

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



**“ANÁLISIS EVOLUTIVO DE LOS TITULARES DE LA SECCIÓN  
DEPORTIVA DE “EL DIARIO”  
SOBRE LA SELECCIÓN BOLIVIANA DE FÚTBOL  
EN LAS ELIMINATORIAS MUNDIALISTAS 1957-1993”**

**PROPONENTE: UNIV. SERGIO JAVIER SERRUDO GONZALES**

**TUTOR: LIC. JUAN CARLOS RAMIREZ UGALDE**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

LA PAZ - BOLIVIA

2010

### **AGRADECIMIENTOS:**

*En primera instancia deseo agradecer a mis antepasados por haber hecho posible mi existencia lo largo de todo este tiempo desde 1222 que fue el año de surgimiento de los Serrudo en Nápoles – Italia, hasta los tiempos que corren. Y a mis predecesores del Apellido Gonzales que surgieron al inicio de la Edad Media en España.*

*Quiero, agradecer profundamente a mi Abuela Doris Ormachea Bustamante por haber sido el pilar fundamental para la formación de los valores y principios de vida que guiaron mis pasos.*

*A mi Madre Jimena Gonzales Llanos y mi Padre Iván Serrudo Ormachea, por darme la existencia en un mundo que nos hizo trajinar muchas alegrías como sinsabores, su afecto, apoyo, tolerancia y entendimiento, me hicieron la persona que soy ahora, y a mi Hermana Vanesa Serrudo Gonzales, por quererme y acompañarme toda una vida.*

*También deseo agradecer al ejemplo mas claro de vida, triunfo y progreso en mi vida, a mi Tía Maruja Serrudo Ormachea (mi segunda madre) por ser la persona que creyó y apoyo en mi esfuerzo y logros académicos ya que sin su apoyo quizás esto no se hubiera materializado.*

*De la misma manera a mis tías, tíos y primos que siempre estuvieron a mi lado a largo de toda mi vida. Para todos ellos, muchas gracias.*

*A mi tutor de tesis, el Lic. Juan Carlos Ramírez Ugalde, que me ayudó a terminar de moldear la “ética” que es la credencial mayor de todo buen Comunicador Social. Por su guía que me dio el entendimiento acompañado de una buena lectura de la realidad social.*

*Y por último deseo agradecer a mis Docentes de la Universidad Mayor de San Andrés: Dr. (c) Antonio Vargas Ríos, Lic. Carlos Aguilar, Lic. Rossio Clavijo Montesinos, Lic. Alberto Quevedo Iriarte, Dr. Arturo Saravia I, Lic. Edwin Flores, Lic. Gerardo Irsuta Medrano y al pleno apoyo de la Lic. Daisy Clavijo Santander, los cuales estuvieron forjando durante un lustro todo el conocimiento que aplique en esta investigación y que ahora desarrolle en, este trabajo. A ellos porque me apoyaron en momentos malos y buenos, para formar esa vocación de servicio a la sociedad, para saber ser un buen crítico y no un criticón, más del montón.*

*A todos ustedes una vez mas solo deseo repetir una vez mas esa palabra tan sencilla y verdadera, “gracias”.*

*Sinceramente:*

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El proceso periodístico en el periodismo deportivo, en cuanto a la evolución de sus titulares a la hora de cubrir las diversas participaciones de la Selección Boliviana de Fútbol, desde 1957 hasta 1993, tomando como hitos referenciales la Primera Eliminatoria (1957) y la más exitosa (1993). Es por ello que esta investigación, tiene un grado de importancia, para ver de acá en más como los medios impresos en general y “El Diario”, en particular, trataron este aspecto durante 36 años.

Es por ello que esta labor, se concreta mediante un análisis de contenido evolutivo, aplicado al periódico, en este caso El Diario, marcando de esta manera un referente de investigación hemerográfica casi, pionera en las tesis de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, de la UMSA.

Generando así un tema interesante, con respecto al periodismo deportivo como un elemento de investigación y aplicación en el mundo comunicacional, boliviano que hasta la fecha no es muy trabajado, indagado, explorado y poco considerado.

El diseño metodológico aplicado a esta investigación, toma aspectos cronológicos y definidos con una muestra de 240 titulares analizados, que mostraron resultados interesantes, sometidos al análisis evolutivo ya mencionado.

Para una mejor comprensión de esta Tesis la misma se divide en:

### **INTRODUCCIÓN**

### **CAPÍTULO I JUSTIFICACIÓN**

### **CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL**

### **CAPÍTULO III MARCO TEÓRICO**

### **CAPÍTULO IV METODOLOGÍA PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS OBJETIVOS**

### **DEFINICIÓN DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ELABORACIÓN DE CATEGORÍAS**

**REVISIÓN DOCUMENTAL HEMEROGRÁFICA  
INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA MEDIANTE TABULACIÓN DE DATOS  
ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD**

**CAPÍTULO V  
ANÁLISIS DE RESULTADOS**

**CAPÍTULO VI  
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

**INTRODUCCIÓN**

El periodismo deportivo boliviano, surge a inicios del Siglo XX, con la cobertura que efectuó “El Diario” en la participación de la Selección mayor de fútbol en la Copa América de 1926 efectuada en Santiago de Chile.

Desde esa ocasión, los medios impresos de comunicación en Bolivia, comenzaron a considerar el tema deportivo como un elemento importante en sus ediciones; gracias a ello comenzaron a ofrecer a la sociedad una gran muestra de imágenes, noticias y titulares atractivos para los ojos del público nacional que, todas las mañanas, suele comprar los diversos periódicos del país, entre otras motivaciones, porque contienen el correspondiente suplemento deportivo.

Se advierte que la información deportiva es variada, así como el deseo de información en personas de todos los sexos y edades debido a que los periódicos se constituyen en indicadores de la calidad del periodismo nacional y de la información que estos generan con el objetivo de lograr una repercusión que pueda marcar agenda ante los diversos hechos deportivos que son de interés público.

En el mundo noticioso, en opinión de expertos, las notas que tienen mayor cobertura y que, por ende, despiertan mayor interés en el público latinoamericano y en el área urbana, son las relacionadas con los campos deportivos y del espectáculo, generando los mayores ingresos comerciales.

En el trabajo que presenta Raúl Rivadeneira en su libro, "PERIODISMO" (Rivadeneira; pp. 257; 1985), tomando como base referencial a Luís Ramiro Beltrán, que consideró como idea fuerza un estudio de la CIESPAL, efectuado entre 1962 y 1967, que a la letra dice: "En comparación con los diarios extrarregionales, los de América Latina asignaron mucho menos espacio a la información correspondiente al desarrollo, mucho mas espacio a deportes y entretenimiento y algo mas a información socialmente negativa (crímenes, drogas, etc., en tanto que la categoría de contenido favorita de los diarios Latinoamericanos fue la deportes y entretenimiento; la preferida por diarios extrarregionales, la de asuntos económicos y financieros."

Evolutivamente, los Matutinos de la ciudad de La Paz, tuvieron un ciclo creciente en la estrategia de la cobertura noticiosa y en la forma en la cual se mostraron al público nacional con sus noticias mediante páginas y suplementos especializados. A partir del siglo XX hasta la actualidad, estos avances y cambios se dieron, entre otras causas, para hacerle frente a la televisión. La tendencia mas alta de masificación de información deportiva se produjo desde la década de 1960 hasta la década de 1980, cuando gracias al avance de la tecnología y la incorporación de ésta en procesos comunicacionales, la prensa escrita en Bolivia, comenzó a marcar una línea y tendencia de incremento de información deportiva especializada en los diversos Matutinos.

El objetivo de la presente investigación buscó indagar la manera en que se entendió y plasmo periódicamente en "El Diario" la forma de actuar que tuvo la Selección Boliviana de Fútbol en las eliminatorias mundialistas 1957 – 1993.

Las referencias del Marco Teórico se han centrado, por la pertinencia del tema y de la técnica del análisis de contenido, expuesta por Maribel Quezada con relación a los medios de comunicación masiva, expuesta en su libro, "QUEZADA, Maribel (1992): El mensaje medio a medio, Stgo. de Chile, Ed. Universitaria". quien a permitido sustentar la hipótesis y enmarcar la problemática bajo supuestos comunicacionales.

El Método, Hemerográfico y de carácter exploratorio permitió, como señala Fernando Pintos “sigue siendo una de las principales herramientas de investigación. Define José Martínez de Souza a la Hemerografía de varias maneras. Señala, al respecto, que tal disciplina es: «Descripción e historia del material periodístico»; «Conocimiento y descripción de las publicaciones periódicas»; «Catálogo o lista descriptiva y clasificada de las publicaciones periódicas».

Siguiendo a José María Casasús, la fórmula analítica de Jacques Kayser sobre el material informativo, en el método Hemerográfico, integró tres componentes fundamentales: 1º) el emplazamiento; 2º) la titulación; 3º) la presentación.

Para el presente estudio, se operatizó el método con apoyo de las técnicas de Análisis de contenido, revisión y análisis documental, entrevista semi estructurada y consulta a expertos.

La técnica investigativa aplicada estuvo basada en la propuesta planteada por Maribel Quezada; (1992), complementada por la técnica de la entrevista en profundidad enfocada en los temas concernientes al periodismo deportivo. Esta técnica se utilizó para entrevistar a dos Ex- Directores de la Sección Deportiva de “El Diario” (Mario Espinoza Fortín y Mario Ríos Castelu).

Los instrumentos empleados para la aplicación de las técnicas y obtención de la información fueron periódicos, guía de entrevista, guía de consulta a expertos y cuestionario de encuesta.

Las variables teóricas consideraron como variable dependiente, “evolución de los titulares de la sección deportiva de “El Diario”” y como Variable independiente “Agencias de noticias mundiales AP, UP y REUTER”.

A manera de variable interviniente, no controlada en el estudio, se tomaron algunas referencias periodísticas extranjeras, provenientes de agencias de noticias que cubrieron los partidos de la Selección Boliviana de Fútbol en el período 1957 – 1993.

La hipótesis en la que se trabajó, durante esta investigación fue la siguiente: “La evolución de los titulares de la sección deportiva de “El Diario”, en relación con el significante visual y tipo de apertura de los titulares que cubren las actuaciones de la selección boliviana de fútbol, durante la etapa de 1957 a 1993, muestran una significativa influencia de las agencias de noticias mundiales AP, UP y REUTER, en cuanto al significante visual y tipo de apertura”.

La muestra consistió en la recolección de 240 titulares elaborados por la sección deportiva de “El Diario” desde 1957 hasta 1993 divididos en dos periodos de estudio cronológico (1957 - 1969) y (1973 - 1993), en once categorías de estudio, de los cuales, se apreciarán los resultados y conclusiones a lo largo del presente trabajo.

Los resultados mostraron que no hubo influencia alguna por parte de las agencias de noticias mundiales, UPI, AP y Reuter, en cuanto a la elaboración del tipo de apertura y significante en las publicaciones de la Sección Deportiva de “El Diario” en la cobertura de la participación de la Selección Boliviana de Fútbol Mayores Sexo Masculino desde 1957 a 1993, debido a que el Matutino mantuvo una característica propia a lo largo del tiempo, siendo este un elemento diferenciador, además de que en el presente estudio.

La investigación, constató una interesante evolución de la forma de presentación de la sección en cuanto a la adopción de un nombre determinado, asimismo, se evidenció una evolución en cuanto al tipo de corpus usado por la sección siendo este el suplemento y como último aspecto evolutivo constatado se pudo apreciar, que si existió una evolución en la forma de presentación de la sección en cuanto a la paginación.

En relación con los resultados obtenidos, se recomienda básicamente que la prensa deportiva en Bolivia mantenga siempre una característica propia en cuanto a la

influencia que puedan tener medios de comunicación extranjeros, siendo estos: canales, radios, periódicos y agencias de noticias porque esta posible influencia no se adecua a la realidad lingüística, social, política y económica del país. A la hora de revisar los artículos deportivos se deben considerar las fuentes informativas (agencias de noticias y redacción del medio impreso). Y como último se sugiere, trabajar en la investigación de las versiones Web e impresas de los Matutinos a la hora de trabajar el marco referencial ya que la bibliografía al respecto (investigaciones hemerográficas, análisis de contenido de periódicos, análisis evolutivos de prensa e investigaciones de carácter periodístico en el ámbito deportivo), son inexistentes.



## CAPITULO I

### 1.1 JUSTIFICACIÓN

Definitivamente, el Fútbol es la emoción deportiva de las multitudes en Bolivia y es, también, la actividad que aglutina grandes grupos de seguidores, sobre todo cuando se trata de seguir las actuaciones de la Selección boliviana de este deporte masivo.

No obstante, parece ser menor la cobertura periodística de los hechos suscitados por los Futbolistas seleccionados, debido a que son escasos los trabajos de corte bibliográfico que contribuyan a incrementar estudios de tipo científico al respecto.

Más allá de la consideración emocional y propiamente deportiva, un estudio relacionado con la acogida periodística a las actividades de un grupo representativo a nivel nacional en el fútbol, supone relacionar el análisis y las técnicas científicas de la comunicación social con los elementos simbólicos que genera la práctica deportiva, intención que podría disgustar a quienes entienden como aspectos separados a ciencia y el deporte. Por ello, el estudio que se ha realizado intenta abrir una brecha de comprensión holística y dialéctica del fenómeno deportivo y su consideración social en los Mass Media, de manera que se concilien aspectos de arte, ciencia, humanidad, sociedad y técnica comunicacional en una sola comprensión.

Específicamente en el plano social y deportivo, el estudio encuentra fundamentación en consideraciones históricas del Fútbol que se derivan de la cobertura realizada a esta práctica por un periódico nacional de Bolivia: ““El Diario””, cuya visión denota una determinada estructura de información deportiva, puntos de vista de redactores, experiencias de personajes clave del deporte y aún aspectos formales de la construcción de editoriales, tan diversos, como son diversos los estilos periodísticos de cada medio.

Técnicamente, el trabajo justifica su aporte social con los siguientes aspectos:

- ✓ Se delimita como corte transversal de análisis de contenido las eliminatorias mundialistas de Fútbol, desde su implementación en 1957 hasta la participación de la Selección boliviana de Fútbol en 1993, debido a que esta eliminatoria fue la más exitosa que tuvo Bolivia hasta la fecha, clasificándose por derecho propio al mundial realizado en Estados Unidos de Norte América en 1994. Este hito deportivo, hasta el día de hoy, no fue repetido a lo largo de las catorce eliminatorias en las que participo Bolivia y de las cuales se estudiaran solamente diez: 1957, 1961, 1965, 1969, 1973, 1977, 1981, 1985, 1989 y 1993.
- ✓ El estilo periodístico de cobertura de las primeras eliminatorias se caracterizó por un estilo muy clásico: libretas de apuntes, largos turnos laborales en los Matutinos, uso de máquinas de escribir, búsqueda manual de las primicias, uso de teletipos y otras características propias del periodismo de la Post-Guerra Mundial, expresada frecuentemente, en el género cinematográfico.
- ✓ El periodismo deportivo que cubrió las eliminatorias de Fútbol en 1957 aún no utilizaba los recursos tecnológicos con los que cuenta el periodismo actual, tales como: la fotografía digital, la Red Internet, las redes sociales como Facebook, Twitter, el correo electrónico, los Blogs, el e-mail, las impresoras láser, los foros de opinión especializados, las comunidades Web, y muchas otras.
- ✓ Se justifica, también, la elección de base de las eliminatorias de Fútbol desde 1957 porque el componente académico aún no había incorporado la formación profesional de comunicadores sociales y eran inexistentes las Facultades y Carreras de Comunicación, en Bolivia.

- ✓ Por otra parte, es indudable que el fútbol (pasión de multitudes) es el deporte más popular en el mundo ya que es practicado, seguido y apreciado por gente de todos los sexos y edades, en todos los espacios territoriales.
- ✓ Periodísticamente, el fútbol es el deporte con mayor cantidad de audiencia (rating) en los medios de comunicación masiva, (Radio, Televisión, Prensa e Internet), estimándose que los titulares relacionados con la actuación de la Selección Boliviana de este deporte, es la más seguida por los lectores de los Matutinos a lo largo del tiempo.
- ✓ La Selección de Fútbol, históricamente, se ha constituido en el más claro referente de orgullo en el deporte nacional de Bolivia y ha sido uno de los objetos de identificación positiva ante el mundo, haciendo que la gente se pinte la cara con los colores patrios, salga a la cancha con la camiseta del combinado verde y exacerbe el nacionalismo flameando la bandera en todos los espacios cuando el equipo boliviano jugaba sus partidos desde un amistoso hasta un mundial de fútbol, como sucedió en 1994.
- ✓ Finalmente, la Selección Boliviana de Fútbol es el equipo más apoyado por la población ya que conglomeraba todo un Estado, provocando pasiones, alegrías, tristezas y euforia, como aconteció en 1993.
- ✓ Contribuye a la fundamentación, la apreciación de Raúl Rivadeneira, respecto a la relación simbólica del deporte: “En muchos casos el Deporte Profesional, es un contenido semántico de ritualización de símbolos como la “supremacía nacional”, “honor nacional”, “prestigio del país”, etc. En otros sentidos, es la estimulación de la capacidad emuladora de las personas.” (Rivadeneira, 1985, 256).

Las consideraciones arriba mencionadas hacen que el trabajo elaborado en esta ocasión se constituya en un trabajo innovador de Tesis de Grado tanto por el objeto de estudio mediante el método Hemerográfico complementado con la técnica del análisis de contenido aplicada al periodismo deportivo.

En lo concerniente al tema deportivo se puede decir que, en la Universidad Mayor de San Andrés, las investigaciones no son muchas, ojala que este trabajo sirva como soporte y guía para futuros trabajos que traten este tema en un rubro tan apasionante y poco explorado en esta casa de estudios superiores.

También se puede señalar que en el ámbito nacional no existe en Bolivia un texto que hable narre, explique o refleje la historia del periodismo deportivo, tanto en prensa como en televisión, pese a que Carlos Mesa y Julio Peñaloza, escribieron sobre la historia del fútbol boliviano y los logros que obtuvo la selección mayor en este deporte, pero se debe recalcar que en ningún momento se pone al periodismo y mucho menos al periodista como un elemento clave en el deporte nacional.

Quizás en el futuro salgan a la luz trabajos investigativos mediante libros o tesis como esta que den algunas luces para así se generar una historia del periodismo nacional, si bien esta tesis toca estos aspectos y aporta en algo a esta historia del periodismo deportivo que es poco explorado y frágil esta investigación tiene un grado de aporte que es digno de mención.

Como último elemento de esta presentación se debe señalar que para despertar un afán de mayor interés y conocimiento de esta rama del periodismo se deben habilitar materias en la Carrera de Ciencias de Comunicación Social de la U.M.S.A debido a que en otras carreras de comunicación del país y sobre todo en las privadas la asignatura de Periodismo Deportivo es una materia de orden curricular en la Universidad Católica San Pablo y en las Universidad de segundo orden no reconocidas por el CEUB como por ejemplo la Universidad San Francisco de Asís (USFA).

Es deseable que este trabajo despierte y genere una inquietud en los futuros lectores y tesisistas que, en alguna ocasión, revisen este trabajo y vean que en la Universidad Mayor de San Andrés, si bien el Periodismo Deportivo en si no es una materia fija en la malla curricular, quizás en el futuro cercano, pueda serlo con el aporte que esta tesis

pueda dar con los pocos elementos históricos que rescato al respecto, en el deseo de aportar al bienestar del Periodismo Nacional en General y del Deportivo, en Particular. Ya que la misma no es del todo trabajada, especializada, enriquecida y profundizada.

