

La imagen de Castilla y León en la prensa nacional de referencia



Salomé Berrocal Gonzalo

Eva Campos-Domínguez

Raquel Martínez Sanz (Editoras)

La imagen de Castilla y León en la prensa nacional de referencia

Salomé Berrocal Gonzalo, Eva Campos-Domínguez y Raquel Martínez Sanz (Eds.)

Valladolid: NUTECO-UVa, 2016

ISBN: 978-84-608-4085-5

Las contribuciones a este libro son el resultado del proyecto de investigación “La imagen de Castilla y León en la prensa de referencia. Un análisis de las variables que convierten a Castilla y León en noticia en la prensa de difusión nacional” con referencia VA-013A10-1 financiado por la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León y dirigido por la Dra. Salomé Berrocal Gonzalo.

Capítulo 5. Castilla y León en *La Razón*

Castilla y León se hace hueco en la prensa nacional: el caso de La Razón

Virginia Martín Jiménez
Universidad de Valladolid

5.1. *La Razón*: un diario nacional que apuesta por la región

En el presente capítulo se ofrece al lector un análisis de la presencia informativa de Castilla y León en el diario nacional de información general *La Razón*, con delegación en la citada comunidad. Al igual que en el resto de los trabajos que recoge esta obra, el universo de análisis está formado por todos aquellos contenidos publicados en la versión en papel en los que se menciona a la región o a cualquiera de sus nueve provincias durante los últimos tres meses del año 2010 en la totalidad de las secciones de la citada cabecera, salvo el caso de Deportes.

Se recogieron un total de 158 unidades, distribuidas mensualmente de manera más o menos equilibrada: 61 en octubre, 41 en noviembre y 56 en diciembre. Estas cifras convierten a *La Razón* en el rotativo que encabeza el listado de las publicaciones estudiadas en este trabajo; con un universo superior a la suma del de *Cinco Días* y *Público* y casi un 25% mayor que el de *ABC* o *El Mundo*, diarios que también cuentan, como el protagonista de esta capítulo, con una edición específica de Castilla y León.

Del total de noticias recogidas se llevó a cabo una selección por fechas, escogiendo un día de cada cuatro con el fin de que quedara representada la semana completa. La muestra de intervalos supuso el análisis de 18 días en total⁴⁶ y un acopio de 51 unidades distribuidas de la siguiente manera: en octubre 17, en noviembre 19 y en diciembre 15 (tabla 5.1.).

⁴⁶ Los días 4, 8, 12, 16, 21 y 24 de cada mes. Según el método de selección de muestra escogido, se tendría que haber trabajado con el día 20 y no con el 21. Esta elección se llevó a cabo dado que en ninguno de los rotativos que protagonizan esta investigación se publicaron noticias sobre Castilla y León el día 21.

Tabla 5.1. Informaciones identificadas y muestra seleccionada de *La Razón*

<i>La Razón</i>	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Informaciones identificadas	61	41	56	158
Muestra seleccionada	17	19	15	51

Fuente: elaboración propia

Antes de pasar al estudio del contenido, tanto cuantitativo como cualitativo, es necesario trazar una aproximación a los orígenes del diario *La Razón* y ofrecer al lector los datos más relevantes sobre dicha publicación, incluidos los relativos a audiencias y al mercado objetivo al que va dirigido.

El periódico *La Razón* nació el 5 de noviembre de 1998 de la mano del periodista Luis María Ansón y forma parte del Grupo Planeta. Según su actual director, Francisco Marhuenda, se trata de un diario “de derechas sin complejos”, “crítico y duro con algunos asuntos como son el aborto o los temas de Ciudadanía, pero respetuoso y que puede leer, aunque no coincida con nosotros, el público de izquierdas” dado que su objetivo “no es defender intereses, sino principios y valores”⁴⁷. Se perfila como un rotativo apartidista pero “partícipe de los valores espirituales que emanan del cristianismo [...] defensor de la familia y de las instituciones democráticas, a cuya cabeza se sitúa la Monarquía parlamentaria”.

La Razón cuenta con cuatro delegaciones: Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla y León. Esta última se puso en marcha el 12 de octubre del año 2000 con Jesús Fonseca Escartín como responsable (VVAA, 2008). Fonseca había trabajado en la Agencia Efe y en 1991 fue nombrado Delegado General en la comunidad castellanoleonesa, con sede en Valladolid. Su labor en la agencia y la puesta en marcha del servicio regional que llevó a cabo le condujeron, cinco años después, a asumir la dirección a nivel nacional⁴⁸.

