

## CARACTERÍSTICAS DE LA PRENSA

A grandes rasgos la prensa escrita se caracteriza por su permanencia indefinida en poder de los lectores y además cumple con una función informativa y analítica en cuanto a que argumenta, concluye y plantea soluciones; lo que la convierte en orientador cultural e ideológico de sus lectores.

Los periódicos también material para la investigación, dado que permiten almacenar la información indefinidamente y constituyen un material de consulta disponible en cualquier momento en las hemerotecas. Así es posible “regresar el tiempo” a épocas pasadas y captar información invaluable, datos, fechas etc.

En cuanto a su contenido podemos decir que más de 60% es publicidad y propaganda, gracias a las cuales los periódicos pueden subsistir y sostener precios al alcance de la mayoría de los bolsillos, que de otra manera, sería imposible mantener. Este factor económico, ha posibilitado el hecho de que la prensa pueda mantenerse en la preferencia del público, a pesar de la competencia que representó el surgimiento de la radio y la televisión ya que es necesario considerar que durante mas de 200 años, los periódicos fueron el único medio de comunicación que podía llegar simultáneamente a gran número de personas.

Además de lo anterior, con la finalidad de mantener informados a sus lectores, los periódicos actuales recurren a diseños atractivos y en color. Desafortunadamente, con esta misma finalidad, muchos periódicos recurren al sensacionalismo e incluso hay periódicos cuya especialidad es publicar de manera destacada hechos criminales. Afortunadamente la mayoría de los medios impresos para hacer frente a la competencia de los medios electrónicos, se han vuelto más analíticos y buscan la interpretación de los hechos, en lugar de limitarse a la transmisión de los mismos.

### *Estructura Externa.*

Se refiere al tamaño del periódico y adopta en general dos formas conocidas universalmente: la estándar y el tabloide.

- ESTÁNDAR: Tiene 8 columnas de ancho 0.38 por 57.5 cm.; cada columna mide al su vez 5 cm. De ancho. La mayoría de los periódicos adoptan esa forma.
- TABLOIDE: Tiene 5 columnas de ancho y por lo general miden 29 por 38 cm.; las columnas también miden 5 cm. de ancho.

### *Estructura Interna*

La parte interna se refiere a la organización del periódico en secciones, las cuales pueden variar, dependiendo de cada periódico en particular, por lo regular incluyen las siguientes:

- Primera plana
- Internacional
- Nacional
- Sociales
- Deportes
- Cultura
- Fianzas
- Aviso de ocasión

### *Los Géneros Periodísticos*

La clasificación de los textos de un periódico da lugar a los géneros periodísticos, los cuales pueden ser divididos en dos grandes ramas, informativos y de opinión, según su contenido.

| INFORMATIVOS                     | OPINATIVOS  |
|----------------------------------|---|
| Noticia<br>Entrevista<br>Crónica | Artículo<br>Columna<br>Reportaje<br>Reseña o Crónica<br>Editorial |

## EFECTOS PSICOLÓGICOS

### *Ritualización*

En el caso del periódico, se utiliza su espacio para reproducir textos e imágenes que requieren de una preparación previa, ajustándose a una estructura preestablecida, según trate de un periódico, una revista o un comic.

Los periódicos y revistas se anticipan, así al acontecer público determinado previamente los géneros y las secciones en que se distribuirán textos y fotografías. Asimismo, determinando el lugar y el espacio que ocuparán, de los cual resultará el formato final del periódico.

Lo anterior determina así el contenido y formato del medio que llega a los receptores quines, de acuerdo a los mensajes recibidos, su frecuencia y horario de aparición, establecen sus propios rituales, por ejemplo: la mayoría de las personas adultas leen el periódico por las mañanas, se dirigen a las secciones que nos de su mayor interés, seleccionando así parte del contenido, (que siempre resulta ser mayor del que pueden utilizar) y conocen la ubicación de sus columnas preferidas. Asimismo, leen las revistas y comics de su preferencia en forma semanal, quincenos o mensual, según la periodicidad de la publicación.

### *Mitificación*

Dentro de la comunicación se refiere a la interpretación de los hechos por parte de los comunicadores, considerando que los medio, en sus actividades, no se limitan a transmitir los acontecimientos, sino que elaboran y presentan e incluso forman la realidad para hacerla atractiva a los receptores, guiando a la opinión pública de acuerdo con los intereses de la clase dominante y promoviendo el consumismo a gran escala.

La mitificación dentro de los medios impresos, en el caso de los periódicos se realiza principalmente a través de sus géneros de opinión, aun cuando también puede estar presente en sus contenidos de tipo informativo. Algunos de estos textos pueden ser híbridos y además de que lagunas notas informativas pueden estar más allá de la mera intención de transmitir un acontecimiento.

## *Mediación*

La manera en que los receptores reciben los anuncios de los medios impresos, sus efectos es otro importante factor de análisis.

Los medios de comunicación son mediadores de los diferentes mensajes a que estamos expuestos diariamente; es decir, que son transmisores e intérpretes de los mismos, en los cuales imprimen sus propias versiones: muchas veces, el mismo mensaje nos es enviado de manera distinta y es importante asumir una actividad crítica y reflexiva ante ellos. En el caso de los periódicos, su lectura se convierte en un hábito diario; generalmente por las mañanas cuando la gran mayoría de las familias reciben su ejemplar de suscripción o lo adquieren buscando distintas funciones en un periódico los efectos que producen son de diversa índole, por ejemplo:

El jefe de familia lee la primera sección de un periódico para mantenerse informado de las noticias mas importantes del día locales, nacionales e internacionales y quizás consultara después la sección financiera para decidir sobre una inversión bancaria que deberá realizar ese mismo día; mientras, posiblemente el ama de casa buscara las ofertas del día en el supermercado para decidir sobre sus compras y el menú familiar y quizás consulte también la sección de recetas de cocina y decida probar alguna; por la tarde, el hijo adolescente leerá las crónicas deportivas y consultara las cartel eras del cine, mientras su hermana leerá la pagina de sociales.

En el caso de las revistas, los integrantes de una familia, de acuerdo con su sexo y edad, buscaran semanal, quincenal o mensualmente revistas de moda, deportes, novelas, política, según sus preferencias.,

Por otra parte, y para promover el consumismo, podemos observar fácilmente como los medios impresos dirigen sus publicaciones a determinados sectores, buscando una identificación entre los receptores y los personajes y situaciones que presenta el producto comunicativo.