## **CAPÍTULO II MARCO REFERENCIAL**

### **2.1 HISTORIA DEL MATUTINO “EL DIARIO”**

Al hacer referencia a la historia de ““El Diario””, con carácter previo, se debe mencionar que, en 1884, se creó el primer Matutino que llevaba el nombre de ““El Diario””, el mismo fue fundado por Aniceto Arce, empresario minero, quién con el paso de los años sería Presidente de la nación por el partido conservador desde 1888 hasta 1892. Posteriormente, siendo su primer y único grupo de redactores el siguiente: José Vicente Ochoa y Claudio Pinilla, dicho Matutino suspendió sus ediciones en 1884 en el número 225. (Torrigo - Kolkichuima; 2004; 169).

Veinte años después el 5 de abril de 1904, en la Calle Illimani N° 5, de la Zona de Miraflores, sale a la luz pública nacional el Matutino más antiguo de Bolivia ““El Diario””, hasta la fecha, en formato tabloide con el titular denominado "La prensa hace luz en las tinieblas, y cuanto existe de progreso en el mundo, se debe a su inagotable labor", dato extraído de la página Web del Matutino ([www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)).

“Su primer tiraje fue de 9,600 ejemplares” (Torrigo-Kolkichuima; 2004; 173), cabe mencionar que dicho Matutino estuvo en su tiempo a la vanguardia de los avances tecnológicos del momento, adquiriendo una imprenta italiana de marca Marinoni, mencionando además de que fue “el primer Matutino en usar máquinas de escribir, lo cual facilitaba considerablemente el trabajo no sólo de los redactores, sino el de los tipógrafos de la sección talleres” (Torrigo-Kolkichuima; 2004; 173).

Junto a lo expuesto, se debe añadir que para la época los avances con los que contaba dicho periódico fueron altamente innovadores para el periodismo boliviano, junto a esto se debe agregar un aspecto más que menciona el trabajo de Gustavo Torrigo Landa y Cristóbal Kolkichuima, los cuales aportan un dato significativo. “Con motivo de la celebración de sus Bodas de Oro, inauguró el 5 de Abril de 1954 modernas instalaciones de teletipo y teléfono, que fueron las primeras que funcionaron

en el país y antes de que fueran utilizadas por algunos otros periódicos del exterior”. (Torrice-Kolkichuima; 2004; 174).

Se debe señalar que a partir del octavo número “El Diario” introdujo mejoras en sus posteriores publicaciones por ejemplo: dejó de ser vespertino para ser matutino, incluyó anuncios publicitarios, de carácter mucho más gráfico presentando más imágenes, además de introducir una pequeña sección que con el paso del tiempo marcaría el bosquejo de lo que precedería a los suplementos del futuro como el famoso “Pequeño Folletín” publicado y dirigido por el célebre escritor nacional Ricardo Jaimes Freyre, esta sección contenía, narraciones indias, cuentos y ligeros comentarios literarios. Dato extraído de la página Web del Matutino ([www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)).



**Imagen 1.** Fotografía de la Primera portada de “El Diario”

Fuente: [www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)

El fundador y primer director del Matutino fue, el Abogado Constitucionalista Dn. José Carrasco Torrico, formaron parte de su primera redacción los periodistas: Benigno Lara, Subdirector; Eduardo Diez de Medina, Redactor; Cronistas: Tomás Manuel Elio, Casto Rojas, Walter Carvajal y Luís Espinoza Saravia. (Ocampo; 1978; 347).

“Durante sus primeros años el Matutino tuvo una firme convicción vinculada al partido liberal que gobernó el país durante veintidós años desde 1889 hasta 1921”. (Ocampo; 1978; 347). Siendo este factor uno de sus pilares ideológicos más fuertes, con los que contó para forjar su carácter nacionalista.

El trabajo periodístico del Matutino manejo una línea racional, contestaría, firme y progresista, en todos los temas en el campo político y social, factores que se mantienen a lo largo de sus más de cien años de vida.

El primer directorio de “El Diario” estuvo conformado por: José Carrasco Torrico, Benedicto Goytia y Chacón, quienes afirmaban en el primer número: "Cada periódico es una división, cada escritor un soldado y cada anunciador es una pieza de artillería, en el ejército de la civilización", (cita extraída de la pagina Web del matutino [www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)), con esas palabras “El Diario”, poco a poco fue tomando forma cuerpo y ante todo una firme personalidad periodística y social sirviendo ésta para ensalzar el carácter de línea nacionalista que lo caracterizó y caracteriza hasta los tiempos que corren.



**Imagen 2.** Fotografía de la primera imprenta de “El Diario”- Marca Marinoni  
Fuente: [www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)



Pero, a lo largo de la vida del Matutino no todo fue innovación tecnológica, vanguardia periodística, pensamiento político y calidad intelectual de producción, “El Diario” también tuvo sus malos momentos en los cuales fue víctima de persecución ideológica y material mediante cierres y clausuras violentas a lo largo del tiempo. Estos factores se reflejan mediante el trabajo de Gustavo Torrico y Cristóbal Kolkichuima, mencionado lo siguiente: “En la tarde del 8 de Agosto de 1914, en la segunda presidencia del Gral. Ismael Montes, se realizó uno de los atentados más repudiables en la historia de la prensa boliviana; el incendio y destrucción de los talleres donde se editaban diarios opositores e independientes, como: “La República”, “La Verdad”, “La Acción”, “El Detective” y ““El Diario”” de La Paz; los policías expulsaron a los operarios y escritores; cerraron con herraduras las puertas de las oficinas”. (Torrico-Kolkichuima; 2004; 342).

Dicho atentado periodístico efectuado por el gobierno del Partido Conservador, refleja claramente que la línea ideológica del Matutino era contraria y opositora a dicho régimen, esta intervención refleja claramente el costo que tiene un medio de comunicación masiva al alinearse políticamente a un partido determinado, este hecho no fue el primero sino que vinieron otros más, los cuales se describen de manera cronológica en la siguiente descripción:

“El 3 de Marzo de 1921 ““El Diario”” periódico liberal, y “El Tiempo”, en La Paz, así como otros órganos de prensa del interior de la República, fueron amordazados y sus redactores sujetos a continuas persecuciones.” (Torrico-Kolkichuima; 2004; 343).

““El Diario”” suspendió sus ediciones hasta el 20 de Enero de 1924, cumplida esa cuarta clausura reanudó sus ediciones, tras su última reaparición el 23 de Septiembre de 1924” (Torrico-Kolkichuima; 2004; 344).

El 23 de Enero de 1942 se estableció la censura de prensa, mediante un comunicado de la Dirección General de Informaciones del Ministerio de Gobierno y de acuerdo a la resolución del Consejo de Gabinete, la cual decía: “ Establece la censura de prensa a

todos los diarios que editan en aquellos distritos donde rige Estado de Sitio; Clausúrese el periódico El Día de Cochabamba, por haber publicado ataques absolutamente injustificados contra el Ejército Nacional; La censura a los diarios de La Paz, se establecerá a partir del día de hoy, y la ejercerán los funcionarios de la Dirección General de Prensa y Propaganda del Ministerio de Gobierno”(Torricó-Kolkichuima; 2004;345). (Se debe mencionar que en aquel entonces el presidente de la República era Gral. David Toro).

Esa restricción al pensamiento escrito fue impuesta a los periódicos “La Razón”, “La Calle” y ““El Diario””, de La Paz.

Con estas citas se puede apreciar que la censura periodística tanto con y sin anuncios gubernamentales fue parte de la historia de “El Diario”, demostrando claramente que la línea editorial de este Matutino tuvo sus condicionamientos, golpes, observaciones y atentados.

### **2.1.1 Misión**

El Primer número del periódico marcó, desde el inicio, sus principios, misión y visión para la posteridad. Además, expresó de forma firme su posición editorial vinculada al partido liberal desde sus primeras actividades periodísticas.

Estos elementos se reflejaron de forma evidente en una columna en la que también se delineaba sobre lo que debería ser este periódico, denominada “La misión de ““El Diario””, la misma, expresaba lo siguiente:

"La acción de la prensa se deja sentir con mayor eficacia en ciertas situaciones agitadas en que la conciencia pública se halla expuesta a funestos extravíos. Todo cambio o renovación de los poderes públicos engendra corrientes pasionales que si no se las sabe dirigir, arrastran a las muchedumbres a los precipicios de la locura política, tan desastrosa para el desarrollo progresivo de las nacionalidades.



**Imagen 3.** Fotografía de la Calle Illimani Nº 5

Fuente: [www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)

La prensa es un instrumento poderoso para fijar los rumbos del pensamiento al través de las masas y cuando ella se mantiene en las elevadas alturas que le señala su benéfica misión, constituye una especie de sistema nervioso que conduce a las últimas estratificaciones sociales las sensaciones de todo lo que es laudable, progresista y patriótico.

En una época en que la prensa representa el cuarto poder del Estado y encierra el móvil de todos los ideales políticos y sociales, aparece este diario con el propósito de ofrecer al periodismo boliviano el contingente de sus esfuerzos en la común labor de la defensa de la justicia, el sostenimiento del derecho y el desarrollo de nuestras industrias, mediante eficaz propaganda tendente a la atracción de capitales extranjeros.

Enterados como estamos de la irresistible sugestión que produce la prensa en el ánimo de las clases populares, venimos con los más sanos propósitos para servir sus intereses, encauzar y hacer marchar la opinión en una dirección determinada y fija, capaz de conducirla a la posesión de la verdad y del acierto; por esto procuraremos inspirarnos en las aspiraciones públicas, rectificando sus errores con un criterio justiciero y desapasionado.

Nuestra fisonomía y tendencias se hallan perfectamente bien definidas. Levantamos una bandera que contiene el lema de la paz, el trabajo y la armonía nacional, por eso hemos de luchar a fin de que desaparezca de nuestro país el regionalismo que se presenta como síntoma precursor de un verdadero estado patológico que amenaza destruir el organismo de la colectividad boliviana.

Ardientes partidarios de las prácticas democrático-republicanas, deseamos que los partidos políticos fijando sus rumbos, ingresen a la próxima contienda electoral, sin más armas que el patriotismo y el buen sentido, únicos elementos capaces de garantizar el acierto en la elección; en esta virtud y animados de este laudable propósito trabajaremos porque el pueblo adquiriera la plena conciencia de sus derechos y de sus deberes políticos, a efecto de que la función electoral sea debidamente llenada con honradez y buena fe.

De esta manera habremos organizado los poderes públicos en condiciones de que constituyendo la expresión de la soberanía nacional, marchen gobernantes y gobernados de perfecto acuerdo en el camino del engrandecimiento moral, intelectual y económico de Bolivia.

Descartando este aspecto político, no olvidaremos que la misión civilizadora de la prensa, debe dirigirse a ilustrar la opinión pública, respecto a problemas filosóficos, sociales, jurídicos y económicos que actualmente se debaten en las capitales europeas.

Tratándose pues de un diario con ideales por demás honrados, no nos impulsa otro deseo que el de cumplir con un deber sagrado, luchando porque la patria boliviana ocupe el puesto que le corresponde en el concierto de las naciones civilizadas.

Esta empresa no es de lucro, ni tiene por objeto halagar la opinión buena o mala de los que con el pago de sus suscripciones contribuyan al sostenimiento del periódico; pues en tal caso, frustrados quedarían nuestros anhelos y lejos de derramar la luz de la

instrucción y la simiente de la moralidad en la inteligencia y el corazón del pueblo, esparciríamos las densas nieblas a toda sociedad a una segura decadencia”<sup>1</sup>.

Con esta columna de corte claro y eficaz “EL DIARIO” marcó sus principios fundamentales para lo que sería una forma práctica, caballerosa, respetuosa y objetiva de hacer periodismo, desde ese entonces hasta los tiempos que corren, con sus luces y sombras que ya se expusieron a lo largo de esta investigación.

Debido a ello se pudieron identificar las siguientes líneas de acción del Matutino, siendo éstas:

- ✓ Defensa de la Justicia Nacional y el Estado de Derecho.
- ✓ Desarrollo de la colectividad ante el plano internacional, conjuntamente el crecimiento y fortalecimiento en las industrias bolivianas (fábricas).
- ✓ Manejo eficaz de la propaganda que efectúa el Matutino en bien de la colectividad.
- ✓ Servicio a las clases populares.
- ✓ Defender las aspiraciones públicas e intereses nacionales, mediante la consigna de Paz, Trabajo y Armonía Nacional.
- ✓ Destruir el Regionalismo el cual es considerado un “estado patológico”, que amenaza la integridad nacional.
- ✓ Ilustrar (educar), a la opinión pública e informar verazmente.
- ✓ Apoyar los derechos y deberes de los partidos políticos.

El fundador, del Matutino ““El Diario”” el Dr. José Carrasco Torrico, nació en Cochabamba el 4 de Noviembre de 1863, hijo de una familia de clase media, tuvo una

---

<sup>1</sup> Página Web del Matutino ([www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)).

infancia sin complicaciones y una adolescencia sin mayores sobresaltos en la cuál con el paso del tiempo forjo de a poco su vocación de servicio por la sociedad, una clara muestra de ello fue la elección y el posterior ejercicio de su profesión como abogado titulado en la Universidad Mayor de San Simón, obteniendo su grado académico en 1884.



**Imagen 4.** Fotografía de José Carrasco Torrico.  
Fuente: [www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)

Debido a su incursión en el mundo de la política José Carrasco llegó a ser diputado por la provincia de Totorá en 1888, representando al partido liberal, del cuál fue miembro hasta el día de su muerte, En 1904, funda el Matutino “El Diario” “El decano de la Prensa Nacional” el cual daría una línea patriótica y nacionalista hasta nuestros días.

Tras su muerte en 1963, el Gral. Rene Barrientos Ortuño, en homenaje póstumo creo una provincia con su nombre la cuál sigue hasta la fecha, en la cuál se encontraron y explotan grandes reservas gasíferas.

En su vida periodística e intelectual, José Carrasco al margen de publicar miles de artículos editoriales y críticas muy bien fundamentadas, tanto a los hechos políticos de la época, como a sus adversarios los conservadores.

Dentro de su obra intelectual escribió un Tratado sobre Derecho Constitucional en 4 tomos, planteó la mejor defensa de Bolivia para, la devolución de nuestro Litoral cautivo, ante el Gobierno Chileno a causa del tratado de 1904 en su obra intitulada "Bolivia ante la Liga de las Naciones", que construyó bajo el seudónimo de Brissot, siendo hasta la fecha el mejor alegato jurídico de reintegración marítima. Datos extraídos de la página Web del Matutino ([www.eldiario.net](http://www.eldiario.net)).

## **2.2 “EL DIARIO” EN LA ACTUALIDAD**

A inicios de la década del 2000, “El Diario” marcó una gran brecha en su misión periodística de llegar a toda la bolivianidad, debido a la línea independiente que maneja en la actualidad ya que no cuenta con el aval de ningún partido político y mucho menos comparte sus acciones con alguna empresa extranjera.

Estos factores con el paso del tiempo, casi llevaron a la bancarrota al decano de la prensa nacional, debido a sus bajas ventas y a la deuda que esta acumulando con sus más de cien empleados en cuanto al pago de salarios entre técnicos, secretarías, reporteros y personal administrativo.

Pero a pesar del ello este periódico sigue firme en sus convicciones e intenciones nacionalistas y ante todo el eterno tema que nunca sale de su agenda mediática el cual es el de la reivindicación marítima la cuál es su bandera principal, siendo en el país el único medio impreso de publicación diaria y permanente que defiende, trabaja, investiga y publica a ultranza este tema de manera permanente en sus ediciones.

Se debe agregar que “El Diario” fue uno de los primero periódicos en incursionar en el campo virtual de la Internet en octubre de 1997, siendo uno de los Matutinos virtuales más visitados en la Web con un promedio de diez mil visitas por día. (Cabrero Rubio; 110).

El Director actual del Matutino es el Lic. Antonio Carrasco Guzmán, miembro de la familia Carrasco, el ahora tiene el reto de sacar adelante al Matutino, manteniendo la tradición de la familia Carrasco al frente del periódico durante más de cincuenta años.

### **2.3 LAS AGENCIAS DE NOTICIAS**

Las agencias surgen durante el Siglo XIX incursionando como un elemento complementario a los medios de comunicación masiva, (Reuter) en el aspecto de conseguir y elaborar las noticias que estos no pueden alcanzar, sobre todo con noticias generadas en el extranjero debido a la falta de corresponsales noticiosos en los diversos países de los cinco continentes del mundo.

Las agencias noticiosas pasaron a ser, con el tiempo, un sistema determinado de recolección y distribución de información, para los medios de comunicación masiva de acuerdo a diversas áreas geográficas del mundo.

Dentro de las particularidades y diferenciaciones que tienen las agencias de noticias a lo largo del tiempo las mismas se hicieron acreedoras a una clasificación determinada por la UNESCO, siendo su alcance regional, nacional e internacional, de acuerdo con las características que se detallan a continuación:

### **2.4 TIPOLOGÍA DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS**

La UNESCO, en 1953, generó una clasificación determinada y específica con características propias para las agencias de noticias o agencias de información generando cuatro categorías, exclusivas siendo estas: “Las Agencias Noticiosas Nacionales, Agencias Noticiosas Internacionales, Agencias Noticiosas Mundiales y Agencias Noticiosas Regionales”<sup>2</sup>.

Cabe mencionar que el fuerte de la acción laboral periodística de las agencias, a la hora de brindar sus servicios, son los periódicos ya que en sus inicios las agencias brindaban de forma inicial sus noticias a los Matutinos, a lo largo del mundo, siendo los primeros en adquirir este servicio los medios impresos de Estados Unidos y Europa (Inglaterra y Alemania).

Esta diferenciación se basa sobre todo en el tipo de alcance que tienen las mismas en su cobertura noticiosa y periodística, para brindar los servicios a los diversos medios de comunicación que así lo requieran.

---

<sup>2</sup> UNESCO [www.unesco.org](http://www.unesco.org), 2009



Con el paso del tiempo y el desarrollo de la tecnología las agencias noticiosas extendieron sus redes de servicios a las suscripciones radiofónicas y finalmente incursionaron en el mundo de la televisión. Esto, hasta hace diez años atrás.

Como un complemento claro y actual de la caracterización de los medios, no se debe olvidar que la Internet también ya es parte del alcance informativo de las agencias, bajo el objetivo de prestar servicio a los diversos medios de comunicación masiva.

En otras palabras, las agencias noticiosas son diferenciadas de acuerdo a la capacidad de su radio de acción informativo y comercial dentro de un margen determinado con las que estas cuentan para llegar a las noticias en las diferentes partes del mundo en las que éstas se hallen, ya sean de corto alcance (regional), mediano (nacional), grande (internacional) o total alcance (mundial). **La Tabla Nº. 1** muestra la clasificación de las agencia de noticias.

**Tabla 1.** Tipología de las agencias de noticias

TIPO DE AGENCIA	DEFINICIÓN	AGENCIA CLASIFICADA
<b>REGIONAL</b>	Son las agencias que cubren noticias de una región geográfica pequeña dentro de un mismo país, la cuales tienen en común un idioma, una raíz cultural similar. Una muestra de ello son las agencias regionales de España	CANA (Caribbean News Agency), ARAGON PRES S, Press Delegación Cataluña
<b>NACIONAL</b>	Son las agencias que trabajan solamente dentro de su país de origen y que carecen de corresponsales en el exterior tanto por políticas internas de difusión.	Iberia Press, Agencia de e Noticias FIDES (ANF),y A.B I. (Agencia Boliviana de e Información)
<b>INTERNACIONAL</b>	Son las agencias noticiosas que en su origen son nacionales y que con el paso del tiempo desarrollaron una red de corresponsales en el extranjero, teniendo además dentro de su clientela a medios de comunicación en el exterior.	DPA (Alemania), EFE (España) y ANSA (ITALIA), France Press (FRANCIA) se debe señalar que en el ámbito nacional Bolivia no cuenta aun con una agencia de noticias de estas características
<b>MUNDIAL</b>	Son las agencias que poseen una extensa red de corresponsales por todo el mundo, además de contar, con medios alternativos de difusión para brindar sus servicios de noticias como ser su propio canal y/o radio.	United Press Internacional (ESTADOS UNIDOS), Associated Press (ESTADOS UNIDOS), REUTER (INGLATERRA), Agence France Press (FRANCIA).

