



UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y HUMANIDADES
INSTITUTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA DE PERIODISMO

Profesora Patrocinante:
Cery Toro González
Instituto de Comunicación Social

Análisis de la cobertura otorgada por dos medios escritos de circulación nacional a la participación de la selección chilena de fútbol en el mundial de Francia 98. Casos de La Tercera y La Nación.

Tesis para optar al título de
Periodista y al grado de Licenciado en
Comunicación Social

Pablo Andrés Barría González
Ángara de Los Ángeles Kuns Patiño
VALDIVIA - CHILE

2007

A mis padres, por apoyarme en el camino escogido.

A mi abuela Rosa y a mi tío Juan, por acogerme en su hogar.

A mis familiares, quienes de alguna u otra manera tienen algo que ver con la finalización de mi carrera.

A Ángara, mi polola y compañera de tesis.

A mi profesora patrocinante y profesores informantes, ya que con su ayuda el presente trabajo fue más fácil.

Pablo Andrés Barría González.

INDICE

	Páginas
RESUMEN	1
I - INTRODUCCION	3
1.1 - Pregunta de Investigación.....	5
1.2 - Objetivo General.....	5
1.3 - Objetivos Específicos.....	5
II - MARCO TEORICO	
2.1- Comunicación.....	6
2.1.1- Proceso de Comunicación.....	10
2.1.2- Propósitos de la Comunicación.....	17
2.2- Comunicación de Masas.....	18
2.2.1- Funciones de la Comunicación de Masas.....	20
2.2.2- Medios de Comunicación de Masas.....	21
2.3- Prensa Escrita.....	24
2.4- Periodismo.....	27
2.4.1- Periodismo Deportivo.....	30
2.5- Fuente Informativa.....	32
2.6- Géneros Periodísticos.....	35
III – ORDENAMIENTO DE LAS NOTICIAS	
3.1- División de Página.....	41
3.1.2- Elemento Fotográfico.....	43

IV – MEDIOS NACIONALES	
4.1- Consorcios Periodísticos.....	45
4.2- La Tercera.....	48
4.3- La Nación.....	49
V - FUTBOL	
5.1- FIFA y los Mundiales.....	52
5.2- Historia Fútbol Chileno.....	58
5.3- Selección Chilena de Fútbol.....	60
5.3.1- Selección Chilena Francia 98.....	62
VI - METODOLOGIA	
6.1- Análisis de Contenido.....	66
6.2- Corpus y Dato.....	70
6.3- Unidades de Análisis.....	71
6.3.1- Unidades de Muestreo.....	71
6.3.2- Unidades de Registro.....	72
6.3.3- Unidades de Contexto.....	73
6.4- Categorías de Análisis.....	74
VII - RESULTADOS Y DISCUSION.....	77
VIII- CONCLUSIONES.....	94
IX- BIBLIOGRAFIA.....	100
X- ANEXOS	

RESUMEN

El fútbol, en nuestro país, es el deporte que concita el mayor interés del público y de los medios de comunicación. En las páginas de los diarios queda plasmada la importancia que se otorga a este deporte. Suplementos especiales y secciones deportivas se nutren del llamado “deporte rey”.

La prensa escrita no se encuentra exenta del interés colectivo que suscita el fútbol y la selección chilena de fútbol. Solamente basta con revisar las secciones deportivas o los suplementos para comprobar que los artículos relacionados con el balonpié superan con creces a los entregados acerca de otras ramas deportivas, por ejemplo el tenis, y/o básquetbol.

El fútbol chileno tuvo su último momento de gloria en Francia 98. En dicha justa deportiva la selección chilena clasificó tras una serie de partidos con los equipos sudamericanos. El logro obtenido fue un acontecimiento deportivo, una alegría nacional, luego de 16 años de ausencia en la mayor cita del balonpié Chile volvería a mostrar su juego al mundo.

En el país, se vivió una euforia por “La Roja”, nombre dado a la selección de fútbol de Chile. Cada movimiento realizado era registrado por los medios de comunicación: amistosos, llegada de los jugadores, lesiones, nóminas, etc.

Cada momento fue registrado por la prensa, llenando páginas en los periódicos, minutos en televisión y radio. Cada vez que se estaba más cerca de junio, mes del citado mundial, las informaciones respecto a “La Roja” aumentaron, a tal nivel que en dicho mes era pauta obligada.

En las siguientes páginas se pretende determinar, las características de la cobertura y el tratamiento otorgado a las informaciones referentes a la participación de Chile en el Campeonato Mundial de Fútbol Francia 98, publicadas por las secciones deportivas de dos medios escritos de circulación nacional: La Tercera y La Nación.

Para extraer los datos, que posteriormente nos permitieron obtener conclusiones, se utilizó el análisis de contenido. Con dicha técnica fue posible cuantificar la información objeto de estudio, durante un periodo de cuatro meses, antes, durante y después de la cita futbolística mundial.

I - INTRODUCCION

Debido al incremento del interés deportivo, el periodismo y los diferentes medios de comunicación existentes tratan día a día de interiorizarse más en cada una de las ramas deportivas que se practican actualmente en Chile, originando un periodismo deportivo más específico y especializado en cada deporte.

Antonio Alcoba, plantea que el periodismo especializado en deporte no es ajeno al periodismo de información general, dado que el deporte es una de las fuentes de venta de los medios de comunicación. (Hunter y Ramos, 2004:7).

Este estudio tiene por objetivo determinar, registrar, analizar y evaluar las características de las informaciones concernientes a la participación de la selección chilena de fútbol en el Mundial de Francia 98, publicadas en los diarios La Tercera y La Nación desde el 1 de abril hasta el 31 de julio de 1998.

Para ello, se realizó un estudio de casos de ambos medios escritos de circulación nacional. Se revisaron un total de 242 ejemplares, en los cuales se encontraron un total de 387 informaciones. En base a ellas se pudo determinar las características de la cobertura que los medios ya mencionados, le otorgaron a la participación de la selección chilena de fútbol en el citado mundial.

Para efecto de esta investigación, es necesario señalar que durante los meses de abril y mayo de 1998, La Tercera publicó las informaciones concernientes a la selección chilena de fútbol en su sección deportiva habitual. En cambio, desde el 01 de junio hasta el 16 de julio de ese año, dichas informaciones fueron publicadas por la revista Marca.

El diario La Nación, en tanto, en el transcurso de los cuatro meses de investigación, publicó las noticias relacionadas con la participación de la selección chilena de fútbol en su sección deportiva habitual, denominada Triunfo Diario, publicada de martes a domingo. En tanto los días lunes Triunfo se publicó como suplemento deportivo.

1.1- Pregunta de Investigación

¿Cuál fue la cobertura y tratamiento que los diarios La Tercera y La Nación, le entregaron a las informaciones referentes a la participación de la selección chilena de fútbol en el mundial de Francia 98?.

1.2 - Objetivo General

Determinar la cobertura y el tratamiento que los diarios La Tercera y La Nación, otorgaron a las informaciones referentes a la participación de la selección chilena de fútbol en el mundial de Francia 98, durante el periodo comprendido entre el 1 abril y el 31 de julio.

1.3 - Objetivos Específicos

- Determinar el tratamiento que se otorga a las informaciones, clasificándolas según los diferentes géneros periodísticos.
- Identificar las fuentes ocupadas en las informaciones referentes a la participación de Chile en el mundial de fútbol “Francia 98”, presentes en los diarios La Tercera y La Nación.
- Determinar espacio y apoyo gráfico de las informaciones concernientes a la selección chilena de fútbol, presentes en los diarios La Tercera y La Nación, antes, durante y después del mundial “Francia 98”.

II - MARCO TEORICO

2.1 - Comunicación

La comunicación es un elemento fundamental para la existencia del ser humano, ya que mediante ella puede interactuar con sus pares. Según Gerbner la comunicación es “interacción social mediante mensajes”. (Denis McQuail, 2000: 40).

La palabra comunicación proviene del latín *communis*, común. Según el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española el término comunicación posee diversas acepciones:

- 1- Acción o efecto de comunicar o comunicarse.
- 2- Trato, correspondencia entre dos o más personas.
- 3- Unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos.
- 4- Cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas.
- 5- Papel escrito en que se comunica alguna cosa oficialmente.

Charles R. Wright, en su libro **Comunicación de Masas**, define la comunicación como “el proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra. Para los seres humanos, el proceso es a la vez fundamental y vital. Fundamental en cuanto toda sociedad humana, desde la primitiva hasta la moderna, está fundada en la capacidad que tiene el hombre de transmitir sus intenciones, deseos, sentimientos, saber y experiencia, de persona a persona. Es vital en tanto la posibilidad de comunicación con los otros aumenta las oportunidades individuales para sobrevivir, del mismo modo como su ausencia es vista, generalmente, como una forma seria de trastorno patológico de la personalidad”. (Wright, 1963: 9).

M.L. De Fleur expresa la importancia de la comunicación como método de relación, agregando que es pilar para el correcto desarrollo del hombre. “El proceso comunicativo es fundamental para todos nuestros procesos psicológicos y sociales. Si no nos entregáramos reiteradamente a actos de comunicación con nuestros semejantes, ninguno de nosotros podría desarrollar los procesos mentales y la naturaleza social que nos distinguen de otras formas de vida. Sin los sistemas lingüísticos y otros importantes instrumentos de comunicación no podríamos llevar a cabo miles de procesos grupales organizados, que utilizamos para coordinar nuestras actividades sociales y dirigir nuestras vidas intensamente interdependientes”. (M.L. De Fleur, 1980: 119).

Por su parte, David K. Berlo expresa que la comunicación es utilizada para influir en las demás personas. “Simultáneamente intervenimos en forma activa en organizaciones humanas: familia, grupos de pares, iglesia, comunidad: participamos en lo que ocurre en el ámbito público. Interactuamos. La comunicación es la base de esta interacción, de estas relaciones de hombre a hombre. ¿Por qué se nos crea la necesidad de tener que enterarnos y de tener que aprender todas estas cosas?. ¿Por qué nos comunicamos?. ¿Cuál es nuestro objeto?.

Nuestro fin básico es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea. Nuestro objetivo básico en la comunicación es convertirnos en agentes efectivos. Es decir, influir en los demás, en el mundo físico que nos rodea y en nosotros mismos, de tal modo que podamos convertirnos en agentes dominantes y sentirnos capaces de tomar decisiones, llegado el caso. En resumen, nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente”. (Berlo, 1969:10-11).

Aristóteles definió el estudio de la (comunicación) retórica como la búsqueda de “todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance” (Berlo, 1969: 7). De esta definición se desprende que uno de los propósitos de la comunicación es la persuasión, es decir, “el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista”. (Ibíd: 7).

Las definiciones expuestas se relacionan con la comunicación humana. Francisco Sanabria establece que dicha comunicación posee las siguientes características: (José Luís Martínez Albertos, 1977: 17).

- 1- Aunque se admita que el hombre puede comunicarse con seres que no son hombres, sólo la comunicación entre seres humanos es comunicación humana;
- 2- Se produce cuando alguno o algunos transmiten algo a otro u otros;
- 3- Esa transmisión - no importa el medio o procedimiento que se emplee - es simbólica, es decir, realizada no materialmente, sino mediante signos que representan, expresan o sustituyen lo que se quiere transmitir;
- 4- El empleo de los signos es intencional y su significación convenida y compartida; por ello;
- 5- Tales signos son utilizados con conciencia de que causarán un efecto más o menos previsible; de que provocarán una respuesta congruente;
- 6- La operación comunicativa es posible porque hay en el hombre un interés y una capacidad para producir y recibir estímulos simbólicos;
- 7- La capacidad sólo se actualiza socialmente, y
- 8- Adopta las formas culturales del grupo.

2.1.1 – Proceso de Comunicación

En la comunicación humana el mensaje enviado debe ser recibido por alguien. “Cuando alguien escribe, otro debe leer lo que ha sido escrito, si alguien pinta, otro ha de mirar lo pintado, y si alguien habla, también tiene que haber alguien que escuche lo que dice”. (Berlo, 1969: 13).

Con el correr de los años diversos investigadores han tratado de explicar el fenómeno con la construcción de diferentes modelos. Mc Quail, citado por Saperas, define modelo como “una descripción simplificada mediante forma gráfica de algún hecho de la realidad con la finalidad de observar cuáles son los elementos más importantes de una estructura o proceso y cuáles son las relaciones que se establecen entre estos elementos”. (Saperas, 1985: 70).

En su libro **El Proceso de la Comunicación**, David Berlo hace mención a Aristóteles, quien deja claro que a la hora de hablar de comunicación se deben tomar en cuenta tres elementos: el orador, el discurso y el auditorio.

Para Enric Saperas, el trabajo del filósofo fue un precedente de los modelos comunicativos. “Aristóteles, autor moderno por excelencia, define el discurso como el resultado de la acción del individuo que habla -actualmente utilizaríamos la expresión “emisor” o “comunicador”-, el individuo a quien se habla -“receptor” o

“destinatario” en la terminología actual -y, por último, aquello de que se habla -”el mensaje”. (Saperas, 1985: 71).

Si a lo anteriormente descrito le aplicamos el instrumento de la Retroalimentación o Feedback, tenemos el clásico modelo de comunicación.

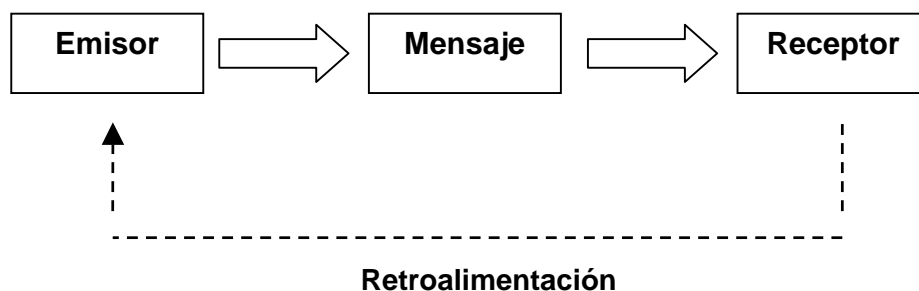


Figura N°1: Modelo tradicional de comunicación.

En 1947 el matemático Claude Shannon desarrolla un nuevo modelo de comunicación, el cual es puesto a disposición del público por Warren Weaver. Sobre el citado modelo Mc Quail y Windahl señalan que “la comunicación se describe aquí como un proceso lineal, de una sola dirección. El modelo indica cinco funciones que se han de realizar y menciona un factor disfuncional, el ruido”. (Mc Quail y Windahl, 1997: 44).

Berlo señala una compatibilidad con la teoría comunicativa de Aristóteles. “Shannon y Weaver dijeron que los componentes de la comunicación incluyen: 1) una fuente, 2) un transmisor, 3) una señal, 4) un receptor y 5) un destino. Si por fuente entendemos al orador, por señal el discurso, y por destino al que escucha, tenemos el modelo aristotélico, más dos elementos agregados: el trasmisor que envía el mensaje original y el receptor que lo capta para hacerlo llegar al destinatario”.

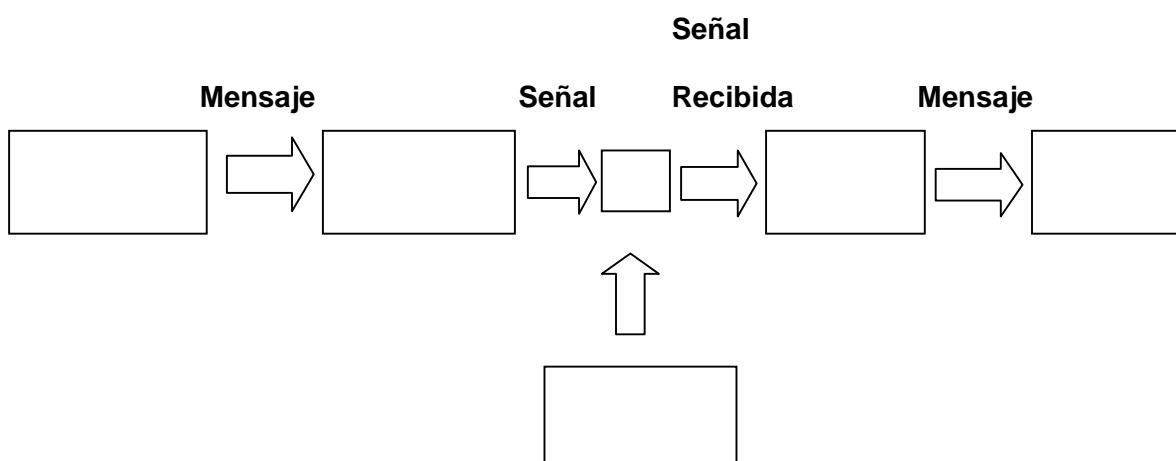


Figura N°2: Modelo matemático de Shannon y Weaver.

