ruiz, C, 2010)

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

En el libro publicado por Palomo Torres, el profesor de Periodismo en la Universidad de San Francisco, Leonard Sellers fija tres normas básicas para publicar informaciones en Internet:

- 1- Una noticia no puede ocupar más espacio que el recogido en una pantalla de ordenador, con el objetivo de no recurrir a los cursores.
- 2- El lector controla el flujo de la lectura, por lo que no se deben insertar enlaces en la información, sino al final de ésta, para evitar que el internauta no concluya la lectura de la pieza.
- 3- El reportero *on-line* debe combinar texto, imágenes, sonido y vídeo. Hay que acercarse a la realidad desde la perspectiva de la complementariedad. El objetivo es enriquecer la noticia, para que permanezca en el internauta el deseo de visitar medios de comunicación en línea, donde reciban algo más de lo que les ofrecen los convencionales. (Palomo Torres, 2004: 109)

3.3. PERIÓDICOS EN LA RED, PERIÓDICOS DIGITALES

Para la profesora Antón Crespo, el desarrollo del mundo ha sufrido importantes influencias por partes de muchas tecnologías, pero sin duda, la tecnología informática es la que ha producido un mayor impacto, llegando a modificar las formas de vida y de comportamientos en la sociedad del avanzado siglo XXI, algo que parecía impensable hace unos años.

La prensa comienza a difundirse a través de *Internet* para crear un nuevo modelo de periódico electrónico con personalidad propia. Así, incluyen contenidos específicos para ese medio digital. A través de este nuevo modelo en la red, se aplica una manera periodística diferente de trabajar la información.

Según Concha Edo: se puede hablar de varias fases que van apuntalando principalmente la presencia de los medios escritos en la red:

- 1- Se utiliza la red para reproducir exactamente las ediciones convencionales de los periódicos y las cabeceras más conocidas se limitaron a “volcar” en sus espacios electrónicos las mismas páginas que vendían a diario en los quioscos.
- 2- Se producen cambios visibles en las rutinas de quienes hacen cada día las dos ediciones- en papel y en red- que comienzan a adaptarse a los usos y las posibilidades de la publicación on-line tanto a lo que se refiere a la información como a los servicios, y a contar con una redacción distinta para editar las páginas de cada una.
- 3- Desde 1998 aparecen periódicos exclusivamente digitales aunque todavía con características “clásicas”. (Edo, Concha, 2002: 68-69)

El comienzo de los medios de comunicación en *Internet* en España comienza en 1994, cuando la revista valenciana *El Temps* inaugura su versión electrónica. No obstante, la larga lista de periódicos que posteriormente publicarían a través de la red, desconfiaban de dichas posibilidades de *Internet*.

El Boletín Oficial del Estado (BOE) fue el primer diario que se ofreció por *Internet* en septiembre de 1994. *El Mundo* inicia su edición electrónica en el mismo año que el BOE, el 11 de noviembre. Este diario de información general comenzó su andadura por la red tan sólo cinco años después de su nacimiento.

“Con el paso del tiempo, las estrategias de las distintas cabeceras evolucionarían constantemente. En un principio, las ediciones que hoy son continuas se espaciaban con una frecuencia doce y hasta veinticuatro horas.

En cuanto al personal, en las secciones *on-line* bastaba con un redactor cuya función era volcar sin más en la Red los contenidos de la edición del día. Cuando el peso de las versiones electrónicas fue ganando peso, surge la posibilidad de actualizar los contenidos con regularidad”. (Antón Crespo, 2009: 206-214)

La finalidad de estos medios digitales es la misma que el de los periódicos de papel; la producción informativa. “Los contenidos de información experimentan en la prensa digital un cambio de envergadura respecto a los de la prensa tradicional, llegando a modificar incluso la naturaleza o esencia del propio quehacer periodístico. Como se pone de manifiesto en Armentia et al. (2000), el ciberperiodismo puede gozar de mayor profundidad que el de papel, en la medida en que posee las herramientas necesarias para que el periodista elabore contenidos lo suficientemente completos, de tal forma que los usuarios adquieran una dimensión real del hecho informativo que se trata” (Armentia et al, 2000: 198-199)

3.4. PERIODISMO CIUDADANO, BLOGS O BITÁCORAS

Ante la posibilidad que ofrece hoy en día *Internet*, de transmitir y recibir información desde cualquier lugar, en cualquier momento y sobre todo, de cualquier persona, surge el periodismo ciudadano. La capacidad y posibilidad que los ciudadanos tienen gracias a las TIC de comunicar sucesos, opiniones, etc, a un público masivo. No obstante, existen ciertas características de este periodismo ciudadano que limita esa fortaleza en la información como es la certeza de la veracidad o la jerarquización de los temas escogidos.

Con la llegada de las innovaciones tecnológicas, los ciudadanos descubren y fomentan nuevas vías o nuevos caminos para la comunicación y sobre todo, la participación. Estas nuevas tecnologías abren nuevas opciones de comunicación gracias a los cibermedios. El resultado es el incremento de la participación activa de usuarios en los nuevos medios.

“Los weblogs, blogs, cuadernos de bitácora o simplemente bitácoras, son las páginas web personales que, a modo de diarios en línea, poseen la posibilidad de que todos los usuarios tengan el alcance de publicar en la Red” (Orihuela, 2005:23).

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Cabe destacar que desde el inicio del primer blog en 1992, la duda estaba en conocer si se trataba de una simple moda pasajera o sin embargo, llegaría a funcionar como una nueva vía de comunicación que estaba aún en proceso de asentamiento.

Las bitácoras o weblogs, comienzan a desarrollarse en el año 2000 en España, por lo que presentan dificultades de definición debido a su novedad. Algunas de sus características son:

- 1- Espacio de comunicación personal. (cualquier persona en pocos minutos, puede crear la suya propia sirviéndose de los espacios en Internet que ofrecen esta posibilidad.)
- 2- Sus contenidos abarcan cualquier tipología
- 3- Los contenidos presentan una marcada estructura cronológica
- 4- El sujeto que las elabora suele adjuntar enlaces a sitios web que tienen relación con los contenidos que desarrollan
- 5- La interactividad aporta un alto valor añadido como elemento dinamizador en el proceso de comunicación. (Díaz Nocí, & Salaverría Aliaga, 2003: 296)

La RAE (Real Academia Española) define el término blog como “sitio web que incluye, a modo de diario personal de su autor o autores, contenidos de su interés, actualizados con frecuencia y a menudo comentados por los lectores”.

“Al ser un formato de publicación en línea centrado en el usuario y en los contenidos, no en la programación o el diseño gráfico, las bitácoras han multiplicado las opciones de los internautas de aportar a la Red contenidos propios, sin intermediarios, actualizados y de gran visibilidad para los buscadores” (Orihuela, 2005: 23)

Los periodistas independientemente de que trabajen en un medio concreto con mayor o menor audiencia o lo hagan de freelance, han elegido en muchos casos otro tipo de personalización periodística que consiste en tener un sitio propio en *Internet*. Una página en la que puedan ofrecer sin ningún tipo de límites sus informaciones o los rumores a los que han tenido acceso.

No obstante, hay un aspecto distinto de esta facilidad para publicar que puede ser más difícil de enfocar desde el horizonte del periodismo. Es la posibilidad de que cualquiera se decida a contar las historias vividas personalmente sin contar con los elementos profesionales básicos del trabajo periodístico. Y que como se ha demostrado en distintas ocasiones lo haga con éxito a través de lo que ahora se conoce como un blog o una *weblog*. (Una página web que puede incluir textos, fotos, enlaces o elementos de todo tipo a gusto del propietario y que en español tiene un nombre distinto: bitácora)

“Para unos es una bocanada de aire fresco en el mediatizado mundo periodístico, para otros un ataque directo a la profesión”. (Edo, 2002: 42-44)

Según la reflexión de la profesora Pastora Moreno, los blogs no deben ser considerados periodísticos. “A pesar de que los blogs son un producto aparecido hace muy poco tiempo, ya ha habido varios estudios dedicados a considerar la posibilidad de catalogar el blog como un género periodístico, sin embargo, estos estudios llegan a la misma conclusión: no se puede definir el blog como un producto periodístico, puesto que en gran parte de ellos no se observa una actitud periodística, es decir, un afán por informar sobre hecho de actualidad o por emitir opiniones respecto a ellos”. (Moreno Espinosa, 2007: 144-145)

“Los autores de estos blogs se decantan en la mayoría por usar estos nuevos soportes para hablar de experiencias personales. No obstante, tanto *El Mundo* como *El País* cuentan en sus diarios con blogs, por lo que no sería erróneo clasificar a este nuevo fenómeno en una subcategoría de blogs periodísticos”. (Antón Crespo, 2013: 257-266)

“El autor marca el contenido y el estilo de la publicación, establece la frecuencia de actualización del medio y mantiene una posición de dominio en las conversaciones generadas. En el fondo, leer un weblog es leer a su autor, a la persona que hay detrás de este medio. Desde el punto de vista funcional, el blog es una herramienta de publicación personal en *Internet*. La gratuidad y la sencillez han hecho que cualquier usuario pueda disponer de su propio blog.

De aquí se deduce una característica esencial: el blog es la voz de su autor. Por ello, el estilo de escritura suele responder más bien a un tono informal”. (López García, 2008: 187-193)

La cuestión de si los weblogs son o no periodismo ha acompañado a este nuevo medio desde que tuviera relieve público. Algunas veces porque había cierto escepticismo por parte de los periodistas, otras porque los propios autores de weblogs asumían explícitamente el título de periodista, lo cierto es que la reflexión sobre esta relación ha generado un intenso debate.

Hay que distinguir entre periodismo y publicación personal. Es decir, el weblog es un medio en el que un autor publica algo personal de su interés o porque es experto en esa materia. Su labor está siendo informar acerca de algo a través de su punto de vista, es decir, puede que esté haciendo periodismo, pero no es periodismo.

La relación entre el periodismo y el blog es muy fina. Ambos medios de comunicación se pueden ayudar. Hoy en día cualquiera puede buscar, analizar y diseminar las noticias porque es algo que ya está al alcance de todos, no solo de los periodistas. Además estos weblogs pueden llegar a convertirse en una fuente de información para el periodismo, un nuevo intermediario.

Según López García, los weblogs con contenidos periodísticos llevan a cabo tres funciones clave que inciden en el ecosistema comunicativo:

- Filtran la información de la web.
- Difunden información a través de la blogosfera.
- Expresan la opinión de su autor.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Son tres funciones específicas del entorno de Internet y también del periodismo: ante la saturación de información, seleccionan lo relevante; en la estructura reticular de la blogosfera, contribuyen a diseminar información, y a través de las conversaciones, crean un foro de debate sobre temas de interés ciudadano. (Baviera Puig, 2008: 187-193)

3.5. REDES SOCIALES

Desde el año 2009 se han publicado varios trabajos acerca de la explosión de las redes sociales (Twitter y Facebook) como nuevos medios de comunicación. Durante los últimos años, la mayoría de las redacciones de los medios buscaron con diferentes estrategias su presencia en las redes sociales lo que ha supuesto un nuevo panorama para los medios, generando incipientes posibilidades y ventajas, pero también nuevas exigencias y requerimientos.

A fin de dar respuesta a los nuevos desafíos, se multiplicaron las investigaciones sobre las redes más empleadas por los periodistas y los medios, así como acerca de su uso, en especial de *Twitter* y *Facebook*, presentes en casi todas las iniciativas mediáticas. “Ningún medio digital quiere vivir al margen de las redes sociales”. (Campos-Freire, Rúas-Araújo, López-García, & Martínez-Fernández, 2016: 452-454)

La relación de *Twitter* con los acontecimientos actuales ha incentivado el estudio de esta red social. Los trabajos se han ocupado tanto de la metodología para su estudio, como sobre el papel de *Twitter* en la difusión de noticias. Por su parte, la otra red más estudiada, *Facebook*, aunque su uso no está tan generalizado en la industria mediática y en el ámbito periodístico, se ha analizado en los últimos años desde las características de sus usuarios hasta por qué la utilizan o el efecto de red global, con las posibilidades que ofrece y el poder que tiene o la presencia de medios de diferentes países europeos e iberoamericanos y su uso periodístico. (Campos-Freire, Rúas-Araújo, López-García, & Martínez-Fernández, 2016: 452-454)

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

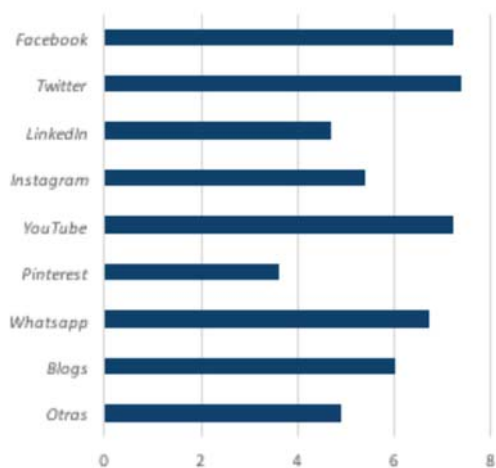
Los medios tradicionales miran con preocupación y atención a las redes, para tratar de recuperar parte del valor que se les escapa por ellas. Los profesionales de la industria de la comunicación deben conocer y manejarse con soltura en el empleo de las redes sociales. La mayoría de esas investigaciones coincide en el masivo empleo de las redes sociales para la difusión de las noticias sino que, gracias a las estrategias de gestión, se aprecia una interrelación en la difusión de contenidos a través de las diferentes redes. Los datos, aunque muestran que muchos aspectos todavía deben investigarse más, indican, como criterio general coincidente, que los profesionales de la industria de la comunicación deben conocer y manejarse con soltura en el empleo de las redes sociales. (Campos-Freire, Rúas-Araújo, López-García, & Martínez-Fernández, 2016: 452-454)

Tabla 1. *Twitter y YouTube* son las redes de mayor impacto en los medios

Respuesta	Nada (%)	Poco (%)	Mucho (%)
<i>Facebook</i>	10,4	26,0	63,5
<i>Twitter</i>	3,0	9,9	87,1
<i>LinkedIn</i>	13,4	35,1	51,1
<i>Instagram</i>	6,3	32,3	61,5
<i>YouTube</i>	3,0	13,9	83,2
<i>Pinterest</i>	20,9	31,9	47,3
Otras	15,4	23,1	61,5

Elaborado a partir del *Barómetro de gestión de medios de comunicación*, Xescom, 2015.

Tabla 1. *Twitter y YouTube son las redes de mayor impacto en los medios*



Elaborado a partir del *Barómetro de gestión de medios de comunicación*, Xescom, 2015.

Para darnos cuenta de la importancia de las redes sociales hemos querido destacar un hito importante del deporte, del periodismo y sobre todo, del nuevo mundo de las redes sociales en España. Durante el mundial de Sudáfrica de 2010 más de 3 millones de aficionados siguieron el espectáculo en los estadios. Sin embargo, al compararla con la cifra de seguidores o fans que comentaron este suceso deportivo a través de *Twitter*, la cifra de aquellos que fueron a los estadios es mínima. Así pues, según *Twitter*, un total de 3.000 tuits por segundo fue el número que logró esta nueva red. Cabe decir que la media hasta entonces era de 700 tuits por segundo. Así, *Twitter* hizo de su red una nueva vía de comunicar. “Los encuentros se vieron en la televisión, pero se comentaron en las redes sociales”. (Orihuela, 2011: 157)

Por tanto, cada vez es más necesario la presencia de los medios como hemos comentado. Como podemos observar, las redes sociales posibilitan a los usuarios a convertirse en “periodistas” en la red.