Fuente: Elaboración propia sobre la base de [www.unesco.org](http://www.unesco.org)

## **2.5 BREVE HISTORIA DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS REUTER, AP Y UPI**

Estas tres agencias de noticias de tipo mundial son consideradas, en la presente investigación, como un referente noticioso importante debido a su antigüedad. Los logros periodísticos, obtenidos por las mismas a lo largo del tiempo, se relacionan con el rango de cobertura que tienen, siendo importante el hecho de que estas agencias fueron las primeras que ingresaron a Bolivia, como servicio informativo, desde el Siglo XX. Posteriormente, las agencias se incrementaron con el pasar del tiempo, pero estas tres se mantuvieron y hasta la fecha brindan sus servicios informativos al Matutino que se menciona en esta investigación (“El Diario”). Ahora bien, se mencionará a continuación la historia de estas agencias y sus características.

### **2.5.1 Agencia de noticias REUTER**

Fue fundada en 1851 en Inglaterra por Julius Reuter (1816 - 1899). Comenzó a transmitir sus noticias mediante palomas mensajeras entre la frontera existente de Alemania y Bélgica. Con el paso del tiempo su inquietud periodística llevó a Reuter a Londres, donde fundó su agencia de noticias con el uso de telegramas, nombrado a este sistema como “Reuters Telegrams”. En 1857, se nacionalizó este emprendedor como ciudadano inglés.

La calidad de su trabajo periodístico con el paso del tiempo cobro fuerza al extremo de que en 1858 The London Times, publica una de sus noticias y de ahí en adelante la agencia Reuters se volvió un referente periodístico de fuente informativa que agarro fama y fuerza a lo largo del tiempo, al extremo de ser la agencia informativa mas importante de ese tiempo en Inglaterra.

Posteriormente, debido al auge económico de la agencia, comienza a instalar diversas redes telegráficas, a lo largo del mundo, siendo las importantes la red entre Inglaterra y Alemania, Inglaterra y Francia y la de Francia con Estados Unidos, creando de esta manera la primera red trans-atlántica de información noticiosa en el mundo, debido a ello el 7 de Septiembre de 1871 la corona inglesa lo nombra Barón. Hasta la fecha esta agencia marca una vanguardia periodística en el Reino Unido. (Datos extraídos de [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) y [www.reuter.com](http://www.reuter.com)).

### **2.5.2 Agencia de noticias ASSOCIATED PRESS (AP)**

La Agencia de Noticias AP, fundada en 1846, fue la primera agencia noticiosa de Estados Unidos. Se constituyó como una cooperativa de periódicos y radios que organizaron esta agencia para difundir sus noticias a lo largo del mundo. Su alcance informativo actual cubre alrededor de 1.700 Matutinos y cerca de 6.000 radios y canales de televisión de manera global. Cuenta en la actualidad con 254 oficinas informativas en el mundo llegando ya a 132 países. Hasta le fecha esta agencia logró 60 premios Pulitzer en las ramas de mejor reportaje, fotografía y cobertura informativa.

Su rango de publicación lingüística, en referencia de las redes sociales de información ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) y [www.ap.com](http://www.ap.com)), se cubre, a la fecha, en siete idiomas, siendo estos: el inglés, alemán, francés, español, holandés, ruso y mandarín.

### **2.5.3 Agencia de noticias UNITED PRESS INTERNATIONAL (UPI)**

Fue fundada en 1907, por la Editorial E.W. Scripps, UP. Surgió, en primera instancia, como la agencia noticiosa denominada United Press e instaló un nuevo sistema de difusión de noticias, regulando la venta de las mismas a los diversos medios de comunicación masiva mediante una regla muy simple “No hay restricciones ni personas ni organizaciones para comprar noticias del servicio informativo”. Su labor se rigió por dos principios de acción periodística:

- a) Las organizaciones noticiosas pueden abarcar el mundo de manera independiente.
- b) Los periódicos de cualquier parte del mundo podrían comprar estas noticias.

Con estos dos principios fundamentales la UP, fue primera agencia en brindar este servicio de ventas de noticias bajo su propia cobertura noticiosa, marcando así una línea clara y definida que sería la base para el trabajo de las agencias a lo largo del mundo hasta los tiempos que corren.

Esta regla fue de forma franca y directa una roca en el camino de las grandes alianzas monopólicas de Europa y Estados Unidos, todo ello se cristalizó con la apertura de diferentes oficinas de la UP, a lo largo del mundo y sobre todo en Europa. Dentro de sus innovaciones, se halla la entrega de despachos efectuados por los periodistas incluyendo crónicas y entrevistas a diversas personalidades tanto del mundo de la política, como del espectáculo y los deportes.

Ya en 1935, la UP, fue la primera agencia en entregar despachos noticiosos a las radiodifusoras del mundo. Posteriormente, en 1945, el servicio se complementó con la entrega de noticias deportivas mediante cables internacionales marcando de esta forma un nuevo hito periodístico a nivel mundial en su haber.

En 1952, United Press introdujo de manera innovadora el servicio de noticias con diversas fotografías del mundo en sus noticias. De esta manera, gracias a la exitosa adquisición de la agencia gráfica Acme Newspictures de Scripps, UP se convirtió en el primer servicio informativo por cable, ofreciendo fotografías junto con sus artículos, generando así un nuevo avance en el ramo.

Con la llegada del año 1958, la UP se fusiona con el SIN (Servicio Internacional de Noticias) de propiedad del magnate de la comunicación norteamericana de aquella época William Randolph Hearst, de tal manera que esa fusión genera la United Press International.

Gracias a esa alianza la UPI, funda en 1960 el primer servicio de noticias de radio por cable en el mundo, mediante la voz de sus corresponsales a lo largo del mundo; estos corresponsales fueron denominados como los Unipressers, dentro de los corresponsales más famosos se hallan: Walter Cronkite, David Brinkley, Merriman Smith, Howard K. Smith, Eric Sevareid, Harrison Salisbury, Westbrook Pegler, Oscar Fraley, Raymond Clapper y William Shirer.

Dentro de otras innovaciones en el rubro periodístico, la UPI, fue la primera agencia en cambiar las máquinas de escribir por las computadoras en 1968, posteriormente en 1982 se instauró a los clientes la libre elección de temas o subtemas para la adquisición de los mismos como un servicio complementario que mejore a los ya

brindados por la agencia y la ultima gran innovación la creación de salas virtuales de información mediante la Internet en varios idiomas, para que los editores, reporteros y corresponsales, puedan entregar sus noticias a la agencia con su idioma nativo desde su lugar de origen.

Las agencias utilizadas por “El Diario” en el campo deportivo desde 1957 hasta 1993 A lo largo de esta investigación, se pudo detectar que la cobertura informativa efectuada por las agencias de noticias contratadas por “El Diario” fueron once siendo estas clasificadas en el siguiente cuadro de acuerdo con los parámetros de la UNESCO.

**Tabla 2.** Diferenciación de Las Agencias de Noticias

<b>TIPO</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>PAÍS DE ORIGEN</b>
<b>MUNDIAL</b>	ASSOCIATED PRESS	ESTADOS UNIDOS
	REUTER	INGLATERRA
	UNITED PRESS	ESTADOS UNIDOS
<b>INTERNACIONAL</b>	DPA	ALEMANIA
	ANSA	ITALIA
	EFE	ESPAÑA
	FRANCE PRESS	FRANCIA
	TELAM	VENEZUELA
	L	CUBA
	RL	COLOMBIA
	<b>NACIONAL</b>	JATHA

Fuente: Elaboración Propia

Debido a la diferenciación de este cuadro elaborado con base en la clasificación de la UNESCO se afirma que este trabajo se consideró solamente a las agencias de noticias de orden mundial.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **3.1 TEORÍAS COMUNICACIONALES**

Para la presente investigación se aplicaron las teorías de la agenda Setting elaborada por Maxwell Mc.Combs que muestra la forma de clasificar los medios masivos de comunicación, con la hipótesis de que éstos quieren imponer en la difusión de noticias de acuerdo a un orden o agenda determinada. La teoría del periodismo de Lorenzo Gomis que muestra como se manejan los tiempos en la redacción periodística de titulares para convertirlos en un conjunto de lectura autónoma e independiente que determina la calidad de un medio impreso. La posición de estos autores se complementa con los trabajos elaborados por Erick Torrico, Raúl Rivadeneira, Mar de Fontcuberta y Alarcos Llorach, los cuales muestran las diversas clasificaciones y conceptos básicos y complementarios utilizados para los titulares.

##### **3.1.1 La agenda setting**

La Teoría de la Agenda Setting fue creada por los investigadores norteamericanos Maxwell McCombs y Don Shaw en 1972. Este manejo teórico se desprende de la teoría de los efectos a largo plazo, siendo la misma de carácter funcionalista, ésta plantea, para los medios de comunicación masiva (Mass media research), McCobms que: “El establecimiento de la agenda es un sólido y extendido de la comunicación de masas y que se deriva de contenidos concretos de los medios de comunicación” (Mc Combs: 2006:81 y 82).

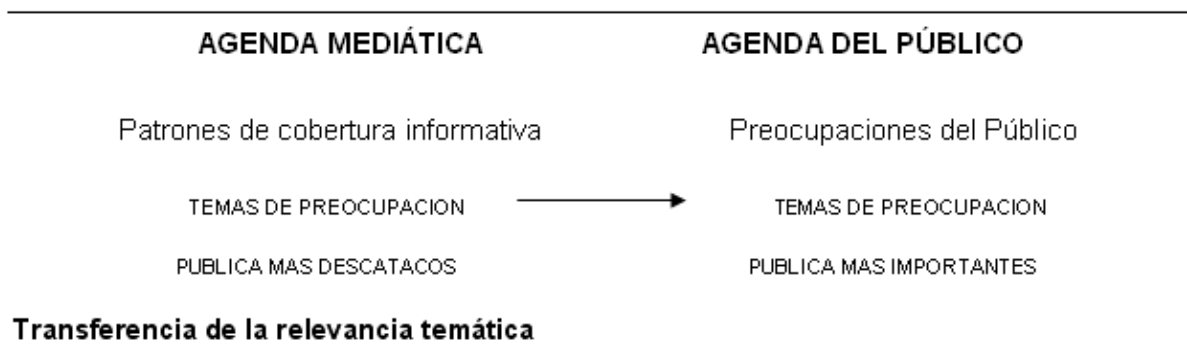
Posteriormente, cambió el paradigma en cuanto al análisis de los medios de comunicación masiva (Mass media research) y sus efectos en la audiencia pasando desde las etapas de la persuasión informativa hasta llegar claramente al proceso comunicativo como tal, terminando en la publicación de la noticia ante el público.

Maxwell McCombs y Donald Shaw, en 1972, sobre la base de la teoría de los efectos crearon la teoría de la agenda setting, la cuál se llamo “el establecimiento de la

agenda”, la cual tiene objetivo trabajar el tema de la influencia de la comunicación de masas.

Debido a ello, esta teoría es vital en esta investigación, aplicada a los medios impresos en este caso la Sección Deportiva del Matutino ““El Diario””, en el sentido en que fundamenta el análisis en Mc.Combs, quien definió la teoría de la agenda de la siguiente manera: “La teoría del establecimiento de la agenda evolucionó a partir de una descripción explicativa de la influencia de comunicación de masas en la opinión pública sobre los diversos temas que se generan en el momento”( Mc. Combs: 2006:17). Esta definición se refleja claramente en si siguiente esquema extraído del trabajo de (McCombs: 2006:29).

**Esquema 1. El papel del establecimiento de la agenda de los medios de comunicación**



Fuente: Mc. Combs 2006

La Agenda Setting pretende mostrar como evolucionó el manejo de la agenda, tomando en cuenta el siguiente aspecto en el Matutino “El Diario” a lo largo del tiempo en la sección deportiva (1958-1974).

McCombs menciona lo siguiente acerca de la agenda y la relación que esta tiene con los medios impresos: “Los periódicos nos hacen llegar una multitud de pistas sobre la importancia, en términos relativos, de los temas de su agenda diaria. Esa noticia que abre en la primera página, lo que va en portada comparado con lo que ve en página interior, el tamaño de un titular o incluso, la longitud de la noticia...todo eso nos está hablando de la relevancia de los temas de la agenda informativa. Y en los sitios Web nos encontramos con pistas parecidas”. (McCombs: 2006: 24).

Todos estos aspectos serán tratados, como ya se mencionó en el trayecto informativo de la página deportiva desde 1957 hasta 1974. De ahí en adelante (1977-1993) este aspecto de la agenda ya no fue considerado debido a la aparición del suplemento deportivo como tal. Es decir, la sección deportiva desde 1977 hasta 1993.

La teoría de la agenda-setting se consolidó con el paso del tiempo en un método empírico que muestra cómo los medios de difusión consiguen transferir a sus audiencias la lista jerarquizada de los “temas” o “problemas” más importantes para la sociedad, dividiendo la agenda en tres tipos que son:

#### **3.1.1.1 La agenda-setting de los medios (the media agenda)**

Su principal manejo reside en la medición de un tema cualquiera que es considerado por los medios de comunicación como un tema de preocupación pública. Este tema seleccionado es tratado en la cobertura noticiosa el cual posee un índice determinado de contenidos que ocupan las portadas de los medios (en este caso los periódicos) durante un periodo de tiempo. El número de noticias que aparecen sobre un tema o asunto de estudio se mide en función de su importancia, páginas que ocupa, tiempo dedicado, la cantidad de noticias relacionadas al respecto, el tamaño de los titulares y la frecuencia con la cual se habla del tema en el Matutino, etc.

Además, se debe señalar que la agenda de los medios es una de las agendas que posee un grado muy elevado de influencia en la gente ya que cuando ese manejo responde a intereses privados (empresariales o de los medios) puede generar bastante influencia en el público, como a la vez un efecto adverso de crítica o refutación de los medios, pero en la mayoría de los casos la agenda es muy influenciada por el factor noticioso y en algunos casos por la injerencia de la opinión pública en cuanto a la elaboración de la misma y su posterior réplica, por parte de la opinión pública.

Manuel López (López;1996:118) consideró que: “la agenda de los medios tiene dos dimensiones: una inmediata y otra a medio plazo, esto indica que la agenda anota



hechos surgidos en las últimas horas y al mismo tiempo hechos que serán noticia dentro de unos días, semanas o meses.”

Esta definición expresa claramente que la agenda de los medios en sus dimensiones tiene un carácter provisorio, pero inmediato al mismo tiempo, por considerar a los hechos noticiosos como productos de inmediato y largo alcance.

Manuel López (López; 1995; 118), señala que: “la agenda del medio es la base de la agenda temática porque en la primera se anotan los hechos susceptibles de convertirse en noticia, mientras que la agenda temática es el resultante de la selección final, que concluye con la jerarquización y distribución a través de las páginas del periódico o del minutaje en radio y televisión”.

Lo expresado por este autor, muestra que no sólo de los hechos vive el medio, más allá de ser altamente selectivo y jerarquizante en los temas a tratar para ponerlos en la agenda y así poder influir en la opinión pública, sino por su capacidad de recursos humanos periodísticos y profesionales, siendo estos el arma más poderosa que pueda tener un medio a la hora de poder influir ya que su plantilla de periodistas puede ser a momentos algo más influyente que las noticias seleccionadas por la agenda. Además, esto también se complementa con la calidad de tecnología que tiene el medio en cuestión para sacar con más recursos materiales y cibernéticos su producto a las calles y al mundo virtual de la Internet que cada vez cobra más fuerza en cuanto al acceso y a la información que esta posee.

#### **3.1.1.2 La agenda-setting del público (the public agenda)**

La agenda pública se basa en la utilización de medición de encuestas realizadas en una parte determinada de la población y en ellas a una muestra de individuos se les pregunta ¿Cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente este país? Esta pregunta es denominada el Problema más importante (PMI). Con los resultados que se obtengan, se pretende ver la posición relativa que tiene un tema o varios en la agenda del público. La agenda pública es el grado o jerarquía de

importancia que da el público a determinados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo.

### **3.1.1.3 La agenda-setting política o institucional (policy agenda)**

Esta agenda mide el tipo de acciones que asumió el gobierno, parlamento y las instituciones sociales que más tarde formarán parte desencadenante de debates, además de incluirse como temas destacados en la agenda de los medios y la agenda pública. Esta representa la “llave maestra” de todas las agendas ya que es la encargada de generar temas nuevos que influyen la agenda de los medios y la del público, distinguiéndose de las anteriores por centrarse en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre un determinado tema.

Al apreciar los tres tipos de agenda, se puede observar que la teoría plantea que todos los medios de comunicación escogen los temas sobre los que se habla y se discute, al igual que su importancia, su orden y la manera de transmitirlo, además de que los medios deciden como debe ser la percepción de la realidad social que tiene la gente, centrada en la opinión pública, pese a que no dicen qué hacer, pero señalan claramente en su manejo noticioso las cosas en las que debemos pensar de acuerdo a como ellos piensan, pese a que los medios incluyen o excluyen su propio contenido, debido al tipo de público al que llegan o pretenden llegar.

A pesar de ello, lo que la agenda setting sostiene es que como consecuencia de la acción de los medios de información, el público puede ser consciente o no, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los diversos escenarios públicos, los mismos son reflejados en la radio, televisión, prensa y los medios digitales que cada vez tienen más fuerza en el mundo, ello genera en este tiempo que todo lo que recibimos de información viene por parte de los medios y al haber un exceso de información que casi siempre es la misma, generando en la actualidad una gran desinformación, condicionando nuestra visión de la realidad.

Ahora bien, como complemento a lo mencionado se debe agregar lo que señaló Bernard Cohen en 1963 en su libro *The Press and Foreign Policy* (1963, pp.13) “Los medios informativos a lo mejor no tienen éxito a la hora de decirle a la gente qué es lo que tiene que pensar, pero sí que lo tienen, y mucho, a la hora de decirle a sus audiencias sobre qué tienen que pensar “. (McCombs; 2006; 26).

Sobre esta apreciación hecha por Cohen es evidente que a lo largo del tiempo se mantiene gracias a la diversidad de gente que se adhiere a un medio de comunicación masiva (en este caso un periódico).

En las audiencias selectivas, como por ejemplo, cuando salen los suplementos femeninos o las revistas de modistas, estas indican a las mujeres que ropa ponerse y cuál es la moda de acuerdo con la estación de temporada como sucede con *Vogue*, *Cosmopolitan* (en el caso nacional la revista *Cosas*).

Otro ejemplo se tiene en el caso de las revistas musicales como *Metal Hammer*, *Spin* o *Rolling Stone*, cuando señalan a sus lectores cuales son los discos que deben comprar, o cual es la mejor banda o cual será el concierto del año. Con muestras como esas el trabajo de los medios en determinadas audiencias surte el efecto esperado de influenciar y decir a la gente qué pensar.

Uno de los elementos que sostiene a la aplicación de la agenda setting es el uso del análisis de contenido de los medios, las encuestas y el sondeo de la audiencia en todas las variedades, las mismas que descubren, los efectos de los medios y la existencia de una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los temas que pueden o no interesar a sus audiencias.