Miguel Rodrigo Alsina afirma que el citado modelo de comunicación “se inicia en la fuente del mensaje que es la que genera el mensaje o la sucesión de mensajes a comunicar. La fuente de información selecciona a partir de un conjunto de posibles mensajes el mensaje deseado. A continuación el transmisor opera sobre el mensaje y lo codificará transformándolo en señal capaz de ser transmitida a través de un canal. El canal es simplemente el medio utilizado para la transmisión de la señal desde el transmisor hasta el receptor. Es el medio físico

que permite el paso de la señal. Es precisamente en el canal en donde puede incidir la fuente del ruido. Es posible que en el proceso de la transmisión de la señal, a través del canal, se agreguen a estas una serie de elementos que no son proporcionados intencionalmente por la fuente de la información. Estos aditamentos indeseados pueden ser distorsiones de sonido (en telefonía, por ejemplo), o estáticos (en radiotelefonía), o distorsiones en la forma o en el sombreado de la imagen (televisión), o errores de transmisión (telegrafía). Todos estos cambios en la señal pueden ser llamados ruido. (Weaver, 1972:36). Cuando la señal es recibida por el receptor se lleva a cabo la operación inversa a la del transmisor reconstruyendo el mensaje a partir de la señal. El receptor recibe la señal y la transforma de nuevo a su naturaleza original de mensaje. El destino es el punto final del proceso de la comunicación. El destino es el ente al que va dirigido el mensaje". (Rodrigo, 1995: 45).

David Berlo presenta el modelo FMCR, en donde reconoce la fuente, el mensaje, el canal y receptor. El autor involucra los términos de codificador y decodificador.

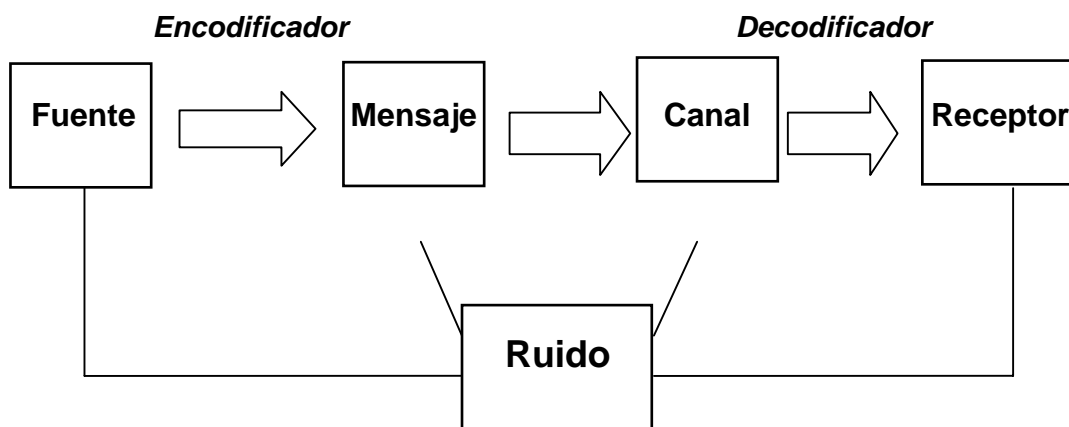


Figura N°3: Modelo de comunicación, creado por Berlo.

Según explica Berlo la fuente (cargada de ideas, información e intenciones) es quien emite el mensaje. “En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos”. (Berlo, 1969: 24).

Para traducir en códigos los propósitos de la fuente, necesitamos del encodificador. “Este es el encargado de tomar las ideas de la *fuentes* y disponerlas en un código, expresando así el objetivo de la fuente en forma de *mensaje*”. (Ibíd: 24). Una vez codificado el mensaje, y antes de llegar al receptor deberá pasar por el canal y el decodificador. El autor define al primero como un medio o conducto por el cual el mensaje llegará al destino.

Finalmente el receptor necesita de un decodificador para poder retraducir el mensaje enviado por la fuente y darle la forma que sea utilizable por el receptor. Berlo manifiesta que es de suma importancia que las fuentes y los receptores

deben ser sistemas similares, ya que de lo contrario la comunicación resultaría imposible.

Como sabemos, no existe comunicación si el receptor no ha logrado decodificar o descifrar el mensaje, por lo que se requiere un nuevo elemento, conocido como Retroalimentación, que es la comprobación de que el mensaje fue recibido, por medio de la reacción o respuesta por parte del receptor.

Manuel Calvelo Ríos tiene una mirada crítica a los modelos mencionados anteriormente y no cree que sirvan para esquematizar verdaderamente el proceso de comunicación. El profesor universitario señala que el modelo básico de comunicación era el de Emisor-Medio-Receptor, con el añadido de la retroalimentación o feedback. Un modelo más detallado incluía a los codificadores, el canal, el mensaje y los decodificadores.

“El modelo nace en una estructura militar, que es una de las estructuras más verticales que ha producido la sociedad; se origina en la necesidad de dar órdenes, que se da por supuesto serán acatadas sin cuestionamiento alguno; envía mensajes del que tiene el poder al que obedece, del que manda al que acata, del superior al inferior, del dominante al dominado, del que sabe al ignorante, de la cúspide a la base de la pirámide”.¹

¹ <http://www.iicd-runa.org/pag5.html>

Luego de su aparición, el modelo al cual Calvelo hace referencia de manera crítica, es tomado como modelo teórico de comunicación. Los medios masivos, la radio y la naciente televisión lo hacen suyo, con ello el modelo se transforma en un instrumento de manipulación.

Manuel Calvelo no comparte lo anterior, debido a que posee una idea muy diferente de comunicación. “La comunicación es algo más que, y diferente de, enviar mensajes de un emisor a un supuesto receptor y establecer un sistema de retroalimentación que solo permitirá saber si lo recibió, pero no necesariamente si los comprendió, si los comparte, si los rechaza, parcial o totalmente, si necesita modificarlos o si requiere otros diferentes”.²

Para cambiar este panorama en donde -a juicio del profesor- el receptor es un ente pasivo, que no tiene injerencia alguna en los mensajes que recibe, Calvelo propone un modelo alternativo de comunicación. Este es denominado **Interlocutor - Medio - Interlocutor**.

La diferencia de la propuesta radica en el hecho de que los receptores (ahora llamados interlocutores) serán partícipes de la creación del mensaje -dejando atrás la pasividad- los contenidos del mensaje serán respuesta a sus necesidades, su visión de mundo y nivel de conciencia es tomada en cuenta.

² <http://www.iicd-runa.org/pag5.html>

“Existe real comunicación si, y solo si, los mensajes que se intercambian son el producto de un trabajo conjunto. Tal como la etimología del término lo indica: “communicare”, que significa hacer juntos”. (Calvelo, 1998).

El modelo alternativo deja atrás la concepción lineal y vertical, para asomarse como un modelo democrático y horizontal.

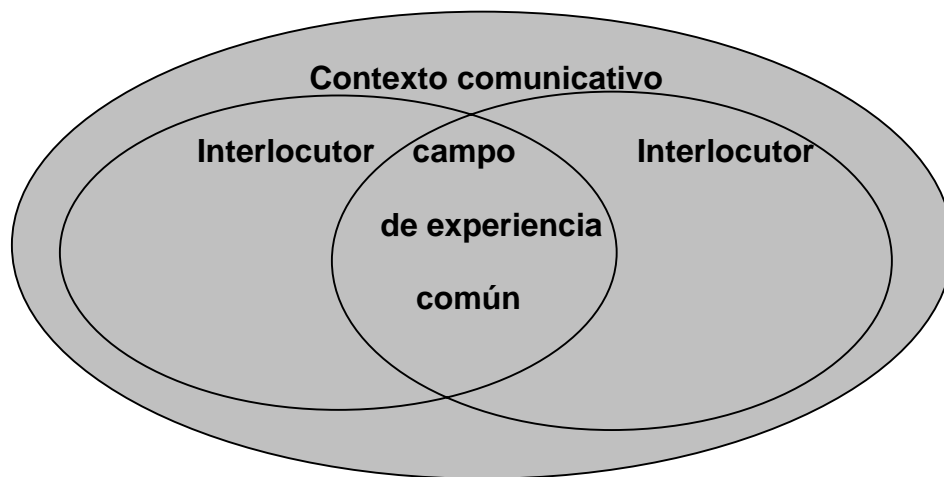


Figura N°4: Modelo de comunicacional de interlocución.

2.1.2 – Propósitos de la comunicación

David K. Berlo (1969: 9), manifiesta que existen cuatro criterios básicos que ayudan a definir los propósitos de la comunicación:

- 1- No debe ser contradictorio lógicamente ni lógicamente inconsistente consigo mismo.
- 2- Centrado en la conducta, es decir, expresado en términos de la conducta humana.
- 3- Lo suficientemente específico como para permitir relacionarlo con el comportamiento comunicativo real.
- 4- Compatible con las formas en que se comunica la gente.

2.2 – Comunicación de Masas

F. Böckelmann, en su libro **Formación y Funciones Sociales de la Opinión Pública**, define la comunicación de masas “como una forma especial de la comunicación social. Esta última tiene lugar, en el sentido más amplio y general, en forma de circulación de signos (lenguaje, gesticulación, mímica y otros sistemas acústicos y visuales) a través de distintos canales que unen el emisor (comunicador) con el receptor (oyente, vidente)”. (Böckelmann, 1983: 37).

Peter Müller, citado por Böckelmann, entiende la Comunicación de Masas como “la transmisión (realizada en cauces o sistemas de signos significativos de dominio general) de contenidos de actualidad, de distracción o bien instructivos, dirigida a un conjunto de receptores (incontable para el comunicador), heterogéneo, anónimo, pero no aislado socialmente, con ayuda de un montaje técnico organizado de forma compleja”. (Ibíd: 39).

Según Charles R. Wright la Comunicación de Masas se caracteriza por cuatro factores básicos:

- Se dirige a un auditorio relativamente grande, heterogéneo y anónimo.
- Los mensajes son transmitidos públicamente.
- Los mensajes son transitorios.
- El comunicador opera en una organización que implica gastos.

McQuail agrega que “en la Comunicación de Masas, los emisores son casi siempre comunicadores profesionales (periodistas, productores, artistas, etc.) en nómina dentro de organizaciones mediáticas, formales u otras (como, por ejemplo, anunciantes, artistas y políticos), escogidas como vías de acceso por dichas organizaciones. El contenido simbólico o “mensaje” transmitido en la Comunicación de Masas es a menudo “manufacturado” de forma estándar (producción en serie) en vez de ser único, creativo o imprevisible. Es el producto de un proceso laboral con un valor de cambio (en los mercados mediáticos) y un valor de uso (para los receptores), y eso lo convierte en un bien comerciable. La relación entre emisor y receptor suele ser “no moral”, como un servicio prestado o un trato comercial, en el que se entra voluntariamente sin compromiso alguno de ambas partes”. (Denis McQuail, 2000: 77).

2.2.1 – Funciones de la Comunicación de Masas

Harold Laswell, citado por Lozano, señala que este tipo de comunicación tiene tres funciones principales: (José Carlos Lozano, 1996: 45).

- Supervisión del entorno. “Función de recopilar y distribuir información respecto al entorno, tanto dentro como fuera de cualquier sociedad particular. Corresponde aproximadamente a la circulación de noticias”.
- Correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta conjunta al entorno. “Interpretación de la información del entorno y sugerencias de cómo reaccionar ante los acontecimientos (editoriales, propaganda)”.
- La transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente. “Actividades destinadas a comunicar el acopio de las normas sociales de un grupo, información, valores, etcétera, de una generación a otra de los miembros de un grupo a los que se incorporan al mismo (secciones culturales, documentales históricos y artísticos, etcétera)”.

Años más tarde, Charles Wright agregó una cuarta función:

- Entretenimiento. “Actividad destinada primordialmente a distraer a la gente, independientemente de los efectos instrumentales que pueda tener”.

2.2.2 – Medios de Comunicación de Masas

Carlos Ashton, en su publicación **El Proceso de la Comunicación y las Relaciones Internacionales**, deja en claro que la tecnología cambió la forma en que percibimos el mundo y revolucionó las comunicaciones. “Es indudable que el progreso tecnológico especialmente en el campo electrónico ha influido considerablemente en los medios que hacen posible la comunicación con las masas. La televisión y la radio y la impresión de diarios y fotografías ha distancia, son algunos de los exponentes más espectaculares. El satélite de comunicaciones permite hoy que los habitantes de un país conozcan los eventos que estén sucediendo en otro país en el instante mismo que estos suceden. Incluso a través de la televisión, permite participar como si se estuviese presente en el lugar de los sucesos”. (Ashton, 1976: 9).

Según Janowitz “la Comunicación de Masas incluye a las instituciones y técnicas mediante las cuales unos grupos especializados emplean artilugios tecnológicos (prensa, radio, cine, etc.) para diseminar contenidos simbólicos a públicos de muy amplia naturaleza, heterogéneos y sumamente dispersos”. (McQuail, 2000: 41).

De lo anterior se desprende que los medios de comunicación social (radio, televisión, periódicos) no son sinónimos de Comunicación de Masas, sino que por

el contrario como afirma McQuail son “las tecnologías organizadas que posibilitan la comunicación de masas” (Ibíd: 41).

La periodista Lisbeth García, en su tesis Análisis del Tratamiento Informativo de un Hecho. Caso “bajos sueldos de Carabineros”, diario “La Tercera” (abril-mayo 1998), clasifica los medios de comunicación masiva de la siguiente manera (2001: 39):

1- **Medios impresos:** periódicos, revistas, libros, folletos, circulares para correo directo, carteles y cualquier otro dispositivo técnico que lleve un mensaje a las masas apelando al sentido de la vista.

2- - **Medios electrónicos:**

a- programas de radio y grabaciones de audio que apelan al sentido del oído,

b- programas de televisión, películas y grabaciones en video que apelan tanto al sentido del oído como de la vista.

Además agrega, citando a Mc Quail, la importancia fundamental de los medios de comunicación (Ibíd: 39-40):

a- Los medios de comunicación constituyen una industria creciente y cambiante que da empleo, produce bienes y servicios y alimenta industrias afines; también forman una institución en sí mismos, al desarrollar sus propias reglas y normas,

que vinculan la institución a la sociedad y a otras instituciones sociales. La institución de los medios a su vez, está regulada por la sociedad.

b- Los medios de comunicación constituyen un recurso muy poderoso: medio de control, manipulación e innovación de la sociedad, que puede sustituir a la fuerza o a otros recursos.

c- Proporcionan una localización en donde, cada vez más, se discuten los asuntos de la vida pública, tanto en el orden nacional como en el internacional.

d- Se han convertido en una fuente dominante de definiciones e imágenes de la realidad social para los individuos, pero también colectivamente para grupos y sociedades; expresan valores y juicios normativos inextricablemente mezclados con las noticias y los entretenimientos.

2.3 – Prensa Escrita

En los inicios de la existencia humana el hombre sólo sabía comunicarse con el resto de los individuos a través de gestos. Es más, “transcurrieron muchos miles de años antes de que el hombre iniciara, como sistema de comunicación, la palabra manuscrita y, mucho más, hasta el siglo de Gutemberg, la palabra impresa”. (Alcalde, 1981: 7).

Fraser Bond, en su libro **Introducción al Periodismo**, señala que “al principio, el hombre se comunicaba con sus semejantes por medio de gestos. Después, aprendió a hablar, a emplear palabras. Más tarde, descubrió cómo convertir esas palabras en símbolos escritos, que otros pudiesen ver y comprender. Los arañó primero en cuevas y después los cinceló profundamente en columnas de piedra y en monumentos, y posteriormente los escribió en materiales ligeros y portátiles, tales como hojas-papiro que podían ser manejadas y enviadas de un lugar a otro. Transcurrieron muchos siglos en el perfeccionamiento de este logro singular, que ha beneficiado más al género humano que ningún otro”. (Bond, 1965: 48).

Carmen Alcalde indica que “la curiosidad que sienten los humanos por conocer la vida de sus semejantes es el primer motor que impulsa todo el complejo de la información que, a lo largo de la historia, se ha ido desarrollando y sofisticando a unos niveles impensables. Niveles de rapidez, niveles de ampliación

informativa del hecho, etc. La rapidez en dar la noticia es, desde que surgió la necesidad de la noticia la cualidad más indispensable que ésta requiere”. (Alcalde, 1981: 7-8).

Sin lugar a dudas, la invención de la imprenta en el siglo XVI facilitó la difusión de hechos a través de la letra impresa. Sin embargo, Alcalde en su libro **Cómo Leer un Periódico** afirma que “fue en el siglo posterior cuando se produce el momento histórico del nacimiento de noticiar un hecho, de fijarlo, cuándo este se produce, en el lugar, en la fecha y en la circunstancia en que se ha producido”. (Ibíd: 8).