3.6. CASO NÓOS

A continuación, haremos un breve resumen de lo que ha sido el *Caso Nóos*. Para ello hemos escogido un artículo del periodista Luis Gómez publicado en *El País* el 3 de abril de 2013. También hemos investigado en un artículo escrito en la Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología llamado “La lucha contra la corrupción política” escrito por Norberto de la Mata Barranco.

¿Qué era en realidad Nóos?

Nóos era un instituto sin ánimo de lucro creado en 1999. Urdangarin es nombrado presidente de éste instituto en 2003, que casualmente tiene coincidencia con el inicio de la actividad por parte de dicho instituto.

Urdangarín y Torres construyeron de común acuerdo un entramado societario complejo formado por varias Empresas: así, Virtual Strategies S.L., Asociación Instituto Nóos de Investigación Aplicada, Shiriaimasu S.L., Nóos Consultoría Estratégica S.K., Aizoon S.L. y varias más. Su objetivo era rentabilizar económicamente la influencia derivada del parentesco de Iñaki con la Casa Real.

La misión era captar entidades privadas e instituciones públicas para la concertación de distintos negocios jurídicos presididos por las ventajas que se hacía ver a los clientes de contar con la colaboración de un miembro de la Casa Real (incluyendo en ocasiones la mención de la esposa de éste). Así, se accedía a tales negocios sin observar la normativa sobre contratación pública y sin exigencia ni de su cumplimiento ni de rendición de cuentas. Se derivaba el beneficio al resto de entidades, con facturas cruzadas, disminuyéndose la base imponible o desviando el mismo al paraíso fiscal de Belice.

Nóos logra contratos millonarios de los Gobiernos de Baleares y la Comunidad Valenciana, ambos en manos del PP. Esos contratos fueron adjudicados a dedo y nadie controló que el dinero público adjudicado se correspondía con lo realmente gastado, según la investigación judicial.

¿Cómo comienza todo?

Durante un registro relacionado con el *caso Palma Arena*, en el que se investigan los excesos e irregularidades en la construcción de un palacio de Deportes, surge la primera sospecha de que había unas relaciones especiales entre el Gobierno balear y el duque de Palma. Se descubre entre los documentos un correo electrónico fechado el 21 de marzo de 2006 a las 19.38 horas. En ese correo, dirigido al director general de Deportes del Ejecutivo balear, José Luis Ballester, un trabajador del instituto Nóos, señalaba textualmente lo siguiente: “Como te ha comentado Iñaki, nos gustaría mantener una breve reunión para que conocieras un proyecto muy interesante que os presentará la empresa ACTIS, dirigida por José Luis Ferrando. Se trata de un evento deportivo llamado World Beach Games. Iñaki me ha comentado que estarás disponible en tu despacho el viernes 24 a las 10. Te confirmo que allí estaré acompañando a José Luis Ferrando en su presentación” (*El País*, 3 de abril de 2017). Ese Iñaki en los correos era Iñaki Urdangarin, duque de Palma, quien había dejado de ser presidente de Nóos pero, al parecer, seguía haciendo gestiones.

¿Cuál es la primera decisión del juez?

El 22 de julio de 2010, el juez José Castro, que lleva la instrucción del caso palma Arena, decide abrir una nueva pieza separada, la número 25, dedicada a investigar las anomalías detectadas en dos contratos a dedo del Gobierno balear (2,3 millones de euros) y al menos cuatro contratos por el mismo procedimiento del Gobierno valenciano y el Ayuntamiento de Valencia (3,7 millones de euros) al instituto sin ánimo de lucro Nóos, presidido por el duque de Palma. Ello permite pedir información sobre los convenios firmados en 2005 y 2006 entre la Fundación Illesport, el Instituto Balear de Turismo (Ibatur), dependientes del Govern balear, y el Instituto Nóos, presidido entonces por Iñaki Urdangarin.

¿Cuándo entra en acción Diego Torres?

Fue en septiembre de 2010 cuando Diego Torres es llamado a declarar por el juez como testigo. En esa comparecencia, Torres aportó 384 documentos relacionados con los contratos que el Instituto Nóos suscribió con el Gobierno balear. El juez decide imputar entonces a Torres. De todas formas, pasa algo más de un año, hasta que en noviembre de 2011 se producen los registros de las sedes ligadas a la empresa Nóos en Barcelona y Valencia. Se denomina Operación Babel, por la maraña de nombres, Aizóon, Virtual Strategies, Shiriaimasu, Intuit Strategy Innovat y, sobre todo, Nóos, que daba la cobertura de una asociación que formalmente no perseguía ánimo de lucro para organizar un entramado societario utilizando un grupo de sociedades a través de las cuales desviaban fondos públicos y privados que recibía el Instituto Nóos. Un informe de Hacienda cifra en 16 millones los ingresos de Nóos.

¿Qué pasa con Urdangarin?

Anticorrupción investiga al duque de Palma y a Torres por supuestos delitos de falsedad documental, prevaricación, fraude a la Administración y malversación de caudales públicos en dos convenios suscritos en 2005 y 2006 entre el Govern balear, presidido entonces por Jaume Matas (PP), y el Instituto Nóos por 2,3 millones. Torres está imputado, pero Urdangarin, no. El juez se toma su tiempo. Y en ese tiempo, la Casa del Rey comienza a desmarcarse de Urdangarin, el Rey hace una alusión a una “justicia igual para todos” en su discurso de Nochebuena. Son los antecedentes de lo que parecía irremediable, la imputación de Iñaki Urdangarin, que se produce el 29 de diciembre de 2011. El juez, además, levanta el secreto del sumario.

¿Qué sucede entre Diego Torres y Urdangarin?

Hay dos hechos que marcan la última y decisiva trayectoria del caso, que el juez en su último auto ya anuncia que está en su fase final. El primero se produce cuando Iñaki Urdangarin presta declaración por primera vez (los días 25 y 26 de febrero de 2012). Declara durante 21 horas y su estrategia es la de echarle todas las culpas a su exsocio Diego Torres (con quien comenzó a tener sus primeras diferencias en 2008 por asuntos de dinero) y exculpar de toda responsabilidad a la infanta Cristina.

La respuesta de Torres, que ha visto cómo el juez imputa a su esposa, no se hace esperar y es la de demostrar, a través del envío de correos electrónicos, que Urdangarin era el *alma mater* de todo el entramado y que la infanta Cristina estaba al corriente de todas las gestiones. Torres se convierte en el peor enemigo de Urdangarin.

¿Han sido determinantes los correos de Torres?

Se ha cumplido casi un año entre el 12 de abril de 2012 cuando Diego Torres envía al juez una primera remesa de correos electrónicos y el 27 de marzo de 2013 cuando envía la séptima y última conocida hasta el momento. Torres ha ido dosificando la información de tal forma que el juez, que parecía no ver clara la estrecha relación de la infanta Cristina en el caso, termina aceptando que la infanta Cristina no podía estar ajena a tantos hechos. La séptima remesa de correos electrónicos, que llegó el pasado martes al juzgado de la mano del abogado de Diego Torres, apuntan que la infanta Cristina conoció en 2003, cuando arrancó el negocio de Urdangarin con el Instituto Nóos, los pormenores de aquella aventura empresarial. “Aprovecho que estás conectada”, escribía el yerno del Rey a la infanta Cristina el 20 de febrero de 2003, “para enviarte una comunicación de Nóos que tengo pensado enviar. Hay dos versiones. Clientes, colaboradores y amigos. Léelo y dime que piensas”.

El juez alude a casos tan concretos como la contratación de unas empleadas del hogar en situación irregular en España “anunciándoles que se les pagarían sus salarios en dinero fiscalmente opaco para luego acabar siendo contratados por la entidad mercantil Aizóon SL coparticipada por el matrimonio”, o a su intervención para un proyecto de vela o la consulta que su propio esposo hace sobre unos comunicados que han de emitir a través de Nóos.

A continuación, comentaré algunos aspectos relevantes, para éste trabajo de investigación, extraídos de la lectura del libro escrito por Diego Torres y publicado en 2016. En dicho libro, el ex-socio de Urdangarín explica la fundación del Instituto, de su relación con Iñaki y por supuesto, de la relación de la Casa Real con el Instituto Nóos.

El 17 de febrero de 2017, sale a la luz la sentencia sobre el *Caso Nóos*.

- Iñaki Urdangarín fue condenado a 6 años y 3 meses de cárcel.
- Diego Torres es sentenciado a 8 años de prisión.
- Cristina de Borbón es sentenciada a abonar una multa de 265.088 euros.
- Ana Tejeiro es sentenciada a abonar una multa de 344.934 euros.
- Miguel Tejeiro fue absuelto por la retirada de la acusación.

Así, a lo largo de las más de 300 páginas del libro “La verdad sobre el *Caso Nóos*”, publicado en 2016, Diego Torres habla acerca de “su” verdad. El ex-socio de Iñaki niega, en todo momento, que el primer contacto con Urdangarín fuera de profesor-alumno, sino a través de proyectos en común para sus empresas. No duda en hablar sobre la familia real, recordando algunos buenos momentos, “asistieron unos cuantos familiares de Iñaki. Salvo por la presencia de tres miembros de la familia real (doña Sofía, el príncipe Felipe y Letizia), fue una normalísima fiesta de cumpleaños, en la que no sucedió nada singular; a lo sumo, algunos comentarios sobre la naturalidad y amabilidad de la reina Sofía comparada con la actitud rígida y distante de Letizia”.

Siempre, con respecto a Iñaki, asegura que tenían buena relación, que eran amigos, pero que cada uno tenía su vida privada. Tenían contacto constante debido al trabajo que les hacía pasar mucho tiempo mano con mano, pero que fuera del trabajo el contacto era casi inexistente. Que nunca se irían de vacaciones juntos, aunque un *paparazzi* les grabó en una ocasión en una playa de Lanzarote junto con la mujer de Torres y sus hijos. “Pero fue pura casualidad” asegura Torres.

Según el libro, la idea de la creación de Nóos no surge ni de la mano de Torres ni de Iñaki, sino del profesor de ESADE (Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas), Marcel Planellas. Tras consultarlo con varias personas de confianza a todo el mundo le parecía correcto, pero por lo visto, aquello fue un “error garrafal”.

En todo momento niega que el objetivo o fin último de Nóos fuera el adquirir más dinero. Asegura Torres que antes de unirse con Iñaki, ganaba más dinero y que cuando rompe relaciones con él, sus ingresos aumentan. Tampoco afirma que Urdangarín fuera únicamente el yerno del Rey, asegura que éste tenía buena preparación y una gran experiencia para poder ser consultor por su cuenta propia.

Torres no pasa por alto aclarar que la Casa Real sabía de la existencia de Nóos. Diego Torres ha dejado claro el profundo respeto que Iñaki le tiene a la familia de su esposa y en especial a Juan Carlos. Por ello, el ex-socio de Urdangarín asegura que Iñaki lo primero que hizo fue consultar con la Casa Real después de que Planellas sugiriera la idea.

Los socios del Instituto Nóos eran: Iñaki Urdangarín, Cristina de Borbón, Carlos García Revenga (asesor del Rey), Miguel Tejeiro y Diego Torres. Tejeiro era el cuñado de Torres (hermano de su esposa Ana Tejeiro).

Torres asegura que la creación fue al 50% con Iñaki, pero tras recibir críticas en los medios de comunicación, la Casa Real recomienda a Urdangarín que se dedique a tareas de investigación y divulgación más que a la consultoría. El problema para Torres es que ése no era su proyecto original, es decir, el acepta ese cambio de Iñaki, pero no era lo mismo, ya que los socios serían esos cinco y por tanto el rol de Torres cambia. Es decir, pasa de ser un socio con el 50% de capital, a un solo socio de cinco, con voto.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

No obstante, existe una norma, aunque no está escrita, en la que los miembros de la Casa Real no pueden entrar en entidades que no tengan un largo historial. Sin embargo, hay tres miembros de la Casa Real (Iñaki, Cristina y Revenga) que pasan a formar parte del Instituto. Según Torres esto ocurre porque no hay riesgo. La Casa Real es la que tiene el poder de decisión en la entidad, entonces el riesgo no existe. Torres asegura que la Casa Real contaba con 4 de 5 votos puesto que su cuñado Miguel Tejeiro, antes de la creación del Instituto, ya era asesor fiscal de Urdangarín. Incluso después del distanciamiento y ruptura entre los socios, Iñaki y Torres, Miguel siguió asesorando a Urdangarín y no a Diego.

3. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación, comentaremos los resultados obtenidos tras analizar varias encuestas realizadas por el CIS y los resultados que hemos alcanzado tras realizar una entrevista de elaboración propia.

4.1. ENCUESTAS CIS

Para comparar los resultados obtenidos de nuestra encuesta con respecto a las encuestas realizadas por el CIS, hemos decidido comprobar mediante preguntas el nivel de satisfacción de los ciudadanos con los medios de comunicación. También hemos realizado una encuesta acerca del uso que hace la población de las redes sociales y los periódicos escritos o digitales.

BAROMETRO DE MARZO 2013

El porcentaje de personas que leen periódicos ya sea en papel o en la red con una frecuencia menor a los 2 días por semana es de un 41,3%. (Anexos, Tabla 1, página-63)

Por otro lado, el medio escogido de los encuestados para informarse es la televisión con un 56,8% mientras que los periódicos impresos ocupan un 9%, los periódicos digitales un 11,9%, las redes sociales un 3,6%. (Anexos, Tabla 2, página- 64)

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

El principal motivo que han elegido los entrevistados para informarse a través de ese medio es en gran medida el fácil acceso (25,6%) y la rapidez de las noticias proporcionadas (21,6%).

Cabe destacar que la prensa escrita y la televisión tienen bastante influencia (28,3% y 36,5% respectivamente) a la hora de formar una opinión en el espectador. Las redes sociales y los blogs apenas tienen influencia en la formación de opiniones.

Por último, destacar que la confianza depositada en la prensa escrita es superior a la de la prensa digital y más pronunciada aún sobre los blogs y las redes sociales.

BAROMETRO DE MARZO DE 2016

El número de personas que han buscado información por Internet en los últimos 6 meses (marzo 2016), ha sido de un 72,9%. Sin embargo, la participación en algún foro o red social en Internet es de un 24,2%. La creación de un blog o página web alcanza el 7,1%.

Para los encuestados, las nuevas tecnologías han cambiado mucho la vida cotidiana de las familias (52%) o bastante (40,5%). (Anexos, Tabla 3, página- 65)

El dispositivo o medio que, a juicio de los entrevistados, más ha cambiado la vida cotidiana por la influencia de las nuevas tecnologías es el teléfono móvil (46,3%), seguido de la conexión a Internet (24,4%). Las redes sociales ocupan el quinto puesto con un 5,1%, por detrás del ordenador personal (7,5%), la televisión (6,7%).

El uso de las nuevas tecnologías tiene ventajas y desventajas a juicio de los entrevistados. Posibilita la relación con familiares que viven lejos (64,2%), se relacionan con nuevos amigos (46,8%) y mantienen el contacto con sus amigos de siempre (53,6%). No obstante, este uso de las nuevas tecnologías provoca que se aislen más (55,2%), se vuelvan más perezosos (48,7%) o desperdicien el tiempo (56,3%).