⁴⁷ Disponible en : http://www.larazon.es/historico/no-dependemos-de-la-desaparicion-ni-existencia-de-otros-medios-TJLA_RAZON_53931#.Tt1RQacZAqLObL [Consulta: 15/mayo/2013]

⁴⁸ Para tener más información sobre el actual delegado de *La Razón* : <https://jesusfonsecaescartin.wordpress.com/category/biografia/> [Consulta: 13/noviembre/2015]

La labor regionalizadora que desplegó desde Efe fue uno de los motivos por los que Ansó n pensó en Fonseca –en ese momento corresponsal de TVE en Bruselas– para dirigir la nueva delegación de *La Razón* en Castilla y León, cargo que mantiene actualmente⁴⁹.

Según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) –y a partir de los datos del año en el que se centra este estudio (2010)– el rotativo protagonista del presente capítulo registró un promedio anual de tirada útil de 165.148 ejemplares y logró un promedio de difusión total de 118.466. Dicha difusión se distribuyó en los meses que se analizan en estas páginas de la siguiente manera:

- Octubre: 124.937 ejemplares.
- Noviembre: 99.024 ejemplares.
- Diciembre: 95.464 ejemplares.

En cuanto a la distribución por áreas geográficas, Madrid encabeza la comunidad autónoma con unos niveles de distribución más significativos (42,7%), seguida de Cataluña (13,09%), Andalucía (9,64%) y Valencia (9,46). Castilla y León ocupa el quinto lugar de las regiones donde esta cabecera distribuye un mayor número de ejemplares: un 6.34%; siendo las provincias de Salamanca y Valladolid donde este porcentaje es más elevado.

En cuanto al perfil del lector, a partir de los datos de audiencia a nivel nacional proporcionados por el Estudio General de Medios (EGM), el rotativo objeto de estudio cuenta con un porcentaje muy equilibrado de hombres y mujeres. Mayoritariamente se trata de lectores de 45 a 54 años y de 65 o más (sumando ambos sectores, representan casi el 50% de quienes afirman leer *La Razón*)⁵⁰. El 77,17% no tiene hijos menores a su cargo y más de la mitad están casados.

En cuanto a la formación del público objetivo del diario, más de un 60% sólo cuenta con la Educación Básica Obligatoria o el Bachillerato (o Formación profesional) y poco

⁴⁹ Información extraída del CD interactivo *Quién es quién en la prensa de Castilla y León*, publicado por la Junta de Castilla y León con motivo de la exposición itinerante *La prensa diaria en Castilla y León (1856-2006)*.

⁵⁰ Datos proporcionados por el EGM: tercer año móvil 2010. Público objetivo: Universal.

más del 30% han cursado estudios universitarios medios (11,32%) o superiores (19,2%). El 50% trabaja y prácticamente la mitad reside en capitales. En cuanto a la clase social, los lectores de *La Razón* pueden ubicarse, en su gran mayoría, en una clase media-alta (27,42%) o media-media (37,2%).

Atendiendo al público objetivo de la región castellanoleonesa, según el EGM, el lector de *La Razón* es también una mujer o varón, mayoritariamente casada/o y con trabajo que reside en una capital de provincia (53,27%). De clase media-media (46,04%) o media-alta (20,15%), mayor de 65 años y con formación, principalmente, no superior (Educación Básica Obligatoria, Bachillerato o Formación profesional)⁵¹.

5.2. Castilla y León en la agenda de La Razón: estudio de la presencia regional

Como veremos en las siguientes páginas, las 51 unidades se estudiaron a partir de una ficha de análisis que buscaba ahondar, desde un punto de vista principalmente cuantitativo, en el contenido de las publicaciones en las que *La Razón* hacía referencia a Castilla y León.

Comenzaremos con los aspectos de tipo formal (ubicación y extensión de la información, apoyos gráficos y tipo de contenido periodístico), para pasar a profundizar en los contenidos desde el punto de vista del peso que la región castellanoleonesa tiene en las publicaciones diarias de dicho rotativo, qué temáticas son las más tratadas y quiénes los principales protagonistas. A su vez, se tendrá en cuenta la autoría de las piezas y, con una perspectiva más cualitativa, el sesgo de los contenidos.