Desde ese entonces se fueron sucediendo la creación de un gran número de escritos con diversas y variadas informaciones importantes para los lectores de cada época. De esta manera, se fundaron también los primeros periódicos, los que se publicaban cada cierto tiempo, aunque más tarde, algunos de ellos aparecieron diariamente como sucede hoy en día.

Es innegable que la publicación diaria y permanente de periódicos obedeció y obedece a la creciente necesidad del ser humano por conocer todo lo que ocurre en su entorno más próximo y además, de tener conocimiento de gran parte de los sucesos que acontecen en el resto del mundo. Pero aunque esta necesidad humana de información se hiciera cada vez más imperiosa no podría satisfacerse sin los importantes avances en las técnicas y tecnologías que facilitan la

producción y rapidez de las comunicaciones. En torno a este punto, Jesús Canga sostiene que “en el caso concreto de los medios impresos, su historia y evolución han ido, tradicionalmente, unidos de forma indisoluble a los distintos avances que se producían en los instrumentos y técnicas que hacían posible su proceso de producción” (Canga, 1994: 10). Además, afirma que “el avance técnico y tecnológico ha sido y es el sustento básico que permite la aparición de ese producto que conocemos como periódico”. (Ibíd: 10).

“El periódico cotidiano es un producto de síntesis para explicar la vastedad de los hechos que ocurren en el mundo, en nuestro mundo más inmediato y en el mundo más lejano. Es un medio primario de información. Basta con que ocurran cosas para la justificación de un periódico”. (Alcalde, 1981: 37).

Según Fraser Bond “el periodismo comenzó cuando el hombre aprendió a escribir. El periódico empezó cuando el hombre aprendió a escribir a intervalos regulares. Este elemento de periodicidad es la característica más sobresaliente del diario, que lo coloca en lugar aparte de simples escritos esporádicos, aunque algunos de ellos se refieran a asuntos del momento. Actualmente, el periódico es el medio principal de comunicación a través de la palabra escrita”. (Bond, 1965:49).

En lo que respecta a las funciones del periódico, Carmen Alcalde las resume en cuatro. (Alcalde, 1981:41):

- Suministrar noticias.
- Suministrar explicaciones y comentarios sobre las noticias que produce.
- Entretener y divertir al lector con otros aditivos que no tienen, en principio, ni la radio y la televisión.
- Hacer la función de vehículo publicitario.

2.4 - Periodismo

Si bien la palabra o término periodismo es utilizada y conocida, es difícil encontrarle una definición única y universal.

Para Martín Vivaldi, en su libro **Géneros Periodísticos**, lo define como “un medio de comunicación social, cuya misión fundamental es la de difundir entre los hombres información, orientación y pasatiempos a intervalos de tiempo determinado. Además, se considera al periodismo como actividad humana de triple vertiente: como ciencia orientadora de la opinión pública, como arte de la difusión de noticias, y como técnica especializada para el propio desarrollo y perfeccionamiento de la prensa”. (Vivaldi, 1987: 340).

En tanto el autor Fraser Bond indica que “actualmente, la palabra periodismo abarca todas las formas en que las noticias y los comentarios acerca de las noticias llegan hasta el público. Cuanto ocurre en el mundo, si es de interés general, y todos los pensamientos, los actos y las ideas que esos acontecimientos provocan, se convierte en el material fundamental del periodista”. (Bond, 1965: 17).

Eric Hodgins, citado por Bond, manifiesta que “periodismo es llevar información de aquí y de allá, con precisión, perspicacia y rapidez, y en forma tal que se respete la verdad y lo justo de las cosas, y así, lenta, aunque no inmediatamente, se vuelva más evidente”. (Ibíd:17).

Sin embargo, independientemente de la gran cantidad de definiciones que existen en torno al concepto de periodismo, es necesario afirmar que ya sea como fenómeno social, medio de expresión o bien como un conjunto de noticias que se dan a conocer a un público determinado, el periodismo posee diversas funciones y propósitos que debe cumplir para satisfacer a sí mismo y al resto de la comunidad receptora de la información.

En este sentido, Fraser Bond señala que “el periodismo tiene cuatro razones principales de existir: informar, interpretar, guiar y divertir. Desempeña otras funciones importantes, como la vinculación de los anuncios y la diseminación

de un cúmulo inmenso de información y de comentarios que casi no encajan en el concepto general de la noticia”. (Bond, 1965: 21).

Además, indica y es tajante en afirmar que “el propósito principal y el primer deber del periodismo es lograr que el público se entere de lo que ocurre. Ese deber demanda objetividad completa en la presentación de las noticias”. (Bond, 1965: 22).

Por su parte, Julio Del Río Reynaga manifiesta que el periodismo es:

- Un arte, una técnica y una profesión.
- Un medio de comunicación social.
- La noticia o información periódica y su interpretación o comentario.
- Relato o testimonio del quehacer humano.
- La información diaria que trata de ser histórica.

“En suma se puede decir que el periodismo son aquellas actividades científicas, técnicas y artísticas que se realizan con los objetivos de planear, organizar, producir y difundir, a través de distintos medios (prensa, radio, cine y televisión) la información y sus análisis periódicos del acontecer que interesan y afectan a la sociedad”. (Del Río Reynaga, 1992: 16).

2.4.1 – Periodismo Deportivo

El periodismo deportivo cada día llama la atención de un gran número de personas alrededor del mundo -lectores, radioescuchas y televidentes-. Diariamente, el público trata de informarse acerca de las noticias referentes a sus deportes favoritos a través de los distintos medios de comunicación. Es decir, existe un creciente interés de los destinatarios por conocer todos los detalles que rodean a los diversos encuentros deportivos y sus protagonistas.

Raúl Sohr, en su libro **Historia y Poder de la Prensa**, concluye que “el deporte ocupa un lugar cada vez más destacado en los medios de comunicación. En los albores de la televisión, el boxeo y el catch eran muy populares. Hoy el fútbol ha invadido las páginas y las pantallas en muchos países. En Estados Unidos, cada fin de semana los diarios destinan un 20% de su espacio a temas deportivos; la televisión les asignan el 25% de sus emisiones”. (Sohr, 1998:199).

Según el mismo autor, “el periodismo deportivo es una de las especialidades profesionales más cotizadas en la actualidad. En un lenguaje opinativo que no ahorra adjetivos, ensalza o condena como en ninguna otra esfera. La buena redacción deportiva es uno de los géneros periodísticos más exigentes. Ante todo debe ser entretenida, y requiere de un lenguaje cotidiano, agudo, fresco, con humor y rico en metáforas”. (Ibíd: 199).

El periodismo deportivo podría definirse como el conjunto de informaciones acerca de hechos noticiosos relacionados directa o indirectamente con las diversas ramas deportivas que concitan el mayor interés del público. Estas noticias se dan a conocer a través de secciones especiales que se presentan diaria o semanalmente en los medios masivos de comunicación.

El periodista Felipe Bianchi, manifiesta -citando a Roger Caillois- que nunca antes el deporte tuvo tanta importancia como en estos días. El deporte se ha implicado con otros aspectos de la vida social y además se ha transformado en un espacio de cohesión. “Es un hecho comprobado que gracias a él se produce una identificación del individuo con determinadas representaciones colectivas, constituyéndose así en un marco secundario de dilucidación -no definitiva, sino más bien figurada- de disputas de todo género: institucionales, regionales, sociales, políticas y hasta económicas.” (Bianchi, 1991: 4).

Es más, el actual periodista del Área Deportiva de Chilevisión afirma que el deporte no puede faltar dentro de la agenda informativa. “Ya no es posible omitirlo en los medios de comunicación. Al menos de aquellos que algo, se supone, tienen que ver con el entorno y los intereses de la gente. Basta analizar la prensa, radio y televisión de cualquier país: al deporte se consagra en revistas y diarios una sección permanente que suele ser al menos en espacio, una de las más importantes”. (Bianchi, 1991: 3).

Bianchi ve también en el deporte -es este caso en el fútbol- un agente de progreso para la sociedad y las comunicaciones. “Con el Mundial de Fútbol de 1962 se introdujo la televisión en forma masiva en nuestro país y con el Mundial de 1978, jugado en Argentina, se iniciaron las transmisiones de la televisión en colores”. (Ibíd: 3).

El aumento del interés por la información relacionada con el deporte llama la atención y cabe preguntarse por qué este tipo de informaciones despiertan tanta pasión en las personas. “Esa inclinación, quizás se deba precisamente al agobio y desazón que le ocasionan los problemas económicos, las tensiones internacionales, la dureza del trabajo (cuando lo hay) y otros elementos menos lacerantes - así, ante un lóbrego panorama en su vida cotidiana, encuentra en el deporte y su información, formas agradables de evasión y de compensación”. (Del Río Reynaga, 1992: 137).

2.5 – Fuente Informativa

Es innegable que toda información que aparece publicada en los diversos medios de comunicación proviene de alguna fuente informativa, la cual le otorga al informador datos relevantes sobre un hecho determinado.

Existen variadas definiciones de fuente informativa, como por ejemplo, para el autor Gans. H, citado por Wolf, la fuente son todas “las personas que el

periodista observa o entrevista y las que proporcionan únicamente las informaciones de base a los apuntes para una noticia”. (Wolf, 1987: 254).

Por su parte Edgardo Henry plantea que “la fuente está constituida por la persona o personas que proporcionan informaciones. Estas personas pueden pertenecer a distintos niveles culturales: inferior, medio o superior, con su equivalencia más o menos ajustable a las etapas de educación: primaria, secundaria, universitaria”. (Henry, 1969: 33).

Sobre la base de estas definiciones de fuente informativa, es posible afirmar que toda persona puede convertirse en fuente de información dependiendo del suceso sobre el cual se esté indagando. Sin embargo, “las informaciones que entrega la fuente deben poseer las características de la noticia para que interesen periodísticamente. No toda información es noticia”. (Ibíd: 34).

Otro aspecto importante de destacar es que las fuentes no son todas iguales, sino que existen diferentes tipos de fuentes informativas. Cesareo, citado por Mauro Wolf, en su libro **La Investigación de la Comunicación de Masas**, sostiene que “las posibles clasificaciones de las fuentes son muy distintas, según el parámetro a que se remitan: por ejemplo, se pueden distinguir las fuente institucionales de las oficiosas, o bien las estables de las provisionales; una categorización distinta separa las fuentes activas de las pasivas, según el nivel de uso y el tipo de relaciones que se instituye entre fuente y aparato informativo.

Fuentes centrales, territoriales y fuentes de base, son categorías establecidas no sólo por la localización espacial de dichas fuentes, sino también por el tipo de utilización que de ellos se hace respecto a la importancia y a la noticiabilidad de los acontecimientos”. (Wolf, 1987: 254).

“El reportero busca la noticia checando fuentes de información institucionales -dependencias, organismos públicos o privados- y no institucionales -especialistas en la materia que se investiga; testigos de un acontecimiento, documentos inéditos, versiones periodísticas”. (Leñero y Marín, 1986: 48).

Berlo define la fuente como “una persona o grupo de personas con un propósito, una razón para iniciar una comunicación”. (Henry, 1969: 5).

Para Henry Ríos es fuente de comunicación “toda persona o grupo de personas que entregan una información, que proporcionan datos, materiales, detalles, ideas. En este sentido se habla en periodismo de las fuentes de la noticia. Son las fuentes que dan a conocer el qué, quién, cuándo, cómo, dónde y a veces el porqué y el para qué de la noticia”. (Ibíd: 5).

2.6 – Géneros Periodísticos

En los medios escritos de comunicación toda la información referente a un acontecimiento noticioso (social, político, deportivo, etc.) es estructurada a través de variadas formas de expresión conocidas como géneros periodísticos

José Luís Martínez Albertos define estos géneros periodísticos como “aquellas modalidades de la creación literaria concebidas como vehículos aptos para una estricta información de actualidad (o periodismo) y que están destinadas a canalizarse a través de la prensa escrita”. (Martínez Albertos, 1983: 272).

Según Dovifat, “los géneros periodísticos se nos presentan como las manifestaciones concretas y singulares en que se plasma efectivamente todo ese caudal potencial de recursos expresivos o de rasgos de ideación que es capaz de almacenar en sí un individuo determinado”. (Martínez Albertos, 1983: 217).

Leñero y Marín señalan que “los géneros periodísticos se distinguen entre sí por el carácter informativo o híbrido de sus contenido”. (Leñero y Marín, 1986: 39).

Ambos autores entregan además una clasificación de los géneros periodísticos.

Informativo a- Noticia o nota informativa

b- Entrevista

c- Reportaje

Interpretativo a- Artículo

b- Editorial

Género Híbridos a- Crónica

b- Columna

- **Noticia o nota informativa:** este género posee como único propósito dar a conocer los hechos noticiosos de interés colectivo sin otorgarle una interpretación u opinar acerca de lo informado.

- **Entrevista:** conversación que se realiza entre un periodista y uno o varios entrevistados con la finalidad de recoger, a través del diálogo, noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones y juicios.

- **Reportaje:** se elabora para ampliar, completar, complementar y profundizar en la noticia. El reportaje investiga, describe, informa, entretiene y documenta.

- **Artículo:** es el género donde el periodista expone sus opiniones y juicios sobre las noticias más importantes y los temas de interés general, aunque no necesariamente de actualidad inmediata.

- **Editorial:** es el análisis y enjuiciamiento de los hechos más sobresalientes del día, en el caso de los diarios, o de la semana, la quincena y el mes, en el de las revistas. La característica fundamental de este género es que resume la posición doctrinaria o política de cada empresa informativa frente a los hechos de interés colectivo.

- **Crónica:** es la narración de un acontecimiento en el orden en que fue desarrollándose. Se caracteriza por transmitir, además de información, las impresiones del cronista. Este género principalmente se utiliza con el fin de recrear la atmósfera en que se produce un determinado suceso.

- **Columna:** escrito que trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y cuya característica singular es que aparece con una fisonomía, una presentación tipográfica constante y tiene un nombre invariable.

III - ORDENAMIENTO DE LAS NOTICIAS

Jesús Canga en su libro **El Diseño Periodístico en la Prensa Escrita**, explica que el éxito de un diario no solamente radica en la espectacularidad de las noticias que registra, sino que además el orden y cómo estas son presentadas al lector es fundamental.

Luka Brajnovic, señala que “el éxito de una publicación escrita no se basa solamente en difundir buena noticias, en publicar brillantes comentarios y excelentes fotografías, sino que también en la presentación gráfica que de todo ese material se haga”. (Canga, 1994: 16).

Carmen Alcalde expresa la importancia de la compaginación, a la hora de entregar informaciones al lector. Para la periodista dicha función da forma a las noticias y las sitúa en los espacios necesarios para que lector las valore de la misma manera que el medio lo hizo. “La compaginación, acompañada o no de ilustraciones, refleja siempre la jerarquía y la prioridad de la noticia”. (Alcalde, 1981:97).

Agrega que “para indicar a los lectores la jerarquía de las noticias que el periódico establece existen unos cánones fijos de colocación de la noticia: como es obvio la noticia que vaya en cabeza de página tendrá más importancia que la que pase desapercibida en algún otro rincón de la página”. (Ibíd: 97).

Para Jesús Canga, hay que tener en cuenta cuatro conceptos para comenzar a diseñar las páginas de un periódico: (Canga, 1994: 36).

1-Arquitectura Gráfica: Es el armazón de la página. ¿Cómo vamos a colocar las informaciones? ¿Qué tipo de diseño vamos a utilizar, vertical u horizontal? ¿Qué concepto de espacio dentro de la página, modular o no?.

2-Tipografía: El uso de una determinada familia, de unas series dentro de las familias y de unos cuerpos de letra determinados. La utilización de una sola familia tipográfica o la combinación de varias dentro de una misma cabeza titular (homogeneidad y contraste tipográfico).

3-Ilustraciones: Fotografías, caricaturas, mapas del tiempo, cuadros comparativos, infografías.

4-Color: Blancos, negro, color.

El periodista español agrega que mediante la utilización de los citados conceptos, se obtiene una adecuada presentación gráfica. Con ella, explica, “se pretende lograr que sea posible destacar una noticia o un artículo y se pueda sugerir al lector lo que debe leer en primer lugar”. (Canga, 1994: 36).

Lo anterior, el profesional lo denomina Valor de Ajuste y viene definido por tres elementos esenciales:

1- La posición o emplazamiento: la colocación de textos y fotografías tendrá un efecto diferente según vayan en una determinada página y no en otra, y en un determinado lugar de esa página (arriba, abajo, a la derecha o a la izquierda). Los especialistas del análisis estructural se fijan en la página, donde aparece la unidad redaccional o mensaje, y en la superficie que, dentro de la misma, ocupa la información. En este sentido la importancia de la “primera página” es indiscutible y se suele aplicar el calificativo de “noble” para la página impar. Por otra parte, dentro de una página hay zonas como la cabecera, que constituyen un emplazamiento privilegiado para una información.