BAROMETRO DE SEPTIEMBRE DE 2016

El 39,8% de los encuestados afirma leer todos o casi todos los días periódicos en versión impresa o digital. (Anexos, Tabla 5, página- 66)

La preferencia en cuanto a periódicos impresos o digitales es clara, un 60,5% prefiere en formato papel, mientras que el 31,8% en versión digital. Un 73,9% ha utilizado Internet en los últimos 12 meses. (Anexos, Tabla 4, página- 65)

La frecuencia con la que se conectan a *Internet* es de un 81,9% todos los días. A la hora de informarse y leer textos largos ya sea en páginas web o blogs, redes sociales en Internet es de un 43,8% todos los días. (Anexos, Tabla 6, página- 66)

4.2. ENCUESTA PROPIA

Tras haber realizado varias entrevistas y haber analizado tres encuestas del CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas), hemos llegado a las siguientes conclusiones acerca de la influencia de *Internet* y la mayor presencia de medios digitales frente a los tradicionales a la hora de informarse. (Anexos, Tabla 7, página- 67)

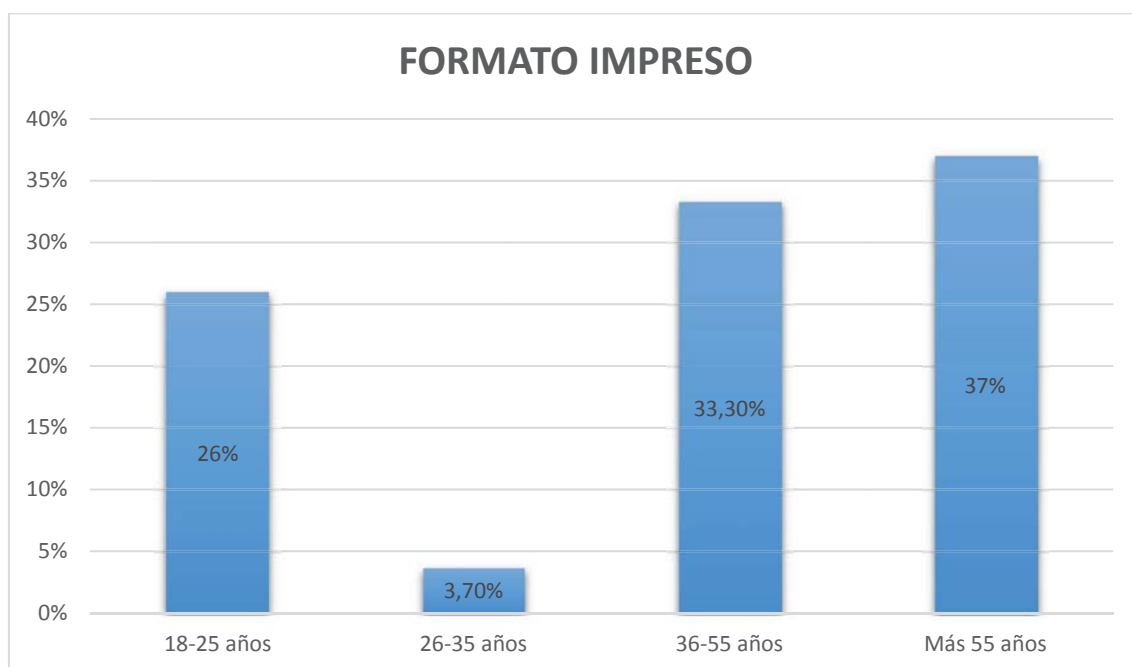
Un total de los 40,8% que contestaron a la encuesta eran hombres frente a un 59,2% de mujeres. En cuanto a la edad, algo que será relevante, les hemos dividido en dos grupos. El primero corresponde a aquellas personas que tienen entre 18 y 35 años, y el segundo pertenece a quienes tienen más de 36 años. El primer grupo representa un 52,4% mientras que el segundo es un 47,6%. Es decir, apenas hay diferencias claras.

De entre los encuestados, la mayoría han resultado ser estudiantes con un 47,3%, seguido de un 38,2% de trabajadores. Además de estos datos, tenemos un 8,2% y un 3,6% que representan a los jubilados y parados respectivamente. El 2,7% restante corresponden a la opción de “otros”.

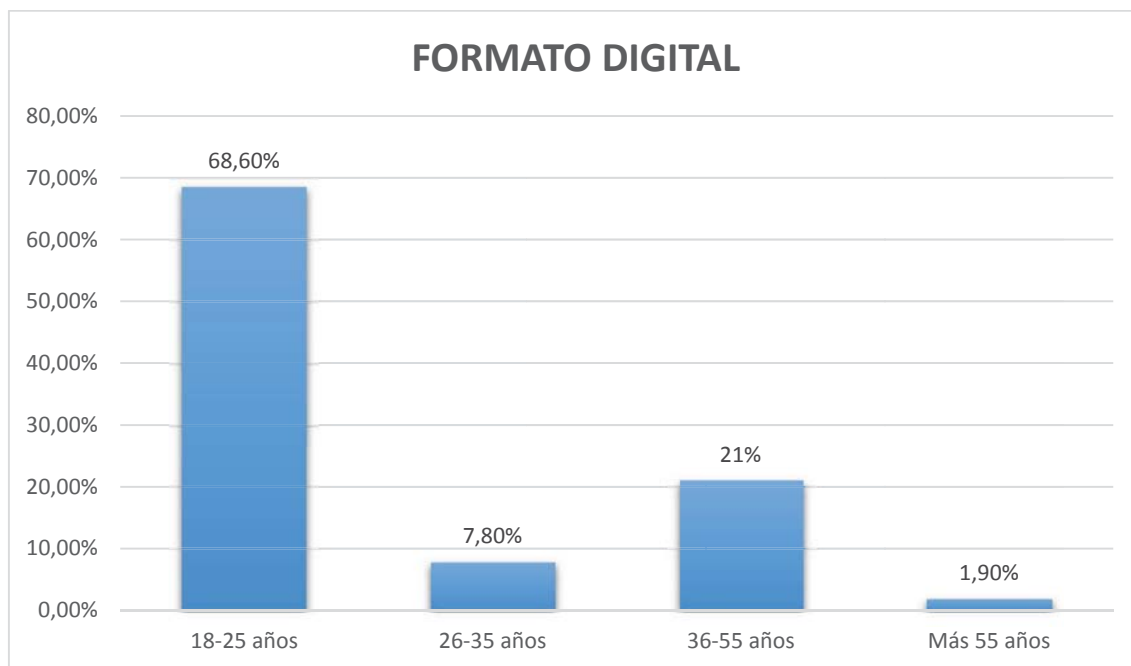
Del total de los entrevistados, un 51,4% prefiere leer los diarios en formato impreso frente al 48,6%. Es decir, hay una gran igualdad entre ambos modos de informarse.

Sin embargo, al analizar con profundidad los datos, dentro de las personas que prefieren leer la prensa impresa (54 en total), son las personas de edades comprendidas entre 18-35 años, es decir un 29,7%, mientras que las personas de edades comprendidas entre 36 y más de 55 años, un 70,3%.

En cuanto a la lectura de la prensa digital, de 18-35 años el resultado es de un 76,4%, y los de 36 y más de 55 años, un 23%.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

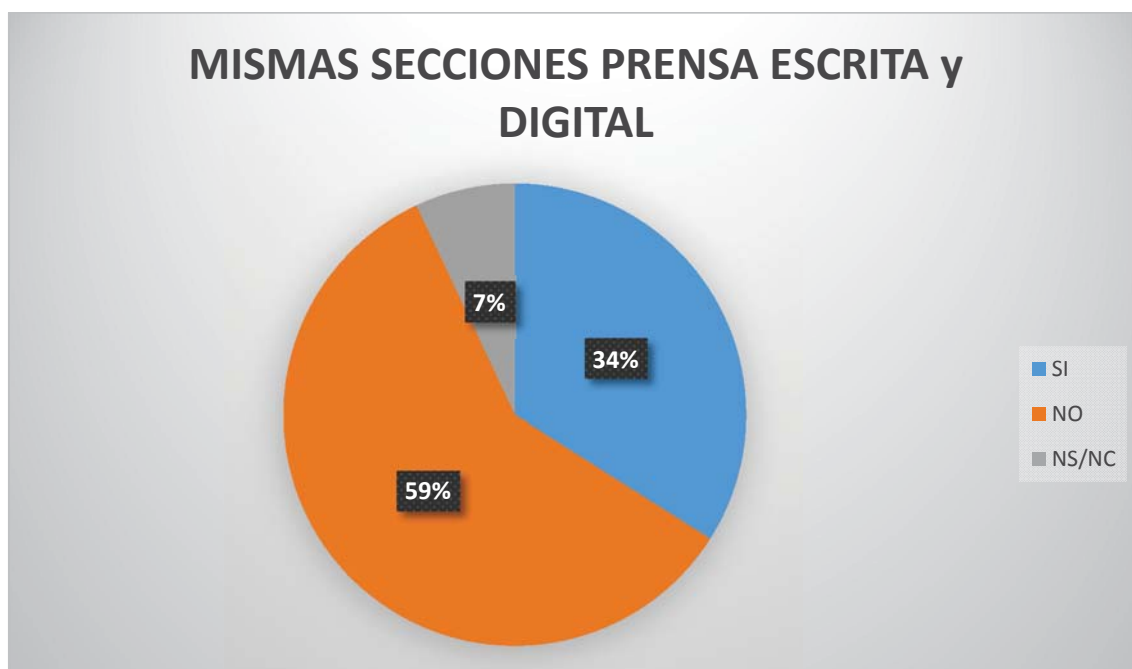
Es decir, los jóvenes se decantan más por la prensa digital y las personas mayores de 36 años optan por la prensa impresa. Sin embargo al hacer un recuento general la diferencia es mínima entre quienes prefieren impresa o digital. Solamente cuando dividimos por edades nos damos cuenta exactamente de las preferencias.

Ante la pregunta de qué medios escritos prefieren, la mayoría ha optado por El Norte de Castilla (45,25%). Entre *El Mundo* o *El País*, la diferencia es mínima (13,1% y 14,6% respectivamente). Si volvemos a dividir por edades, el grupo de 18-35 años se decanta más por *El País* (20,4%) que por *El Mundo* (13%). Mientras, el grupo de edad superior a los 36 años prefiere *El Mundo* (24,5%) que *El País* (18,3%). Esto en cuanto a los medios escritos.

Para la misma pregunta sobre medios digitales, El Norte de Castilla.es (27%) vuelve a dominar sobre el resto. *El País.com* (19%) vuelve a superar por la mínima a *El Mundo.es* (17%). El grupo de edad de 18-35 años se decanta con ventaja por *El País.com* (33,3%) sobre *El Mundo.es* (24%). El grupo de mayores de 36 años esta vez, se decantan, por sorpresa, por *El País.com* (38,7%) con una clara diferencia con respecto a *El Mundo.es* (18,3%).

Con lo que comprobamos es que *El País* en versión digital e impresa es más leído por los jóvenes que *El Mundo*. Mientras que *El Mundo* impreso es el único que toma ventaja entre los mayores de 36 años, ya que la versión digital de *El País* también gana a *El Mundo* entre este grupo (mayores de 36 años).

Ante la llegada de la red, los periódicos se lanzaron a conquistar este nuevo mundo y por ello sacaron sus diarios en la web. Sin embargo, la duda está en saber si informan de las mismas noticias en su formato impreso y en el digital. Eso lo comprobaremos más adelante con el *Caso Nóos*. Ante la pregunta de si veían las mismas secciones de noticias en un formato o el otro, la mayoría se decantó por el no con un 59%. Por lo que la información que reciben será completamente distinta dependiendo del formato que consulten.



Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, en la versión impresa, el lector lee el periódico entero mientras que en la versión digital pinchas o haces "clic" en lo que realmente quieres leer. Un 97% no paga por leer noticias en Internet. Además, un 81% no pagaría nunca en un futuro por ese servicio.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Es muy difícil que los medios logren financiarse a través de ofrecer información de manera no gratuita en la red. Cerca del 90% se informa, ya sea en versión impresa o digital, mínimo una vez al día.

Un 77,7% tiene cuenta en alguna red social. Si desglosamos por edades, el grupo de 18-35 años, un 100% está en alguna red social. El grupo mayor de 36 años, está más igualado. Un 55% si tiene cuenta frente a un 45% que no.

Ante la pregunta de si se mantienen informados a través de estas redes sociales, un 66% afirma que sí. Por edades, el grupo de 18-35 años se decanta por el sí en un 96%, mientras que los mayores de 36 años con un 65% aseguran que no.

Con respecto a las noticias que aparecen en las redes sociales, el 48,1% aseguraba pinchar en el enlace para leer la noticia entera y no quedarse solamente con el titular.

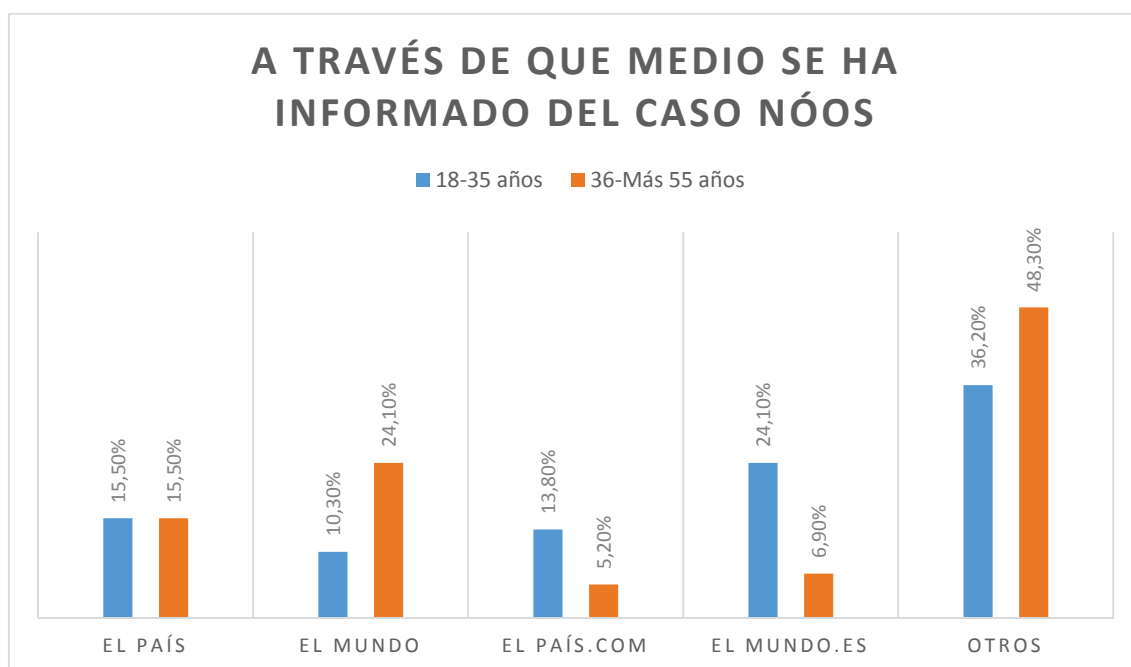
Es decir, las redes sociales tienen una mayor influencia en los jóvenes que en los mayores de 36 años. Además los medios de comunicación, consiguen captar a esas nuevas generaciones a través de las redes sociales haciéndose cuentas en *Twitter* o *Facebook* y volcando esas noticias de los periódicos impresos en la red para lograr el “*clic*” de los jóvenes.