5.2.1. Aspectos formales: ubicación y extensión de la información, apoyos gráficos y tipo de contenido

La ubicación de los contenidos en un diario guarda una estrecha relación con la relevancia que el medio quiera otorgar a una noticia en concreto. El estudio de los mecanismos de lectura muestra cómo el consumidor de prensa no focaliza su atención por igual en el conjunto de las piezas publicadas sino que tiende a centrarse en la portada, las páginas impares y las zonas superiores. De ahí que la arquitectura de la

⁵¹ Datos proporcionados por el EGM: tercer año móvil 2010. Público objetivo: región Castilla y León.

página refleje la agenda que gestiona los contenidos del periódico, en concreto la relevancia que se da a los mismos (González Díez y Pérez Cuadrado, 2001).

En la investigación que nos ocupa resulta significativo, de cara a las conclusiones, que no se registró ninguna noticia en portada que hiciese referencia a la comunidad objeto de estudio o a cualquiera de sus nueve provincias, lo que evidencia la discreción informativa que rodea a la región y el poco peso que el diario concede a la información que sobre la misma publica.

Por otra parte, y como se puede ver en la tabla 5.2., de las 51 piezas estudiadas un reducido 7,8% se extendió a lo largo de una página entera y sólo el 33,3% se ubicaron en la página impar. No obstante son mayoritarias las noticias publicadas en la zona superior (23,5%)⁵².

Tabla 5.2. Ubicación

UBICACIÓN	Nº	Porcentaje
Página par	37	72,5%
Página impar	17	33,3%
Página entera	4	7,8%
Zona superior	12	23,5%
Zona inferior	3	5,9%

Fuente: elaboración propia

Para conocer la relevancia informativa de las piezas también resulta valioso atenerse a la extensión. Tal y como refleja la tabla que se inserta a continuación (5.3.) no observamos un mayor peso de informaciones que ocupan todo el ancho de página (5 columnas) con respecto a las que ocupan 4 o, prácticamente, de las que tan sólo cuentan con 1 columna (14 informaciones de las 51 estudiadas en los dos primeros casos y 13 en el de una única columna).

Si prestamos atención a la extensión de las columnas no pasa desapercibido el contraste que existe, en cuanto a la extensión en sí, entre los dos porcentajes más elevados (ver

⁵² No se ha tenido en cuenta, a la hora de la elaboración del análisis, si la información estuvo ubicada en la zona central, izquierda o derecha dado que el mecanismo a través del cual se extrajeron las noticias no ha permitido que este dato pueda valorarse de manera significativa.

tabla 5.3.) dado que la mayor parte de las unidades o son un sumario/breve (13 de 51) u ocupan 3 columnas sobre 4 (19 piezas de las 51 estudiadas).

Tabla 5.3. Número y extensión de las columnas

NÚMERO DE COLUMNAS	Nº	Porcentaje
5 columnas	14	27,5%
4 columnas	14	27,5%
3 columnas	10	19,6%
2 columnas	2	3,9%
1 columna	13	25,5%
Sin dato	0	0,0%
EXTENSIÓN DE COLUMNAS		
Página completa	5	9,8%
3 sobre 4	19	37,3%
2 sobre 4	9	17,6%
1 sobre 4	6	11,8%
Sumario	13	25,5%
Sin dato	0	0%

Fuente: elaboración propia

Del mismo modo que apuntábamos que la ubicación es además un elemento informativo pues refleja una jerarquía de los contenidos, la presencia o ausencia de fotografías o infografías guarda también relación con la inversión del medio a la hora de resaltar un determinado contenido, dado que ilustran y a su vez suscitan la atención del lector. Así pues, en cuanto a la presencia de complementos gráficos consideramos positivo que la mitad de las noticias publicadas fueran acompañadas de una fotografía. De ellas, salvo un caso y dejando a un lado las que no ofrecían al pie datos sobre su origen, fueron imágenes ligadas a la actualidad narradas en el texto y, por tanto, instantáneas sacadas ex profeso para ilustrar dicha información. En cambio las infografías sólo estuvieron presentes en poco más del 20% de los casos (ver tabla 5.4.).