2- La titulación: se valorará el conjunto global que salga de tres aspectos:

- a- Su importancia real (superficie o número de columnas que ocupa el titular, el cuerpo que se ha dado, la mancha del mismo, etc.).
- b- Su importancia relativa (en comparación con otros titulares de la misma página).
- c- Y el propio contenido del titular (si está bien redactado, si es o no periodístico, diferenciación entre títulos informativos, explicativos, sensacionalistas, etc.).

3- La presentación gráfica de las informaciones: se refiere a los demás elementos que intervienen en el diseño de una página, como el color, los recuadros, los corondeles, etc. Además se tienen en cuenta factores como la

ilustración y la tipografía. “En la ilustración, escribe Casasús, conviene señalar su importancia relativa (por ejemplo, si es o no la única unidad redaccional que lleva la ilustración en la página) y su importancia absoluta y cualitativa o de contenido (naturaleza de la imagen, su conjunto contenido-forma, la serie lingüística que la complementa, etc.). En cuanto a la tipografía, debe observarse el cuerpo en que se presenta el texto y su relación con los restantes de la página. (Canga, 1994:36-37).

3.1 División de Página

En función de la posición que ocupe una información en una página, podemos dividir a esta última en cuatro partes: (Canga, 1994: 72).

- parte superior (cabeza de página)
- parte inferior (pié de página)
- parte derecha (salida)
- parte izquierda (entrada, por donde se empieza a leer).

Mario García, citado por Canga, afirma que “el peso de la página no debe colocarse enteramente en un lado, ni en la mitad superior ni en la inferior. Al distribuir los elementos gráficos, el confeccionador debe regirse por un criterio que se base en una distribución de peso irregular, pero equilibrada”. (Ibíd: 72).

Por regla general, y siguiendo el orden de interés jerárquico de las diferentes partes de la página, las informaciones se han colocado tradicionalmente primero en cabeza de página, después en la zona central y, finalmente, al pié de ésta.

Siguiendo este mismo criterio, era habitual, y lógico en cierta medida, que la información principal tuviera una mayor extensión que el resto y que ocupase un mayor número de columnas.

Finalmente Canga explica que la cantidad de columnas dada a una noticia, no revela realmente su importancia. Hoy en día, lo primordial es la ubicación de dicha noticia dentro de la página. “En una página puede ir la noticia más importante a tres columnas, arriba y centrada, y en la parte inferior de la página otra información a cuatro columnas”. (Canga, 1994: 73).

Otro criterio que señala el autor para calificar la importancia que se da a una información dentro de la página, tiene que ver con que si está dispuesta “de entrada” o “de salida”, lo que a su vez depende de que si la página es par o impar.

A juicio de Canga lo anterior cobra vital relevancia. “En un periódico la página impar tiene mucho mayor importancia que la par, ya que por la forma de plegado del periódico, la impar es la primera que se visualiza al pasar de pagina”. (Canga, 1994: 74).

Evans, citado por el autor, manifiesta que “las páginas impares, a la derecha del lector, son posiciones claves. Muchos estudios han demostrado que el número de lectores es habitualmente mayor en las páginas impares, y que el más alto está en las páginas iniciales”. (Ibíd: 74).

3.1.2 Elemento Fotográfico

Un último elemento que cabe destacar para el desarrollo del presente trabajo es la fotografía; definida por Canga como “un mensaje icónico por el cual se muestra la realidad de lo acontecido en un momento determinado, tomada desde un lugar cercano o lejano, por medio de un artilugio que permite recogerla y plasmarla en un soporte en el cual fija la imagen representativa de ese particular y concreto instante”. (Canga,1994: 118).

El autor destaca seis funciones que cumple la fotografía en la prensa diaria: (Canga, 1994: 118).

a- Informativa: La información debe ser la función esencial de la fotografía. Tanto mejor será una fotografía cuanto menos texto exija para ser explicada.

b- Documental: En este sentido la imagen puede ser “descriptiva”, si muestra los detalles de una escena, de un suceso o del protagonista de un hecho; o bien constituirse en una “prueba”, un “medio de autenticación” de que cuanto se dice en un texto es auténtico.

c- Simbólica: Una fotografía puede convertirse en símbolo de algo, como la fotografía de un niño africano famélico simboliza el hambre o los humos que envuelven a una ciudad significan la contaminación.

d- Ilustrativa: Sucede con aquellas fotografías que se utilizan para ilustrar un reportaje. No son fotografías del día (informativas), pero sirven para romper la monotonía del texto.

e- Estética: Una buena foto puede utilizarse exclusivamente por su condición estética, por ser bonita, aunque, como ya se ha señalado y salvo en excepciones de revistas ilustradas, no es conveniente su uso únicamente con este fin.

f- De entretenimiento: La imagen tiene también una función de entretenimiento, como suele ser el caso de una fotografía que capta el lado humorístico de algo.

Sin lugar a dudas la fotografía es un elemento indispensable en los periódicos de hoy en día, no sólo como atracción para el lector sino que además como información adicional. “Dado que los estudios sobre lectores indican que el lector verá antes que nada una foto en la página, el empleo de este elemento de arte debe ser considerado capital.(...) Debido a su impacto visual, la fotografía representa un punto clave de las noticias o secciones fijas. Y aunque el tamaño es importante en este terreno, es probable que la característica más importante de la fotografía sea lo que comunica visualmente”. (Canga, 1994: 119).

IV - MEDIOS NACIONALES

4.1 – Consorcios Periodísticos

En Chile existen dos importantes empresas periodísticas que albergan a una gran cantidad de medios de comunicación como radios, periódicos y revistas. Uno de estos consorcios es COPESA, dueño del diario La Tercera, medio objeto de este estudio. El otro gran exponente es el Consorcio Periodístico El Mercurio S.A.P.

Consorcio Periodístico El Mercurio S.A.P.

La historia de esta empresa se remonta al año 1827 cuando Don Pedro Félix Vicuña fundó El Mercurio de Valparaíso. Durante los primeros dos años, éste medio se publicó dos veces a la semana, posteriormente, se convirtió en un medio de circulación diaria.

A lo largo de su existencia, El Mercurio de Valparaíso cambió de editores y propietarios en reiteradas ocasiones hasta que en 1880, el diputado nacionalista, Agustín Edwards Ross, compró éste importante medio de comunicación nacional. Su nuevo dueño tuvo el interés de masificar la información a través de la creación de diversas publicaciones en otras ciudades de país. De esta manera, se daba inicio a una expansión empresarial y de medios de comunicación que perduraría

hasta nuestros días, con 20 diarios regionales y una cadena radial, en todas las ciudades donde esta empresa mantiene una publicación.

El citado consorcio posee el Mercurio de Santiago, Las Últimas Noticias y La Segunda. Además posee una gama de Diarios Regionales. En total son 20 periódicos repartidos a lo largo del territorio nacional.

- La Estrella de Arica
- La Estrella de Iquique
- El Mercurio de Antofagasta
- El Mercurio de Calama
- La Estrella del Norte
- La Estrella del Loa
- La Prensa de Tocopilla
- El Diario de Atacama
- El Mercurio de Valparaíso
- La Estrella de Valparaíso
- El Líder de San Antonio
- El Sur de Concepción
- Crónica de Concepción
- El Renacer de Arauco
- El Diario Austral de Temuco

- El Renacer de Angól
- El Diario Austral de Valdivia
- El Diario Austral de Osorno
- El Llanquihue de Puerto Montt
- La Estrella de Chiloé.

Al grupo periodístico de Diarios Regionales de El Mercurio, pertenece la radio Digital FM. El citado medio de comunicación lleva información y entretenimiento a sus auditores. La característica del citado medio es que entrega música de los años 60, 70 y 80.

Hoy en día, El Mercurio es una de las mayores empresas periodísticas del país, con una importante presencia en el territorio nacional. Esta empresa está presidida y dirigida por Agustín Edwards Eastman.

4.2 - La Tercera

Este periódico nació a mediados del año 50, cuando los hermanos Germán y Agustín Pico Cañas, quienes en aquel entonces eran dueños de una cadena de medios capitalinos, decidieron fundar un nuevo diario llamado La Tercera de la Hora. El primer ejemplar de La Tercera de la Hora fue publicado el 7 de julio de 1950. Posteriormente, este nuevo periódico pasó a llamarse simplemente La Tercera y su director fue don Guillermo Eduardo Feliú.

Actualmente, el diario La Tercera pertenece al Consorcio Periodístico de Chile S.A. (COPESA), el que además es propietario de otros medios de comunicación como:

- Diarios La Cuarta y La Hora
- Revistas Qué Pasa, De Mujer a Mujer, Glamorama, Icarito, Virus, Mouse.
- Radios Zero, Duna y Carolina.

La Tercera es el medio más importante dentro del consorcio, además está considerado como el segundo de mayor circulación del país, después del diario popular La Cuarta, también perteneciente a COPESA.

En cuanto a sus características, La Tercera es un diario de formato tabloide, es decir, tiene una medida de 37 x 47 cm; el cual corresponde a la mitad del formato estándar.

- **Características Específicas de La Tercera**

- Periodicidad: Diaria (excepto 1° de enero y 1° de mayo)

- Circulación: Lunes a Domingo – Nacional

- Papel: Diario 49 gr./m²

- Formato: Tabloide = Alto 39 cm. y Ancho 5 columnas.

4.3 - La Nación

El diario La Nación fue fundado por el destacado jurista liberal Eliodoro Yáñez Ponce de León. En esta proeza periodística Yáñez recibió el apoyo de los senadores Alfredo Escobar, Augusto Bruna y Abraham Silva.

El primer número de La Nación se publicó el 14 de enero de 1917 con la clara misión de defender y dar a conocer los principales postulados de la ideología liberal, centrándose fundamentalmente en publicitar los problemas sociales que afectaban a la población que representaba el trabajo y el progreso económico del país en aquel entonces. Además, Eliodoro Yáñez, con la creación de éste nuevo

medio de circulación nacional, tuvo como propósito introducir un relativo equilibrio en la entrega de la información que era dada a conocer por los diarios ya existentes.

A lo largo de su historia, en La Nación han escrito importantes personajes como por ejemplo, Joaquín Edwards Bello, Nathanael Yáñez, Conrado Ríos y Luís Emilio Recabarren, fundador del Partido Comunista.

En el primer gobierno del general Carlos Ibáñez del Campo, Eliodoro Yáñez tuvo que ceder el medio de comunicación al Estado de Chile. Desde entonces cada presidente de la república designa al director del periódico.

La Nación es un medio de circulación nacional editado por la Empresa Periodística La Nación S.A., que también publica el Diario Oficial. El 69% de este diario pertenece al Estado y el resto a capitales privados.

Actualmente, su subdirector responsable es Rodrigo de Castro y su gerente general y representante legal es Francisco Feres Nazarala. El directorio de la empresa está presidido por Mahmud Aleuy Peña y Lillo e integrado por Luís Eduardo Thayer Morel, Raimundo Valenzuela de la Fuente, Alberto Pando

Galindo, Orlando Cantuarias Zepeda, René Jofré Delgado y Enrique Alcalde Undurraga.³

- **Características Específicas diario La Nación**

- Periodicidad: Diaria (excepto 1° de enero y 1° de mayo)

- Circulación: Lunes a Domingo - nacional

- Papel: Diario 49 gr./m²

- Formato: Tabloide = Alto 32 cm. y ancho 6 columnas.

³ www.lanacion.cl/prontus_noticias/site/edic/2006_09_25_1/port/quienes.html

V - FUTBOL

5.1 - FIFA y Los Mundiales

La Federación Internacional de Fútbol Asociado o FIFA fue fundada el 21 de mayo de 1904. En dicha ocasión los representantes de Francia, Bélgica, Dinamarca, Holanda, España, Suecia y Suiza firmaron el acta fundacional.

Dos días después, el 23 de mayo de 1904, fue elegida la primera directiva. Ésta quedó conformada por: Robert Guérin (Presidente), los Vicepresidentes Víctor E. Schneider (Suiza) y Carl Anton Wilhelm Hirschmann (Holanda); Louis Muhlinghaus (Secretario y Tesorero), asistido por Ludvig Syiow (Dinamarca). “Estos pioneros encararon una labor inmensa, ya que la FIFA existía solamente en el papel. Había que darle forma, crear las asociaciones como verdaderos representantes y conseguir nuevos miembros”.⁴

En 1905, se celebró el segundo Congreso de la FIFA en París. Alemania, Austria, Italia, Hungría, Gales e Irlanda, ya se encontraban entre las filas de la emergente asociación. El mismo año se comenzó a pensar en un torneo internacional, el cual debía celebrarse el año siguiente. Pensando en su realización se establecieron cuatro grupos, encargando a Suiza organizar las semifinales y la final.

⁴ <http://es.fifa.com/classicfootball/history/fifa/historyfifa2.html>

Los problemas no estuvieron ausentes, divisiones internas terminaron por hacer fracasar la primera competición internacional. Sin embargo la FIFA dio muestra de su fuerza. “Cuando el "English Ramblers", un club de fútbol inglés improvisado, quiso disputar algunos partidos en el continente sin la autorización de la Asociación Inglesa, la FIFA prohibió a sus miembros enfrentarse con este equipo”.⁵

En 1909 se produjo un importante avance en la federación, por primera vez asociaciones no europeas ingresaban a ella. África del Sur, lo hizo en 1909/1910; Argentina y Chile ingresaron en 1912 y Estados Unidos hizo lo propio en 1913.

Con la Primera Guerra Mundial -1914- la FIFA se vio aletargada. En 1919 se convocó una asamblea en Bruselas, pero no fue muy fructífera. Un año después se realizó una nueva reunión en Amberes, en donde se eligió a un nuevo Consejo Administrativo de la FIFA. Jules Rimet, en la presidencia, Louis Oestrup, en la vicepresidencia, y Carl Anton Wilhelm Hirschmann, como secretario honorario.

Para no perder la posibilidad de organizar un Campeonato Mundial propio, la FIFA estaba dispuesta a asumir la responsabilidad de organizar el Torneo Olímpico de Fútbol de los VII Juegos Olímpicos en París el año 1924. El evento

⁵ <http://es.fifa.com/classicfootball/history/fifa/historyfifa2.html>

fue ganado por Uruguay, quien en 1928 repetiría su hazaña en el Torneo Olímpico de Amsterdam.

Un nuevo congreso de la FIFA celebrado en 1929 en Barcelona designó a Uruguay como primer país organizador del Mundial. Debido a la crisis que sufría Europa, la decisión no fue tomada con demasiado entusiasmo, las asociaciones comenzaron a retirarse poniendo en peligro la realización del Campeonato Mundial.

Finalmente el 18 de julio de 1930 se inauguró en el estadio Centenario de Montevideo, el Primer Campeonato Mundial. Finalmente Uruguay se alzó como el gran campeón. “El éxito del torneo fue notable, tanto desde el punto de vista deportivo como financiero. Naturalmente, los organizadores se decepcionaron porque contaron únicamente con la participación de cuatro selecciones europeas. El rencor en Montevideo fue tan grande que - por primera y última vez - el campeón mundial no se presentó, cuatro años más tarde, a defender su título”.⁶

Los siguientes mundiales se jugaron en Italia (1934) y Francia (1938), en ambas oportunidades la “Azzurra” obtuvo el campeonato. El cuarto certamen mundial se celebró en 1950 en Brasil, después de 12 años de interrupción atribuibles a la Segunda Guerra Mundial.

⁶ <http://es.fifa.com/classicfootball/history/fifa/historyfifa4.html>

Aquí se escribe, quizás, uno de los episodios más anecdóticos de los mundiales, el “Maracanazo”. Brasil era el favorito para ganar la final contra Uruguay, llegaba invicto y con una diferencia de goles a favor impresionante. En el estadio unas 200.000 personas confiadas en la victoria, alentaban al equipo brasileño -que por entonces vestía de blanco-.

Todo lo anterior no bastó, contra todo pronóstico y en un estadio silente Uruguay ganó por 2 a 1, obteniendo así su segundo campeonato mundial. La alegría de los “charrúas” contrastaba con el llanto y desazón de los brasileños, la derrota fue vista como una tragedia nacional, incluso suicidios fueron atribuibles a la pérdida del campeonato del mundo. Desde esta final, el equipo brasileño dejó de lado la indumentaria blanca, para ocupar la “*verdeamarela*”.