### **3.1.2 Teoría del periodismo**

Lorenzo Gomis (Gomis; 1992; 59) afirma lo siguiente acerca de los titulares: “El periodismo trata por lo pronto de persuadirnos de que pasan cosas interesantes. Su objetivo es interesarnos, atraer nuestra atención, impresionarnos, lograr que pensemos y hablemos. Cumplen tres objetivos: anunciar y resumir la información que va en la noticia; convencer de que aquello que se cuenta es interesante; y evadirse de la propia

información que resumen, cobrar vida propia, resultar inteligibles por si mismos, de modo que el lector apenas leído el titular, pueda ya contar el hecho. El titular comunica la noticia. Si no hubiera titulares el lector no concentraría su interés en la noticia o lo haría de un modo más disperso”.

A lo mencionado se agrega el punto de vista de Fontcuberta que menciona lo siguiente acerca del titular: “Los titulares expresan la información más importante, más pertinente o más sorprendente del relato de la noticia”<sup>3</sup>.

La autora española menciona que los titulares tienen un grado de importancia por la síntesis que estos abarcan en cuanto al manejo de importancia y pertinencia en su constitución para que tengan así un acercamiento adecuado al lector mediante el manejo de la sorpresa que él mismo despierta, para llegar al público.

Para Alarcos Llorach (Llorach; 1977; 127) los titulares periodísticos cumplen tres funciones fundamentales: “distinguir los diversos titulares del mismo contexto; adecuar las referencias reales de titulares y noticias; y despertar el interés del lector” Con respecto a lo mencionado por este investigador se debe señalar que estos elementos son claramente definidos y consignados en su trabajo por la agenda del medio (en este caso los medios impresos).

En la definición expresada por Llorach, los titulares tienen diversos contextos que toman como base las referencias de corte real, tanto en su presencia como tales y en la noticia que estos encierran para atrapar el interés del lector. Este sentido se encuadra cabalmente en los titulares que son elaborados para así captar al lector pese a que todos los periódicos no son iguales debido al margen de diversidad de la sociedad ya que la oferta es variada por tamaño, formato, tiraje, número de páginas o simplemente el campo temático que le da un carácter personalizado y especializado.

El campo temático que refleja el autor, se pone en evidencia, como ejemplo, en la Tabla 3, que clasifica, por rubro, a los medios impresos nacionales, de acuerdo con el campo temático especializado que tratan.

---

<sup>3</sup> Mar de Fontcuberta (Fontcuberta, Op. Cit. 1993; 117)

**Tabla 3.** Campos Temáticos

<b>NOMBRE</b>	<b>RUBRO</b>
El juguete rabioso	Político – cultural
Nueva Economía	Económico
Tiempo de Opinión	Político
Atar a la rata	Literario
Tecnología.bo	Científico - tecnológico

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de Allarcos Llorach

### **3.1.2.1 El titular en tiempo presente**

El autor Lorenzo Gomis en su libro “teoría del periodismo” (cómo se construye el presente) muestra en el CAPÍTULO 2, refiere que el pasado se presenta como presente: “Los medios siempre tienden a titular en presente. De este modo se nos presentan como algo que está sucediendo, que no ha terminado de pasar, cosas que en el cuerpo de la información vemos que sucedieron ayer o quizás anteayer”. (Gomis; 1991; 27).

La cita anterior describe el grado de periodicidad y de inmediatez que hay en el titular en cuestión, ya que este es el elemento vital de la noticia (al menos en los medios impresos) y si el mismo carece de actualidad en su manejo, mostrando así una función periodística deficiente que tiende a perjudicar al medio, mostrando así un carácter evolutivo inadecuado y a ello debemos sumar que los titulares son un reflejo de la agenda.

En el mismo capítulo, en el subtítulo llamado El titular, en tiempo presente refleja de un modo concreto que la tendencia a titular en tiempo presente no sólo es visible en las normas y usos periodísticos actuales, sino que puede apreciarse también como algo que se afirma con el paso del tiempo.

Esta cita muestra que los titulares elaborados en tiempo presente expresan claramente y enfáticamente la intención de la prensa de construir el presente y de que sugieren al

público que lo contado en sus páginas esta sucediendo en ese instante, y aquello se consigue con una correcta elaboración que debe tener viveza y actualidad por encima de todo, pese a ser publicados el día después de los hechos noticiosos.

Los titulares funcionan con cierta autonomía respecto de los textos que resumen y anuncian y, es sabido, son muchos los lectores que de la información solo leerán el titular.” (Solaun; 1986; 28).

### **3.1.2.2 El titular según su tipo de apertura**

De acuerdo con todo lo expresado, es posible lograr una clasificación adecuada y coherente acerca del manejo de uso periodístico de los tiempos, tanto en el uso, así como en la redacción de los titulares (en este caso los de ““El Diario””) pudiéndose generar diversas categorizaciones, variadas de acuerdo a los usos adecuados para su manejo apropiado y de cómo estos son elaborados.

Para esta tesis se usó la referencia que expone Raúl Rivadeneira (1985) de acuerdo con los diversos usos que se le da a la elaboración de titulares en el nivel sintáctico del tipo de apertura, a la hora de redactar los mismos, (de acuerdo al presente autor) estos deben responder a las seis preguntas claves y básicas del principio periodístico universal, como ser, ¿Qué? ¿Quién? ¿Donde? ¿Cuando? ¿Como? ¿Por Qué?, siendo estas:

#### **3.1.2.2.1 ¿Qué?**

Este tipo de titulares responden a la pregunta ¿Qué?, la cual refleja el hecho acontecido, suceso, acción, causa o circunstancia, tomando un factor altamente descriptivo por ejemplo: “Victoria boliviana en Venezuela”.

#### **3.1.2.2.2 ¿Quién?**

En esta apertura la redacción del corresponde titular elaborado debe responder a la pregunta ¿Quién?, en este caso el titular identifica a la persona, institución o país, siendo este el siguiente caso: “Bolivia gana 2 - 0 a Brasil en un partido vibrante”.

### **3.1.2.2.3 ¿Donde?**

Son aquellos titulares que responden a la pregunta ¿Donde?, la misma pretende buscar el sitio, locación, lugar, país, ciudad, cantón, provincia, país o ubicación geográfica del hecho acontecido, reflejado en el titular mencionado, como por ejemplo: “En Santiago Bolivia logra un histórico empate 2 - 2 con Chile”

### **3.1.2.2.4 ¿Cuándo?**

En este tipo de apertura, el titular responde a la pregunta ¿Cuándo?, la misma quiere hallar, el factor tiempo: Ayer, hoy, mañana, pasado mañana, etc. en la redacción correspondiente del título elaborado, siendo esta la muestra: “Hoy Bolivia clasifica al Mundial Estados Unidos 94’ al empatar 1 – 1 con Ecuador en Guayaquil”

### **3.1.2.2.5 ¿Cómo?**

Esta apertura responde a la pregunta ¿Cómo?, la cual pretende hallar el factor condicionante de la acción efectuada, en este caso, las acciones Futbolísticas, ganando, empatando, perdiendo, goleando. Siendo este el ejemplo correspondiente: “Goleando a Venezuela por 7 – 0 Bolivia empieza una nueva Eliminatoria Mundialista”

### **3.1.2.2.6 ¿Por qué?**

Una de las preguntas que da vida al periodismo es la del ¿Por qué?, en este caso el título responde a la pregunta que define el motivo, razón, causa o circunstancia, verbigracia: “Para seguir en carrera Bolivia debe ganar a Perú”

### **3.1.2.3 El titular como significante visual**

Como segundo tipo de clasificación se remitirá a la que consideró el significante visual, el autor nacional Erick Torrico Villanueva (1989) clasifica a los titulares de prensa de la siguiente forma:

### **3.1.2.3.1 Título normal o lineal**

Son los titulares que se escriben en una sola línea o en dos o tres paralelas, por ejemplo:

Joaquín Botero es la figura de la Selección  
Oriente golea a Bolívar por 6 – 0 en Santa Cruz

### **3.1.2.3.2 Título piramidal o embudo**

Estos titulares están compuestos por dos o más líneas, se caracteriza porque cada una de ellas es más corta o más larga que la inmediatamente anterior y sugiere la imagen de un embudo o una pirámide invertida o normal.

Ronald Raldes  
Se convierte en la figura de Rosario Central  
Bolivia gana cómodamente a Venezuela por 5-0 en La Paz

### **3.1.2.3.3 Título en escalera**

Son Aquellos se componen de dos o más líneas. Se distingue del anterior porque cada una de ellas, generalmente de la misma extensión, se ubica como una sangría cada vez mayor que permite configurar una especie de gradería. Por ejemplo:

Wilstermann  
Empata 0-0 con San José,  
en Cochabamba

### **3.1.2.3.4 Título colgante**

Dichos titulares se componen de dos o más líneas, pero desde la segunda hasta la última son paralelas entre sí y más cortas que la inicial. No tiene sangría. Igualmente, puede construirse al revés y ser la última línea la más larga de todas, por ejemplo:

El negro José Alfredo Castillo es el mayor goleador  
del torneo mexicano



### **3.1.2.3.5 Título libre**

Estos titulares están conformados tres o más líneas. Todas estas empiezan o inician desde el fondo y cada una de ellas tiene una longitud diferente, para así diferenciarse del resto, por ejemplo:

La CONMEBOL reconoce a The Strongest como campeón

Con esta clasificación se demostró, una vez más, que el titular es el elemento más importante de un medio impreso ya que si su construcción es adecuada y en cierto grado tiene un carácter de independencia con relación a la noticia en si, pero a la vez es parte de ella por el carácter enunciativo que tiene con relación a la realidad contribuyendo así a la agenda setting de los medios (the media agenda).

### **3.1.2.4 El estudio evolutivo de titulares en prensa según Lorenzo Gomis**

Expuesta ya la evolución de los titulares de acuerdo al siguiente subtítulo extraído del capítulo 2 del libro “Teoría del periodismo” del autor español Lorenzo Gomis (1991) titulado La evolución del titular. “Se ha dicho que el titular de portada ya no suele ser la primera noticia de un texto, cuando los noticiarios de la radio y la televisión anticipan las noticias. Esta razón influye en el modo de titular. Los diarios sensacionalistas frecuentemente no titulan tanto por el resumen de un hecho cuanto por una frase que anuncie con eficacia el producto –la información- en términos sugerentes. En los diarios serios es igualmente frecuente que destaquen, más que la actualidad convencional, la noticia de cosecha propia o que, cuando titulan por el hecho del día, se esfuercen por afinar la redacción hasta ofrecer una sentencia histórica anticipada”.

Esto mostró de forma clara que, de acuerdo al carácter del medio, sea serio o sensacionalista dentro del género noticioso o los géneros que abarquen, como sucede en los medios de crónica roja la noticia debe competir con la inmediatez de los medios radiales y televisivos exponiendo su propio trabajo investigativo acerca del mismo hecho reflejando así la calidad de investigación y fuentes que estos poseen, para reflejarlos de forma atractiva a su público en el titular enunciando un carácter creativo a

la hora de redactarlo para generar un mayor impacto y así ser de una importancia que sepa llevar la delantera a los medios de carácter inmediato (radio y televisión).

Con este trabajo Gomis investigó y diferenció la evolución de los titulares a lo largo del tiempo, mostrando cómo los titulares fueron algo importado desde los Estados Unidos para la cultura hispanoamericana desde el siglo XIX.

El director de “La Época” (el gran diario español de la restauración), Ignacio José Escobar, encargó un día a su hijo Alfredo, comisionado a la Exposición de Filadelfia, que aprovechando su viaje estudiara la prensa americana. “Tu nos cuentas todo, absolutamente todo lo que veas”. Cuando Alfredo Escobar regresó de Estados Unidos en 1876 traía de España muchos proyectos en la cabeza. Pero la única innovación que logró introducir fue la de poner títulos a los artículos e informaciones. Tales títulos se parecían poco aún a los actuales. Las oraciones, no llevaban verbo. He aquí algunos del mismo diario, La Época, ya en 1907. “Despachos telegráficos” – “Cámaras francesas” - “Ecos de Paris: El general Roca y España” – “Éxitos científicos”

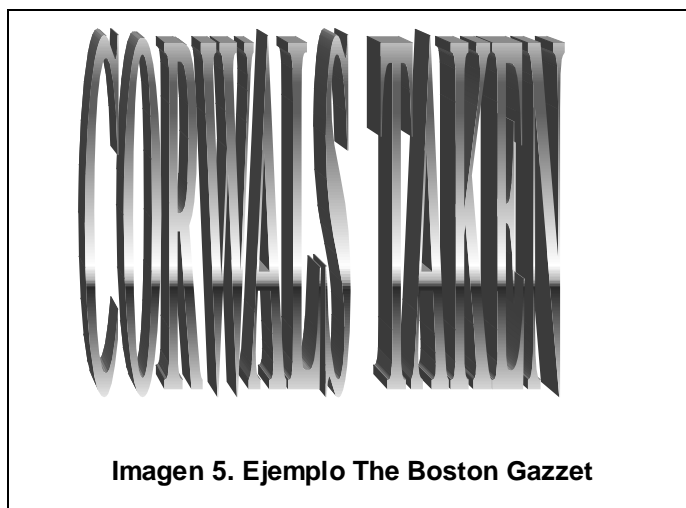
**Cuadro 1.** Ejemplo de Análisis de Titulares

“Despachos telegráficos”
“Cámaras francesas”
“Ecos de Paris: El general Roca y España”
“ Éxitos científicos”

Fuente: elaboración propia sobre la base de VIGIL VÁSQUEZ, 1996 y MARTÍN VIVALDI 1981

“La evolución de los titulares tal como hoy los conocemos ha sido muy lento. El contenido de “El Diario” aparecía clasificado y en lo alto de la columna venía un rótulo genérico. Sólo de vez en cuando el carácter extraordinario de un hecho impulsaba a

una especie de grito que anticipaba los titulares de tiempos venideros. En 1781, The Boston Gazzet gritaba “Corwalls Taken!”



Fuente: Elaboración propia sobre la base de Lorenzo Gomis

Otros antecedente son las ocho líneas con que el Times de Londres encabezó en 1879 las noticias que llegaban de Francia “France /Confinement/ of the/ King. Queen,/ and/ Royal Family,/ and/ The Attempt to Morder the Queen ”.

**Cuadro 2.** Ejemplo del Times de Londres

<p><b>France</b></p> <p>Confinement/ of the/ King.</p> <p>Queen,/ and/ Royal Family,/</p> <p>and/ The Attempt to Murder</p> <p>the Queen</p>
--

Fuente: Elaboración propia sobre la base de EVANS 1974

Por otra parte, el desarrollo de los titulares ha venido impulsado por las guerras. La guerra civil americana produjo ya algunos, pero no eran titulares que se extendiesen

por la página, sino una especie de sumarios que contaban la historia en una columna, de arriba abajo, separados en líneas por un filete.

El atentado al Presidente Abraham Lincoln por ejemplo, se anunciaba así en *The New York Times* “Awfull Event//President Lincoln/ Shot by an/ assassin//”. Y continuaba a través de siete apartados (EVANS, 1974).

**Cuadro 3.** Ejemplo del New York Times

COLUMNA	COLUMNA	COLUMNA	COLUMNA
COLUMNA	COLUMNA	COLUMNA	COLUMNA
COLUMNA	COLUMNA	COLUMNA	COLUMNA
Awfull Event//President Lincoln/Shot by an/ assassin/			

Fuente: Elaboración propia sobre la base de EVANS, 1974

El titular que se extiende a lo ancho de la página a través de las columnas fue otro resultado de la guerra periodística de Pulitzer y Hearst por la supremacía en la prensa de la época en Estados Unidos y tuvo su momento culminante en la guerra de Cuba, en 1898. Pero hasta la guerra europea de 1914 el hábito de los titulares a lo ancho de la página no adquirió carta de naturaleza en el periodismo” Garst y Berstein (1961).

Con estas apreciaciones se muestra la evolución de forma y fondo que mostraron los titulares en la prensa internacional como la construcción de los mismos en filas y separados por filetes (1865) la exposición de los mismos en columnas de forma genérica (1876), la introducción del titular en una página (1781), la separación por palabras con los mismos filetes (1879) y el manejo del mismo sin verbos (1907).

### **3.1.3 Propuesta teórica**

Por todo lo expuesto hasta ahora y basados en el Marco Teórico, el propósito de este trabajo es mostrar hasta qué punto llegó la evolución de los titulares en su manejo de forma a lo largo del tiempo tomando como referente al decano de la Prensa Nacional como es el Matutino ““EL DIARIO”” ya que hasta la fecha es el único medio escrito en Bolivia que lleva más de cien años de trayectoria y es el único que puede abarcar la totalidad del estudio cronológico de modo continuo. El trabajo en cuestión consiste en analizar de forma evolutiva los titulares deportivos de ““EL DIARIO”” cubriendo la participación de la selección boliviana de fútbol en las eliminatorias mundialistas de la categoría mayores, sexo masculino, desde que se dieron inicio en 1957 para el mundial se Suecia 1958, hasta las eliminatorias de 1993 del mundial Estados Unidos 1994 mostrando así la evolución de los mismos en el campo deportivo, en cuanto a su manejo de forma adecuada a la evolución mostrada por Gomis y reforzada con la apreciación Raúl Rivadeneira (1985).

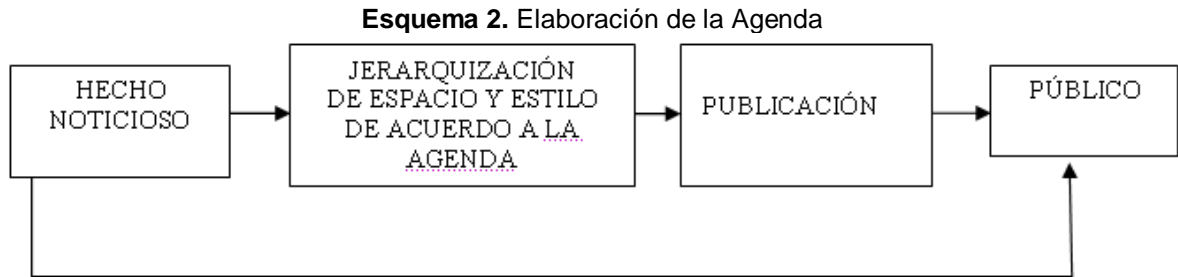
#### **3.1.3.1 Delimitación temática**

La investigación tuvo un primer corte de estudio en cuanto al factor analítico y evolutivo de los titulares que abarcan desde la eliminatoria del Mundial de Suecia en 1957 hasta la de 1969 para el Mundial de México.

Vale aclarar que, durante ese tiempo, “El Diario” no tenía suplemento deportivo, sino una página exclusivamente dedicada a deportes, la misma se ocupaba de dicha información y es ahí donde se inició el trabajo de análisis evolutivo ya que se consideró este elemento como parte fundamental de la investigación.

La agenda sirve como teoría de fondo para mostrar, en este corte, que los periodistas deportivos muestran a la selección nacional como referente máximo del deporte boliviano debido a la gran popularidad del fútbol y que por ello este deporte marca agenda en el terreno deportivo de la información.

Para ello se propuso un esquema, el cual expone el proceso que se llevó a cabo para elaborar el estudio adecuado de la ubicación de los titulares de acuerdo con su importancia y del manejo que se dio, debido a todo ello se complementó con la agenda setting de los medios de la siguiente forma: El medio en cuestión (“EL DIARIO”) percibe el hecho noticioso para convertirlo en noticia, esta condicionado a la relevancia del hecho para ser convertido en noticia.



Fuente: Elaboración Propia sobre la base de McCombs 2006

Cuando el hecho se convierte en noticia, el medio en cuestión le da una jerarquización de acuerdo con el ramo informativo, en este caso, el deportivo, posteriormente, de acuerdo con la importancia del área se le asigna un espacio determinado y luego se le da el estilo de escritura correspondiente.