En la misma línea de lo comentado anteriormente sobre la jerarquización e importancia de los contenidos, cabe reseñar un vacío casi generalizado de otros complementos que enriquecen la información como encuestas, elementos opinativos o análisis (tabla 5.4.). Del primero de ellos no hubo registro alguno y de los siguientes tan sólo en 2 y 3 ocasiones respectivamente.

Tabla 5.4. Acompañamiento gráfico

FOTOGRAFÍA	Nº	Porcentaje
Con fotografía	26	51%
Fotografía de archivo	1	2%
Fotografía actual	21	41,2%
INFOGRAFÍA		
Con infografía	11	21,6%
Infografía de archivo	0	0%
Infografía actual	11	21,6%
Sin dato	0	0%
OTROS complementos gráficos		
Encuesta	0	0%
Análisis	3	5,9%
Elemento opinativo	2	3,9%

Fuente: elaboración propia

En cuanto a los géneros, y tal y como se puede ver en la tabla que se inserta a continuación (5.5.), las noticias y sumarios representan más del 90% de los contenidos que ofreció el diario *La Razón* a sus lectores en relación a la comunidad de Castilla y León. La opinión no tuvo presencia alguna y tan sólo en una ocasión se insertó una fotonoticia.

Tabla 5.5 Contenidos periodísticos: tipos

CONTENIDOS	Nº	Porcentaje
Informaciones	36	70,6%
Opiniones	0	0%
Fotonoticias	1	2%
Sumario	13	25,5%

Fuente: elaboración propia

5.2.2. Contenidos informativos

Una vez expuesto, desde una visión cuantitativa, los aspectos formales de las informaciones publicadas sobre la región protagonista de esta obra, pasaremos a estudiar el contenido de las mismas; entendido este en relación siempre con lo estudiado en las páginas anteriores puesto que, como hemos apuntado previamente, el diseño periodístico y el contenido publicado guardan una estrecha relación y cumplen, de manera conjunta, un destacado papel informativo.

5.2.2.1. La presencia de Castilla y León en las páginas del diario

Dado que la obra que el lector tiene en sus manos persigue conocer cuál es el peso informativo que tiene la región castellanoleonesa en la prensa de referencia a nivel nacional, resulta de gran utilidad focalizar la atención en las referencias a dicha comunidad, o a cualquiera de sus nueve provincias, que se hacen en las informaciones recopiladas, frente a las que puedan hacerse a España o la Unión Europea; lo cual nos permitirá conocer si Castilla y León o sus provincias fueron el *leitmotiv* de las noticias difundidas o tan sólo formaban parte de un conjunto más amplio a nivel nacional o europeo.

Como recoge la tabla 5.6., de las 51 piezas estudiadas más del 68% se referían de manera exclusiva a la autonomía castellanoleonesa (o a cualquiera de sus provincias), un porcentaje muy elevado en comparación con lo publicado en otros diarios que se analizan en esta obra como, por ejemplo, *El País* donde –en clara contraposición con *La Razón*– el 65,62% de las unidades objeto de estudio no tiene como protagonista exclusivo a la región. Únicamente en menos del 8% de los casos, la referencia regional vino de la mano de una noticia claramente de contenido nacional y en ningún caso europeo. En diez de las piezas, Castilla y León compartió protagonismo informativo con alguna otra comunidad autónoma del territorio español.

Muchos de esos casos en los que la región protagonista de este trabajo aparece en las noticias junto con otras regiones guardan relación, por ejemplo, con estudios demográficos o sobre educación en los que Castilla y León aparece citada únicamente en una infografía o dentro de un listado junto con otras comunidades; véase el caso de “La violencia contra los menores se queda sin presupuesto” (24/10/2010) o “Andalucía lidera el ránking de morosidad sanitaria” (08/11/2010).

Tabla 5.6. Castilla y León como protagonista de la información

REFERENCIAS a Castilla y León	Nº	Porcentaje
Única (foco de la noticia)	35	68,6%
Refer. A otras provincias o CCAA	10	19,6%
Refer. A Gobierno Central	4	7,8%
Refer. A UE	0	0%

Fuente: elaboración propia

Si fijamos la atención en el bloque de titulación, *La Razón* vuelve a mostrarse como un rotativo con interés por informar sobre lo que sucede en el área castellanoleonés. Así en un elevado 43,1% de las noticias seleccionadas en las que se hacía referencia a la comunidad, esta aparece de manera expresa en el titular; es decir en 22 noticias de las 51 que contiene la muestra. Lejos de estas cifras, como figura en la tabla 5.7., se sitúan los casos en los que el subtítulo cita a la región: tan sólo un 3,9%.