En el quinto Campeonato Mundial celebrado en Suiza, 1954, e inaugurado por Jules Rimet en Lausana, el Presidente de la FIFA, de 80 años de edad, se retiró de su cargo. En 1958, fue el turno de Suecia, Estocolmo recibió el sexto Campeonato Mundial. Brasil ganó sin apelaciones.

1962 tuvo a Chile como anfitrión de la cita mundialista, justa que terminó con el bicampeonato de Brasil. Cuatro años más tarde el campeonato volvió a Europa e Inglaterra fue el anfitrión de las asociaciones participantes, las que

crecían rápidamente. La transmisión por televisión de la Copa Mundial contribuyó enormemente a la expansión global del fútbol.

Luego vinieron las copas mundiales de México (70) Alemania (74) Argentina (78), todos con gran concurrencia de público los que asistían a ver unos de los más grandes eventos deportivos. Tal fue el éxito obtenido que la FIFA, en el mundial de España 82, amplió la Copa para acoger a 24 naciones.

De esta manera los siguientes torneos mundiales México (1986), Italia (1990), Estados Unidos (1994) se jugaron con dicha cantidad de participantes. Pero el interés por la cita mundialista aumentó y luego de 16 años, en la Copa Mundial de Francia 1998, nuevamente se incrementó el número de equipos participantes a 32 finalistas.

Durante los últimos 25 años, la FIFA ha conseguido extender su campo de influencia a todo el mundo, no sólo en el ámbito deportivo, sino también en otros sectores de nuestra sociedad, como el comercial y el político. El fútbol, en más de una faceta, se ha extendido en regiones completas y entre la gente. Con más de 200 millones de jugadores en activo, el fútbol se ha convertido en una de las más flamantes industrias del ocio, abriendo nuevos mercados en el mundo no sólo para la FIFA, sino para el resto de las naciones.

Desde mediados de 2000, el crecimiento de la FIFA ha sido insólito, alcanzando la cifra de 204 asociaciones afiliadas y convirtiéndose así en una de las mayores federaciones deportivas internacionales y, evidentemente, en una de las más populares, con más de 200 millones de miembros activos.

Año	30	34	38	50	54	58	62	66	70	74	78	82	86	90	94	98
Lugar																
Campeón																
Finalista																
Tercero							X									
Cuarto																
4 de Final																
8 de Final																X
Primera Rueda	X			X				X		X		X				
No Participo		X	X		X	X			X		X		X	X	X	

Figura N° 5 Participación de Chile en Mundiales de Fútbol

5.2 - Historia del fútbol chileno

El origen del fútbol en Chile se remonta a fines del siglo XIX cuando el puerto de Valparaíso se convirtió en uno de los más importantes de Sudamérica. Esto trajo una actividad llamada fútbol, deporte que arribó junto a la tripulación de naves británicas.

La práctica futbolística en Valparaíso y en el territorio nacional comenzó al interior del núcleo inglés, en el colegio Mackay y Sutherland de Cerro Alegre. El otro semillero de jugadores salió de las casas comerciales inglesas. De ahí, la aparición de equipos como el Mackay and Sutherland School F.C. y el Rogers F.C.

Con el nacimiento de los primeros clubes, la sociedad chilena de aquel entonces, vio en el fútbol el deporte apropiado para incentivar la cultura física del pueblo chileno, lo que trajo consigo un fuerte arraigo y expansión del juego. De esta manera, treinta y tres años después de que en Inglaterra se establecieron las primeras normas oficiales, el 19 de junio de 1825 nació la Federación de Fútbol de Chile. La reunión se llevó a cabo en el Café Pacífico de Valparaíso y asistieron dos comerciantes ingleses y un periodista. En ella se decidió que el señor David Scout sería el primer presidente del fútbol federado chileno.

Los primeros partidos se jugaron entre 1885 y 1886. En el año 1889, en una cancha cedida por el Valparaíso Sporting Club, se realizó uno de los primeros encuentros organizados del fútbol nacional. Para la ocasión, el árbitro del encuentro hizo importar especialmente una pelota inglesa. El 10 de julio de 1889, en la cancha del Sporting jugó el Valparaíso F.C., el primer equipo de fútbol de Chile formalmente constituido.

En 1893 el fútbol llegó a Santiago. El mes de noviembre de este año se jugó el primer partido internacional en suelo chileno. En el Sporting Club se enfrentó la selección "chilena" del puerto y su similar argentina, el resultado final fue un empate de 1 a 1.

Al año siguiente, los clubes porteños se multiplicaron y se organizó un torneo donde participaron, además de Valparaíso F.C. y del Mackay F.C., los cuadros de Cerro Concepción, de la firma Cable West World, Inglaterra, Escocia, Liga de Fútbol de Valparaíso, Santiago y Viña del Mar. El entusiasmo que persistió con posterioridad a este campeonato dio origen a dos nuevos clubes: Victoria Rangers y Valparaíso Wanderers. De todos esos antiguos clubes porteños, hoy sólo sobreviven Santiago Wanderers y Everton de Viña del Mar. El primero fue fundado el 15 de agosto de 1892 y el segundo, el 24 de junio de 1909.

En Santiago, el entusiasmo y la difusión del fútbol partió un poco más tarde que en el puerto. Sus comienzos se encuentran en el establecimiento Santiago Collage de Calle Vergara y en el Instituto Internacional Inglés de Quinta Normal. En 1893 se fundó el Santiago Club, el primer cuadro de la capital y que fue seguido por el Santiago City y el Santiago Rangers. En el ámbito escolar se crearon el Instituto Nacional F.C. y el equipo de la Escuela Normal de Preceptores Abelardo Núñez, que fue la raíz de los clubes Baquedano, Instituto Pedagógico y Magallanes.

5.3 - Selección chilena de fútbol

En 1910 el fútbol chileno jugó su primer partido a nivel de selección en la ciudad de Buenos Aires, frente a Argentina, equipo que se impuso por tres goles a uno. Sin embargo, el gran paso se dio en mayo de 1912, cuando se establecieron contactos con la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA) y se solicitó la afiliación a este organismo, la cual se formalizó el 30 de diciembre del citado año.

En el espectro continental, en 1916, junto a Uruguay, Argentina y Brasil, Chile fundó la Confederación Sudamericana de Fútbol, ente rector que en la actualidad agrupa a diez naciones de América del Sur y que organiza torneos a nivel de clubes y selecciones. Al mismo tiempo, nacieron los sudamericanos de fútbol, comenzó el rodaje internacional de la Selección Chilena.

Así, paulatinamente, la práctica del fútbol comenzó a profesionalizarse, situación gatillada por un entusiasmo que, según los cronistas de la época, parecía no tener límites y que luego de la participación en la primera Copa del Mundo, Uruguay 1930, se cristalizó con la Liga Profesional de Fútbol en 1933.

Con el profesionalismo se abrió una nueva etapa con mayores exigencias, en el aspecto deportivo se clasificó para la Copa Mundial de Brasil 1950; el seleccionado nacional obtuvo el segundo lugar en el sudamericano de 1955 y los clubes profesionales aumentaron de ocho a catorce.

Con el llamado Pacto Reestructuración de 1951 se creó la Asociación Central de Fútbol que en la actualidad es la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP) y la Asociación Nacional de Fútbol Amateur (ANFA). Ambas, instituciones se pusieron bajo el mando de la Federación de Fútbol de Chile, matriz que controlaba el ejercicio del fútbol rentado y amateur en cuanto a inscripción de jugadores y funcionamiento reglamentario de los clubes.

En el año 1958 la FIFA otorgó a Chile la organización de la Copa del Mundo de 1962. El lema “Porque no tenemos nada, queremos hacerlo todo”, reflejó el espíritu de los directivos de la época, luego de que el peor terremoto de la historia hundiera al sur de Chile en 1960. Encabezados por Carlos Dittborn, quien también presidió la Confederación Sudamericana de fútbol, se enfrentó éste gran desafío. Sin duda el balance de la organización fue exitoso. Los hinchas repletaron

los estadios y la selección chilena obtuvo el tercer lugar de la competencia, que coronó al representativo de Brasil como bicampeón del Mundo.

En adelante, Chile consiguió dos subcampeonatos a nivel sudamericano y a nivel mundial, clasificó a los mundiales de Inglaterra 1966, Alemania 1974 y España 1982. Además, los clubes nacionales compitieron activamente en Copa Libertadores de América. Colo Colo (1973), Unión Española (1975) y Cobreloa (1981-1982), fueron los primeros clubes en aspirar al título, pero no fue posible hasta 1991, cuando Colo Colo se proclamó campeón de América y consiguió el primer título internacional del fútbol chileno, el que fue seguido de una Copa Interamericana y una Recopa, ambas en 1991.

5.3.1 - Selección chilena Francia 98

Las clasificatorias para el Mundial de Fútbol Francia 98 tuvieron la particularidad de que por primera vez se realizó en la modalidad de todos contra todos, en partidos de ida y vuelta.

Para Chile el proceso clasificatorio se inició el 2 de junio de 1996, jugando de visita ante Venezuela. En este primer encuentro la selección chilena sólo consiguió un empate y debido al resultado Xavier Azkargorta renunció a la dirección técnica nacional. En su reemplazo asumió Nelson Acosta.

El comienzo de Acosta rumbo a Francia 98 fue auspicioso, Chile le ganó a Ecuador por un expresivo 4 a 1. Bajo la dirección técnica del nuevo entrenador, Marcelo Salas y Iván Zamorano (capitán del seleccionado chileno), se consagraron como dupla goleadora.

Luego de 16 partidos jugados, Chile obtuvo la clasificación al vencer al seleccionado boliviano por tres goles contra cero. De esta manera la selección nacional consiguió 25 puntos, obteniendo el cuarto lugar en la tabla de posiciones. Dicho lugar entregó un lugar a la selección chilena en Francia 98.

Para llegar físicamente y futbolísticamente al primer encuentro mundialista, Nelson Acosta ordenó una serie de partidos amistosos y exámenes médicos para elegir a los 22 jugadores que vestirían la camiseta de Chile.

Finalmente la selección chilena quedó conformada por la siguiente nómina: Nelson Tapia, Marcelo Ramírez, Carlos Tejas (arqueros); Ronald Fuentes, Javier Margas, Pedro Reyes, Miguel Ramírez y Cristián Castañeda (defensas); Francisco Rojas, Nelson Parraguez, Clarence Acuña, Moisés Villarroel, José Luís Sierra, Fabián Estay, Marcelo Vega, Luís Musrri, Fernando Cornejo y Mauricio Aros (Volantes); Manuel Neira, Rodrigo Barrera, Marcelo Salas e Iván Zamorano (delanteros).

El 11 de junio de 1998 Chile debutó ante Italia. La escuadra nacional jugaba un buen partido, pero en el minuto diez -por medio de un contragolpe- Roberto Baggio cede el balón a Vieri, quien marca el primer gol del encuentro. A pesar de la desventaja, "La Roja" levantó su juego y consiguió dar vuelta el encuentro, con dos goles de Marcelo Salas. A cinco minutos del final, el árbitro cobra penal para Italia, quien finalmente empató el encuentro.

Seis días después en Saint Etienne, el representativo nacional enfrentó a Austria. En este partido Chile también consiguió un empate, pero a diferencia del encuentro con los italianos, la selección nacional no jugó bien.

El 23 de junio Chile y Camerún jugaron el último partido de la primera fase del grupo B. El combinado nacional definía su clasificación a octavos de final, ante el poderoso equipo africano. A los veinte minutos del primer tiempo José Luís Sierra, por medio de un tiro libre anotó el uno por cero. Los camerunenses no se rindieron y por medio de su despliegue físico, lograron imponer su juego. Finalmente el jugador Mboma, superando a una defensa anotó el empate.

Dicho resultado clasificó a Chile a la siguiente fase, quien sin ganar un sólo partido se clasificó a la segunda fase de la cita mundialista.

El 27 de junio en París, Chile enfrentó al equipo de Brasil. En el primer tiempo Chile comenzó presionando, pero aquello no bastó. En tres llegadas, los brasileños convirtieron tres goles y liquidaron el partido. En la segunda fracción, el solitario gol de Salas, solo sirvió para la estadística, ya que posteriormente Brasil, anotaría su cuarto gol, firmando la derrota nacional.

VI - METODOLOGIA

Metodología utilizada para la investigación

Para llevar a cabo el presente trabajo, que tiene como finalidad determinar la cobertura informativa referente a la participación de la selección chilena de fútbol en el mundial de Francia 98, se utilizó el análisis de contenido. Técnica que permite recolectar y, posteriormente, analizar la información.

Para obtener la información necesaria, que permitiera obtener conclusiones, se revisaron los ejemplares de dos medios de comunicación nacional, La Tercera y La Nación, por espacio de cuatro meses. Específicamente desde el 1 de abril hasta el 31 de julio de 1998.

Durante el citado lapso de tiempo, se revisaron 242 ejemplares, en los cuales se encontraron un total de 387 artículos referentes al tema en estudio.

6.1 - Análisis de Contenido

Bernard Berelson define el análisis de contenido como una “técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. (Berelson, 1968:6).

Por su parte, Klaus Krippendorff define el análisis de contenido como una “técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto. (...) Como técnica de investigación, el análisis de contenido comprende procedimientos especiales para el procesamiento de datos científicos. Al igual que todas las restantes técnicas de investigación, su finalidad consiste en proporcionar conocimientos, nuevas intelecciones, una representación de los hechos y una guía práctica para la acción. Es una herramienta”. (Krippendorff, 1990:28).

Wayne A. Danielson, citado por Nafzinger y White, define las cuatro características que posee la mencionada técnica: (Nafzinger y White, 1972: 133-134).

1. Objetivo: Significa que las categorías utilizadas para analizar el contenido deben ser definidas en forma muy precisa para que diferentes personas puedan analizar el mismo mensaje utilizando dichas definiciones y obtener los mismos resultados.

2. Sistemático: Significa que la selección del contenido a analizarse debe estar basada en un plan serio predeterminado y sin prejuicio; en otras palabras el analista no puede seleccionar para su examen solamente aquellos elementos del contenido que se acomodan a su hipótesis e ignorar todos los demás.

3. Cuantitativo: Significa que los resultados del analista se expresan generalmente en alguna forma numérica: en distribuciones de frecuencia, en tablas de contingencia, en coeficientes de correlación, en proporciones y en porcentajes de varias naturalezas.

4. Manifiesto: Significa que el análisis semántico utilizado en el análisis de contenido es, normalmente, de una naturaleza directa y sencilla: tiene que tratar, como lo dice Harold Lasswell, Daniel Lerner e Ithiel Pool, de “leer en las líneas” y no “entre líneas”. El investigador puede interesarse en descubrir las fuerzas en que dieron forma al mensaje o los efectos que puede tener el mensaje, pero sin codificar el contenido en términos de estas fuerzas o efectos latentes. Codifica el contenido en términos relativamente obvios de aquello que dice. Esto no debe interpretarse como que el investigador siempre está de acuerdo sobre el contenido manifiesto de los mensajes.

Klaus Krippendorff, además de entregar una definición de la técnica en cuestión, establece especificaciones para el método de investigación utilizado en el presente trabajo: (Krippendorff, 1990: 36-39).

1- En todo análisis de contenido debe quedar claro qué datos se analizan, de qué manera se definen y de qué población se extraen. Los datos son lo único disponible para el especialista en análisis de contenidos, y no su contexto.

2- En todo análisis de contenido debe hacerse explícito el contexto con respecto al cual se analizan los datos. Si bien los datos aparecen disponibles de una manera directa, su contexto lo construye el analista con el fin de incluir todas las condiciones circundantes, antecedentes, coexistentes o consecuentes. La necesidad de delinear el contexto del análisis es particularmente importante porque no existen límites lógicos en cuanto al tipo de contexto que un analista puede querer considerar. Cualquier trabajo de investigación debe definir los límites más allá de los cuales no podrá extenderse el análisis.

3- En cualquier análisis de contenido, los intereses y conocimientos del analista determinan la construcción del contexto dentro del cual realizará sus inferencias.

4- En todo análisis de contenido, debe enunciarse con claridad la finalidad u objetivo de las inferencias. El objetivo es lo que el analista quiere conocer. Sólo si el objetivo del análisis de contenido es enunciado de manera inequívoca podrá juzgar si lo ha podido completar y aclarar el tipo de prueba que finalmente sea necesaria para convalidar los resultados.

5- En todo análisis de contenido la tarea consiste en formular inferencias, a partir de los datos, en relación con algunos aspectos de su contexto, y justificar esas inferencias en función de lo que se sabe acerca de los factores estables del sistema en cuestión. Mediante este proceso se reconocen los datos como

simbólicos o como susceptibles de proporcionar información acerca de algo que le interesa al analista. Es necesario consignar que además de la formulación de inferencias, es posible efectuar relaciones, por ejemplo con el contexto, es decir en este caso con el marco teórico. De este modo recurrimos a otra característica importante que posee el Análisis de Contenido, es decir además es un método cualitativo que nos permite describir e interpretar resultados.