Un 44% se decanta por los periódicos digitales en *Internet* frente a las redes sociales. Por edades, el grupo de 18-35 años prefieren las redes sociales con un 60% mientras que los mayores de 36 años con un 31% prefieren el periódico digital o sino con un 31,3% ninguna de las dos opciones (redes sociales o páginas web)

Así, los jóvenes prefieren informarse en *Internet* mediante las redes sociales, pero sino, también tienen la opción de los periódicos digitales (38,5%). Sin embargo, los mayores de 36 años se decantan por los periódicos web frente a las redes sociales como medio de informarse. Además, ninguna de estas opciones es también escogida, en gran número, por este grupo.

El Norte de Castilla es el medio que más credibilidad aporta, según los datos, con un 29%. La siguiente opción es ninguno con un 32%. Entre *El Mundo* y *El País*, vence el primero con un 17% respecto a un 12% de su competidor.

Un 93% aseguraba conocer el *Caso Nóos*. Un 42% afirmaba haberse enterado del caso mediante otro medio que no fueran los siguientes: *El Mundo* impreso, *El País* impreso, *El Mundo.es*, *El País.com*. De estos cuatro medios *El Mundo* en su versión impresa es el que más porcentaje ha obtenido para enterarse de la noticia con un 17%. La versión digital de *El País* tiene el menor porcentaje. El grupo de 18-35 años, asegura haberse informado con un 24,4% mediante la versión digital de *El Mundo*, mientras que el grupo mayor de 36 años también se decantaba por *El Mundo*, pero en este caso, en su versión impresa (24,1%).



Fuente: Elaboración propia

El 19,6% señala que *El Mundo* ha sido el medio que ha informado con mayor objetividad u honestidad de los cuatro medios sobre los que preguntamos. Además, tanto para el grupo de 18-35 años como para los mayores de 36 años, ambos con un 17,6% y un 21,5% respectivamente, se decantaban por *El Mundo* impreso como el más objetivo de todos.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Como conclusión, *El Mundo* domina a la hora de informar sobre el *Caso Nóos* tanto en preferencia de los jóvenes como en los mayores y tanto en su versión digital como en la impresa. Sin embargo, ninguno de los dos diarios logra tener una buena concepción de objetividad y honestidad en el trato de las informaciones.

4.3. Análisis del diario impreso El País y el Caso Nóos

Una vez realizado el marco teórico y analizadas las encuestas del CIS y de elaboración propia, pasamos a analizar la actividad tanto de *El País* como de *El Mundo* en sus diarios impresos y en la web sobre el trato dado a las noticias relacionadas con el *Caso Nóos*. (Anexos, Tabla 8, página- 72)

Además, analizaremos la presencia de este hecho histórico tanto para la sociedad española como para el periodismo español en las respectivas redes sociales, en este caso Twitter, de los dos diarios analizados en este trabajo (*El Mundo* y *El País*).

El propósito de esta investigación es observar el trato que ofrecen los diarios elegidos del tema seleccionado. Para ello, hemos decidido analizar la semana del 17 de febrero hasta el 24 de febrero. En algunos momentos, también se escoge el día previo (16 de febrero) del inicio de la investigación.

Se ha escogido esta semana debido a que es el momento donde se establece la sentencia final del *Caso Nóos*. Lo que nos permite analizar mejor y más detalladamente las informaciones.

En la portada del primer día elegido para el análisis, 17 de febrero, en el periódico *El País* no aparece noticia alguna a cerca del *Caso Nóos*. Sin embargo, dentro del periódico, en la página 17 (sección España), aparece un texto, a página completa, con el siguiente titular: “La Audiencia de Palma notifica este mediodía la sentencia del *Caso Nóos*.”

El periódico de *El País* del sábado 18 de febrero no solamente llena su portada para informar de la sentencia de *Nóos*, sino que, además, desde la página 13 hasta la 18, todas las noticias tienen que ver con dicho *Caso*. Todas esas noticias aparecen en la sección de España.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

En las noticias encontramos desde información acerca de la sentencia, como un breve análisis de todas aquellas personas que han formado parte del entramado y sus correspondientes condenas, información acerca del fiscal (Horrach), e incluso una breve noticia acerca de Manos Limpias (quienes acusaron a la infanta Cristina). Además, tanto el Gobierno como la Casa Real también aparecen en el periódico en relación con la sentencia del *Caso Nóos*.

El País: Sábado 18 febrero, 2017



Fuente: *El País*

A los dos días siguientes de conocerse la sentencia, el periódico impreso saca solamente una noticia en su página 17 y sección de España, con el titular: “Defender a la Infanta ha sido sencillo, pero el juicio paralelo fue terrible”. Esta frase textual es de Pau Molins, el abogado de Cristina de Borbón. El lunes 20 de febrero, no hay noticias del *Caso* en todo el periódico impreso.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

El martes 21 de febrero, la portada tampoco contiene noticias respecto al *Caso*, pero sí que encontramos dos noticias en el interior del diario. En su página 14 de la sección de opinión, el abogado Norberto de la Mata escribe un artículo con el titular: “Caso Nóos: una sentencia más”. Además de este artículo de opinión, encontramos una noticia más en la página 19 de la sección España, “El fiscal sugiere que pedirá prisión eludible bajo fianza para Iñaki Urdangarín”.

En el periódico del miércoles 22 de febrero en la página 22 de la sección España, sale una breve noticia: “Urdangarín viaja a Palma para saber si entra ya en prisión”.

El periódico del 23 de febrero, no hay noticia alguna acerca del *Caso* ni en su portada ni en su interior.

En el último día del análisis, el 24 de febrero, se conoce que Urdangarín queda en libertad sin fianza por lo que la portada del periódico la comparten dos casos de corrupción, el *Caso Nóos* y la “Tarjetas Black” de Rato y Blesa. En la página 13 de la sección de España, encontramos la noticia ampliada de la portada: “Urdangarín seguirá en libertad sin fianza y podrá vivir en Suiza”.

El País: Viernes 24 febrero, 2017



Fuente: *El País*

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

4.4. Análisis del diario impreso El Mundo y el Caso Nóos

El periódico del 17 de febrero contiene una noticia del Caso en la página 12 de la sección España: “El fiscal planea prisión ya para Urdangarín”. Dentro de la noticia se analizan las condenas de los principales acusados y las claves que han marcado el transcurso del Caso Nóos.

En los diarios del sábado 18 de febrero y domingo 19 de febrero encontramos varias páginas dedicadas en exclusiva al *Caso*. En el diario del 18 de febrero, la portada es para Felipe VI y Doña Letizia con el siguiente titular: “Una sentencia de mínimos”. En su interior, 11 páginas enteras dedicadas para el Caso. Desde opiniones, análisis de la trama, opiniones del Gobierno o la repercusión del *Caso* en la Casa Real. En especial, la página 18 es en la que el periódico muestra cómo fue el periódico *El Mundo* quienes destaparon el “gran escándalo” en el que incluyen las portadas durante los once años de duración del Caso.

El Mundo: Sábado 18 febrero, 2017



Fuente: *El Mundo*

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Ya en el periódico del 19 de febrero, destacar que la portada no dice nada que tenga relación con Nóos. Sí, en su interior encontramos cinco noticias entre ellas dos de opinión. Además en la contraportada aparece una foto de la infanta Cristina con el titular “Manual para interpretar una sentencia ejemplar”

El lunes 20 de febrero y el martes 21 del mismo mes, ni en la portada ni en su interior encontramos noticia alguna acerca del *Caso*.

Tampoco lo encontraremos el jueves 23 de febrero, pero sí el día anterior y posterior a éste. El jueves 22, la portada es compartida entre Trump y Urdangarín. En el interior una única noticia en la que informan al lector sobre las consecuencias que recaerán en el marido de la Infanta dependiendo la decisión del juez de si entre en prisión o no.

El 24 de febrero se conoce que Urdangarín queda provisionalmente en libertad sin fianza. Por ello, la portada es para el *Caso Nóos* y para el caso de las “Tarjetas Black”. En el interior en la página 3 en la sección de opinión aparece un amplio análisis de los dos casos de corrupción comentados anteriormente. En la página 10 de la sección España, la noticia que confirma que “Urdangarín se libra de momento de ir a la cárcel”.

El Mundo: Viernes 24 febrero, 2017



Fuente: *El Mundo*

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

4.5. Análisis del diario digital El País y el Caso Nóos

Como podemos observar el jueves 16 de febrero en la página web de *El País*, aparece en portada la noticia de que la Audiencia de Palma informará mañana (17 febrero) la sentencia del Caso Nóos.

Ya el 17 de febrero, por la mañana, el diario digital *El País* saca en portada a Urdangarín y la Infanta a esperas de la decisión de la Audiencia. Por la tarde, el diario digital saca la condena de Urdangarín en portada. Cabe destacar que durante todo el día la página web, en su portada, estuvo dedicada en exclusiva a la sentencia de Nóos.

El País.com: Viernes 17 febrero, 2017

The screenshot shows the homepage of *El País* on February 17, 2017. The main headline reads: "Urdangarín, condenado a seis años y tres meses de cárcel. La Infanta, absuelta". Below the headline is a photo of Urdangarín and the Infanta Cristina. To the right of the photo, there is a sub-headline: "Lucía Bohórquez / Fernando J. Pérez | Palma / Madrid • 594". Below this, there is a short summary of the news. Further down, there are several smaller articles and sections, including "El fiscal pedirá prisión inmediata para Urdangarín", "El futuro de la Infanta tras la sentencia está en Lisboa", "La Casa del Rey: 'Respeto absoluto a la independencia del Poder Judicial'", and "La Infanta se 'impone' la condena a Urdangarín". There is also a section titled "Última hora de la sentencia del 'Caso Nóos'" and a "Grafico" section.

Fuente: *El País.com*

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

El sábado y domingo no aparece en portada noticia alguna del *Caso Nóos*. Por lo que hay que esperar hasta el lunes, a última hora del día, para que salga en portada alguna noticia relacionada con Nóos.

De nuevo, tanto el martes como miércoles de la semana analizada, no salen noticias. Si ocurre, sin embargo, el jueves 23 de febrero donde sale en portada la decisión de que Urdangarin siga en libertad sin fianza. Ese mismo día, tanto antes de conocer la noticia como a la noche, el medio digital deja un espacio muy reducido la noticia.

El País.com: Jueves 23 febrero, 2017

23 FEBRERO 2017 | ACTUALIZADO 16:07 CET | ESPAÑA | AMÉRICA | BRASIL | CATALUÑA | NEWSLETTER | SUSCRÍBETE | Q

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL

INTERNACIONAL OPINIÓN ESPAÑA ECONOMÍA CIENCIA TECNOLOGÍA CULTURA ESTILO DEPORTES TELEVISIÓN VÍDEO

'Tarjetas black': cuatro años y medio de cárcel para Rato y seis para Blesa

REYES RINCOÓN | Madrid | 126

El tribunal condena a 65 acusados por el uso indebido de las tarjetas de Caja Madrid y Bankia entre los años 2003 y 2012

- Así son las 65 condenas por las 'black'

Urdangarin seguirá en libertad sin fianza y continuará residiendo en Suiza

LUCÍA BOHÓRQUEZ | Palma de Mallorca | 665

El esposo de la Infanta tendrá que comparecer ante un juzgado en Ginebra una vez al mes

- Un respeto al señorito Urdangarin, por Rubén Amón

La Fiscalía se querrela contra la

Las fuerzas iraquíes arrebatan

Cinco asesinadas en cuatro

Fuente: *El País.com*

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Ya el día 24 de febrero, habría que bajar hasta la sección España para encontrar alguna noticia en relación al *Caso Nóos*.

4.6. Análisis del diario digital El Mundo y el Caso Nóos

El día previo a conocer la sentencia, *El Mundo*, en su versión digital, dedica la portada a esa noticia principal y la acompaña de otra noticia en la que se describen y analizan las claves del *Caso Nóos*.

El Mundo.es: Jueves 16 febrero, 2017



Fuente: *El Mundo.es*

El 17 de febrero, a lo largo de todo el día, la portada en la web de *El Mundo* es para la sentencia de Nóos, tanto por la mañana como por la tarde y la noche.

Tanto el sábado 18 como el domingo 19 de febrero, la portada se llena de noticias que no tienen que ver con Nóos, salvo una breve noticia en la sección de por la mañana. Además, la web de *El Mundo* posibilita durante el periódico del sábado, acceder a la sentencia en el formato PDF desde su medio.

El lunes 20 no hay noticias del *Caso* y el martes 21 encontramos una noticia, aunque no en su portada. El miércoles 22 tampoco hay noticia alguna en su portada.

El jueves 23 la portada está todo el día llena de la noticia que informa acerca de la decisión de la Audiencia de dejar en libertad provisional a Iñaki. Por último, el viernes 24 la portada aparece con la noticia del fiscal Horrach de solicitar más pena para Iñaki y Diego Torres.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

El Mundo.es: Jueves 23 febrero, 2017

Jueves, 23 de febrero de 2017

EL MUNDO

Suscríbete Iniciar sesi

España Opinión Economía Internacional Deportes Sociedad Cultura Tv Ciencia y Salud Tecnología Más Buscar en elmundo.es

EUROPA LEAGUE En directo: Shakhtar vs Celta, en la prórroga

Blesa, condenado a 6 años de cárcel y Rato a 4 años y medio por las 'black'

MARISA RECUERO | Madrid 212

Consulte todos los gastos de las 'black' · Rato, un delincuente compulsivo · Vivir a cuerpo de Blesa

El PSOE exigirá la dimisión del fiscal general si no explica su "purga masiva"

LUIS ÁNGEL SANZ | Madrid 41

El fiscal de Murcia: "Se nos persigue más que a los corruptos"

Libertad provisional para Urdangarin sin fianza

MARCOS TORRÓ | EDUARDO COLÓN | Palma de Mallorca 602

Tendrá que comparecer el día 1 de cada mes ante la autoridad judicial en Suiza. El tribunal no considera necesario la retirada de pasaporte. Si en el caso de Torres:

- Auto de las medidas cautelares (pdf)
- Urdangarin se da a la fuga
- Jueces: no se ha hecho una excepción
- Rajoy: "Pleno respeto" a la decisión

JxSí, sobre la querrela de la Fiscalía contra Forcadell: "Es la versión 2017 del todos al suelo"

GLORIÁN GONZÁLEZ | Barcelona 152

¿Cómo saber si hay vida

Fuente: *El Mundo.es*

4.7. Análisis del Caso Nóos en las redes sociales (El Mundo y El País)

Tras analizar las noticias elaboradas por ambos medios en sus diarios impresos y digitales, analizaremos las redes sociales. Para ello, hemos recurrido a la “búsqueda avanzada” que ofrece la red social *Twitter* para determinar las fechas y el usuario de los *tweets* que queremos analizar. Por ello, en la parte de palabras clave que ofrece dicha búsqueda avanzada de *Twitter*, utilizamos el nombre *Caso Nóos*.

El diario *El País*, publicó desde el jueves 16 de febrero hasta el viernes 24 del mismo mes, un total de 21 *tweets*. En comparativa con el otro diario analizado, *El Mundo*, que sacó un total de 20 *tweets*. Ambos aportan el mismo número de noticias en las redes sociales, por lo que no podemos destacar a un medio sobre otro referente de las redes sociales.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

El 17 de febrero, día en el que se produce la sentencia del caso analizado, es el día de máximo número de *tweets* de ambos medios. *El País* publica 12 *tweets* y *El Mundo* 16 a lo largo de todo el día.