Tabla 5.7. Castilla y León en el bloque de titulación

BLOQUE DE TITULACIÓN	Nº	Porcentaje
Titular	22	43,1%
Subtítulo	2	3,9%
Titular y subtítulo o antetítulo	0	0%

Fuente: elaboración propia

5.2.2.2. Provincias protagonistas

Dado el número elevado de piezas en las que Castilla y León figura en la titulación, consideramos de interés analizar con detenimiento cuáles fueron las provincias de dicha comunidad que lograron figurar en el antetítulo, titular y/o subtítulo (ver tabla 5.8).

De las nueve que componen la región, Ávila y Palencia no fueron referencias en ninguna ocasión. Por contraposición, la más citada fue Valladolid (acaparando el 7,8% de las informaciones que aluden a Castilla y León) –debido posiblemente a su capitalidad y a que cuenta con una delegación del rotativo– seguida de Burgos y León (con casi un 4%). El resto de las provincias tan sólo fueron citadas en una ocasión.

En el cuerpo de las noticias la situación presenta ligeras variaciones: la capital vuelve a ser la más citada (casi en el 20% de las noticias) seguida de Salamanca (13,7%) y Burgos (11,8%). Las otras 6 provincias fueron mencionadas en menos de cinco ocasiones.

Tabla 5.8. Presencia por provincias

BLOQUE DE TITULACIÓN	Nº	Porcentaje
Ávila	0	0%
Burgos	2	3,9%

León	2	3,9%
Palencia	0	0%
Salamanca	1	2%
Segovia	1	2%
Soria	1	2%
Valladolid	4	7,8%
Zamora	1	2%
TEXTO		
Ávila	2	3,9%
Burgos	6	11,8%
León	3	5,9%
Palencia	4	7,8%
Salamanca	7	13,7%
Segovia	3	5,9%
Soria	1	2%
Valladolid	10	19,6%
Zamora	2	3,9%
CyL como CCAA	26	51%

Fuente: elaboración propia

5.2.2.3. Temáticas dominantes

Aunque el método de recogida de la muestra impide saber a qué sección pertenece cada pieza (al menos en la mayor parte de los casos), vamos a trazar una división por áreas temáticas buscando conocer qué temas son los que convierten a Castilla y León en noticia.

Las informaciones más extensas de todas las estudiadas corresponden a reportajes o reportajes-informe elaborados en torno a una información de ámbito nacional en la que Castilla y León está involucrada: estudios demográficos, informe PISA 2009, Ley integral contra la violencia de género, Ley de muerte digna, los recortes salariales a los funcionarios, etc. Estas se presentan acompañadas de un amplio soporte gráfico y la región muchas veces sólo figura como una comunidad más en relación a un dato. Entre los ejemplos de este tipo de contenidos encontramos: “La Justicia duda de que el recorte salarial a los funcionarios sea constitucional” (08/10/2010), “El invierno demográfico pone en peligro el futuro de las pensiones” (08/10/2010) o “España, el país de los estudiantes repetidores” (03/12/2010), “La violencia contra los menores se queda sin

presupuesto” (24/10/2010) o “Andalucía lidera el ránking de morosidad sanitaria” (08/11/2010).

Es importante reseñar –como refleja la tabla que se inserta a continuación (5.9.)– que el mayor protagonismo informativo lo consigue Castilla y León cuando se trata de informaciones de índole cultural, entendida esta en su más amplio sentido, o económico.

El sector de automoción es uno de los que cuenta con una mayor cobertura pero realmente el peso de la información económica relativa a esta región, a lo largo de los meses estudiados del 2010, se debe en gran parte a la fusión de las Cajas de Ahorros que se estaba llevando a cabo en ese momento. Consideramos, por tanto, que la preferencia por este tipo de contenidos es en parte temporal.