6- En todo análisis de contenido hay que especificar por adelantado el tipo de pruebas necesarias para validar sus resultados, o hacerlo con la suficiente claridad como para que la validación resulte concebible”.

6.2 – Corpus y dato

Maribel Quezada define corpus como “conjunto del material donde están presentes -según suponemos- las características que nos interesa analizar o descubrir de los mensajes. (Quezada, 1992: 91).

De lo anterior se desprende otro importante componente del análisis de contenido, denominado dato. Este es un factor importante en todo proyecto de investigación, ya que dicho elemento determina, con precisión, qué es lo que se va a observar y registrar en la técnica de análisis de contenido. Krippendorff lo define como “una unidad de información registrada en un medio duradero, que se

distingue de otros datos, puede analizarse mediante técnicas explícitas y es pertinente con respecto a un problema determinado”. (Krippendorff, 1990: 76).

6.3 - Unidades de análisis

Quezada afirma que para llegar a buen puerto en la investigación, la información con la cual se dispone debe ser fragmentada. “Hay que fragmentarla en o de acuerdo con lo que requiera nuestro objetivo central que no es otro que encontrar la respuesta al problema en el texto o los mensajes que estudiaremos. Estos fragmentos son las Unidades de Análisis”. (Quezada, 1992: 104).

Para Krippendorff dichas unidades son clasificables en tres. Estas son las: Unidades de Muestreo, Unidades de Registro y Unidades de contexto. (Krippendorff, 1990: 82).

6.3.1 - Unidades de Muestreo

Definida por Krippendorff como “aquellas porciones de la realidad observada, o de la secuencia de expresiones de la lengua fuente, que se consideran independientes unas de otras. Aquí, “independientes” es sinónimo de no relacionadas, no ligadas entre sí, no ordenadas o libres, de modo que la inclusión o exclusión de una unidad de muestreo cualquiera como dato en un

análisis carece de consecuencias lógicas o empíricas en lo que se refiere a las elecciones entre otras unidades”. (Krippendorff 1990: 76).

El autor agrega que estas unidades son imprescindibles para llevar a cabo un adecuado muestreo de la investigación.

Para efecto del presente trabajo, las unidades de muestreo en este estudio están constituidas por un total de 242 periódicos revisados desde el 1 de abril hasta el 31 de julio de 1998. Además, cabe consignar que la metodología fue aplicada a las notas informativas, entrevistas, reportajes, artículos, crónicas y columnas, tomando en cuenta solo el mensaje escrito. De lo anterior se desprende que los titulares, bajadas, pies de fotografías e infografías fueron excluidas de análisis.

6.3.2 - Unidades de Registro

Krippendorff señala que “las unidades de registro se describen por separado, y pueden considerarse partes de una unidad de muestreo que es posible analizar de forma aislada”. (Krippendorff, 1990: 82).

Holsti, define a esta unidad como “el segmento específico de contenido que se caracteriza al situarlo en una categoría determinada”. (Krippendorff, 1990: 83).

En esta investigación, las unidades de registro son todos los artículos aparecidos en la sección de deportes de La Nación y La Tercera.

6.3.3 - Unidades de Contexto

“Las unidades de contexto fijan límites a la información contextual que puedan incorporarse a la descripción de una unidad de registro. Demarca aquella porción del material simbólico que debe examinarse para caracterizar la unidad de registro”. (Krippendorff, 1990: 85).

Las unidades de contexto no necesitan ser independientes ni descriptibles de forma aislada; pueden suponerse y contener numerosas unidades de registro.

En este estudio, las unidades de contexto corresponden a todas las informaciones relacionadas directamente con la participación de Chile en el Mundial de Fútbol de Francia 98, publicadas en La Nación y La Tercera desde el 1 de abril hasta el 31 de julio de ese año.

Para este estudio las unidades de contexto están constituidas por 387 artículos, los cuales están divididos en notas informativas, entrevistas, reportajes, artículos, crónicas y columnas.

6.4 - Categorías de Análisis

A - Tratamiento periodístico

Recursos que el o los periodistas utilizan para la investigación y cobertura de las noticias, publicadas en los medios de estudio. Este apartado contará con cuatro categorías.

1- Géneros Periodísticos: Clasificar los 378 artículos presentes en los diarios La Nación y La Tercera, según la visión de Leñero y Marín, expuesta en el marco teórico de la presente investigación.

2- Tipo de Fuente: Según Gans la fuente son todas “ las personas que el periodista observa o entrevista y las que proporcionan únicamente las informaciones de base a los apuntes para una noticia”. (Wolf, 1987: 254). En este caso las subcategorías son:

- a) ANFP.
- b) Jugadores.
- c) Cuerpo Técnico.
- d) Público.
- e) Comentaristas.
- f) Familiares.

3- Clasificación de las Fuentes: Las subcategorías enumeradas anteriormente, a su vez, son clasificadas en primarias y secundarias.

a) Primarias: conforman este tipo personas que pertenecen y tienen directa relación con la selección nacional de fútbol. Entiéndase jugadores, integrantes del cuerpo técnico y personeros de la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP).

b) Secundarias: esta categoría la componen personas que tienen una relación indirecta con la selección nacional de fútbol, ya sea por un motivo deportivo (público o hinchada), profesional (comentaristas) o sanguíneo (familiares de los jugadores).

4- Tipo de Apoyo Gráfico: Clasificación de las fotografías aparecidas en las informaciones en color y/o blanco y negro.

B- Cobertura

1- Espacio Cm/ columna: El espacio entregado a la información deportiva por parte del medio, devela su importancia. Se medirá el área de la crónica.

2- Posición del Artículo: Dependiendo del lugar en que una información es publicada en un medio, esta es valorada de una manera diferente.

- a) Cabeza
- b) Entrada
- c) Salida
- d) Pie

3- Frecuencia de Apoyo Gráfico: Número de fotografías aparecidas en los artículos objeto de estudio.

VII - RESULTADOS Y DISCUSION

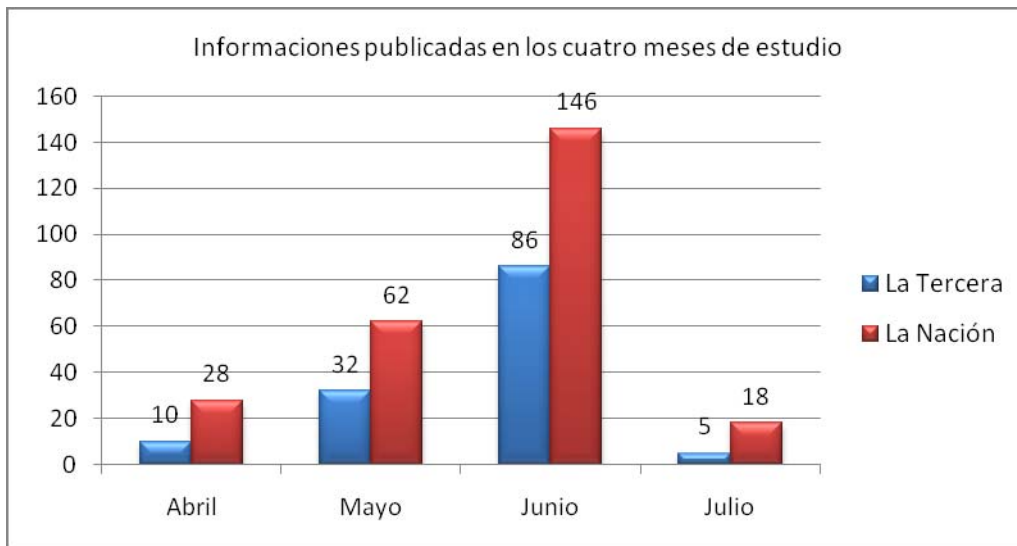
1- Cuadro general de ediciones

La siguiente tabla y grafico revelan la cantidad de artículos aparecidos, durante los cuatro meses de estudio, en los dos medios de circulación nacional analizados.

Diarios	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
La Tercera	10	32	86	5	133
La Nación	28	62	146	18	254
Total	38	94	232	23	387

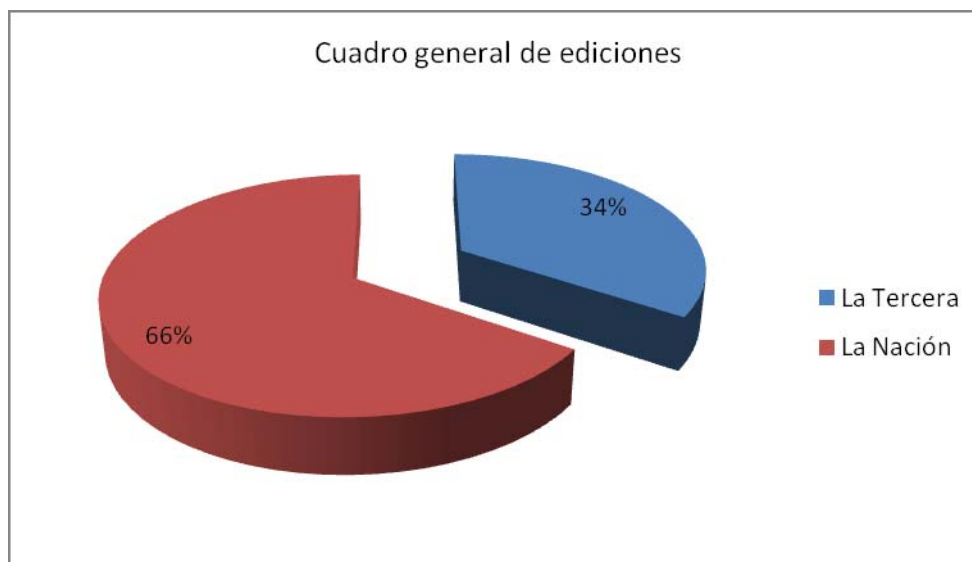
(Fuente: Elaboración propia).

De los 242 periódicos revisados, entre los meses de abril y julio, se encontraron un total de 387 informaciones referidas al estudio en cuestión. Junio se muestra como el mes de mayor cobertura, mes del mundial de fútbol, en los dos medios de comunicación social.



(Fuente: Elaboración propia).

Del total de informaciones aparecidas, el 65.63 % de ellas fueron publicadas por La Nación. En tanto a la Tercera, le corresponde un 34.36 % del total de las informaciones. Lo anteriormente señalado, se puede apreciar en el siguiente gráfico.



(Fuente: Elaboración propia).

2- Frecuencia de Género Periodístico

En las siguientes tablas (separadas por medios) se muestran los géneros periodísticos utilizados en las informaciones aparecidas durante los cuatro meses de estudio.

La Tercera	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
Nota Inf.	1	9	9	1	20
Entrevista	2	2	28	3	35
Reportaje	-	-	1	-	1
Artículo	-	6	15	-	21
Crónica	7	15	21	-	43
Columna	-	-	12	1	13
Total	10	32	86	5	133

(Fuente: Elaboración propia).

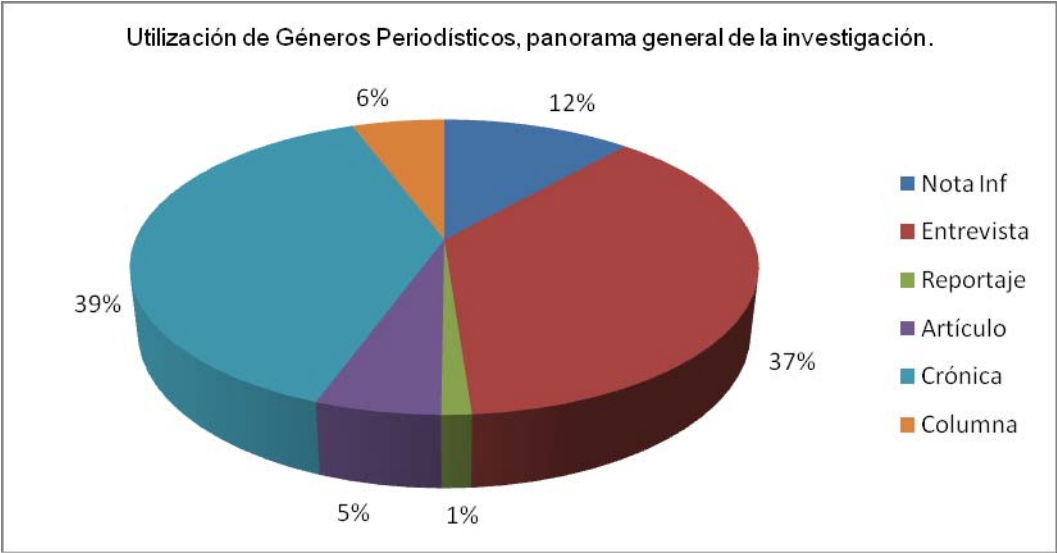
La Nación	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
Nota Inf.	6	8	6	5	25
Entrevista	11	22	68	8	109
Reportaje	-	-	4	-	4
Artículo	-	-	-	-	-
Crónica	10	32	60	5	107
Columna	1	-	8	-	9
Total	28	62	146	18	254

(Fuente: Elaboración propia).

Luego de revisar ambas tablas, se puede afirmar que la crónica es el género periodístico más utilizado por La Tercera, alcanzando un total de 11.11 %. Luego le sigue la entrevista con un 9.04 %.

A diferencia del anterior medio, La Nación utilizó mayormente la entrevista alcanzando un 28.16 % del total. En segundo lugar, y por muy poco, se encuentra la crónica con un 27.64 %. Cabe señalar que en ambos medios el género menos utilizado fue el reportaje, el cual obtiene un 1.29 % del total de los artículos aparecidos en los cuatro meses de estudio.

En resumen, la entrevista ocupa un 37.20 % del total de los artículos, en cambio la crónica se alza con un 38.75 % del total. A continuación se grafica lo anterior.



(Fuente: Elaboración propia).

3- Frecuencia según posición del artículo

Las siguientes tablas (separados por medios) muestran la posición ocupada por las informaciones publicadas en los dos medios de estudio.

La Tercera	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
Cabeza	8	23	48	4	83
Entrada	-	1	8	1	10
Salida	-	2	15	-	17
Pie	2	6	15	-	23
Total	10	32	86	5	133

(Fuente: Elaboración propia).

La Nación	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
Cabeza	15	34	87	7	143
Entrada	-	4	7	-	11
Salida	1	3	14	-	18
Pie	12	21	38	11	82
Total	28	62	146	18	254

(Fuente: Elaboración propia).

Luego de revisar la posición de los 387 artículos, se puede afirmar que ambos medios colocaron mayoritariamente las informaciones en cabeza de página. De los medios en estudio, La Nación emplazó un 36.95 % del total de las noticias en dicho sector de la página. En tanto, La Tercera otorgó un 21.44 % del total en dicho sector.

En ambos diarios la segunda posición más empleada corresponde al pie de página, con un total de 27.12 %. Finalmente, las informaciones presentes en los medios estudiados, fueron principalmente posicionadas en cabeza de página. Lo expuesto se refleja en el siguiente gráfico.



(Fuente: Elaboración propia).

4- Categoría clasificación de Fuentes

Las tablas (separados por medios) presentadas a continuación, indican el número de fuentes citadas y su recurrencia durante los cuatro meses de la investigación.

La Tercera	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
Primarias	8	41	50	3	102
Secundarias	0	2	13	1	16
Total	8	43	63	4	118

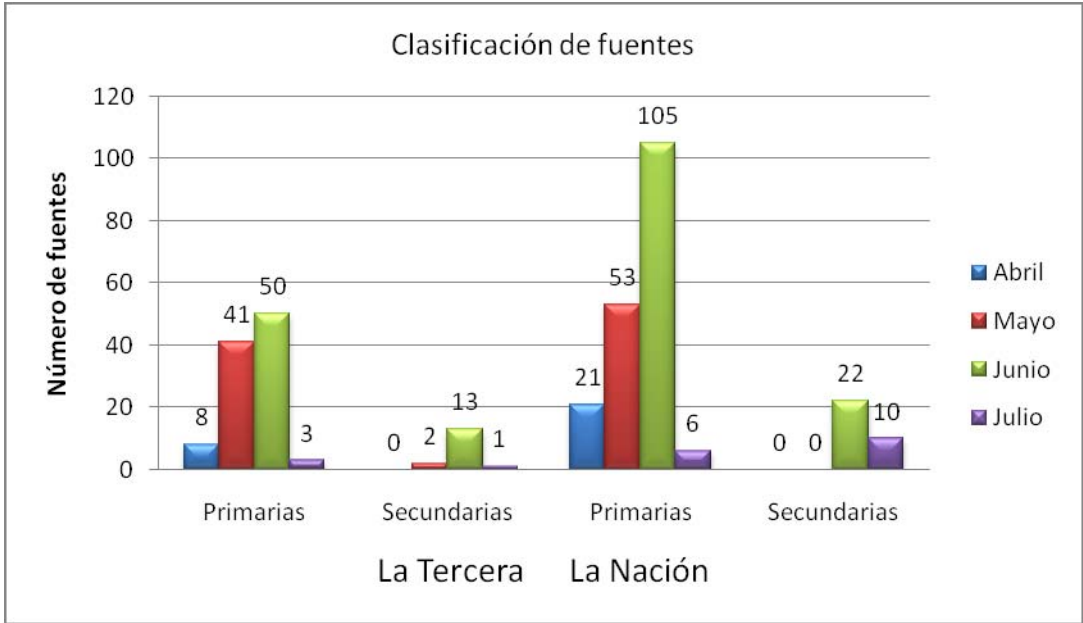
(Fuente: Elaboración propia).