El resto de días, ninguno de los dos diarios publican más de 2 *tweets* al día. Es decir, el número de publicaciones de noticias en las redes sociales es inferior, en gran medida, a las noticias publicadas en la web. No obstante, es necesario que los medios realicen esas publicaciones en las redes sociales al fin de lograr una mayor captación de lectores para su diario en la red.

En comparativa con el medio escrito, los periódicos en papel no ofrecen la ventaja de la actualización durante 24 horas lo que hace que ante una nueva noticia, el lector acude a la red social o a la página web.

4.8. Comparativa entre El Mundo y El País del Caso Nóos en sus diarios y redes sociales

Tras conocer la frecuencia y el medio para informar sobre el caso analizado en ambos periódicos, realizaremos una comparativa.

En los diarios impresos de ambos medios, como hemos dicho anteriormente, la actualización de noticias refleja una enorme desventaja del periódico en papel respecto al de la web. Por lo tanto, el día de la sentencia, las noticias de los periódicos en papel son mínimas mientras que en los diarios digitales, a lo largo de todo el día, no dejan de aparecer noticias relacionadas con el *Caso Nóos* desde primera hora de la mañana hasta última hora del día. Tanto *El País* como *El Mundo* hacen una misma estrategia que a continuación comentamos.

Dicha estrategia se centra durante el fin de semana. Como hemos dicho, el viernes 17 de febrero se conoce la sentencia, por lo que los medios digitales se hacen eco de la noticia al instante. Sin embargo, el periódico en papel deberá esperar al día siguiente. En efecto, el sábado 18 de febrero, ambos periódicos impresos sacan amplias noticias y por supuesto, la portada centrados en la sentencia y el análisis de los once años que dura la investigación.

Si nos fijamos en los medios en la red, tanto el sábado como el domingo las noticias del caso investigado no tienen tanta presencia.

Durante la semana siguiente, las noticias en la web y en el periódico tradicional son mínimas, salvo el momento que se conoce que Urdangarín queda provisionalmente en prisión. Dicho día, 23 de febrero, la web de los periódicos se centra en la decisión de la Audiencia.

Mientras tanto, los periódicos impresos, de ese 23 de febrero, no aportan ni en portada ni en su interior noticia alguna debido a que la decisión de la Audiencia tendría lugar por la tarde de dicho día. Así, otra vez, tendremos que esperar al día siguiente para que los periódicos impresos nos informen de la noticia.

Es decir, el declive de los periódicos impresos se debe a la actualización que posibilita la red hoy en día. No obstante, cabe destacar que ante la decisión de algunos profesionales de adelantar la desaparición del medio tradicional habría que considerar la fidelidad de sus lectores. No hay duda de que la red absorbe mucha parte de la audiencia, ya sea a través de las redes sociales o las páginas web, pero tampoco hay que olvidar que a pesar de todo, el medio escrito sigue muy vivo.

5. CONCLUSIONES

Tras los resultados obtenidos en el análisis realizado de los diarios *El Mundo* y *El País* en su versión impresa y digital, se puede observar que ambos medios de comunicación nos confirman el principal objetivo de este trabajo, que era demostrar la irrupción de Internet para informar con mayor rapidez al lector, hace que los medios impresos tengan que adaptarse e incluso cambiar su forma de comunicar.

En cuanto a las hipótesis planteadas se confirman con las siguientes conclusiones:

- Se confirma que tanto *El País* como *El Mundo* han sufrido cambios en su diario impreso como consecuencia directa de las nuevas tecnologías, pero no ante el nuevo papel del periodismo en las redes sociales (H1). Es decir, el periodismo

impreso de ambos medios modifica su forma de informar ya que el periodismo digital posibilita la actualización constante de las informaciones, por lo tanto, primero el usuario se informa a través de la red y posteriormente acude a un diario impreso para ampliar la información.

- No ocurre lo mismo con las redes sociales. Éstas aún no tienen esa fuerza del periódico digital, pero sí que es destacable el uso de dichas redes sociales entre los más jóvenes para informarse.
- Los resultados confirman que las personas se informan cada vez con mayor frecuencia a través de *Internet* y dejan de lado al periódico impreso (H2). Además, la mayoría de periódicos escritos han tenido que salir en *Internet* para poder tener una mayor repercusión y no quedarse en el olvido dentro de unos años, ya que la mayoría de las personas de edades comprendidas entre los 18 y 35 años prefieren, según los resultados obtenidos, el periódico en Internet y gratuito.
- El medio tradicional deberá ir captando a estas nuevas generaciones de lectores de periódicos en la red, mientras que el papel quedará en un segundo plano. Cabe destacar, que a pesar de que el periódico impreso siga teniendo su público, la presencia de medios digitales hace que ese público también tienda en ocasiones a acudir a la red.
- El periodismo impreso no se ve afectado gravemente por la inclusión de las redes sociales a la hora de comunicar, sin embargo, sí que se ve afectado por el periódico digital, el cual utiliza la herramienta de las redes sociales para lograr más “clicks” en las noticias publicadas en el diario en la red. Es decir, las redes sociales son un nuevo medio empleado por esos diarios digitales para lograr llevar sus noticias a un mayor número de lectores.

- El periodismo en la red es un avance en la forma de llegar la información a la sociedad y no un retroceso puesto que como hemos comentado a lo largo del trabajo, el periodismo en la red posibilita el conocer la noticia en el mismo momento de producirse, mientras que con el periodismo impreso la noticia se conoce 24 horas después. Es por ello, que la mayoría de periódicos tradicionales deben adaptarse al nuevo formato digital.
- El periodismo en la red, y a pesar de que muchos autores lo consideran una revolución, no es más que otra evolución en el mundo periodístico. Las revoluciones suponen romper con todo lo anterior para dar paso a un nuevo método, mientras que la evolución acoge aquellas ventajas que ofrecían los sistemas anteriores y las une a las nuevas posibilidades para poder mejorar su servicio. “El periodismo electrónico continua demasiado vinculado al modelo tradicional al que se limita a copiar en formato digital y ampliar en cuanto a contenidos”. (Díaz Nocí, J & Meso Ayerdi, K, 1999: 27).

Un cambio no supone siempre una revolución, sino que debe ser aprovechado para mejorar, en este caso, la manera de llegar al público con una información correcta y eficaz. Como en todo cambio, existen desventajas difíciles de solventar como es la falta de verificación en las noticias proporcionadas en la red. No obstante, habrá que esperar una nueva evolución en el periodismo para mejorar dicha desventaja.

- Se confirma que es el periodismo escrito el mayor afectado por la digitalización. Como hemos demostrado, en *Internet* existen nuevas formas de hacer periodismo, a través de las redes sociales, en blogs o bitácoras, etc. Sin embargo, Internet afecta al periodismo impreso por su libre acceso a conocer la noticia.
- Se confirma que la presencia de los medios escritos en *Internet* se convierte en casi una obligación para su supervivencia. Que como en toda evolución, el periodismo en la red cuenta con la ventaja de comunicar con la mayor rapidez hasta entonces conocida en el mundo del periodismo, pero que a su vez, el querer informar con

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

máxima rapidez, debilita la comprensión total de la noticia ante la falta de verificación.

- Los medios analizados se han adecuado a la nueva etapa del periodismo en la red sabiendo adaptarse al público y ofreciendo las informaciones del *Caso Nóos* a través de todos sus medios (redes sociales, página web y periódico impreso).

6. BIBLIOGRAFÍA, WEBGRAFÍA

Antón Crespo, M. (2008) Nuevas formas de comunicación: cybermedia, periodismo en Internet, telefonía móvil y sociedad. En: Marka Baranskiego (coord.) *Modernizacja polityczna w teorii i praktyce*. Uniwersytet Slaski. Editorial: Katowice. Poloni.

Antón-Crespo, M & Méndez Ruiz, C. (2010) Sinergias entre periódicos y ciberperiódicos: estudios de los diarios El País, El Mundo, ABC, La Razón, La Vanguardia y El Periódico de Catalunya. En: Cebrián Herreros, Mariano (director). *Desarrollos del periodismo en Internet*. Sevilla. Editorial: Comunicación Social.

Antón-Crespo, M. (2013) Medios sociales, cuadernos de bitácora y periodismo ciudadano: espacios, autores y contenidos. En: Flores Vivar, Jesús (coord.) *Contenidos y servicios periodísticos en las redes sociales*. Madrid. Editorial: Fragua.

Armentia Vizuete, J; Caminos Marcet, J; Elexgaray Arias, J; Marín Murillo, F & Merchán Mota, I (2000): *El diario digital*. Barcelona. Editorial Bosch.

Castells, Manuel. (2009) *Comunicación y Poder*. Editorial: Alianza. Madrid

Cebrián Herreros, M. & Flores Vivar, J. (2007). *Blogs y Periodismo en la Red*. Madrid. Editorial: Fragua.

Dans, Enrique. (2010). *Todo va a cambiar. Tecnología y evolución: adaptarse o desaparecer*. Editorial: Deusto.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Del Rey Morató, Javier. (1991). Medios. En: Benito, A. (director). *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid. Editorial: Paulinas.

Delgado, A, (2009). Quince años de prensa digital en España. En: Cerezo Gilarranz, Julio (director). *Cuadernos de Comunicación Evoca*. Madrid. Editorial: Evoca Comunicación e Imagen.

Díaz Nocí, J. & Meso Ayerdi, K. (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*. Bilbao. Universidad del País Vasco.

Díaz Nocí, J. & Salaverría Aliaga, R. (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona. Editorial: Ariel.

Edo, Concha. (2002). *Del papel a la pantalla. La prensa en Internet*. Sevilla. Editorial: Comunicación Social.

Estévez, Jaime. (2002). *Periodismo en la red*. España. Editorial: Anaya.

Freire, Juan & Gutiérrez-Rubí, Antoni. (2010) *32 Tendencias de cambio*. España

Jiménez Guerrero & Huerta, F. (2002). Periódicos on-line; en AEDE: *Libro blanco de la prensa diaria*. Madrid

López Vidales, N. & Peñafiel Saiz, C. (2002). *Claves para la era digital. Evolución hacia nuevos medios, nuevos lenguajes y nuevos servicios*. España. Editorial: Universidad del País Vasco.

Orihuela, J.L. (2011) *80 claves sobre el futuro del periodismo*. Madrid. Editorial: Anaya.

Palomo Torres, M. (2004). *El periodista on-line: de la revolución a la evolución*. Sevilla. Editorial: Comunicación Social.

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Torres, Diego. (2016). *La verdad sobre el Caso Nóos*. Madrid. Editorial: Foca.

Wolton, Dominique. (2000) *Internet, ¿y después?* Barcelona. Editorial: Gedisa.

PDF:

Baviera Puig, Tomás. (2008). Un medio nacido en Internet: el weblog. En: López García, Guillermo (ed.) (2008). *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*. Valencia. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/ComunicacionLocal.pdf>

Campos-Freire, Rúas-Araújo, López-García & Martínez Fernández. (2016). “Impacto de las redes sociales en el periodismo”. En: Revista “*El profesional de la información*”, v 25, n 3, pp. 449-457.

De la Mata Barranco, N. (2016). La lucha contra la corrupción política. En: *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología*. Núm. 18-01, pp. 1-25. Disponible en internet: <http://criminet.ugr.es/recpc/18/recpc18-01.pdf>

WEB

El Mundo.es. (2016) *Los documentos del Caso Nóos*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/baleares/2016/01/05/568bb59f22601d4a698b45a9.html>

El País.com. (2017). *Instituto Nóos*. Recuperado de: http://elpais.com/tag/instituto_noos/a

El Mundo.es. (2017). *Caso Nóos*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/t/ca/caso-noos.html>

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Gómez, Luis. (2013)¿Cómo surge el “caso Urdangarín”? El País. Recuperado de:
http://politica.elpais.com/politica/2013/04/03/actualidad/1364998653_945029.html

Real Academia Española. Blog. <http://dle.rae.es/?id=5hLUKIO>. (Consulta: 18/03/2017)

Centro de Investigaciones Sociológicas. *Barómetro de marzo. Distribuciones Marginales*.
http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2980_2999/2981/Es2981.pdf (Consulta: 25/04/2017)

Centro de Investigaciones Sociológicas. *Barómetro de marzo 2016. Avance de Resultados*.
http://datos.cis.es/pdf/Es3131mar_A.pdf (Consulta: 25/04/2017)

Centro de Investigaciones Sociológicas. *Barómetro de septiembre 2016*.
http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3140_3159/3149/Es3149mar.pdf (Consulta: 25/04/2017)

7. ANEXOS

Barómetros CIS:

A) Barómetro CIS, marzo de 2013

TABLA 1

¿Con qué frecuencia lee los periódicos de información general no deportivos, ya sea en papel o por Internet en el ordenador, tablet, móvil, etc?

	% (N)
Todos los días	28.7 (710)
3-4 días por semana	11.0 (273)
1-2 días por semana	16.8 (415)
Con menor frecuencia	41.3 (1024)
Nunca	1.6 (40)
N.C.	0.6 (15)
TOTAL	100.0 (2477)

TABLA 2

¿Cuál de los siguientes medios prefiere Ud. para informarse?

La televisión	56.8 (1407)
Los periódicos en papel	9.0 (223)
Los periódicos digitales (por Internet)	11.9 (296)
Las revistas	0.2 (5)
La radio	13.7 (339)
Los Blogs	0.6 (14)
Las redes sociales (twitter, facebook, tuenti, etc.)	3.6 (88)
Otros	0.4 (11)
Todos por igual	1.7 (41)
Ninguno	1.9 (46)
N.S.	0.1 (3)
N.C.	0.2 (4)
TOTAL	100.0 (2477)

B) Barómetro CIS, marzo de 2016

TABLA 3

Independientemente de que Ud. las use, ¿hasta qué punto, mucho, bastante, poco o nada, cree que, en general, las nuevas tecnologías han cambiado la vida cotidiana de las familias en nuestro país?

Mucho	52,0
Bastante	40,5
Poco	3,3
Nada	0,6
(NO LEER) No procede (no usa TIC, no tiene familia)	0,4
N.S.	3,1
N.C.	0,0

(N) (2.467)

C) Barómetro CIS, septiembre de 2016

TABLA 4

¿Lee los periódicos principalmente en papel o en formato digital (libro electrónico, ordenador, tableta, etc.)?

En papel	60,5
En formato digital	31,8
(NO LEER) Los dos por igual	7,6
N.S.	-
N.C.	0,1

(N) (1.728)

TABLA 5

¿Con qué frecuencia lee periódicos (incluidas las ediciones gratuitas y digitales)?

Todos o casi todos los días	39,8
Una o dos veces por semana	20,4
Alguna vez al mes	7,8
Alguna vez al trimestre	1,6
Casi nunca	14,9
Nunca	15,5
N.C.	-

(N) (2.483)

TABLA 6

¿Con qué frecuencia se conecta Ud. a Internet?

Todos los días	81,9
De tres a cinco días por semana	9,0
Uno o dos días por semana	5,2
Algunas veces al mes	2,6
Con menor frecuencia o de manera ocasional	1,0
N.C.	0,3

(N) (1.836)

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

TABLA 7: ENTREVISTA PROPIA

MEDIOS DE CONSUMO INFORMATIVO

- Sexo

- a) Hombre

- b) Mujer

- Edad

- a) 18-25 años

- b) 26-35 años

- c) 36-55 años

- d) Más de 55 años

- Profesión

- a) Trabajador

- b) Estudiante

- c) Parado

- d) Jubilado

- e) Otras

- ¿Cómo prefiere leer los diarios, en formato impreso o digital?