Una vez asignada la conversión del hecho en noticia y dada su jerarquización correspondiente, tanto de espacio como de escritura en un estilo periodístico definido, se procede a la publicación de la noticia en cuestión para que sea recibida por el público.

Si la noticia llega al público, esta puede ser cuestionadora, positiva o negativa siempre y cuando tenga una connotación adecuada. En diversas ocasiones, esa aprobación, reprobación o cuestionamiento de la misma puede ser un hecho noticioso digno de ser convertido en noticia lo cual muy pocas veces o ninguna suele ocurrir, ya que por lo general, el público se decepciona y la comenta entre sus diversas esferas sociales.

Ya que la noticia es recibida por el público, la misma puede generar otros hechos noticiosos relacionados o simplemente pueden generarse otros hechos noticiosos para convertirse en noticia y otra vez sucederá el proceso expuesto en el esquema.

Aplicada la agenda con el esquema en cuestión se dará una forma total al estudio evolutivo aplicando la herramienta del análisis de contenido planteado por Maribel Quezada (1992).

Todo lo expuesto en el esquema y la explicación, complementada con el análisis de contenido que se usó, mostró que la información deportiva era centralizada, ubicada y valorada por al agenda de “EL DIARIO” ya que gracias a estos factores la información deportiva podía limitarse a la hoja en cuestión cuando las notas no tenían trascendencia o simplemente se abolía la página para poner el primera plana lo mas relevante de la información deportiva, todo ello relacionado, en este caso, con la participación de la Selección Nacional de Fútbol.

### **3.1.3.2 Segunda delimitación temática**

En el segundo corte de la investigación, se partió desde la eliminatoria de 1973 para el mundial de Alemania 1974 cuando el Matutino “El Diario” incorporó a su edición regular el suplemento deportivo, marcando así relevancia en el terreno deportivo de la información en sus publicaciones hasta la fecha. Desde ese año, el análisis evolutivo de titulares se rigió en el terreno del suplemento deportivo, hasta 1993. Para este análisis la agenda setting de los medios ya posee un espacio determinado de publicación en cuanto a sus noticias con respecto a su participación en las eliminatorias, marcando así una información especializada y definida.

Una vez que las noticias ya fueron analizadas en un espacio determinado y permanente de publicación en suplementos diarios, se aplicó en el estudio la herramienta del análisis de contenido de Maribel Quezada (1992). Como complemento de la investigación se aplicaron los factores de la Teoría del Periodismo de Lorenzo Gomis y la clasificación de Raúl Rivadeneira (1985) para que, el manejo del estudio evolutivo de los titulares sea similar al del primer corte, con las variantes ya explicadas en cuestión a la investigación realizada.

## **CAPÍTULO IV**

### **METODOLOGÍA**

#### **4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En la investigación se planteó el siguiente problema mediante las preguntas:

¿Hubo influencia de las agencias de noticias mundiales en la sección deportiva de ““El Diario”” en cuanto al significativo visual y el tipo de apertura de los titulares que cubren las actuaciones de la selección boliviana de fútbol, durante la etapa de 1957 a 1993?

¿Hubo algún proceso evolutivo en los titulares redactados en la sección Deportiva de “El Diario” en cuanto a su significativo visual y tipo de apertura?

#### **4.2 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS**

La hipótesis por la cual se rigió esta investigación, respondió a la pregunta del problema de la siguiente manera:

“La evolución de los titulares de la sección deportiva de “El Diario”, en relación con el significativo visual y tipo de apertura de los titulares que cubren las actuaciones de la selección boliviana de fútbol, durante la etapa de 1957 a 1993, muestra una significativa influencia de las agencias de noticias mundiales AP, UP y REUTER, en cuanto al significativo visual y tipo de apertura”

Para efectuar este trabajo investigativo se establecieron las siguientes variables de trabajo:

- Evolución de los titulares de la sección deportiva de ““EL DIARIO”” respecto a la participación de la selección boliviana de fútbol.
- Influencia de las agencias de noticias mundiales AP, UP y REUTER, en las publicaciones, en cuanto al significativo visual y tipo de apertura.



## **4.3 OBJETIVOS**

### **4.3.1 Objetivos generales**

Establecer la relación entre la evolución de los titulares de la sección deportiva de ““El Diario”” con respecto a la participación de la selección boliviana de fútbol, en las eliminatorias mundialistas efectuadas por la FIFA, desde 1957 hasta 1993, en relación con la influencia extranjera en las publicaciones en cuanto al significante visual y tipo de apertura.

Establecer las características de la evolución de los titulares de la sección deportiva de ““El Diario””, en relación con el significante visual y el tipo de apertura de los titulares que cubrieron las actuaciones de la selección boliviana de fútbol, durante la etapa de 1957 a 1993.

### **4.3.2 Objetivos específicos**

Analizar y clasificar comparativamente los titulares de acuerdo con significante visual y tipo de apertura.

Identificar las diferencias existentes entre los diversos titulares separados por décadas utilizando el análisis de contenido.

Comparar los resultados y mostrar las variantes correspondientes, de forma gráfica.

## **4.4. DEFINICIÓN DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

En el presente trabajo se utilizó el método de investigación científica. La ciencia puede entenderse como producto y como actividad. En la primera acepción Mario Bunge consideró que es el resultado de la investigación realizada con el método y el objetivo de la ciencia” Como actividad la ciencia constituye el proceso de aplicación del método y las técnicas científicas para resolver problemas concretos de una realidad observable.

#### 4.4.1. Modelo

Un modelo puede definirse como una representación teórica y simplificada del mundo real. Evidentemente, todo modelo ha de fundamentarse en una teoría y por esta razón no se entienden estos modelos si no se encuadran en un marco conceptual mayor. Esto no quiere decir que se deba confundir modelo con teoría: los modelos sirven de ayuda a la hora de formular teorías. Se pueden desarrollar dos tipos de modelos:

- a) **Análogos.** Cuando un fenómeno no es bien conocido el investigador busca un sistema similar sobre el cual se haya desarrollado un modelo que se toma como ejemplo. El modelo matemático informacional de Shannon y Weaver se encontraría dentro de este tipo, al asociar el proceso de la comunicación humana con la transmisión de información entre máquinas.
- b) **Teóricos.** En este caso, el investigador define de manera explícita el fenómeno objeto de estudio, aunque es posible que en la realidad no exista ningún fenómeno que se ajuste perfectamente al modelo.

En el presente estudio se utilizó el Modelo propuesto por Maribel Quezada, que consideró los siguientes aspectos de estructura de análisis de contenido;

- Creación de categorías
- Valoración
- Identificación del corpus
- Creación de unidades de análisis
- Análisis
- Descripción e interpretación
- Conclusiones

#### 4.4.2. Teorías

Las teorías científicas se constituyen a partir de las leyes científicas, pero poseen unas características propias que las diferencian de éstas. Así, gozan de un mayor nivel de abstracción, de generalidad y de alcance explicativo y predictivo. No es fácil dar una definición de teoría ampliamente aceptada, aunque parece que sí existe consenso al considerar que son conjuntos de enunciados relacionados de manera deductiva (Gómez Rodríguez, 2003: 196).

Sin embargo, en ciencias sociales es poco probable que se encuentren teorías deductivas en sentido estricto (tal como se formulan en las ciencias naturales). Las teorías sociales suelen nacer de leyes de tendencia que se relacionan de forma no jerarquizada, es decir, no existe un principio clave del cual se deriven (deduzcan) otros postulados de nivel inferior, sino que son conjuntos de proposiciones de igual importancia. Este hecho explica que en ciencias sociales se empleen múltiples términos como sinónimos de teoría: esquemas de clasificación, principios guía, modelos, analogías, sistemas de representación, marcos conceptuales, etc.

Por último, se hizo referencia al papel que cumplen las teorías en el proceso de investigación científica. Si las hipótesis expresan posibles respuestas a las preguntas iniciales del investigador, las teorías se sitúan entre dos procesos de investigación: por una parte, resumen la información obtenida de investigaciones anteriores y guían la investigación futura (lo que se denomina marco teórico), por otra, son el resultado de las conclusiones de la investigación presente, bien para corroborar los postulados anteriores, bien para refutarlos.

#### **4.4.1 Características del método de investigación científico**

El carácter distintivo del conocimiento científico se centra en la forma de adquirir tal conocimiento, es decir en el método empleado. “El método científico es el proceso de aplicación del método y técnicas científicas a situaciones y problemas teóricos y prácticos a concretos en el área de la realidad social para buscar respuestas a ellos y obtener nuevos conocimientos que se ajusten lo más posible a la realidad” (Sierra Bravo, 1983: 81).

Las características del método científico son las siguientes:

- ✓ Es empírico: Los fenómenos que se investigan son observables y medibles, es decir, presupone la existencia de un mundo exterior cognoscible.

- ✓ Es objetivo: Los hechos observados deben ser obvios para distintos observadores, de modo que exista acuerdo entre ellos. La condición para que se cumpla se circunscribe al respeto del investigador de las reglas y procedimientos establecidos entre los que se encuentra la necesidad de analizar y no interpretar los hechos.
- ✓ Es verificable y replicable: Si se ha cumplido la condición anterior cualquier otro investigador podrá repetir la experiencia con el fin de alcanzar el progreso en el conocimiento científico.
- ✓ No es infalible: La ciencia pretende eliminar errores, de modo que continuamente se somete a prueba el conocimiento obtenido con anterioridad.
- ✓ Es acumulativo: El conocimiento científico necesita apoyarse en los conocimientos previos, en la teoría. En este sentido, ningún estudio científico es un producto aislado. Todo investigador emplea los trabajos precedentes como materia prima.
- ✓ Es público: El avance científico, depende de la investigación disponible. Se apoya en el pasado, en publicaciones que aportan a los investigadores teorías en las que fundamentar su trabajo.

#### **4.4.2 Aplicación del método científico**

Según Maruja Serrudo (2004), “el método de investigación científica supone el paso del concreto empírico a la elaboración abstracta, en un proceso que mas allá del fenómeno, busca el hallazgo de la esencia del objeto de estudio. La investigación científica construye un objeto de estudio en movimiento y puede ser percibido en varios momentos de su proceso, con la finalidad de transformar la realidad”<sup>4</sup>.

Los resultados de la investigación son producto de procesos metodológicos, teóricos y tecnológicos a partir de los cuales se indaga acerca de la historia del objeto de estudio, entendido como condicionado por una serie de elementos que interactúan, dándole la manera particular de su existencia.

---

<sup>4</sup> Módulo de Investigación Científica. Edit. Valle, 1ª. Edición, 2004. La Paz, Bolivia.

En la investigación se consideró el trabajo de análisis evolutivo de titulares que propone Lorenzo Gomis reflejado en su libro “Teoría del Periodismo”, el cuál ya fue mostrado, además de ello se tomó como complemento la correcta aplicación práctica que muestran Raúl Rivadeneira, Mar de Fontcuberta y Alarcos Llorach. Se utilizó, además, fundamentos de la teoría comunicacional de la agenda setting con su extensión en los medios (the media agenda), con ello el punto de esencia del trabajo se complementó aplicando estos factores con el tema deportivo que cubrió el Matutino “El Diario” con respecto a las participaciones de la selección boliviana de fútbol, en su manejo de titulares con los dos cortes investigativos evolutivos de titulares.

#### **4.4.3 Metodología cuantitativa**

Para este trabajo se usó la metodología del Análisis de Contenido, la misma que, de acuerdo con los diversos tipos de análisis que propone Klaus Krippendorff, identifica simplícidamente el fondo y la evolución de los titulares a estudiar.

Para el análisis de contenido noticioso se usó la técnica del “análisis de contenido noticioso” para ver la evolución de los titulares del Matutino “El Diario” sobre esta base planteada por Klaus Krippendorff “El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” Krippendorff (1997).

Según Krippendorff (1997): “El análisis de contenido ocupa un lugar importante dentro de la metodología de los instrumentos de investigación. Ante todo, permite aceptar como datos, comunicaciones simbólicas comparativamente no estructuradas y, en segundo lugar, permite analizar fenómenos no observados directamente a través de los datos relacionados con ellos, independientemente de que intervengan o no un lenguaje. Dado que la mayoría de los procesos sociales se llevan a cabo a través de símbolos, en las ciencias sociales y en las humanidades es dónde se encuentra más difundido el uso del análisis de contenido.

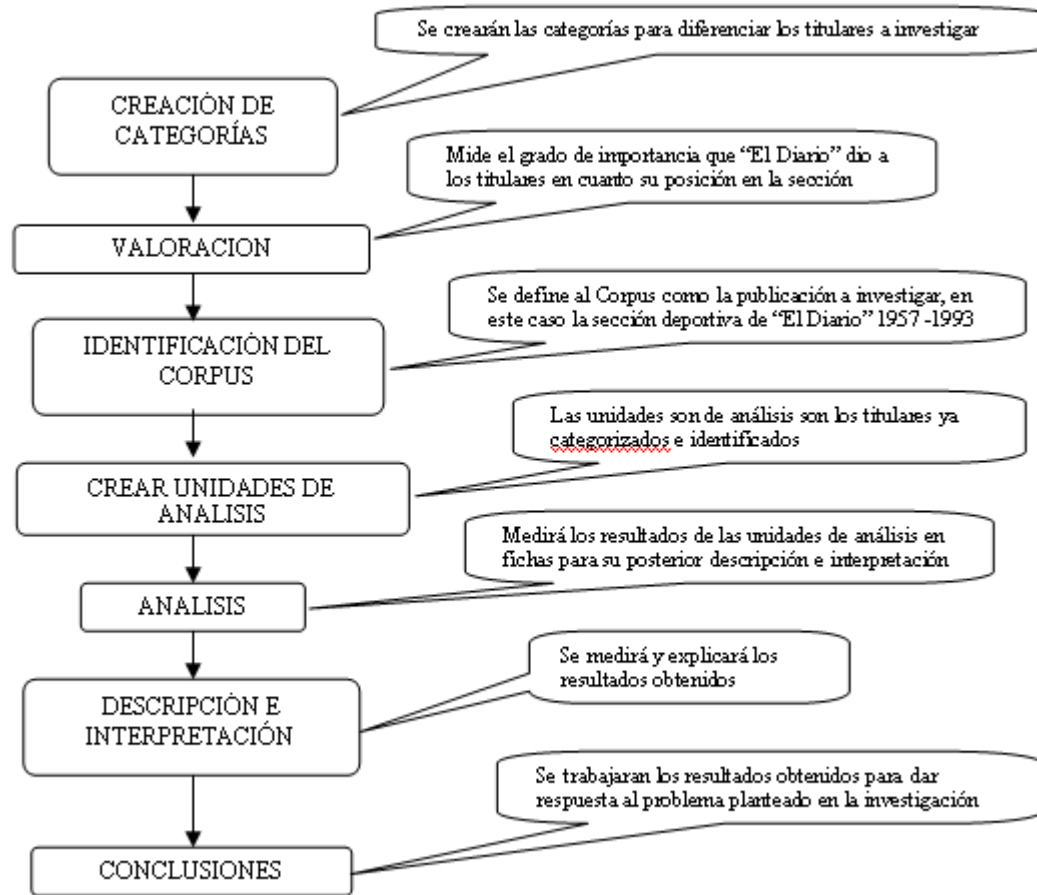
En concordancia con Klaus Krippendorff, es pertinente mencionar que sirvió como un referente de carácter genérico para entender la esencia y el uso de la técnica del análisis de contenido.

Pero, cuando se llevó a cabo el análisis evolutivo de los titulares utilizando la técnica del análisis de contenido, se utilizó el modelo de la Lic. Maribel Quezada, que se encuentra plasmado en su libro: "El mensaje medio a medio". Dicha autora se basa en el trabajo de Krippendorff, pero enriquece el método con su propio aporte, debido a que en "El mensaje medio a medio", trabaja exclusivamente el análisis de contenido aplicado a los tres medios de comunicación masiva más preponderantes como lo son, la radio, la televisión y el periódico. Factor que Krippendorff no efectuó.

Quezada, a lo largo de su trabajo propositivo en cuanto al análisis de contenido, plasma diversos modelos para hacer dicho trabajo exponiendo un esquema específico para la radio, otro para la televisión y uno para los periódicos (siendo éste el que se aplicó en esta investigación). Dicho modelo tiene las siguientes partes que se aplicaron al análisis evolutivo en el cual se ha trabajado a lo largo de la investigación de acuerdo con la descripción graficada de esta manera:

## 4.4 ELABORACIÓN DE CATEGORÍAS

Esquema 3. Elaboración de categorías



Fuente: Elaboración propia sobre la base de Maribel Quezada 1992

### 4.4.1 Primer paso: Creación de categorías

Una vez identificado el problema a analizar, se procede a la creación de las categorías objetivas para los titulares a investigar en el correspondiente análisis evolutivo de los mismos. Por supuesto, las mismas deben tener una exigencia de orden lógico para su manejo correspondiente y su posterior entendimiento.

Estas deben ser pertinentes y estar relacionadas con el planteamiento del problema que se ha determinado para así responder de una forma adecuada, al problema en

cuestión. Además de ello, las categorías deben abarcar todos los titulares que se plantean para así determinar de modo completo el trabajo a efectuar.

Para el estudio, las categorías que se consideraron, tomando como base el trabajo de Maribel Quezada tuvieron sus correspondientes sub.-categorías, consideradas, además, con la propuesta de Raúl Rivadeneira.

#### **4.4.2 Segundo Paso: La valoración**

Una vez realizados todos los pasos concernientes, se procedió a trabajar el factor de la “valoración” de los titulares. Para ello, se dividieron las páginas en los siguientes fragmentos:

**Cuadro 4.** Elaboración de categorías de Valoración

(3) Angulo Superior Derecho	(1) Centro Superior	(2) Angulo Superior Izquierdo
(4) Lugares Secundarios	(4) Lugares Secundarios	(4) Lugares Secundarios

Fuente: Elaboración propia sobre la base de Maribel Quezada

Se tomaron como lugares secundarios todos los restantes fragmentos a fin de simplificar este trabajo analítico, sabiendo que a estas ubicaciones les corresponde una jerarquía dentro del medio.

Acerca de la valoración, cabe mencionar que ésta permitió conocer el grado de importancia que El Diario”, ha dado a los titulares que se analizaron, en cuanto a su ubicación a lo largo de todas las eliminatorias mundialistas en las que participó la selección nacional.



#### **4.4.3 Tercer Paso: Identificación del Corpus**

Ya identificado el problema, fueron creadas las categorías y señalando el factor de la valoración se procedió al análisis evolutivo de los titulares completos en cuestión. Luego se procedió a ubicar el Corpus del trabajo a elaborar, analizando todas las ediciones de ““El Diario”” en su sección en referencia a la participación de la selección boliviana en las eliminatorias al mundial, desde 1957 hasta 2005.

Se analizó la información en dos fases: la primera con su página deportiva desde la eliminatoria de Suecia 1957 hasta la de Alemania 1973 y la segunda fase con la implementación del suplemento deportivo, desde la eliminatoria de Argentina 1977 hasta la de Estados Unidos 1993.

Cabe destacar que en este Corpus, de acuerdo con el modelo de Quezada, se trabajó exclusivamente con los titulares mencionados desde 1957 hasta 1993, en las fechas correspondientes al día posterior de los partidos disputados por la selección boliviana de fútbol.

#### **4.4.4 Cuarto Paso: Las Unidades de Análisis**

Una vez identificado a plenitud el Corpus, se procedió a identificar, clasificar y diferenciar las unidades de análisis (los titulares), los cuales fueron adaptados e identificados en las categorías objetivas de acuerdo con el problema y la hipótesis de la investigación de la tesis planteada. Este factor permitió identificar y diferenciar los titulares investigados, apreciando la efectiva relación entre el problema y la hipótesis.