Más consolidadas parecen las noticias de índole cultural debido a la amplia variedad de temas que atañen: literatura, arte, gastronomía, turismo, música, etc: “El teatro Juan Bravo de Segovia abre su historia centenaria” (12/11/2010), “La magia y la ilusión llenan las calles y los hospitales de Valladolid” (04/10/2010), “*Tierra de Sabor* promociona la cultura” (04/10/2010), “Castilla y León lidera la Expo de Shanghai” (08/10/2010), “La Fundación Gabarrón entrega hoy sus premios internacionales” (08/10/2010), “La marca *Tierra de Sabor* catapulta las ventas agroalimentarias de Castilla y León” (08/11/2010) o “Los cocineros salen a por setas. El II Congreso de Micología Soria Gastronómica descubre todos los secretos de los hongos” (20/10/2010), por citar algunos ejemplos.

Sin embargo, frente al peso de las informaciones sobre la fusión de las Cajas (Economía) y el de las noticias culturales destaca un vacío informativo en torno a los acontecimientos políticos relacionados con Castilla y León. No se ha encontrado ninguna noticia que informara a nivel nacional sobre esta temática ni que hiciera referencia expresa, como centro de la pieza noticiosa, a las instituciones gubernamentales o a los máximos representantes políticos de la región.

Como balance global, debe destacarse que los contenidos recopilados ofrecen al lector información sobre acontecimientos específicos de la comunidad objeto de estudio, en su

gran mayoría, y que sólo en casos muy concretos se cita a esta autonomía como parte implicada en una información de índole nacional.

Tabla 5.9. Temáticas dominantes

TEMAS	Nº
Política	0
Economía	16
Educación	7
Ciencia	1
Salud y Asuntos Sociales	10
Cultura	15
Sucesos	1
Biodiversidad	1

Fuente: elaboración propia

5.2.2.4. Los protagonistas de la información

Los datos recogidos en relación a los protagonistas de las piezas publicadas guardan relación directa con las temáticas que más presencia tuvieron en la muestra. Por lo tanto, del mismo modo que señalábamos en el epígrafe anterior que los temas de política castellanoleonesa no tuvieron cobertura en *La Razón*, observamos la ausencia de los principales actores políticos de la comunidad, los responsables de las instituciones, representantes de gobierno u oposición, etc.

Así por ejemplo, la Junta de Castilla y León sólo figura como tal en una de las 51 noticias seleccionadas y en ninguna de las piezas se cita al mayor responsable del gobierno regional: Juan Vicente Herrera, presidente de la Junta de Castilla y León. Frente a este vacío resalta la presencia de instituciones culturales/educativas y de los responsables políticos más vinculados a estas áreas. De este modo, en el plano de protagonistas políticos, encontramos a Silvia Clemente, consejera de Agricultura y Ganadería en el año estudiado (en relación a las informaciones sobre gastronomía publicadas sobre la marca regional “Tierra de sabor”), M^a José Salgueiro, consejera de Cultura y Turismo y Alberto Gutiérrez Alberca, por aquel entonces viceconsejero de Cultura de la Junta. No obstante, si bien estos políticos figuran en un lugar destacado en la noticias (y en todos los casos en la imagen que acompaña al texto), realmente son las instituciones quienes protagonizan la información.

En el plano de las instituciones protagonistas también figuran significativamente en la muestra la Universidad de Valladolid y la Cámara de Comercio de Castilla y León; junto con actores económicos como el Banco Santander o Caja España- Caja Duero.

5.2.2.5. Presencia de sesgo

El posible sesgo de las piezas publicadas se observó tanto en el caso del bloque de titulación como en las fotografías, los pies de foto o las infografías. En ninguno de los casos en los que se centró el presente capítulo se detectó un sesgo positivo o negativo; siendo, por tanto, generalizado el sesgo neutral.

5.2.2.6. Autoría

La firma de las piezas que se publican a diario ofrece, de cara al presente estudio, una información valiosa sobre la inversión que el medio llevó a cabo para cubrir los acontecimientos en los que Castilla y León era noticia. Se debe tener en cuenta también que *La Razón* tiene delegación en Valladolid y eso influye, en comparación con otros medios, en los recursos materiales y personales con los que cuenta el rotativo para informar sobre la región.

De las 51 noticias, casi un 65% llevaba la firma de un redactor. Tan sólo en dos ocasiones la firma era de la redacción y en el 31,4% no se señalaba la autoría. No se registraron piezas firmadas por corresponsales/enviados ni por agencias de noticias.