- a) Prensa impresa

- b) Prensa digital

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

•¿Qué medios escritos son los que consume?

- a) El Mundo
- b) El País
- c) La Razón
- d) ABC
- e) El Norte de Castilla
- f) Otro

•¿Qué medios digitales son los que consume?

- a) El Mundo.es
- b) El País.com
- c) La Razón.es
- d) ABC.es
- e) El Norte de Castilla.es
- f) Otro

•¿Qué secciones de información o noticias lee con mayor frecuencia?

- a) Política
- b) Economía
- c) Sociedad
- d) Cultura
- e) Opinión
- f) Internacional
- g) Nacional
- h) Deportes
- i) Ciencia y salud
- j) Otras

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

•¿Lees las mismas secciones de información o noticias en la prensa escrita que en la digital?

- a) Si
- b) No
- c) NS/NC

•¿Pagas por leer noticias en Internet?

- a) Sí
- b) No

•¿Pagaría por leer noticias en Internet?

- a) Sí
- b) No
- c) Nunca
- d) Es posible

•¿Cada cuánto lee noticias ya sea en prensa digital o impresa?

- a) Una vez al día
- b) Varias veces al día
- c) Cada 3 días
- d) Una vez a la semana
- e) Nunca
- f) Otras

•¿Tienes alguna cuenta en las redes sociales? (Twitter, Facebook, etc)

- a) Sí
- b) No

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

•¿Sigues la información en las redes sociales?

- a) Sí
- b) No

•¿Sueles pinchar en las noticias que aparecen en las redes sociales o solamente lees el titular?

- a) Sólo leo el titular
- b) Leo la noticia entrando en la página web
- c) NS/NC

•Cuando fue la última vez que compró un periódico

- a) Cada día
- b) Hace dos días
- c) Hace una semana
- d) Hace un año
- e) Nunca he comprado un periódico
- f) NS/NC

•¿Qué diario escrito tiene más credibilidad según tu opinión?

- a) El Mundo
- b) El País
- c) La Razón
- d) ABC
- e) El Norte de Castilla
- f) Otro
- g) Ninguno

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

• En Internet, ¿te informas a través de las redes sociales o a través de las páginas web de los periódicos?

- a) Redes sociales
- b) Páginas web de los periódicos
- c) Otros
- d) Ninguno

• ¿Conoce el ‘Caso Nóos’?

- a) Sí
- b) No
- c) NS/NC

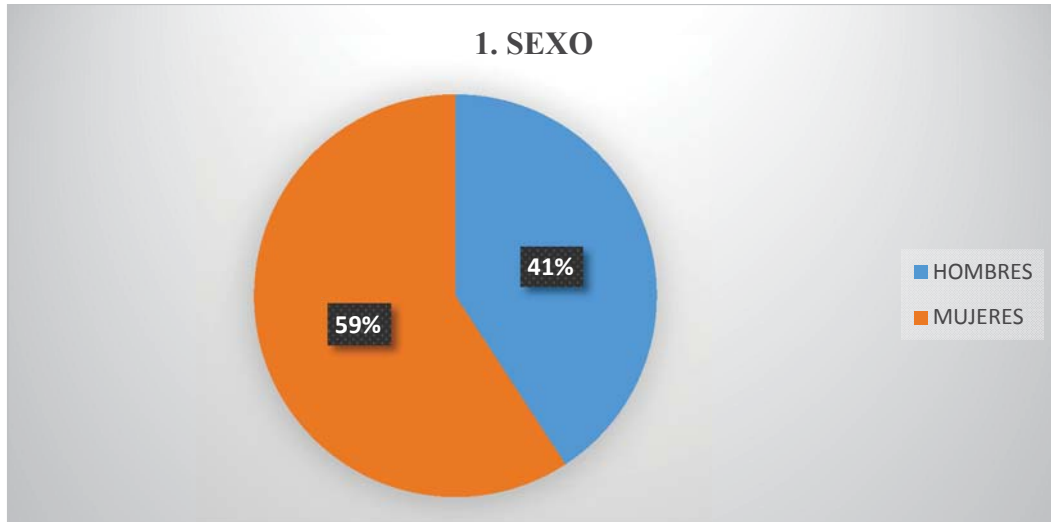
• ¿A través de que diario impreso o digital se ha informado del Caso Nóos?

- a) El País
- b) El Mundo
- c) El País.com
- d) El Mundo.es
- e) Otros

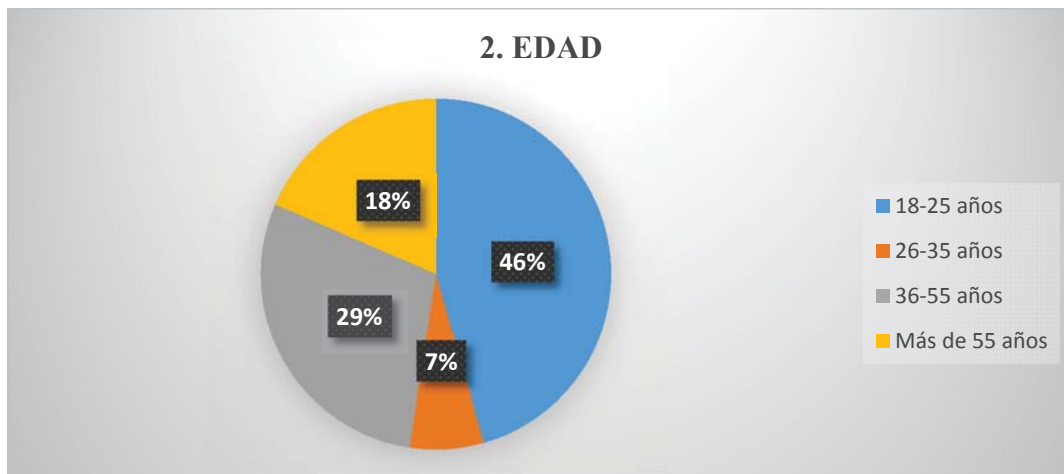
• ¿Qué diario cree que ha informado con mayor objetividad u honestidad sobre el Caso Nóos?

- a) El País
- b) El Mundo
- c) El País.com
- d) El Mundo.es
- e) Otros

TABLA 8: RESULTADOS Y GRÁFICAS DE ENTREVISTA PROPIA

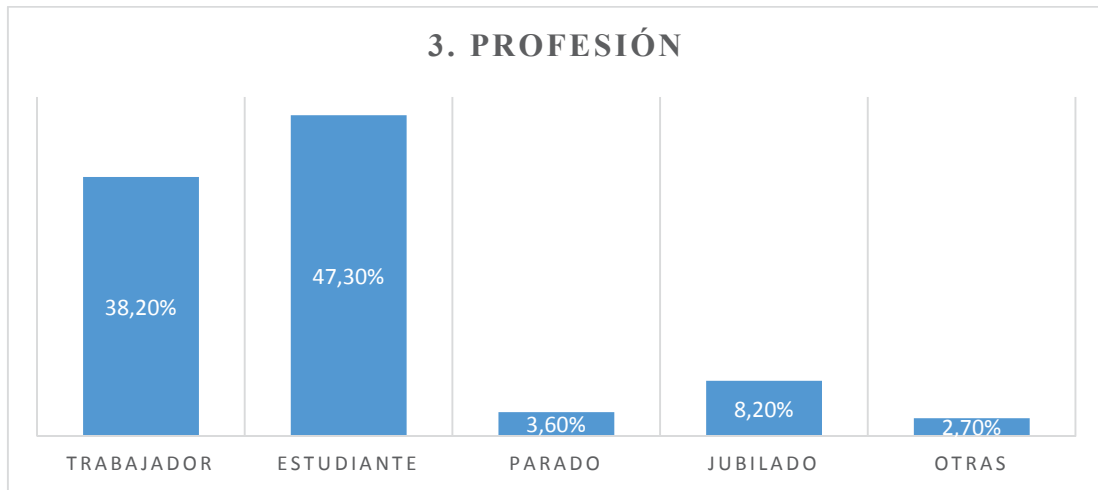


Un total de 103 respuestas

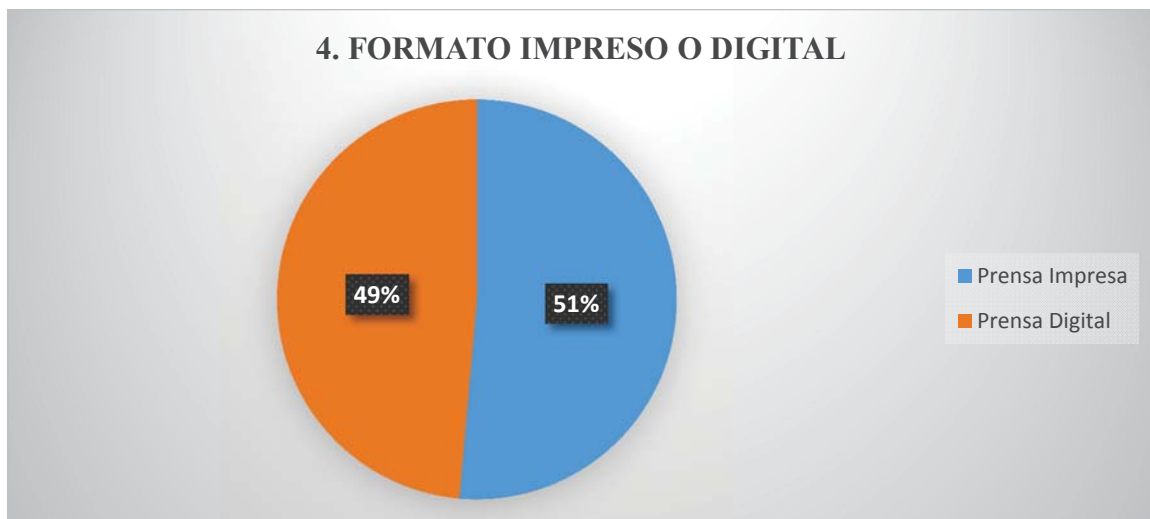


Un total de 103 respuestas

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

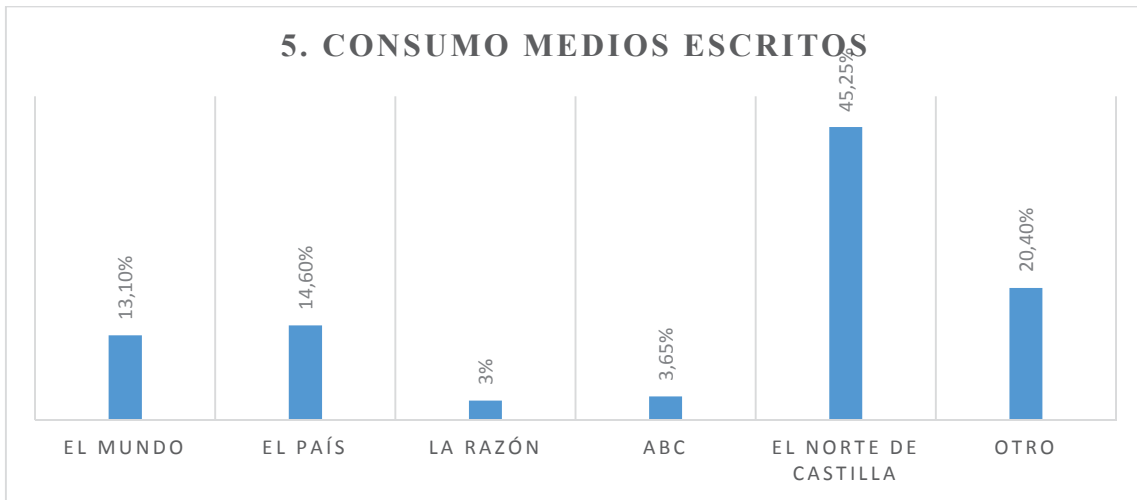


Un total de 110 personas porque hay 7 personas que están estudiando y trabajando a la vez



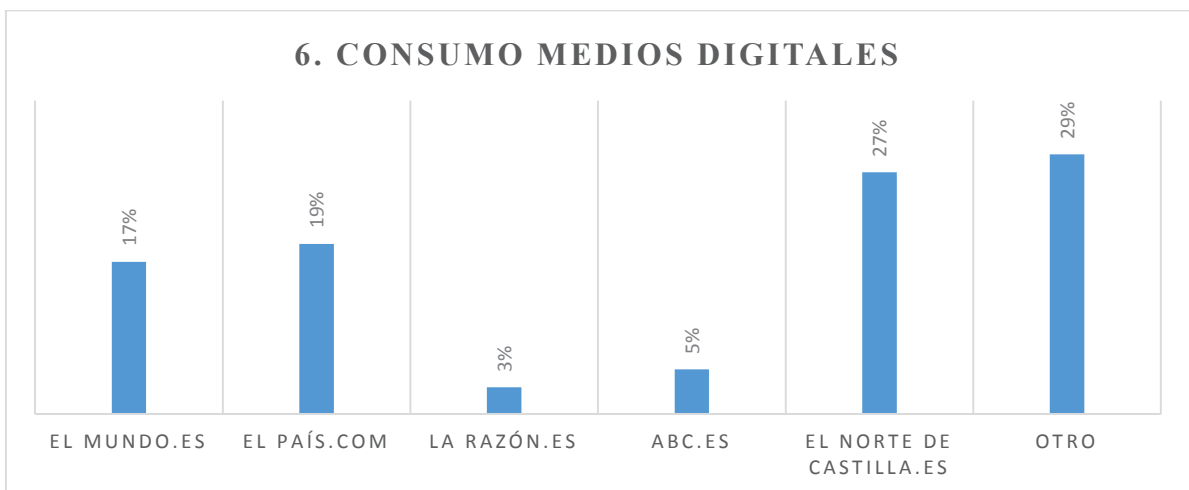
Un total de 105 respuesta porque hay 2 personas que se han decantado por ambas opciones

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.