#### **4.4.5 Quinto Paso: El Análisis**

En este punto se procedió a mostrar la forma en la cual se ordenaron lógicamente los titulares examinados ya mencionados (unidades de numeración). Cabe mencionar que el análisis se hizo con base en las categorías ya elaboradas. Posteriormente, se identificaron, clasificaron, describieron e interpretaron los contenidos.

Para efectuar, de una forma eficiente, el análisis de contenido, se diseñaron tablas codificadas, de acuerdo a las categorías ya establecidas, en hojas y fichas de registro, aplicando en ellas abreviaciones y definiciones, determinadas para codificar y trabajar de una forma prolija el análisis evolutivo de los titulares de ““El Diario”” desde 1958 hasta 1993, en las fechas correspondientes al día posterior de los partidos disputados por la selección boliviana de fútbol. El análisis ya descrito y trabajado, sirvió como parte fundamental del análisis del contenido de la información seleccionada.

#### **4.4.6 Sexto Paso: Descripción e interpretación**

En relación con el trabajo de los titulares analizados que presento ““El Diario”” se apreció la evolución de los mismos desde 1957 hasta 1993, plasmando el análisis en la descripción con su correspondiente interpretación.

La Descripción tuvo como finalidad la expresión de los datos recolectados de acuerdo con las categorías pre-establecidas, las diversas unidades (de numeración y análisis).

La descripción brindó un elemento definitivo de lo trabajado, tanto en el análisis y en la descripción del trabajo investigativo, permitiendo arribar a las conclusiones que se manifiestan en capítulos posteriores.

Ambos sentidos el descriptivo e interpretativo, sirvieron como elementos que permitieron definir los aspectos fundamentales del análisis investigativo, en cumplimiento del objetivo general al igual que de los específicos.

#### **4.4.7 Séptimo Paso: Conclusiones**

Ya efectuados los siete pasos anteriores se identificaron las diferencias halladas en el Corpus de ““El Diario”” y con esta base se trabajó toda la información obtenida, la cual ha sido expuesta de forma cuidadosa en todos los pasos anteriores, de tal modo que se logró una síntesis final expuesta en las conclusiones.

Procedimentalmente, en las conclusiones, se integraron elementos de identificación, clasificación, diferenciación, cuantificación, rescate y generalización evolutiva de los titulares objeto del estudio.

Con ello se conectó una respuesta global para el problema planteado, de modo que la hipótesis es, en realidad, una derivación lógica conceptual del análisis de contenido realizado con los pasos arriba expuestos.

El marco teórico, en este caso, fue vital para lograr la interpretación como respaldo de autoridad tanto a nivel de análisis lineal como radical, con base en los datos analizados.

#### **4.5 REVISIÓN DOCUMENTAL HEMEROGRÁFICA**

Cuando se hizo el trabajo de campo el elemento fundamental para el análisis de contenido fue la investigación documental hemerográfica, ya que permitió conseguir el material de investigación. No se pudo acceder a la hemeroteca del Matutino ““El Diario””, debido a la falta de convenios entre la U.M.S.A. y ese Matutino.

De tal modo que se realizó el trabajo de campo en la Hemeroteca Central de la U.M.S.A. Sobre la base de esta búsqueda, se elaboró el documento que permitió arribar a conclusiones de análisis correlacional entre los datos obtenidos, en los tiempos previstos en la investigación, mediante la elaboración de fichas.

#### **4.6 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA MEDIANTE LA TABULACIÓN DE DATOS**

En cuanto a la utilización de este método de investigación se recurrió a la técnica de la variable aleatoria discreta, expuesta por Wayne, el cual señala lo siguiente:

“Cuando los valores que puede tomar una variable están separados entre si por una determinada cantidad, la variable se determina discreta. Una característica de la variable discreta es la presencia de “vacíos” o “interrupciones” entre los valores que

puede tomar. Como ejemplos de variable discreta pueden citarse, el número de admisiones en un hospital durante un día determinado, el número de accidentes automovilísticos que se producen dentro de los límites de una ciudad durante un mes, el número de colonias de bacterias en una placa de agar y el número de estudiantes de primer año en un sistema escolar determinado”. Wayne (1998).

Para complementar el manejo estadístico se usará la técnica de la variable aleatoria continua. Esta menciona según Wayne que:

“Una variable continua es aquella que teóricamente puede tomar cualquier valor dentro de un intervalo de valores.

Es decir, una variable continua se mide uniformemente. Otra manera de explicar lo que es una variable continua consiste en decir que, sin importar qué tan cerca pueden estar dos valores de una variable, es posible teóricamente hallar con otra variable cuyo valor se pueda colocar entre ellos. Un ejemplo de variable continua es la estatura humana.

Sin tomar en cuenta qué tan próxima sea la estatura de dos personas, es posible teóricamente encontrar otra persona que sea más alta que la más baja y a la vez más baja que la más alta de las dos.

La posibilidad de identificar a tal persona en la práctica puede dificultarse por las limitaciones de los instrumentos de medida disponibles. Otras variables continuas pueden ser aquellas que se miden con una escala de peso, tiempo o temperatura”. Wayne (1998).

De acuerdo con lo expresado por este autor se consideró pertinente esta apreciación para usarla en la tabulación de los datos que se analizaron en la investigación correspondiente.

## 4.7 ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

La entrevista en profundidad marca una clara diferencia en cuanto a los tres tipos de entrevista existentes: la entrevista convencional de preguntas y respuestas y la ping pong. En primer lugar, la convencional es corta de temas variados y a veces específicos; la ping pong se jacta de ser una entrevista corta y diferenciada debido a su extensión y tipo de pregunta, la cual casi siempre es concreta en su respuesta, en la mayoría de las veces, su respuesta es: si, no, tal vez, quizás, no sé, etc.

En cuanto a la entrevista en profundidad la misma abarca muchas preguntas sobre un tema relacionado de manera única y específica en la investigación a efectuar y como tal es una técnica muy válida en las investigaciones de tipo científico, como es el caso presente.

Como parte del trabajo investigativo se contactó a dos directores de la sección deportiva del Matutino “El Diario”, a quienes se entrevistó en profundidad acerca de todo el aspecto concerniente al trabajo periodístico que hubo en el Matutino, vale decir, el tipo de redacción, diagramado, armado, edición, cobertura, competencia, es decir, aspectos de índole periodístico a lo largo del tiempo que abarca la investigación desde 1957 hasta 1993.

Ahora bien, si ya se tiene al Matutino y el trabajo periodístico como tal, surge una interrogante ¿Por qué se buscó a los Directores de la Sección deportiva del Matutino para entrevistarlos? La respuesta se basa en el siguiente factor mencionado por Manuel López (López; 1995; pp.68) “El director –también conocido en ciertos medios como “editor”- es la persona de confianza de la empresa al que se le encarga la realización de un producto pactando con la línea editorial de la sección deportiva del Matutino”.

Manuel López menciona lo siguiente acerca de los directores: “El director es ante la ley el responsable del contenido periodístico y por ello tiene el derecho de veto ante cualquier original...”. A esto se debe añadir que el Director es el directo responsable de la imagen y la actitud que un medio tiene ante el público (López; 1995; 68)

Con estos argumentos expuestos por López se entiende que el trabajo del Director es el más importante dentro de la sección, ya que éste es el que toma las decisiones importantes en cuanto a la publicación como tal, tanto en los aspectos de forma (formato, significante visual y tipo de apoyo) y fondo (redacción, tipo de fuente y cobertura).

En ese sentido, la investigación fue rigurosa y se trató de ubicar a la mayor cantidad de ex directores de la sección mediante diversas fuentes informativas que facilitaron los datos, como ser, el registro de Kardex del personal del Matutino y el archivo de registro del Círculo de Periodistas Deportivos de La Paz.

Con esos elementos se esperaba obtener un resultado importante que pueda dar luces al trabajo investigativo que se obtuvo para dar una respuesta clara, coherente y contundente al problema planteado para así reforzar la hipótesis planteada en esta investigación de orden científico concerniente al periodismo deportivo de la prensa nacional.

Se debe agregar que en cuanto al tema del Kardex del Matutino, los datos no se pudieron conseguir debido a la antigüedad de la información solicitada, al igual que en Círculo de Periodistas Deportivos de La Paz. Por lo cual la única referencia para ubicar a los Directores fue la información brindada por los mismos mediante las entrevistas.

## **CAPÍTULO V**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

#### **5.1 RESULTADOS SOBRE EL ANÁLISIS EVOLUTIVO DE LOS TITULARES**

En esta investigación el número definitivo de muestras fue de 240 titulares, recolectados en 240 fichas, que cubrieron la participación de la Selección Boliviana de Fútbol, Categoría Mayor Sexo Masculino desde 1957 – 1993, en las Eliminatorias Mundialistas de Fútbol

La metodología aplicada a este estudio fue el análisis de contenido, que contempla diez categorías a medir con sus respectivos cuadros y tablas de resultados, con su consiguiente interpretación, la cuál arrojó los resultados necesarios para validar o rechazar el problema de investigación planteado.

Cabe señalar que la prueba de confiabilidad de los resultados obtenidos parte de la variable discreta de estadística, en este aspecto la homologación de resultados permitirá aceptar o rechazar la hipótesis de acuerdo con la variable escogida para el estudio de acuerdo con el modelo de Maribel Quezada,

Es importante indicar que para dicho estudio, se definió claramente el tipo al cual corresponde siendo este un “Estudio de Prensa de Carácter Deportivo Histórico” Es obvio, señalar que los medios de comunicación han sido, los más importantes narradores de la historia de la humanidad, desde siempre, pero de manera sistemática a partir del Siglo XVII.

Los periodistas trabajan con acontecimientos de actualidad, pero también se refieren al pasado, o bien para explicar hechos del presente o bien para recordar sucesos que tienen una especial importancia para el grupo social. En este último caso, están actuando sobre la memoria colectiva reconstruyendo la historia a través del discurso noticioso.

Se tomo como base teórica fundamental de esta investigación, la Teoría de la Agenda Setting, la cual señala en su primer nivel, cómo la gente ve el mundo periodístico y el carácter prioritario que la misma otorga a costa de otros. Se recuerda que el tema deportivo es, en la mayoría de los casos, un aspecto que siempre se halla en agenda, siendo esta elección netamente influenciada por los medios de comunicación masiva.

Como respaldo, se resaltan dos de los tres tipos de Agenda: “La Agenda de los Medios” y “La Agenda del Público”.

En cuanto a la temporalidad en la búsqueda de resultados se identificó la interpretación como de carácter transversal ya que conjuncia las diez categorías expuestas mencionadas en el análisis de contenido referido.

Con el enfoque de Quezada, se trabajó en el análisis con carácter retrospectivo y cuantitativo. Este procedimiento permitió la cuantificación y medición del comportamiento de la cobertura periodística en cuanto a la Selección Boliviana de Fútbol, Categoría Mayor, Sexo Masculino desde 1957 – 1993, en las Eliminatorias Mundialistas de Fútbol. Este análisis estableció que no hubo una evolución periodística entre 1957 hasta 1993.

En los siguientes cuadros se exponen las diversas categorías obtenidas a partir del análisis de contenido, ya descrito anteriormente.



### Primer análisis de datos por el tipo de fuente

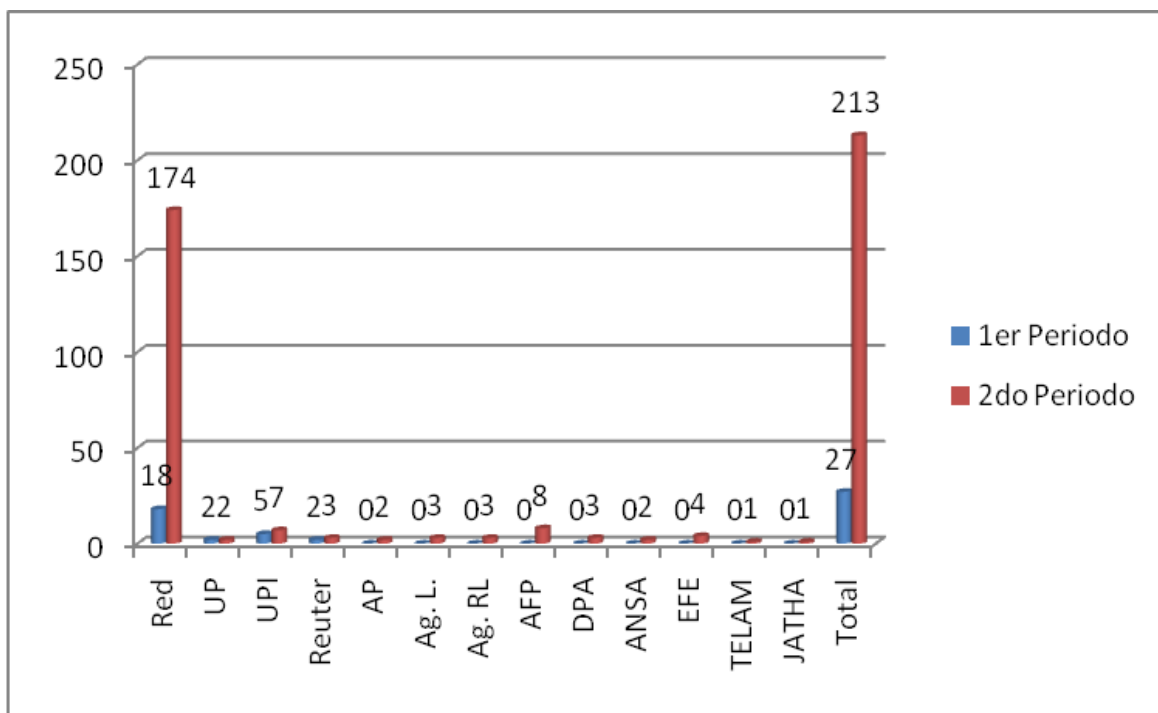


Imagen 6. Tipo de fuente

Tabla 4. Elaboración de categorías de Valoración

PERIODO	Red	UP	UPI	Reuter	AP	Ag. L.	Ag. RL	AFP	DPA	ANSA	EFE	TELAM	JATHA	Total
1er P.	18	2	5	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27
2do P.	174	2	7	3	2	3	3	8	3	2	4	1	1	213
Total	192	4	12	5	2	3	3	8	3	2	4	1	1	240

Fuente: Elaboración propia

#### 5.1.1 Primer periodo

En la primera parte de la tabla (TIPO DE FUENTE), se puede establecer que, en el PRIMER PERIODO del estudio evolutivo, hay agencias noticiosas como fuente, pero esta cantidad es mínima (3), publicando a su vez solamente (9) titulares, contra (18) de la redacción, con lo cual se ve, una clara proporción de superioridad en cuanto a la producción propia del Matutino.

Se debe mencionar que en la entrevista efectuada a uno de los Ex - Directores del Matutino (Mario Ríos Castelu), este, mencionó tres aspectos muy importantes que reflejan estos resultados:

**PRIMERO.-** No era necesario recurrir a las agencias extranjeras de noticias debido a la capacidad de los periodistas.

**SEGUNDO.-** En esa época los partidos jugados por la selección nacional eran muy pocos, a comparación de la época actual en la cual los partidos del seleccionado, son bastantes, debido a las fechas FIFA, partidos amistosos y el nuevo formato de las eliminatorias actuales impuestas por la CONMEBOL desde el 2002, en la cual juegan todas las selecciones sudamericanas entre si a dos ruedas jugando cada una dieciocho encuentros por eliminatoria.

**TERCERO.-** Mario Ríos Castelú mencionó de manera enfática que no hubo influencia extranjera (agencias, revistas, etc.) en las publicaciones, por lo cual, en aquella época, los periodistas producían una cantidad reducida de publicaciones, con un estilo y personalidad propia.

### **5.1.2 Segundo periodo**

La producción periodística como tal, tanto en noticias elaboradas por la redacción de la sección deportiva y las agencias noticiosas, se refleja claramente en este corte investigativo. Los resultados muestran que se usaron más las noticias de agencias informativas (12), con 39 titulares publicados, en comparación con las tres agencias usadas en el primer periodo, con sus nueve titulares.

En el caso de las noticias elaboradas por la redacción, se obtuvo la suma de 174 titulares, demostrando de esta manera una superioridad abrumadora ante las agencias extranjeras (UPI, AP y REUTER). En este sentido, se puede constatar que la producción noticiosa de la redacción fue constante y sostenida.

De esta manera, se pudo evidenciar que, en esta segunda parte de la investigación, el carácter productivo fue superior en cuanto a la cantidad de noticias usadas con

relación al primer periodo. Como un complemento a lo ya expuesto se puede decir que los, titulares clasificados en este segundo periodo de la investigación deben su diferenciación con el primer periodo al salto tecnológico que se dio con el paso del tiempo. La innovación tecnológica en las transmisiones de información, como por ejemplo el teletipo que reemplazó al correo de tren y al correo aéreo, contribuyeron a superar la tardanza de las noticias, que eran desactualizadas, en muchos casos.

El teletipo fue el innovador de las noticias transmitidas con celeridad e inmediatez, siendo después superado por las transmisiones vía satélite, mediante estaciones terrenas como la Estación Terrena Tihuanacu, en Bolivia, construida en la década de 1970, durante el Gobierno de Hugo Banzer Suárez.

Se interpreta, a través de los resultados, que se produjo un cambio, relacionado con la cobertura de los partidos que hizo “El Diario”, al igual que en su tipo de apertura usada por la redacción, pues se realizaron más notas de la participación de la Selección Nacional en las eliminatorias mundialistas desde 1957 hasta 1993.

A ello se debe añadir de forma clara un elemento muy importante, el manejo de la “agenda mediática”, en la cobertura reflejando de esta forma que la selección de Fútbol de Bolivia, con el paso de los años, adquirió importancia en la agenda del público y todo ello fue debido a la popularidad de este deporte y a las actuaciones con resultados satisfactorios obtenidos, sobre todo, en la década de 1960, con la obtención de la Copa América de 1963; la casi exitosa eliminatoria de 1977 durante la década de 1970 y la clasificación al Mundial de 1994, en Estados Unidos, durante la década de 1990.

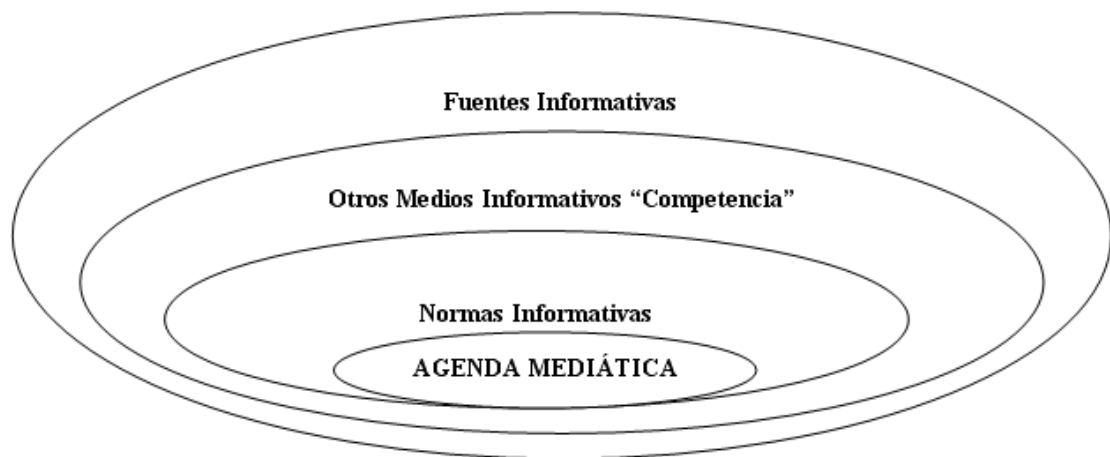
Como muestra de ello se pueden mencionar, en el campo de las eliminatorias, resultados históricos para el combinado boliviano, por ejemplo, el empate en el Uruguay en 1977 por 2-2; la Victoria ante Brasil, quitándole el invicto de casi cincuenta años en eliminatorias mundialistas por 2-0 en La Paz, en 1993; la goleada en Venezuela por 7-1 en Puerto Ordaz en 1993 y el histórico empate en Guayaquil ante

Ecuador por 1-1, que dio a la Selección la histórica clasificación a un mundial por derecho propio.