La data de la información resulta significativa. En una veintena de casos, figura de manera expresa que la noticia se firma en la capital de España. De todas ellas llama especialmente la atención aquellas en las que la información está relacionada con la Universidad de Valladolid –“Alumnos americanos y asiáticos, en los másters de la Universidad de Valladolid” (21/12/2010), “África, protagonista en Valladolid esta Navidad” (28/12/2010) y “Nuevos universitarios, becados por su deportividad” (28/10/2010)– dado que existiendo una edición del periódico en la citada ciudad resulta llamativo que las noticias relativas a sus centros de enseñanza superiores estén firmadas desde Madrid.

En cuanto a la data del resto de la muestra, figuran las siguientes provincias: Segovia, Soria, Burgos, León y Valladolid; dependiendo de cual fuera el epicentro de la noticia.

Zamora, Palencia y Ávila no aparecen en ninguno de los casos objeto de estudio. Al contrario de lo que pudiera parecer dada la capitalidad política de Valladolid y la existencia en esta ciudad de una delegación de *La Razón*, existe un equilibrio entre las piezas firmadas desde Valladolid y las que datan de las otras provincias anteriormente citadas.

Tabla 5.10. La firma de las piezas publicadas

AUTORÍA	Nº	Porcentaje
Redacción	2	3,9%
Redactor	33	64,7%
Agencias	0	0%
Corresponsal/enviado	0	0%
Sin firma	16	31,4%

Fuente: elaboración propia

5.3. Conclusiones

1-. El diario *La Razón* registra un índice elevado de informaciones relacionadas con Castilla y León si lo comparamos con los otros rotativos que se estudian en esta obra. A lo largo del capítulo hemos subrayado la existencia de una delegación regional de este periódico, puesto que ello podría ser un factor determinante a la hora de comprender por qué el peso de la comunidad en este medio es mayor que en otros. Sin embargo, resulta revelador que cuando fijamos nuestra atención en el número de informaciones que publicaron *El Mundo* y *ABC* (también con edición propia de Castilla y León; y en el caso del primero citado también una edición de Valladolid) encontramos que están por debajo de las que registra, por ejemplo, *El País*.

2-. Aunque la presencia castellanoleonesa en el periódico es notable, y más en comparación con otros rotativos, en ningún caso figura en portada y habitualmente encuentra ubicación en páginas pares, sin gran apoyo gráfico de fotografías o infografías.

3-. Dejando a un lado contextos informativos puntuales (como en el plano económico la fusión de las cajas de ahorros), Castilla y León es noticia principalmente en relación con

acontecimientos culturales, entendida la cultura en su más amplio sentido (literatura, teatro, música, arte, gastronomía, turismo....).

4-. Frente a la información que se difunde sobre cultura, encontramos un vacío informativo muy destacado en cuanto a contenido de política regional: ni una sola pieza de la muestra tenía como tema principal los acontecimientos políticos de Castilla y León o como protagonista a sus máximos representantes gubernamentales.

5-. En cuanto a la existencia de un desequilibrio regional en una comunidad tan vasta como es Castilla y León, aunque el número de noticias sobre Valladolid es elevado no cuenta con un peso proporcionalmente mayor que el resto de las provincias, más si tenemos en cuenta la influencia que puede ejercer, a la hora de fijar la agenda, que *La Razón* cuente con una edición propia en la comunidad.

5.4. Fuentes consultadas

Bibliografía

GONZÁLEZ DÍEZ, Laura y PÉREZ CUADRADO, Pedro (2001): *Principios básicos sobre diseño periodístico*, Madrid: Universitas.

VVAA. (2008): *La relevancia de los medios de comunicación en Castilla y León*, Valladolid: Consejo Económico y Social de Castilla y León (CES).

VVAA. (2006): *La prensa diaria en Castilla y León (1856-2006)*, Valladolid: Junta de Castilla y León.

Hemerografía

http://www.larazon.es/historico/no-dependemos-de-la-desaparicion-ni-existencia-de-otros-medios-TJLA_RAZON_53931#.Ttt1RQacZAqLObL

Webgrafía

Junta de Castilla y León. <http://www.prensa.jcyl.es>

Guía de medios de Castilla y León.

<http://www.jcyl.es/web/jcyl/Gobierno/es/Plantilla100/1267710439989/ / />

Oficina de Justificación de la Difusión. <http://www.ojd.es>

Estudio General de Medios. <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

<https://jesusfonsecaescartin.wordpress.com/category/biografia/>