Un total de 137 respuestas porque:

- 17 personas optaron por 2 opciones
- 7 personas optaron por 3 opciones
- 1 persona optó por 4 opciones



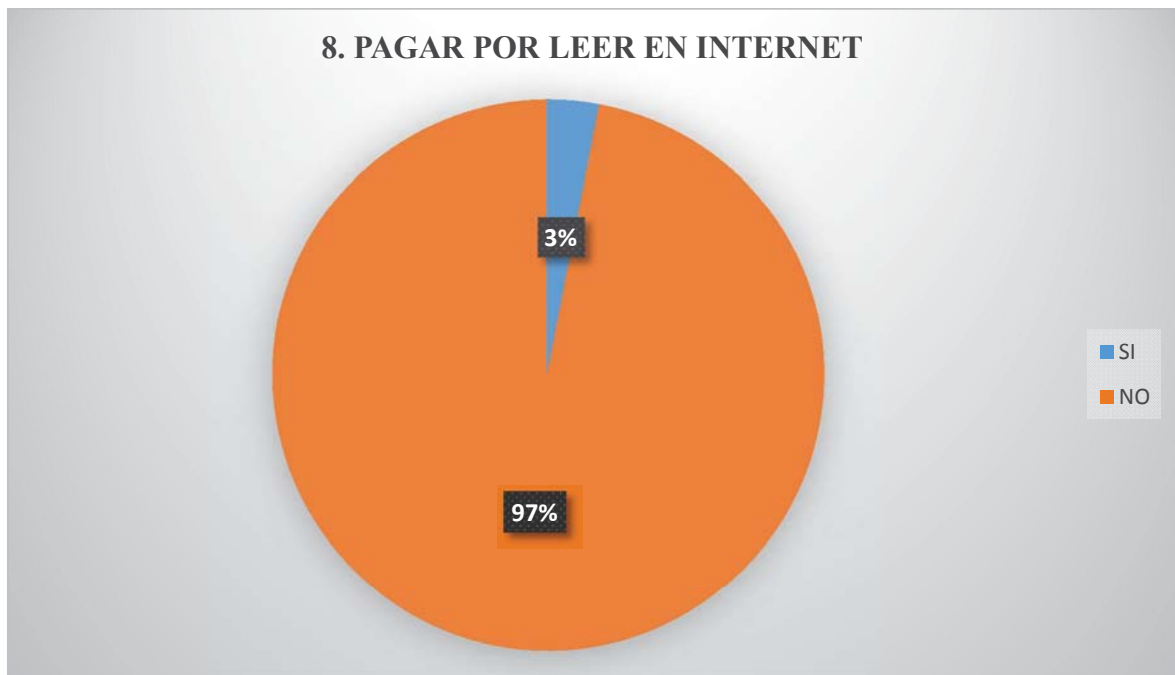
Un total de 144 respuestas porque:

- 27 personas escogieron 2 opciones
- 3 personas escogieron 3 opciones
- 1 persona escogió 4 opciones
- 1 persona escogió 6 opciones

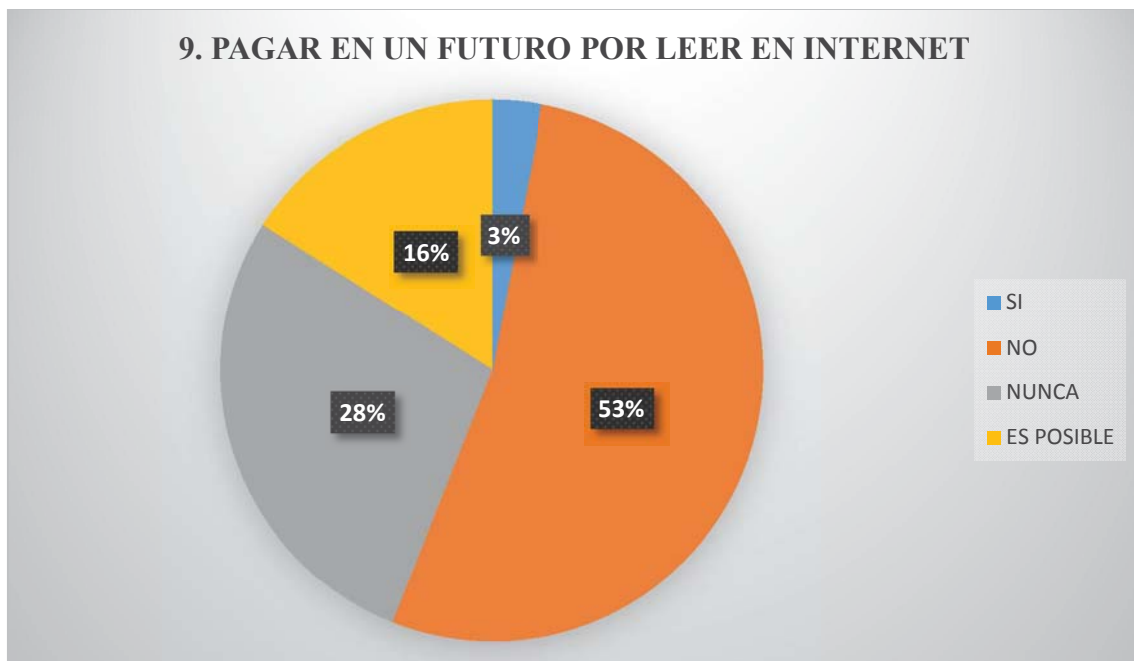


Un total de 278 respuestas porque:

- 29 personas han elegido 2 opciones
- 17 personas han elegido 3 opciones
- 14 personas han elegido 4 opciones
- 8 personas han elegido 5 opciones
- 5 personas han elegido 6 opciones
- 1 persona ha elegido 7 opciones
- 1 persona ha elegido 8 opciones

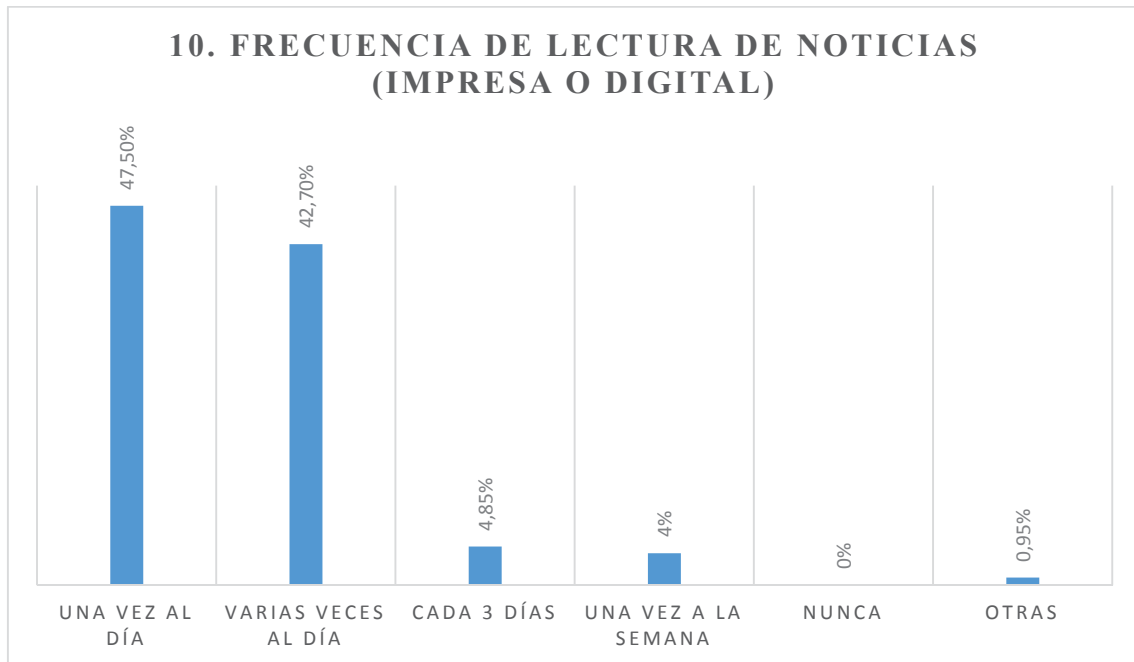


Un total de 103 respuestas

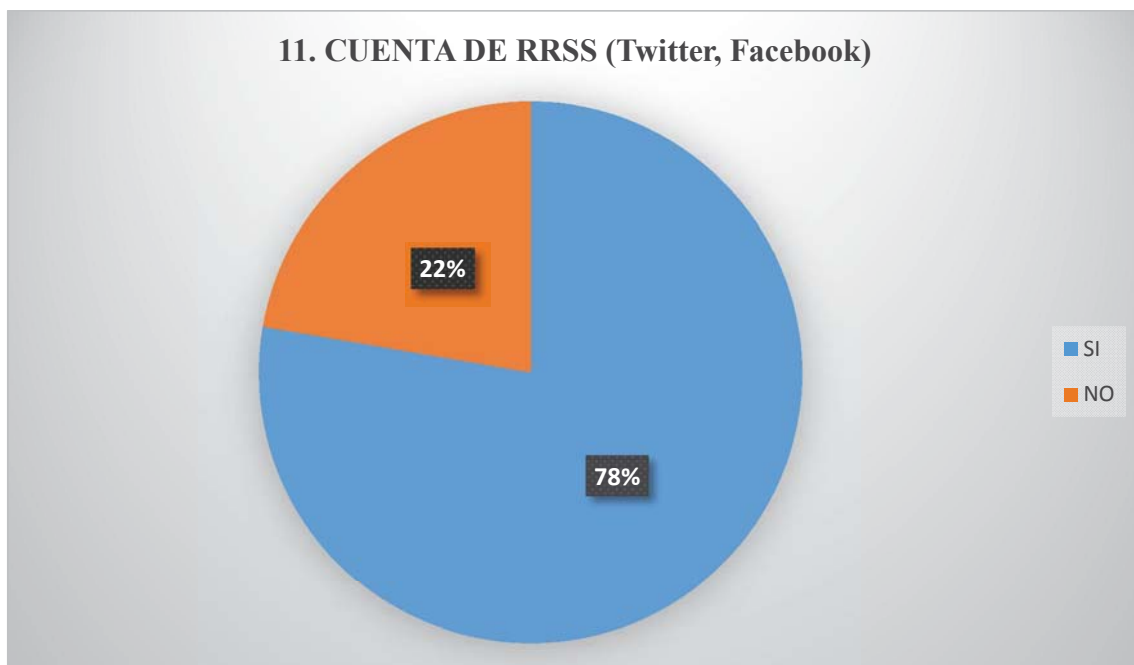


Un total de 103 respuestas

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.



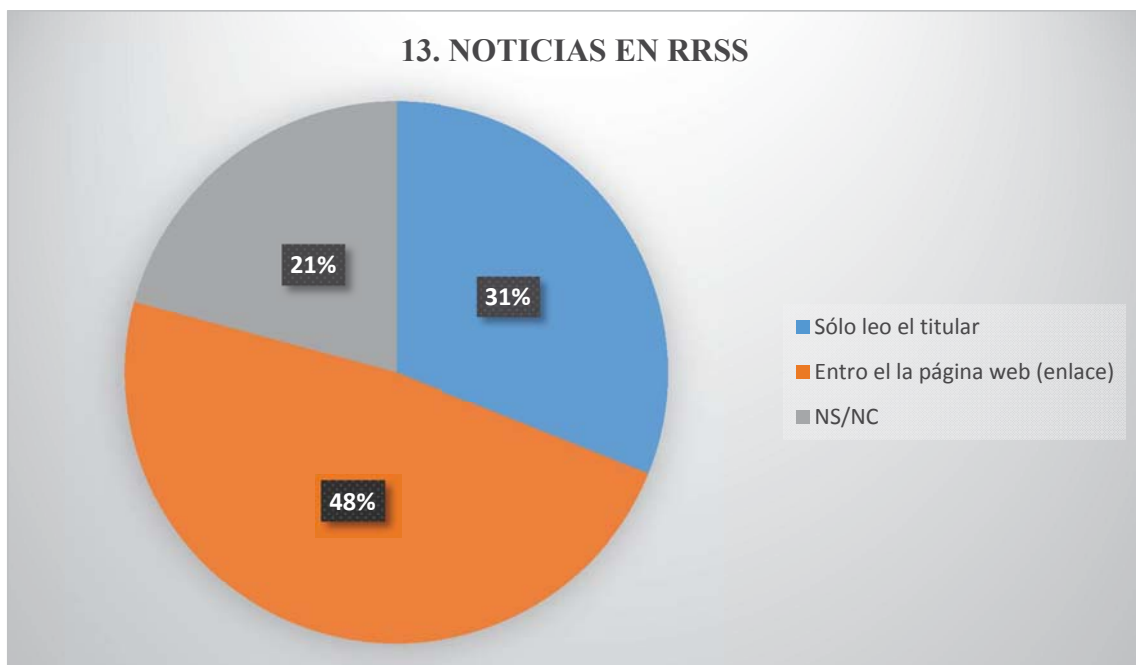
Un total de 103 respuestas



Un total de 103 respuestas

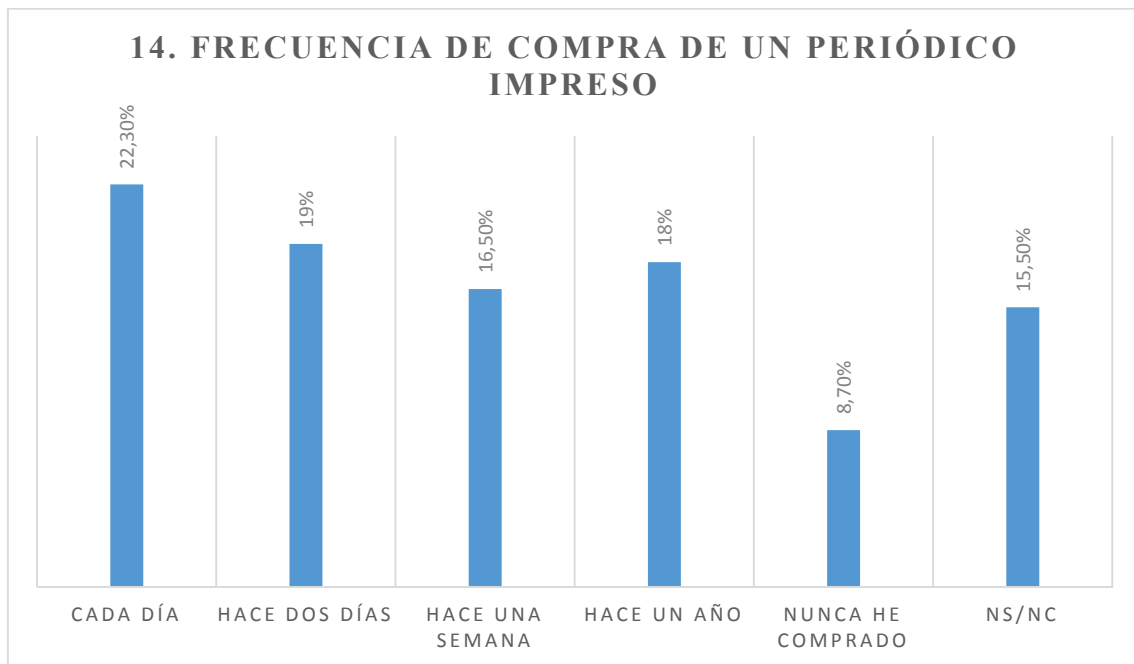


Un total de 103 respuestas

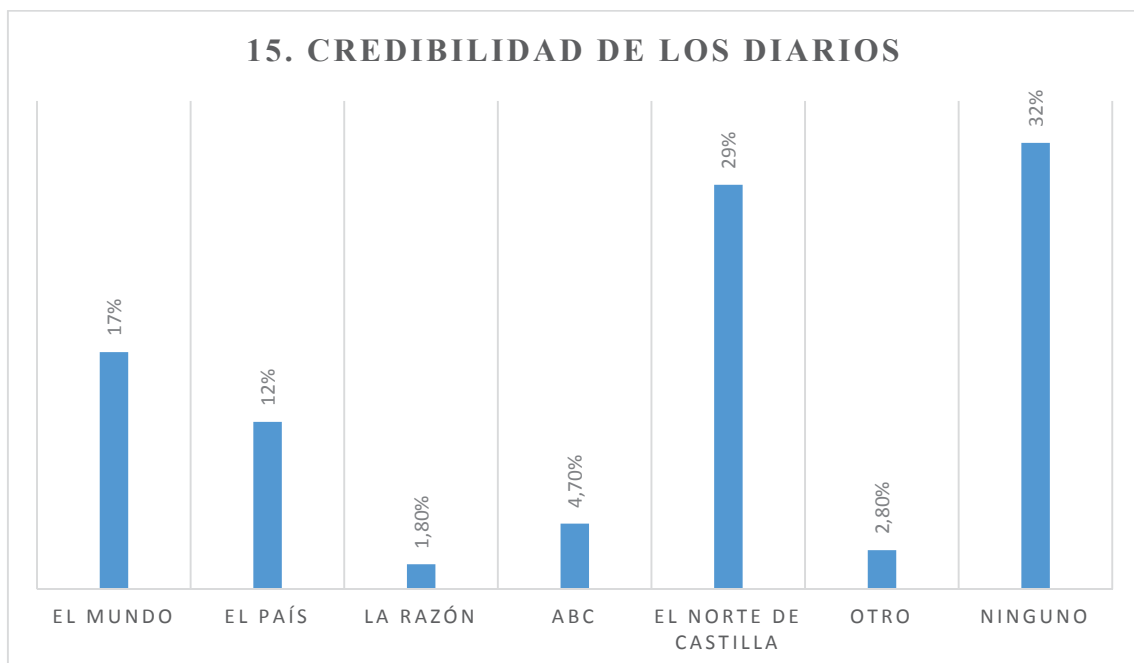


Un total de 106 respuestas porque 3 personas han elegido 2 opciones. (Dependiendo de si les interesa la noticia o no)