### 5.1.3 Conclusión

Por el análisis de contenido, con la información obtenida de las fuentes se demostró que los cambios impuestos por la “agenda mediática” marcaron una tendencia clara en cuanto a la imagen que la selección boliviana irradió a la sociedad nacional a lo largo del tiempo, tanto antes de jugar un partido como posteriormente, antes de la publicación de la noticia como tal.

Una vez que los medios de comunicación cumplen con el objetivo final que es la llegada al público, éste define, posteriormente, si el tema de la selección boliviana, en este caso, entra en su agenda, para hacerlos suyos o desecharlos. En el caso de la Selección Boliviana de Fútbol es un tema permanentemente aceptado en la agenda del público, tanto en sus repercusiones positivas como negativas. Como una muestra de lo ya expuesto se puede apreciar el cuadro denominado “LA METAFÓRICA CEBOLLA DEL ESTABLECIMIENTO DE LA AGENDA MEDIÁTICA” (Peiser Wolfman).



**Imagen 7.** La cebolla del establecimiento de la agenda mediática

Fuente: Peicer Wólfram

De esta manera, se llega a la conclusión, al menos en este aspecto, de que se refleja la existencia de un cambio que fue influenciado, en gran parte, por la agenda setting de los medios, a través de la agenda de los temas. En este caso, el tema en cuestión fue “La Selección Boliviana de Fútbol Categoría Mayores Sexo Masculino” con su correspondiente contraparte en la agenda del público, con una repercusión muy atractiva de la misma a lo largo del tiempo.

Ya que de acuerdo a lo investigado se pudo comprobar que la Selección Boliviana de Fútbol siempre está en la agenda del público como uno de los elementos más expresivos del nacionalismo boliviano tenga o no resultados positivos. En caso de ejecutarse buenas actuaciones (victorias y/o empates) se genera un mayor tiraje con una venta mayor del Matutino, el cuál deriva en una mayor cobertura noticiosa con su consiguiente repercusión, pese a que existe, a veces, el mismo tipo de cobertura cuando se dan resultados negativos, ya que se debe admitir que la noticia en el mundo del periodismo deportivo no se guía netamente por los resultados obtenidos.

### Segundo análisis de datos por el tipo de formato

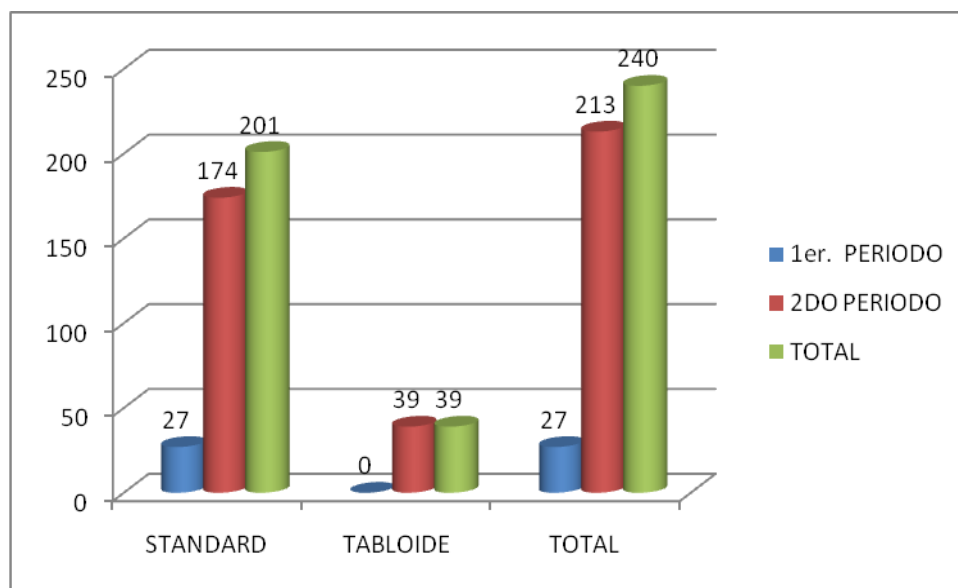


Imagen 8. Tipo de Formato

**Tabla 5.** Tipo de Formato

PERIODO	STANDARD	TABLOIDE	TOTAL
1er. PERIODO	27	0	27
2DO PERIODO	174	39	213
TOTAL	201	39	240

Fuente: Elaboración propia

### **5.2.1 Primer periodo**

En la segunda tabla (TIPO DE FORMATO), se muestra un cambio significativo, en el primer periodo de estudio. El formato estándar fue de carácter absoluto ya que en los 27 titulares del corpus de producción periodística (titulares de redacción y agencia) el formato Standard se usó a plenitud, en las 27 publicaciones.

A este hallazgo se tiene que sumar un factor muy importante y es que en los años comprendidos entre 1950 hasta 1970, casi todos los periódicos de la época, como “Presencia”, “Hoy”, “La Nación”, “La Calle” y otros se publicaban en el formato Standard. Esta afirmación fue ratificada en la entrevista efectuada al ex director de la página deportiva de “El Diario”, el señor Mario Ríos Castelú.

### **5.2.2 Segundo periodo**

Ya en el segundo periodo investigativo, la innovación fue evidente debido a los avances tecnológicos y ello pesó demasiado para que el formato Standard cambie al tabloide, desde 1977 hasta 1981. Pese a que este tipo de publicación es más cómodo a la hora de la lectura, su capacidad de albergar mayor información se reduce considerablemente, porque el formato Standard tiene 110 cm. x 77 cm. en el caso de la hoja deportiva, mientras que en el tamaño del formato tabloide, el suplemento, sería de 35 x 45 cm.

Posteriormente, desde 1985 hasta 1993, el formato Standard se apoderó nuevamente de las páginas de “El Diario”, con lo cuál retomó su vieja personalidad, arrojando los siguientes resultados comparativos: 174 titulares en Standard y 39 en tabloide

De acuerdo con el establecimiento de la Agenda Setting, planteado por McCombs, en el tipo de formato, sea tabloide o Standard, se pudo medir la potencia del efecto de los medios considerando dos categorías, denominadas “Condiciones Contingentes”, dichas características se dividieron en dos grupos: en primer lugar está el de la audiencia y en segundo lugar, las características del medio.

Es el aspecto “Las características del Medio” el tipo de formato, muestra que un periódico de tamaño “más grande”, puede abarcar y cubrir las noticias tanto en cantidad como en calidad. Se menciona la diferencia que marca “El Diario” en el tono de sus publicaciones, las cuales, en la mayoría de las veces es de corte nacionalista.

En “El Diario”, en la década de 1970, se produjo el cambio de formato del Standard al tabloide, pasando la hoja deportiva del Matutino a suplemento. Esto se debió a la innovación que hizo el Matutino “Hoy”, a la cabeza de Mario Vargas. Esta novedad rompió el clásico esquema de las hojas deportivas que eran grandes, tediosas, aburridas, pesadas y de complicado manejo (según la entrevista efectuada a dicho periodista fundador de ese suplemento). De esta forma se generó un cambio radical que evolucionó la forma de presentar la noticia deportiva pasando de las hojas deportivas a los suplementos.

Gracias a los cambios de formato, la condición contingente de la característica del medio alteró el rumbo del periodismo nacional ya que este “suplemento” el célebre “Deportivo Hoy”, generó una innovación sin precedentes en el periodismo deportivo nacional, logrando aspectos muy diferenciadores que muchos Matutinos y Vespertinos adoptaron a lo largo del tiempo. Así:

**PRIMERO.-** Las páginas deportivas dejaron de ser un aditamento más de los periódicos ya que con su “independencia”, pasaron, de ser una página simple ubicada en una sección determinada, a ser suplemento, adquiriendo gran interés en la agenda del público.

Este cambio muestra que los periodistas tuvieron una independencia muy marcada en relación con la redacción central del Matutino. Se evidenció autonomía de acción, tanto en cobertura, como en opinión y acción. Se manifestó, asimismo, un considerable salto tecnológico que se impuso a lo largo del tiempo, con la implementación de las fotografías a color, con revelados específicos cada vez más tecnificados. Una muestra de ello fue el revelado que se hacía de las fotografías en la famosa casa Kavlin, ubicada actualmente en la Calle Potosí, mediante un convenio específico entre la empresa mencionada y el Matutino “El Diario”. Este dato fue proporcionado por Mario Espinoza F. (Ex - Director del Matutino “El Diario”, en el segundo periodo).

**SEGUNDO.-** Los suplementos deportivos obtuvieron una “personalidad” propia en cuanto a la calidad de sus noticias, reflejadas en sus titulares. Se debe agregar la calidad específica que le añadieron las columnas de opinión de editores y periodistas destacados de aquellos tiempos como Mario Espinoza Fortún (Ex Director de la sección Deportiva), Mario “Cucho Vargas” (Director y fundador del Deportivo Hoy), Lorenzo Carri, en Última Hora, Grover Echevarría y Toto Arévalo, entre otros.

Como un complemento claro a lo ya mencionado se debe agregar que la cantidad de páginas contribuyó enormemente a la estructura de la prensa, ya que en esa época El Deportivo “Hoy” publicaba 24 páginas, “El Diario” 12 y el Deportivo “Presencia” 12. De esta manera, quedó claro que el Matutino con mayor cantidad de información deportiva era el Deportivo “Hoy”.

**TERCERO.-** Se evidencia, en relación con el personal especializado, que el equipo periodístico de los suplementos se incrementó al extremo de tener periodistas destinados a cubrir disciplinas específicas, sin mencionar el carácter especializado que los mismos adquirieron en su práctica.



Se realizó una transición desde el carácter empírico de difundir el Fútbol de la selección boliviana hasta un fortalecimiento claro y determinante a la hora de redactar las noticias en los titulares referidos a sus contiendas.

Se pasó del clásico manejo de la agenda del tema a la agenda del periódico y de este a la agenda del público. Así tomaron fuerza y se manifestaron las condiciones contingentes del medio.

**CUARTO.-** Se aprecia, también, la clara diferencia existente entre la cantidad y la calidad de las noticias publicadas, ya sea en formato tabloide o en una de tipo Standard. Sin duda, esta tiene una mayor facilidad a la hora de manipularse para leer el contenido de la noticia reflejada en los titulares expuestos, sobre todo siempre y cuando los mismos sepan imponer su agenda temática-mediática al público para que este les incluya en su agenda.

**QUINTO.-** Históricamente los suplementos se transformaron en la parte más importante de los periódicos, ratificándose como la parte favorita de la mayoría de los lectores de periódicos. Se evidencia este atributo preferencial logrado gracias al cambio de una de sus Condiciones Contingentes: “Las características del medio” porque gracias a este aspecto el suplemento deportivo es parte fundamental de la agenda del Matutino y, por ende, de la agenda del público, cuando la ocasión lo amerita.

Si bien estos cinco factores marcan una diferencia a la hora de cubrir y mostrar al público las noticias mediante sus títulos, se comprobó, comparativamente, que en el Primer Periodo no hubo cambio alguno, en consideración de los dos aspectos abajo citados:

**a).-** El Formato Standard, era popular, por no decir masivo, desde 1950 hasta 1970, dato comprobado mediante las entrevistas efectuadas a Mario Ríos Castelú, Mario Espinoza y Cucho Vargas, validado con una exhaustiva

revisión hemerográfica de los Matutinos de esa época, en las tres hemerotecas anteriormente citadas.

- b).-** La cobertura tenía un espacio mayor de difusión y menor a la vez ya que en el aspecto mayor el Matutino era más grande, y menor, porque la cantidad de hojas que destinaba el periódico al espacio deportivo era de dos a seis, en el mejor de los casos.

Durante el segundo Periodo se pudo establecer la existencia de un ligero corte de casi diez años desde 1970 hasta 1977, cuando la sección deportiva de “El Diario” adoptó el formato tabloide debido a la línea que impuso el Deportivo “Hoy”, a nivel nacional. Posteriormente en 1978, las cosas volvieron a la normalidad ya que la sección deportiva readoptó el formato Standard volviendo a su forma clásica, hasta 1993. (Cosa que el resto de los Matutinos no hicieron).

### **5.2.3 Conclusión**

Ante esta posición se puede concluir que se produjeron cambios efectivos en el accionar de “El Diario”, durante uno de los dos periodos, pero... no fueron permanentes a lo largo del tiempo y mucho menos aún definitivos. Es ahí donde se detecta el cambio, ya que las diferencias cuantitativas muestran claramente ese factor, debido a las diversas innovaciones, tanto en cobertura, contratación de agencias noticiosas, contratación de mayor cantidad de reporteros, innovaciones tecnológicas en la recepción de noticias y edición de imagen. Todos estos aspectos se hicieron, sobre todo, en el segundo periodo.

Un aspecto importante entre los cambios encontrados fue la evolución en la diagramación, cobertura y definición del formato de publicación de la sección deportiva. Según la entrevista efectuada al ex director, el señor Mario Espinoza F. se demostró que la innovación, al menos, en su tipo de formato, cobró una fuerza mínima, para regresar a la forma clásica que siempre caracterizó a “El Diario”. Hoy, es el único Matutino paceño que se mantiene en el formato Standard, a diferencia de la mayoría de los medios impresos optaron por el formato Tabloide.

### Tercer análisis de datos por el tipo de apertura

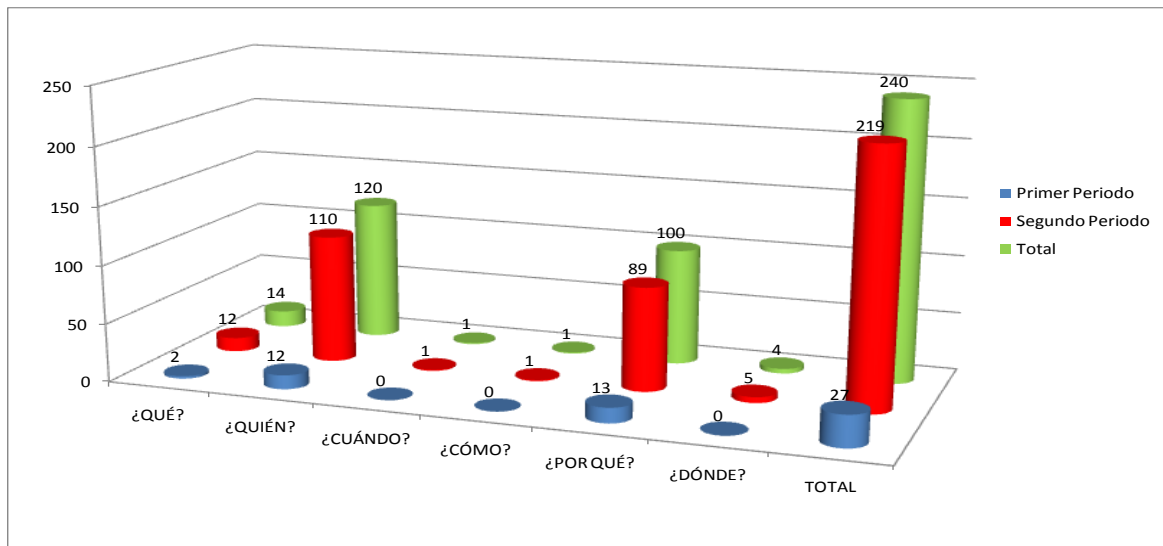


Imagen 9. Tipo de Apertura

Tabla 6. Tipo de Apertura

PRIMER PERIODO	¿QUÉ?	¿QUIÉN?	¿CUÁNDO?	¿CÓMO?	¿POR QUÉ?	¿DÓNDE?	TOTAL
REDACCION	2	7	0	0	9	0	18
AG. UP	0	1	0	0	1	0	2
AG. UPI	0	3	0	0	2	0	5
AG. REUTER	0	1	0	0	1	0	2
<b>2DO PERIODO</b>							
REDACCION	10	87	1	1	77	3	179
AG. UP	0	0	0	0		0	0
AG. UPI	1	3	0	0	2	1	7
AG. REUTER	0	3	0	0		0	3
OTRAS AGENCIAS	1	17	0	0	8	0	26
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>120</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>100</b>	<b>4</b>	<b>240</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior (Tipo de Apertura), se puede apreciar, en función de los resultados una aceptación de la hipótesis que verifica que no hubo cambios en cuanto al tipo de apertura en ambos periodos a excepción del carácter cuantitativo de los mismos. Vale decir, que en el primer periodo hubo 27 titulares contra 213 en el segundo. Cabe mencionar que los mismos responden, mayoritariamente, en ambas secuencias de tiempo, a las preguntas ¿Qué? ¿Quién? ¿Porqué?, dejando de lado a las otras tres preguntas claves del periodismo como ser ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Como?, siguiendo al autor mencionado en el respaldo teórico del trabajo.

### 5.3.1 Primer periodo

En el primer periodo investigativo se puede apreciar que la producción de titulares que responden a estas interrogantes, es mínima (27), debido a los diversos factores que ya se mencionaron en las anteriores interpretaciones y conclusiones, entre ellas, la cantidad de personal, el avance tecnológico, la cobertura periodística, el espacio y tipo de formato. Estos factores condicionaron, de alguna manera, la producción periodística sin mencionar la fuerza que alcanzaron dichos titulares para reflejar las actuaciones de la selección nacional centrándose de forma clara en las tres preguntas ya descritas.

### 5.3.2 Segundo periodo

En el segundo periodo la producción aumentó de forma significativa a (213) títulos. Específicamente, las preguntas básicas obtuvieron las siguientes proporciones:

- ¿Qué? (14)
- ¿Quién? (120)
- ¿Por qué? (100)
- ¿Dónde? (4)
- ¿Cuándo? (1)
- ¿Como? (1).

De esta forma, se puede evidenciar que la variedad de aplicación periodística de los titulares se diversificó en todas las preguntas clave, mostrando un avance en la producción, siguiendo los cambios que trajo el Matutino en relación con el cambio de formato y el tipo de fuente.

Como complemento a lo ya expuesto, se puede evidenciar que los titulares de las agencias noticiosas no influyeron en la elaboración periodística de los titulares como tales, debido a la férrea personalidad periodística con la que contó “El Diario” en aquel tiempo. Como evidencia de ello están las dos entrevistas realizadas a los ex directores de la sección deportiva Mario Ríos Castelú y Mario Espinoza, en cuya experiencia se

manifiesta que “El Diario” tuvo un corte periodístico propio, escasamente modificado por las agencias noticiosas.

A modo de reforzar lo ya mencionado se pudo constatar en la investigación que muchos de los titulares cuentan con mucha fuerza en su significado y no solamente cuando hay una selección boliviana ganadora, sino también cuando se da el caso de una selección perdedora, ya que en el campo deportivo una noticia mala tiene tanta o más fuerza que una buena debido al énfasis emocional que tiene. La cantidad de goles marcados e inclusive el tipo de hitos obtenido en una derrota determinada es valorada de manera análoga, como por ejemplo el mundialito de Cali donde Bolivia, recibió goleadas en las eliminatorias de 1977 ante Perú y Brasil.