La Nación	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
Primarias	21	53	105	6	185
Secundarias	0	0	22	10	32
Total	21	53	127	16	217

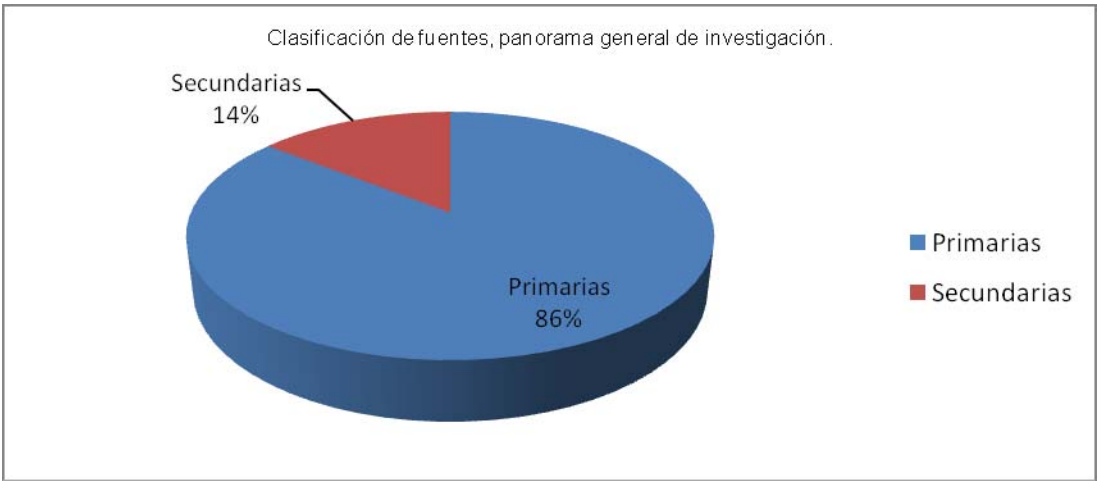
(Fuente: Elaboración propia).

La Nación fue el medio que utilizó un mayor número de fuentes primarias, con un total de 185. Lo anterior representa un 55.22 % del total de las fuentes. Por su parte La Tercera, obtiene un 30.44 % del total.

Con respecto a las fuentes secundarias, La Nación utilizó este tipo en 32 oportunidades. En tanto, La Tercera las utilizó en 16 ocasiones alcanzando un 4.77 % del total. A continuación se grafican los resultados generales de la categoría.



(Fuente: Elaboración propia).



(Fuente: Elaboración propia).

5- Tipo de Fuentes

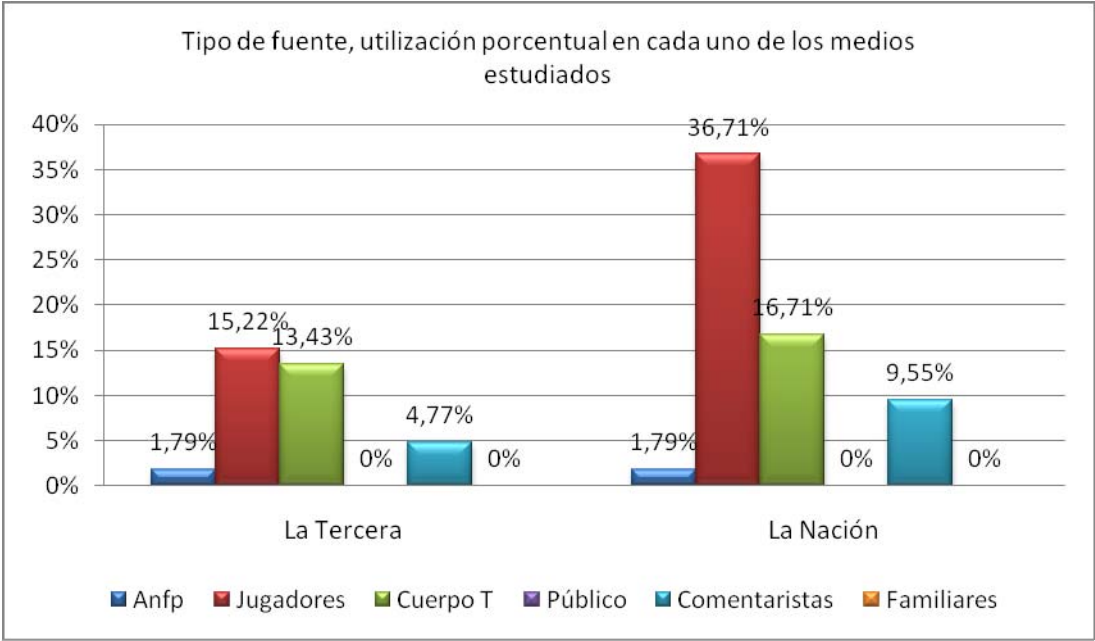
Las tablas siguientes (separados por medio) indican el tipo de fuentes utilizadas en las informaciones publicadas por La Tercera y La Nación.

La Tercera	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
Anfp	0	4	2	0	6
Jugadores	2	18	31	0	51
Cuerpo T	6	19	17	3	45
Público	0	0	0	0	0
Comentaristas	0	2	13	1	16
Familiares	0	0	0	0	0
Total	8	43	63	4	118

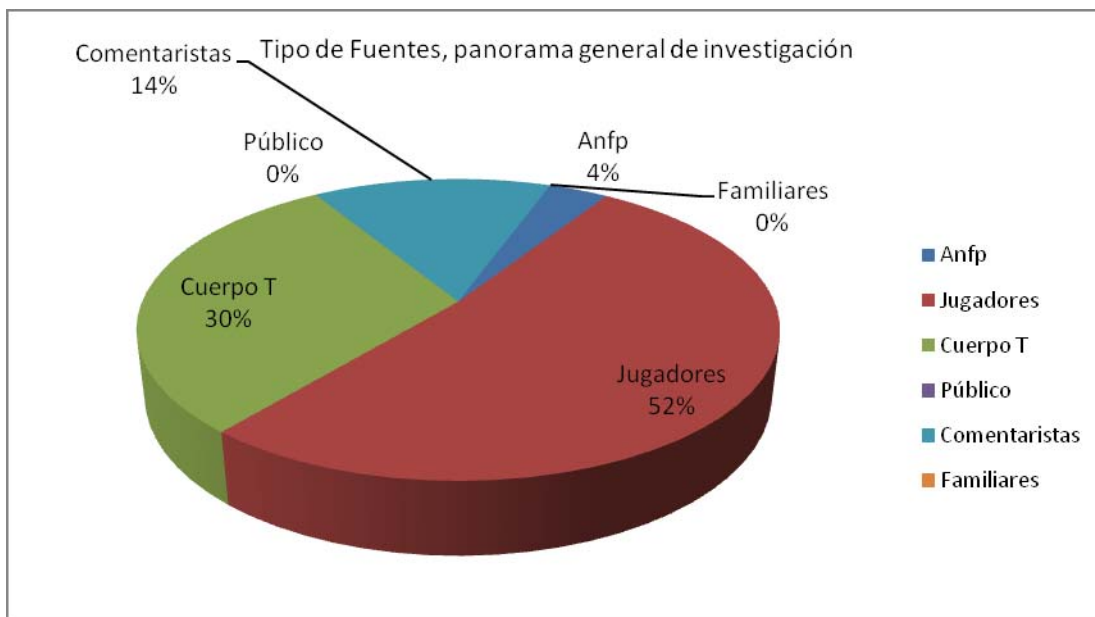
La Nación	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
Anfp	1	1	2	2	6
Jugadores	13	31	78	1	123
Cuerpo T	7	21	25	3	56
Público	0	0	0	0	0
Comentaristas	0	0	22	10	32
Familiares	0	0	0	0	0
Total	21	53	127	16	217

(Fuente: Elaboración propia).

En ambos medios, los jugadores de fútbol fueron la fuente utilizada en mayor medida, alcanzando más del 50 % de las fuentes en estudio. La Nación utilizó 123 de las citadas fuentes, lo que corresponde a un 36.71 % del total. Por su parte La Tercera, obtiene un 15.22 % del total con 51 fuentes de este tipo.



(Fuente: Elaboración propia).



(Fuente: Elaboración propia).

Las fuentes del tipo Cuerpo Técnico, fueron las segundas más utilizadas con un total de 30.14 %. Desglosado en un 16.71 % para La Nación y un 13.43 % para La Tercera.

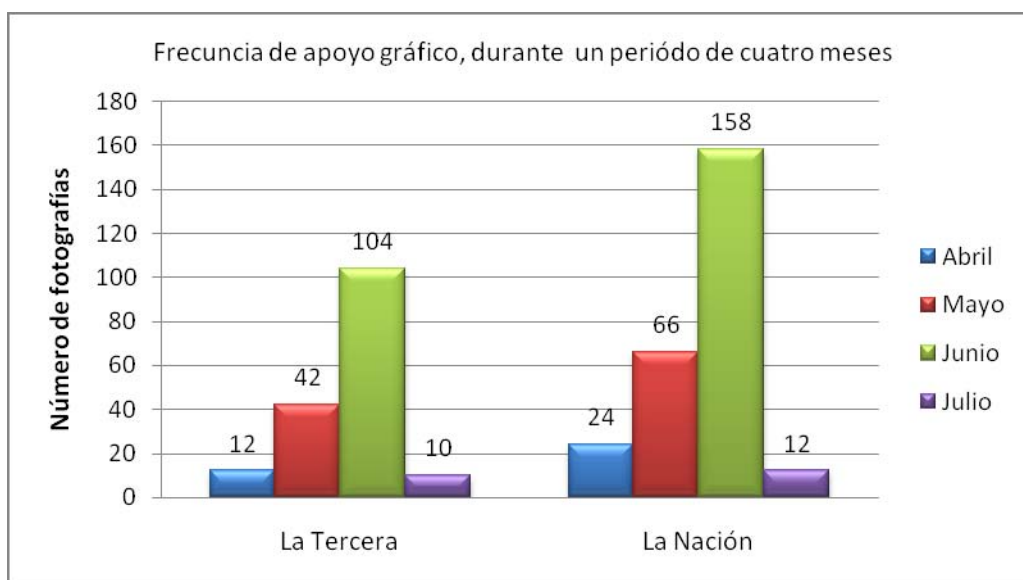
6- Frecuencia de Apoyo Gráfico

La siguiente tabla muestra el número de fotografías por mes, presentes en ambos medios durante los meses de estudio.

Diarios	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
La Tercera	12	42	104	10	168
La Nación	24	66	158	12	260
Total	36	108	262	22	428

(Fuente: Elaboración propia).

Desde abril a julio se utilizaron un total de 428 fotografías, de ellas 168 pertenecen a La Tercera y 260 a La Nación. Traducido a porcentaje, obtenemos un 39.25 % y un 60.74 % respectivamente. El mes de junio, presenta la mayor cantidad de fotografías en ambos medios. En el citado mes, La Tercera y La Nación publican el 61.21 % de las fotografías registradas durante los cuatro meses de estudio.



(Fuente: Elaboración propia).

7- Fotografías en Color y Blanco y Negro.

La siguiente tabla muestra el número de fotografías separadas por tipo (color y blanco y negro), aparecidas durante los meses de estudio.

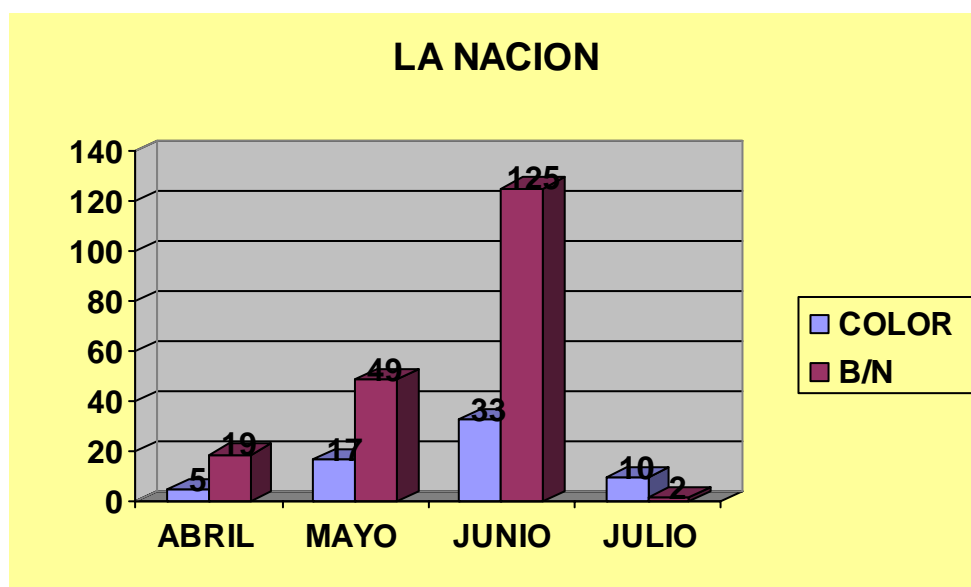
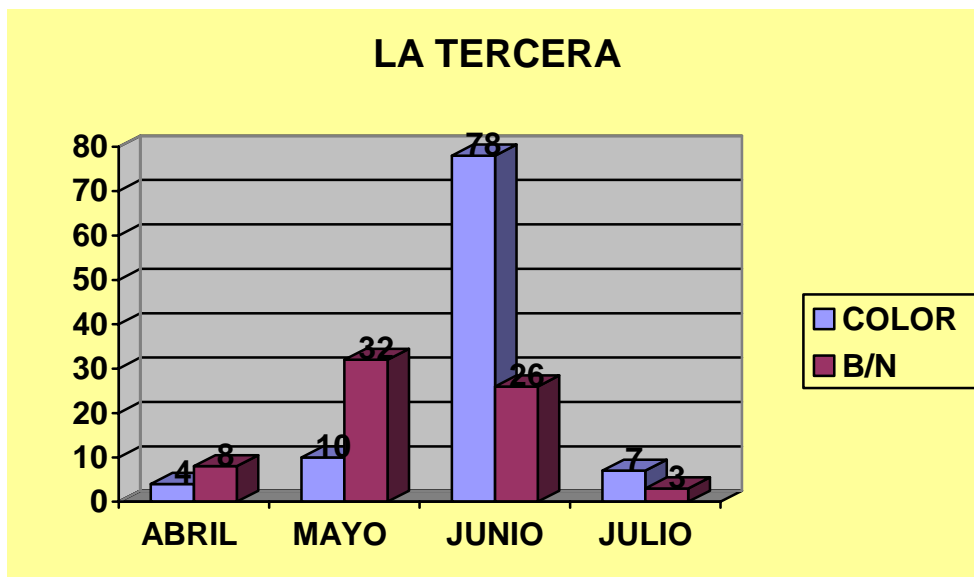
Diarios	Abril		Mayo		Junio		Julio		Total	
	C / Bn		C / Bn		C / Bn		C / Bn		C / Bn	
La Tercera	4	8	10	32	78	26	7	3	99	69
La Nación	5	19	17	49	33	125	10	2	65	195
Total	9	27	27	81	111	151	17	5	164	264
							Total		428	

(Fuente: Elaboración propia).

De las 428 fotografías publicadas en los meses de investigación, 264 de ellas corresponden al tipo de blanco y negro (61.68 %). En tanto, 164 corresponden al tipo color (38.31 %).

Se puede apreciar que en el mes de junio (mes del mundial) la carga fotográfica aumentó considerablemente en ambos medios. También se marca una

diferencia entre los periódicos, en dicho mes cada medio optó por un tipo de fotografía; color para La Tercera, blanco y negro para La Nación.



(Fuente: Elaboración propia).