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

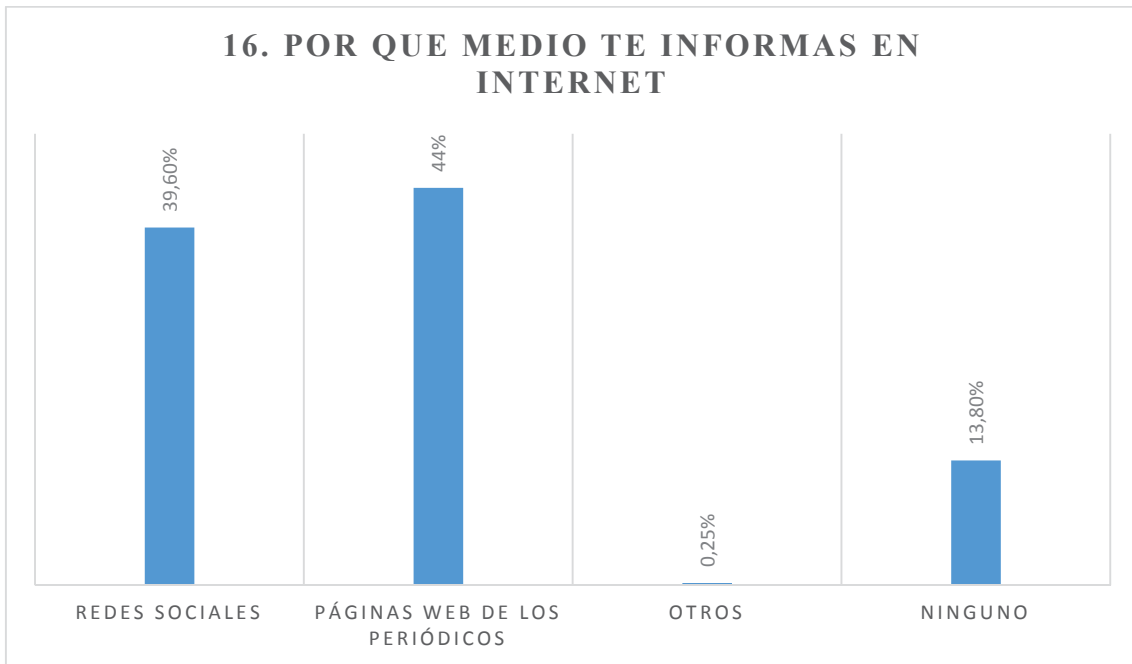


Un total de 103 respuestas

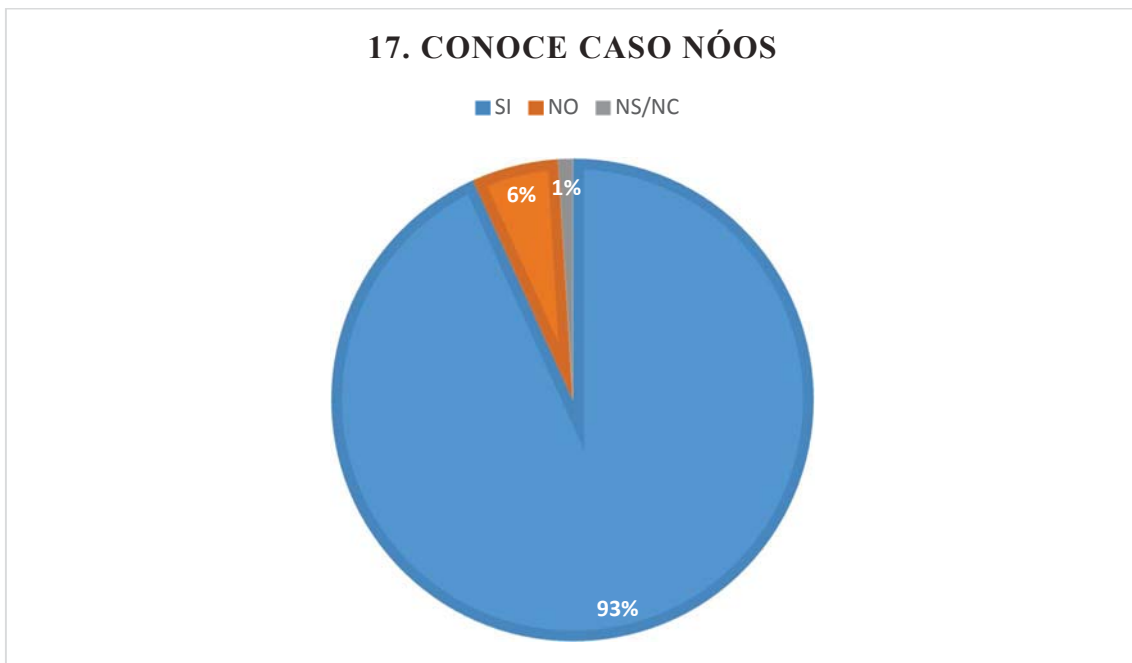


Un total de 106 respuestas porque 3 personas escogieron 2 opciones

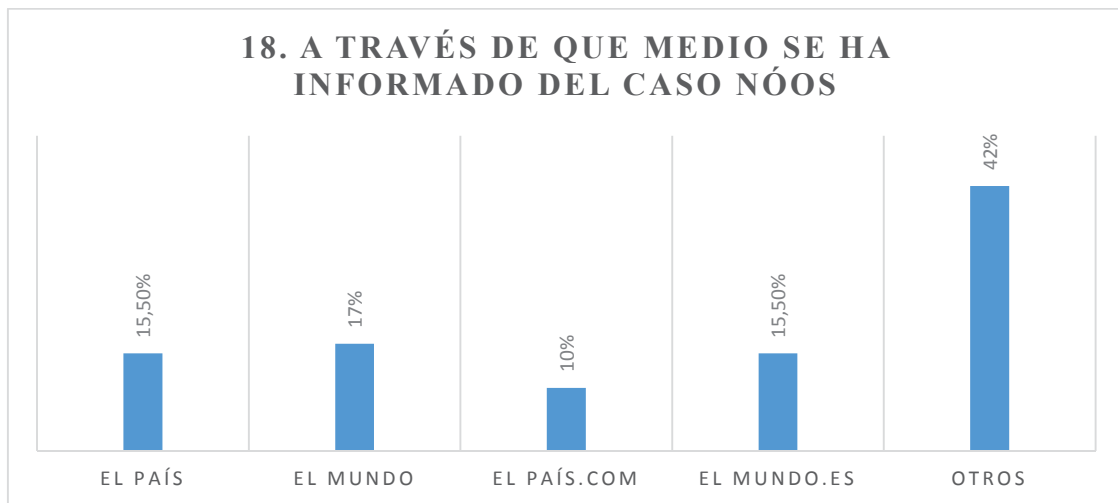
González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.



Un total de 116 respuestas porque 13 personas han elegido 2 opciones

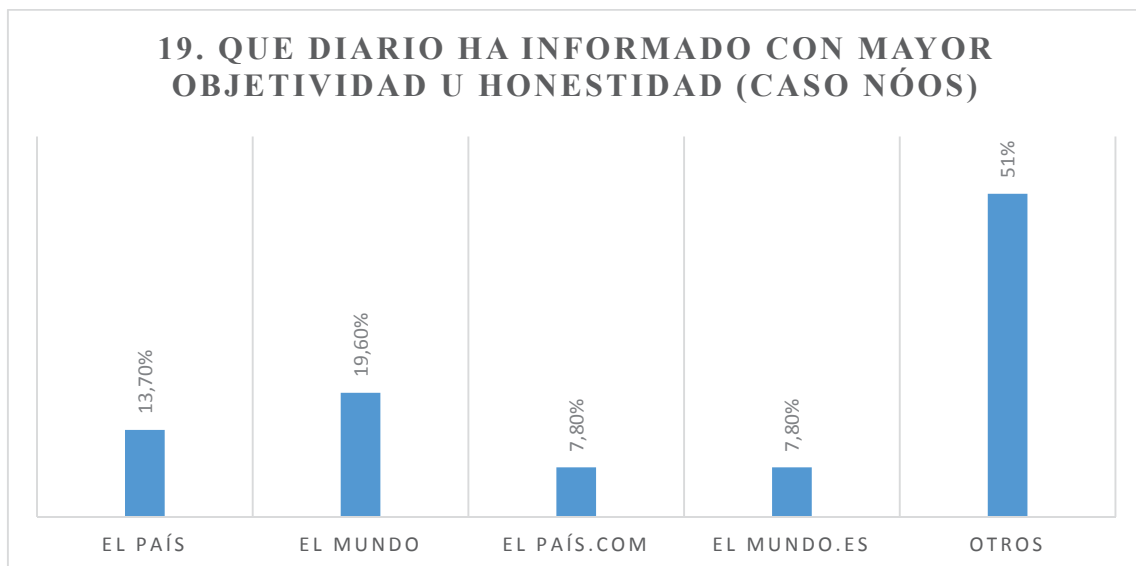


Un total de 103 respuestas



Un total de 116 respuestas porque:

- 6 personas NO han respondido
- 14 personas han respondido a 2 opciones
- 1 persona ha respondido a 3 opciones
- 1 persona ha respondido a 4 opciones



Un total de 102 respuestas porque:

- 5 personas respondieron a 2 opciones
- 6 personas NO respondieron

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

IMÁGENES 9. ANÁLISIS PRENSA DIGITAL (EL MUNDO y EL PAÍS)

Viernes, 17 de febrero de 2017

EL MUNDO

Subscribete Iniciar sesión

España Opinión Economía Internacional Deportes Sociedad Cultura Tv Ciencia y Salud Tecnología Más v Buscar en elmundo.es

ENCUENTRO Charla ya con el grupo Lori Meyers

Caso Nóos

La Fiscalía planea pedir prisión inmediata para Urdangarin si lo condenan a más de 6 años

EDUARDO COLOM | ESTEBAN URRESTIETA | Palma | Madrid 73

Las claves del caso Nóos La cronología del Caso Nóos

En directo: la Infanta "está confiada en su absolución", según su abogado

LOLA SANFLORE | ANA DEL BARRO 21

Así son las juezas

Los informes del 'caso Faisán' y el 11-M han sido borrados

FERNANDO LAZARO | Madrid 56

La familia de la mujer que dio a luz a los 64 años pidió incapacitarla para impedirlo

ANA MARGA OTEIZ | Palencia de la Sierra (Burgos) 68

Doce líneas contra el "plan criminal" de

Viernes 17 febrero, 2017. (El Mundo.es)

Viernes, 17 de febrero de 2017

EL MUNDO

Subscribete Iniciar sesión

España Opinión Economía Internacional Deportes Sociedad Cultura Tv Ciencia y Salud Tecnología Más v Buscar en elmundo.es

Caso Nóos

Absuelta la Infanta Cristina; Urdangarin, condenado a 6 años

EDUARDO COLOM | Palma 559

La sentencia del 'caso Nóos' condena a Diego Torres, socio del ex duque, a ocho años y a Juana María a tres años y otros meses

Documentales: Sentencia Parla 2 Parla II Parla III Parla IV Parla V Parla VI

El fiscal Horrach pedirá prisión inmediata para Urdangarin y Torres

E. COLOM | EFE | Palma 7

El Gobierno: "Muestra que en España... Toda la trama valenciana...absuelta al Estado de derecho funciona" Nóos en Twitter: Siempre, Pantoja...

El juez Castro: "El tribunal da por bueno que la Infanta era una mujer florero"

ESTEBAN URRESTIETA | Madrid 143

La Infanta cree aún en la inocencia de su esposo

SAVIER OMS | Barcelona 28

La Casa del Rey mantiene las distancias

RAUL PINA | Madrid 26

Cristina: la Infanta que ya no parece una Infanta

MARCOS TORRE | Palma 24

De medallista olímpico a preso común

IBTE VILLAR 18

La Policía encuentra y envía a la Audiencia el

Viernes 17 febrero, 2017. (El Mundo.es)

González Arnáiz, Juan (2017), *El advenimiento de las redes sociales. Cambios en el periodismo escrito. El Caso Nóos en dos diarios: El Mundo y El País*, Trabajo de Fin de Grado en Periodismo, Universidad de Valladolid.

Jueves, 23 de febrero de 2017

EL MUNDO Suscríbete Iniciar

España Opinión Economía Internacional Deportes Sociedad Cultura Tv Ciencia y Salud Tecnología Más

El fiscal superior saliente de Murcia: "Se persigue más a los fiscales que a los corruptos"

EL MUNDO | Madrid 120

Manuel López Bernal, responsable de la acusación al presidente murciano, denuncia graves intimidaciones.

- Renovados los dos puestos clave contra la corrupción

En vivo: El fiscal pide para Urdangarin prisión eludible con fianza de 200.000 euros

LOLA SAMPEDIRO | ESTHER MUJICENDES | Palma | Madrid 125

En el caso de Diego Torres la petición es la misma pero con una fianza de 100.000 euros. El ex duque de Palma fue condenado a seis años y tres meses de cárcel.

- De medallista a preso
- La vista en imágenes

El pendrive 'perdido' de los Pujol reunía su plan de negocios para África

ESTEBAN LIREZZIETA | Madrid 44

- Contiene información desde 1998
- Hallado "ordenando los cajones"

Condenan a más de 70 años de cárcel al pederasta de Ciudad Lineal

EL MUNDO 8

Interior entrevista a asesinos machistas para detectar un "patrón de conducta"

Jueves 23 febrero, 2017. (El Mundo.es)

17 FEBRERO 2017 | ACTUALIZADO 09:58 CET

ESPAÑA | AMÉRICA | BRASIL | CATALUÑA | NEWSLETTER

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL

INTERNACIONAL OPINIÓN ESPAÑA ECONOMÍA CIENCIA TECNOLOGÍA CULTURA ESTILO DEPORTES TELEVISIÓN VÍDEO

CASO NÓOS

El fiscal pide 19 años para Urdangarin, que hoy conocerá la sentencia

F. J. PÉREZ / L. BOHÓRQUEZ 221

El tribunal da a conocer el fallo del 'caso Nóos' a partir del mediodía. La fiscalía no pide penas para la infanta

- La petición de penas para los imputados
- La cronología del caso

La fiscalía valorará el ingreso inmediato en prisión de Urdangarin si la condena es superior a seis años

LUCÍA BOHÓRQUEZ | Palma

El elegido por Trump para consejero de seguridad rechaza el puesto

J. FAUS | Washington 36

El vicealmirante retirado Robert Harward declina sustituir a Flynn

Viernes 17 febrero, 2017. (El País.com)