8- Frecuencia de cobertura en Cm/columna

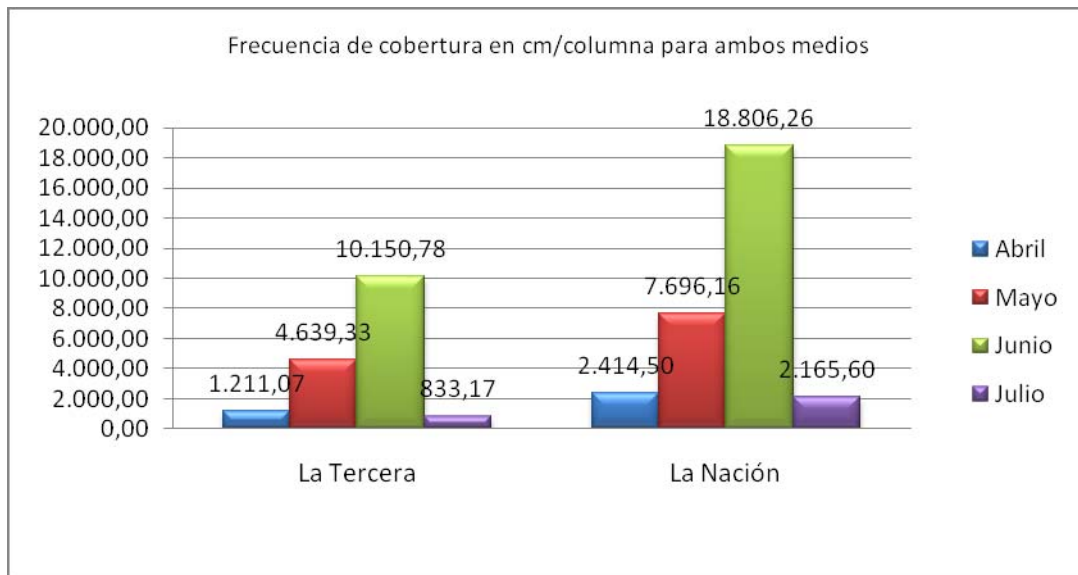
En la siguiente tabla, se revelan los datos obtenidos de la medición de la cobertura. Ellos entregan la medición obtenida en cada uno de los cuatro meses de estudio.

Diarios	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total
La Tercera	1,211,07	4,639,33	10,150,78	833,17	16,834,35
La Nación	2,414,5	7,696,16	18,806,26	2,165,6	31,082,52
				Total	47,916,87

(Fuente: Elaboración propia).

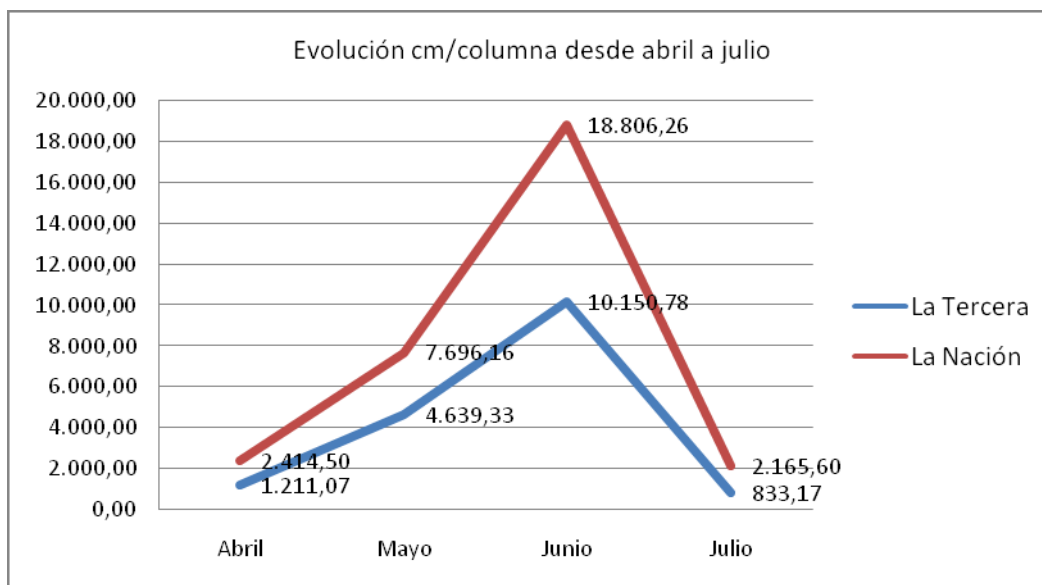
El medio de circulación nacional La Nación, es el periódico que mayor cobertura entregó a la noticia de la participación de la Selección Chilena de Fútbol en el mundial de Francia 98.

En ambos casos, La Tercera y La Nación, dieron mayor cobertura informativa al hecho en estudio, precisamente en el mes de junio, tiempo en que se desarrollo el certamen deportivo mundial.



(Fuente: Elaboración propia).

La Tercera y La Nación tuvieron un comportamiento noticioso ascendente durante los tres primeros meses de estudio, lo que se ve reflejado en el aumento de espacio utilizado. En junio ambos medios le entregan mayor cobertura al tema en estudio, cayendo definitivamente el interés al mes siguiente.



(Fuente: Elaboración propia).

VIII - CONCLUSIONES

Para poder cumplir con los objetivos del presente trabajo se revisaron los ejemplares de La Tercera y La Nación -consultados en la Biblioteca Nacional- durante los meses de abril, mayo, junio y julio de 1998. De ellos obtuvimos las informaciones referentes a la participación chilena en el mundial de Francia 98, 133 artículos encontrados en el primer medio citado y 254 en el segundo. A dicha información aplicamos la técnica del Análisis de Contenido, con la cual finalmente pudimos extraer los datos en base a los cuales obtuvimos las conclusiones que a continuación se presentan.

Con respecto a la valoración informativa realizada por los medios estudiados, podemos señalar que durante los cuatro meses de estudio, los medios priorizaron los temas referentes a la preparación y participación de la selección chilena de fútbol, en el mundial de Francia 98.

Desde abril a junio se encontraron artículos deportivos referentes al tema en cuestión. Luego de revisar los datos obtenidos, observamos que el tercer mes (junio) dobla en informaciones al segundo y éste a su vez al primero. Lo anterior da cuenta de un comportamiento informativo ascendente, lo que a su vez revela el interés de los jefes de informaciones y/o periodistas deportivos de La Tercera y La Nación por preparar un camino noticioso respecto a la selección. Este tendría su

peak los días 11, 17, 23 y 27 de junio. Finalmente y luego de la eliminación de Chile, el interés decayó y la oferta informativa también disminuyó.

Llevándolo a números podemos decir que durante los meses de estudio, La Tercera publicó 133 informaciones, en tanto La Nación llevó hasta el lector un total de 254 artículos. Por cifras se desprende que el medio semiestatal otorgó mayor número de informaciones que el privado, a continuación los porcentajes generales. El primero obtuvo un 65.63 % del total, en desmedro del segundo quien solamente alcanzó un 34.36%, dato no menor en la investigación.

Es importante conocer en qué lugar de la página fueron ubicadas dichas noticias, con ello podemos inferir que importancia les otorgó el medio.

Tanto La Tercera como La Nación -durante los meses de abril, mayo y junio- posicionaron el 58.39 % del total de las informaciones en cabeza de página. Ello nos dice que el tema siempre estuvo en pauta y de manera principal, inclusive en los meses en que “el balón no comenzaba a rodar oficialmente”. Respecto de la ubicación dentro de la página, la segunda mayor proporción la obtiene el pie, con un 27.13 % del total.

El mes del mundial -junio- fue el que acaparó mayor cantidad de noticias, siendo la entrevista la forma elegida mayormente para ser presentada, seguida muy de cerca por la crónica. Dicho resultado se debe a que la entrevista es el

medio ideal para obtener información de los jugadores -sus interpretaciones del partido y opiniones del rival por ejemplo- en pocos minutos.

Para el periodista es fácil transcribir lo afirmado por la fuente, solamente debiendo fabricar el título, bajada y epígrafe, más aún cuando los tiempos de despacho son breves.

Deteniéndonos en cada medio, se puede apreciar una diferencia entre ellos; mientras La Tercera priorizó la crónica, La Nación le dio mayor importancia a la entrevista. Del total de las informaciones aparecidas en La Tercera (133), durante los cuatro meses de estudio, el 32.33 % corresponde a crónica; en segundo y con un 26.31 % le sigue la entrevista. En cambio, el diario La Nación priorizó la entrevista como género periodístico dominante para la construcción de las informaciones publicadas. A este tipo le corresponde un el 42.91 % del total; en segundo lugar le sigue la crónica con un 42.12 %.

A su vez también existen las semejanzas, tanto La Tercera como La Nación, utilizaron en menor medida el reportaje como género periodístico, sumando la presencia del citado género en ambos medios tenemos un 1.29 % del total.

Las fuentes -mayoritariamente y en ambos medios- son de carácter primario -entiéndase jugadores y cuerpo técnico-. Esto reviste una gran importancia ya que

revela el trabajo de los periodistas, quienes consultaron directamente a el o los involucrados en el hecho deportivo noticioso.

De lo anterior se desprende que los profesionales de la comunicación, tanto de La Tercera como de La Nación, buscaron entregar informaciones de manera objetiva, persiguiendo la veracidad y fidelidad. Para reforzar lo anterior se debe tener en cuenta que la fuente del tipo secundaria solo representa el 14.32 % del total.

Con lo anterior no sólo gana el lector, quien obtiene informaciones adecuadas a la realidad del entrenamiento y/o partido. También lo hace el medio que las publica, ya que al entregar informaciones deportivas con un alto porcentaje de fuentes primarias que la respalden, obtiene algo invaluable para un medio de comunicación, que es la credibilidad.

Llevado a números podemos afirmar que la fuente mayoritariamente ocupada, en ambos medios, es la de los jugadores. La anterior fue utilizada en 174 oportunidades, lo que representa un 51.94% del total. En segundo lugar tenemos al cuerpo técnico, con un 30.14 % del total.

Hoy en día la fotografía constituye un elemento básico para los medios de comunicación -en este caso prensa escrita-, con ellas se llama la atención del lector, y también se permite una mejor comprensión del hecho.

En las secciones deportivas una buena fotografía es casi tan importante como el texto que la acompaña, recordemos que "una imagen vale más que mil palabras". También las fotografías nos entrega información adicional sobre el hecho, pero a su vez funcionan como reguladoras ya que permiten comprobar que lo escrito concuerda con la "captura" de la realidad.

En esta investigación, los medios objetos de estudio utilizaron en gran número el elemento fotográfico. 428 imágenes fueron contabilizadas, las que a su vez se clasifican en color (38.31 %) y blanco y negro (61.68 % del total).

Este aspecto también marca diferencias entre La Tercera y La Nación, el primero privilegió las imágenes en color por sobre las blanco y negro. Por su parte el medio semi estatal optó mayoritariamente por el blanco y negro.

Al igual que en el caso de la frecuencia de artículos y utilización de fuentes, el mes de junio concentra el mayor número de fotografías, 61.21 % para ser exactos. Dejando de lado las cifras, la gran cantidad de apoyo gráfico presentes en las informaciones publicadas fue un acierto, ya que con ellas se aliviana la tarea de comprensión, ya que su impacto es inmediato.

Finalmente y para entregar una visión cuantitativa de cobertura informativa entregada por los dos medios de circulación nacional objetos de estudio, podemos afirmar que La Nación es el periódico que entregó mayor cobertura a las informaciones referentes a la participación de la selección chilena de fútbol en el mundial de Francia 98. Dicho medio utilizó un total de 31.082,52 cm² para tratar el tema señalado, por su parte La Tercera solamente registró 16.834,35 cm².

Cabe consignar que ambos periódicos otorgaron mayor espacio físico, en el mes del mundial. 18.806,26 para el primer medio y 10.150,76 para el segundo.

IX - BIBLIOGRAFÍA

ALCALDE, CARMEN. 1981. Cómo leer un Periódico. Editorial A.T.E, Barcelona.

ASHTON, CARLOS. 1976. El Proceso de la Comunicación y las Relaciones Internacionales. Universidad Católica de Chile, Escuela de Periodismo, Cuaderno Nº 2.

BERELSON, BERNARD. 1968. Análisis de contenido. ELACP-FLACSO, Santiago.

BERLO, DAVID. 1969. El Proceso de la Comunicación. Librería El Ateneo Editorial, Buenos Aires.

BOCKELMANN, F. 1983. Formación y Funciones Sociales de la Opinión Pública. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España.

BOND, FRASER. 1965. Introducción al Periodismo. Editorial Limusa, México.

CANGA LAREQUI, JESUS. 1994. El Diseño Periodístico en la Prensa Escrita. Editorial Bosch Comunicación, Barcelona, España.

DE FLEUR, MELVIN L. 1993. Teorías de la Comunicación de Masas. Editorial Paidós, Barcelona, España.

DE FLEUR, MELVIN L. 1980. Teorías de la Comunicación Masiva.

DEL RÍO REYNAGA, JULIO. 1992. Teoría y Práctica de los géneros periodísticos. Editorial Diana, México.

HENRY RÍOS, EDGARDO. 1969. Teoría de la Redacción para la Comunicación de Masas. Escuela de Periodismo, Universidad de Concepción.

KRIPPENDORF, KLAUS. 1990. Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica. Editorial Paidós, Barcelona, España.

LEÑERO, VICENTE; MARÍN, CARLOS. 1986. Manual de Periodismo. Editorial Grijalbo S.A, México.

LOZANO, JOSÉ CARLOS. 1996. Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas. Longman de México Editores, México.

MARTÍNEZ ALBERTOS, JOSÉ LUÍS. 1983. Curso General de Redacción Periodística. Editorial Mitre.

MC QUAIL, DENIS. 2000. Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas.
Editorial Paidós, Barcelona.

MC QUAIL, DENIS. 1998. La Acción de los Medios. Amorrurtu. Editores, Buenos Aires.

MC QUAIL, DENIS Y WINDAHL, SVEN. 1997. Modelos para el Estudio de la Comunicación Colectiva. Ediciones Universidad de Navarra. S.A., Pamplona.

NAFZINGER, RALPH Y WHITE, DAVID. 1972. Introducción a la Investigación de la Comunicación Colectiva. CIESPAL, Quito.

QUEZADA, MARIBEL. 1992. El Mensaje Medio a Medio: Qué Encierran los Diarios, la Radio y la Televisión. Santiago, Universitaria.

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA. 1970. Diccionario de la Lengua Española.
Editorial Espasa Calpe. Madrid, España.

RODRIGO ALSINA, MIGUEL. 1995. Los Modelos de la Comunicación. Editorial Tecnos S.A, Madrid.

SAPERAS, ENRIC. 1985. La Sociología de la Comunicación de Masas en Estados Unidos. Barcelona.

SOHR, RAÚL. 1998. Historia y Poder de la Prensa. Editorial Andrés Bello, Santiago.

VIVALDI, MARTÍN. 1987. Géneros Periodísticos. Editorial Paraninfo, Madrid.

WOLF, MAURO. 1987. La Investigación de la Comunicación de Masas. Críticas y Perspectivas. Editorial Paidós, Barcelona.

WRIGHT, CHARLES. 1963. Comunicación de Masas. Editorial Paidós, Buenos Aires.

- **Tesis de grado**

GARCÍA, LISBETH. 2000. “Análisis del Tratamiento Informativo de un Hecho. Caso: “Bajos sueldos de Carabineros”, diario “La Tercera” (abril-mayo 1998). Tesis para optar al título de Periodista y al grado de Licenciado en Comunicación Social. Universidad Austral de Chile.

- **Fuentes electrónicas**

- **BIANCHI, FELIPE.** 1991. Deporte y Periodismo: El problema de la subvaloración. Cuadernos de información N°7, Facultad de Comunicaciones, Universidad Católica de Chile.

http://fcom.altavoz.net/prontus_fcom/site/artic/cuadernos/07/10_fbianchi.pdf

(Revisado el 2 de agosto de 2007).

- **CALVELO RÍOS, J. MANUEL.** 1998. Los modelos de información y comunicación. Runa. <http://www.iicd-runu.org/pag5.html> (Revisado el 2 de agosto de 2007).

- Diario **La Nación**, sitio web

www.lanacion.cl/prontus_noticias/site/edic/2006_09_25_1/port/quienes.html

(Revisado el 2 de agosto de 2007).

- **Federación Internacional de Fútbol Asociado, FIFA.** Página web. www.fifa.com (Revisado el 2 de agosto de 2007).

- Sitio web del Consorcio Periodístico de Chile S.A. <http://www.copesa.cl>

(Revisado el 2 de agosto de 2007).

- Sitio web de los diarios regionales, pertenecientes a la Sociedad Periodística Araucanía. <http://www.diariosregionales.cl> (Revisado el 2 de agosto de 2007).

ANEXOS

Ver en documento impreso. Biblioteca Central, Universidad Austral de Chile.