En el caso de las goleadas positivas al igual que en los resultados negativos, los resultados se hacen históricos. Tal caso aconteció en las eliminatorias de 1993, con las dos goleadas de las Selección Boliviana de Fútbol ante Venezuela por 7 -1 y 7 -0. También se puede complementar lo dicho con el tema de los empates, donde el empate es un resultado expectante y ante todo tibio debido a la lógica neutralidad del mismo ya que no existen ni vencedores ni vencidos, pero hay una ligera excepción cuando hay un empate que abre puertas como fue el empate 2-2 en Montevideo en 1977 y el histórico 1-1 en Guayaquil que dio a Bolivia la Clasificación al un Mundial por derecho propio en 1993. Solo en estos casos un empate puede condicionar determinados encuadres que tienen una fuerza tan grande como una gran victoria o una gran derrota que marcan diferencia en los resultados con relación a la elaboración de los tipos de apertura.

### **5.3.3 Conclusión**

Estos resultados, con sus respectivos tipos de apertura, describen claramente dos aspectos muy importantes: en primer lugar, el rival ante el cual Bolivia jugó y en segundo lugar cuál fue el motivo por el cuál disputó el partido. Más allá de este sentido dentro del tipo de apertura “¿por qué?”, el mismo encierra en si muchos motivos como ser por qué Bolivia ganó, empató o perdió, siendo esta la pregunta más amplia de

responder dentro del espectro de las seis interrogantes periodísticas que marcan el rumbo del periodismo de la información, dada la fuerza que tiene esta pregunta para imponer un encuadre que pueda generar una influencia en la agenda del público para así ver el alcance de la redacción periodística.

Se debe mencionar, también, el gran significado que tiene al resolver y/o ampliar las interrogantes planteadas por la redacción ante la agenda de los medios al cubrir los encuentros de la selección y a la vez generar un impacto posiblemente esperado o inesperado en la agenda del público a la hora de lanzar la noticia como tal.

#### Cuarto análisis de datos por el tipo de significativo

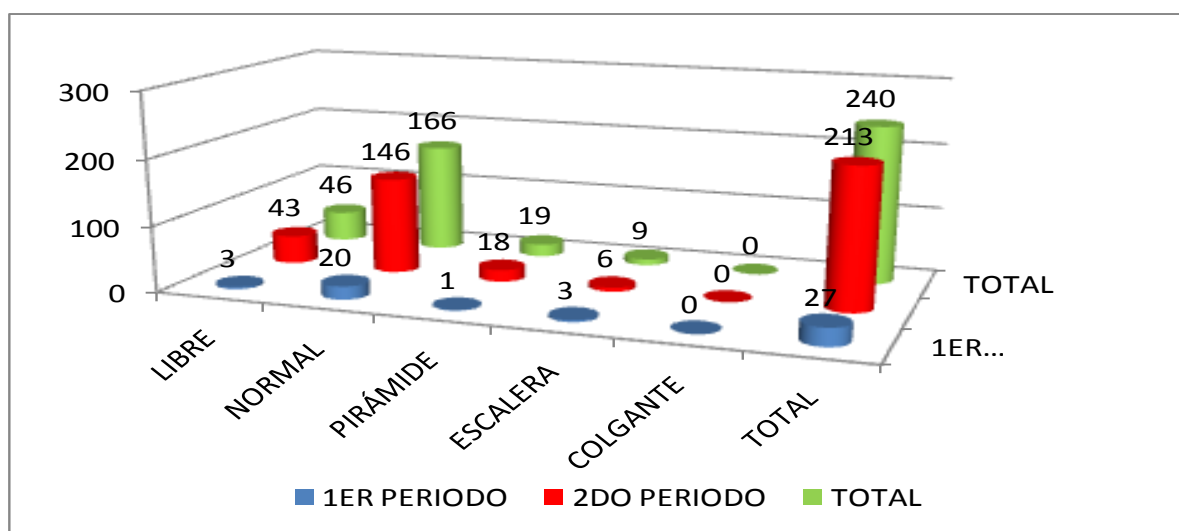


Imagen 10. Tipo de significativo

Tabla 7. Tipo de Significante

PERIODO	LIBRE	NORMAL	PIRÁMIDE	ESCALERA	COLGANTE	TOTAL
<b>1ER PERIODO</b>						
REDACCION	3	11	1	3	0	18
AG. UP	0	2	0	0	0	2
AG. UPI	0	5	0	0	0	5
AG. REUTERS	0	2	0	0	0	2
<b>2DO PERIODO</b>						
REDACCION	35	126	12	4	0	177
AG. UP	0	0	0	0	0	0
AG. UPI	1	4	2	0	0	7
AG. REUTERS	1	2	0	0	0	3
OTRAS AGENCIAS	6	14	4	2	0	26
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>166</b>	<b>19</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>240</b>

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior, se aprecia el tipo de significativo, el mencionado caso describe, según el modelo de Maribel Quezada, la “forma” que tienen los titulares en su

publicación, en la sección deportiva de “El Diario”, lo cual refleja una personalidad del Matutino en cuestión, a la hora de mostrar una forma determinada de atracción del mismo ante sus lectores y la agenda que tiene dicho Matutino (the media agenda).

Ahora, al hacer referencia al ámbito periodístico de la redacción, hay ocasiones en las cuales los periodistas a la hora de redactar las notas hacen parar las rotativas para alterar un titular determinado que es parte fundamental de una noticia primicial. Es por ello que, en algunas ocasiones, su tipo de significativo se altera del todo tanto en forma como en fondo. Por ello se puede considerar que el manejo elegante del tipo de significativo se altera, en casos excepcionales.

Si se aprecia esta parte del estudio que es, el tipo de “significativo”, se puede definir el mismo, como el elemento que le da al titular una personalidad definida y seria en cuanto a su reflejo ante el público. Este detalle puede quedar como algo muy superficial, pero cabe mencionar que una buena presentación periodística provoca un impacto visual diferenciador capaz de determinar la adquisición del ejemplar, a costa de la competencia.

Si este aspecto llega a primar en lo ya mencionado, el acceso a la agenda del público, por parte de la agenda del medio, logra el objetivo de imponerse ante el lector para su discusión y a la vez ser parte de la memoria colectiva de éste, marcando un referente explícito para efectuar una ingeniería de la noticia deportiva relacionada con la actuación de la Selección Boliviana de Fútbol a lo largo del tiempo, mediante un adecuado discurso que sepa imponer una agenda ante otra.

#### **5.4.1 Primer periodo**

En el primer periodo se cuantificaron 27 títulos de los cuales, en las cinco categorías, (titulares de significativo libre, normal, pirámide, escalera y colgante), sólo salieron cuatro a la luz, a excepción del significativo, de tipo colgante. Los resultados fueron de forma sucesiva los siguientes: Libre 7, Normal 16, Pirámide 1 y Escalera 3.

De acuerdo con la proporción contabilizada, el titular definido como el significante normal, fue el más requerido, mostrando, de esta forma, una personalidad de carácter simple y concreto. En las publicaciones efectuadas en el presente corte de tiempo investigativo como tal, esta deducción señala que no había mayor objeción en cuanto a su aspecto para ser comercializado y expresar su agenda al público.

Posteriormente, le siguieron los titulares de forma libre, pirámide y escalera, lo cual demostró, al mismo tiempo, que hubo una liberalidad, a la hora de darle una forma adecuada al titular como tal para que exprese su forma ante el público. Y ya como un ultimo elemento están ya los titulares de tipo estilizado como los de escalera que se usaron en tres ocasiones, para después ser requerido el titular de forma piramidal, el cual sólo se uso una vez y por último el colgante que nunca fue usado.

Esto refleja que el titular de tipo estilizado fue usado en forma mínima, debido a que los títulos de corte simple y libre fueron más requeridos, quizás por el manejo rápido de la noticia y el factor primicial de dar primero una noticia con la prontitud del caso ante el publico, al día siguiente como un elemento vanguardista que caracterizó a “El Diario” en esa época. El aspecto antes mencionado tenía bastante importancia a la hora de redactar y hasta inclusive a la hora de detener las rotativas, como en su momento comentó ese aspecto. El señor Mario Ríos Castelú mencionó que aparecían noticias mucho más importantes a la hora de la impresión del Matutino.

#### **5.4.2 Segundo periodo**

Ya en el segundo periodo el aspecto de los titulares de corte no estilizado frente a los de tipo estilizado reflejan una forma de actuar muy diferente en la sección deportiva de “El Diario”, mostrando diferencias de gran proporción en cuanto a los títulos contabilizados superando, casi en un margen de diez a uno a los del primer periodo, dando como resultado 213 titulares, en los cuales se reflejaron las cinco categorías del tipo de significante siendo esta la siguiente proporción:



**Tabla 8.** Titulares de significante.

Libre	43
Normal	146
Pirámide	18
Escalera	6
Colgante	0

Fuente: Elaboración propia

Se pudo evidenciar claramente que el significante normal y libre también prevalecieron, de tal modo que la forma no estilizada de redactar se impuso de nuevo, al igual que en el anterior periodo. En cuanto los dos tipos predominantes, en primera instancia, el titular de carácter normal y el libre, reflejan el mismo tipo de personalidad de la redacción que en el primer periodo mostrando de esta forma que no había una forma estilizada a la hora de exponer el titular con la noticia respectiva ante el público. Con ello se puede inferir que no hubo cambio alguno al respecto.

Ahora, en el segundo periodo, se puede mencionar que había más academia y no así el espíritu empírico y por ende el factor académico introdujo en la redacción un poco más de sentido emprendedor, en el cual los cambios fueron bastantes sin mencionar el carácter económico y tecnológico que ayudó a los mismos.

Debido a la forma del significante, tuvo un cambio notable ya que se usaron los cinco tipos de significante, aplicados en esta investigación, demostrando así una variedad interesante. Pero, a pesar de ello, los cambios efectuados no demostraron que hubo una evolución trascendental debido a que la opción del titular normal o simple fue el más usado siendo similar en proporción al primer periodo, de tal modo que resultó más atractivo para exponer las noticias mediante los titulares redactados.

En cuanto al tipo estilizado conformado por titulares de tipo piramidal, escalera y colgante se incrementaron numéricamente, de forma mínima. De este modo, se pudo ver un ligero cambio que no incidió en el mantenimiento del tipo de significante

expuesto ante el público en ambos periodos. Se mostró, de esta manera, una forma clara, simple y sin forma estilizada que tuvo la sección a lo largo del tiempo, a la hora de llegar al público para después incursionar en su agenda.

Ahora, si se habla de un medio de comunicación tradicional como “El Diario”, se valoriza bastante con el manejo del tipo de significante de una manera evidenciable, formando, de esta manera, un hábito periodístico que se circunscribe a ser un elemento sumamente importante de interacción existente entre el público con la exposición del producto noticioso y su correspondiente adquisición mediante la compra que el lector hace del mismo.

A la hora de llegar a la retina del público, por la forma atractiva del titular, que cuenta una noticia sea ésta buena o mala, ante un resultado obtenido por la Selección Boliviana de Fútbol, marca diferencia, ya que si se habla del impacto visual que puede generar “la forma” sin mencionar el apoyo de una imagen, puede ser un posible condicionante para lograr atraer, la atención del público. Se obtiene el factor complementario de la agenda setting del asunto al medio y de este al público para conseguir, de esta forma, su posterior discusión y posicionamiento, como ya se mencionó en ocasiones anteriores.

### **5.4.3 Conclusión**

La conclusión que se puede sacar de todo lo mencionado en la correspondiente descripción, es que en el segundo periodo existe una mayor innovación en comparación con la primera época, ya que en ésta se usaron casi todos los tipos de significante, y debido a ello el tipo de significante más requerido fue el simple o normal. Los cambios no fueron de relevancia, debido a que en ese entonces las redacciones eran más simples, siendo estas reducidas a un máximo de cinco personas. A ello se debe sumar que no habían escuelas de periodismo ni carreras universitarias de comunicación social y hasta inclusive había una carencia de carácter innovador, ya que en ese tiempo todos los periodistas eran empíricos, lo que no supone que fueran menos expertos.

## Quinto análisis de datos por el tipo de valoración

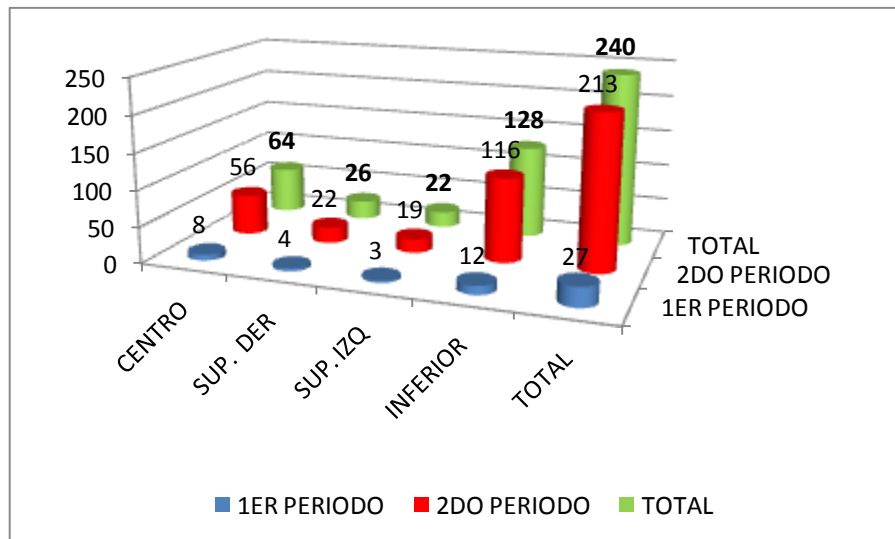


Imagen 11. Tipo de Valoración

Tabla 9. Tipo de Valoración

PERIODO	CENTRO	SUP. DER	SUP. IZQ	INFERIOR	TOTAL
1ER PERIODO	8	4	3	12	27
2DO PERIODO	56	22	19	116	213
TOTAL	64	26	22	128	240

Fuente: Elaboración propia

En la quinta tabla se puede ver el tipo de valoración, de acuerdo con el formato elegido para explicar los datos obtenidos. El tipo de valoración se refiere al lugar en el cual son colocados los titulares en el periódico, este aspecto puede demostrar el grado de importancia que tenía la Selección Boliviana de Fútbol, para el periódico. Obviamente aquello dependía de los resultados obtenidos por la misma, como ya se mencionó anteriormente en el tipo de significativo y, ante todo, en el tipo de apertura.

Ahora bien, el tipo de valoración muestra un pequeño gran factor muy implícito en la publicación ya que de acuerdo con la publicación de Maxwell McCombs “Estableciendo la agenda”, se ratifica que:

- “Los medios de comunicación como fijadores de la agenda para la cultura toman en consideración el punto de vista y el estilo de los mensajes mediáticos conjuntamente con su impacto en el público en la transmisión

de otras agendas culturales esta llevando a la teoría de la agenda setting a cruzar nuevas fronteras intelectuales, mucho más allá de su ámbito tradicional de los asuntos públicos. Esas nuevas líneas de investigación cultural van desde la agenda histórica que define la memoria colectiva del pasado de la sociedad hasta la agenda contemporánea.” (McCombs; 2006).

- El tipo de valoración que da el medio a la noticia refleja el punto de vista que tiene el mismo de una noticia determinada, mediante un estilo concreto que puede impactar o no al público receptor, llegando así a la agenda del público. Ahora bien, este detalle marca, a lo largo del tiempo, la importancia que la sección deportiva de “El Diario” dio a la Selección Boliviana de Fútbol en las eliminatorias mundialistas, desde 1957 a 1993, generando así una agenda setting histórica en cuanto a esta disciplina se refiere. Obviamente que esta investigación solo se dedicó a un pasado remoto (1957) hasta un pasado mas moderno (1993), dejando de lado la agenda contemporánea que corre desde 1997 hasta el presente.

### **5.5.1 Primer periodo**

En el primer periodo se puede ver claramente que los titulares, en su mayoría, fueron colocados en la parte inferior de las páginas publicadas mostrando la siguiente relación de datos, en 27 titulares publicados en la parte central 8, superior derecha 4, superior izquierda 3 y en la inferior 12.

Estos indicadores muestran que los resultados obtenidos por la selección fueron interesantes, pero no significativos, reflejando una prevalencia en la ubicación de los titulares en la parte inferior y media, correspondientemente a lo largo de las hojas de la sección deportiva. Por lo tanto, se puede evidenciar que la agenda histórica saca como conclusión (al menos en este periodo) que la selección boliviana no tuvo una relevancia significativa en la agenda del periódico y mucho menos en la agenda del público debido a que no hubo buenos resultados deportivos en las confrontaciones pre

mundialistas. Por lo tanto, se pudo evidenciar que la mayoría de los títulos siempre iban en la parte inferior.

Asimismo, se puede mencionar que el manejo de la agenda setting acerca de la ubicación de la noticia como tal, en cuanto a su relevancia era mínima debido a los resultados negativos o poco favorables que arrojaron los encuentros, incluyendo los empates. Todo ello se transformó en malas noticias, las cuales pasaron a ser, de segundo orden, en otras palabras, subtemas, plasmados en titulares de segunda categoría.

Y ahora, la pregunta se plasma en el clásico reclamo, ¿Por qué paso esto?, porque la noticia al no estar en la parte superior de un Matutino de tipo Standard, que es el más grande que hay, simplemente tiene un carácter jerárquicamente inferior y de menor relevancia, dando como saldo una lectura menor por parte del público con un leve comentario, o en el peor de los casos una total indiferencia hacia la noticia y a su titular de tipo estilizado o no, debido a los malos resultados obtenidos por el seleccionado boliviano.

Esta situación genera un saldo menor en el público, en cuanto a su interés, a su agenda y ante todo, una colocación muy pobre en la agenda del medio de comunicación ("El Diario"), debido a la posición ya mencionada, restando de este forma importancia en su propia agenda noticiosa. Se provoca, de esta forma, una baja correspondencia con la agenda del público dando una concordancia en cuanto al tipo de valoración, bastante baja o simplemente moderada.

### **5.5.2. Segundo periodo**

Ya en el segundo periodo, los resultados se manejaron casi con la misma proporción, pero con 213 títulos elaborados, los cuales arrojaron las siguientes cifras: Centro 56, Superior Derecho 26, Superior Izquierdo 22 e Inferior 128.

De esta manera, se pudo evidenciar que las diferencias fueron mayores en cuanto a los malos resultados. Los mismos constatan que el Matutino si bien cubrió, en varias ocasiones, a la selección boliviana en su cobertura, la misma no supo responder a la expectativa y por consiguiente, el medio de comunicación masiva le asigno lugares poco preferentes en sus páginas, tanto en su ciclo de suplemento en formato tabloide como en el regreso al formato tabloide en sección.

Ahora bien, la agenda setting histórica marca este periodo como un elemento de importancia que no muestra ningún cambio con respecto al anterior, en cuanto al bajo interés que el medio le brindó a la cobertura con su correspondiente publicación, según el tipo de valoración que este asigno convenientemente.

Pese a que en este segundo periodo se obtuvo la histórica clasificación de la selección boliviana, por derecho propio, a un mundial por primera vez, no se dio variación en la balanza de proporción, en este periodo.

### **5.5.3 Conclusión**

Con los elementos ya analizados se puede demostrar que no hubo ninguna evolución o cambio trascendente en este sentido. Pero, pese a ello, siempre estuvo en la agenda del periódico y en la del publico, con una mayor o menor proporción de relevancia condicionada claramente por los resultados obtenidos y sobre todo a los logrados en el ciclo aislado de 1993.

Por lo cual, este último caso actuó sobre la memoria colectiva del público construyendo una grata historicidad mediática sobre la historia anterior que hubo desde 1957 hasta 1989, siendo de esta manera un recuerdo grato en la memoria de las masas nacionales.

### Sexto análisis de datos por el número de página

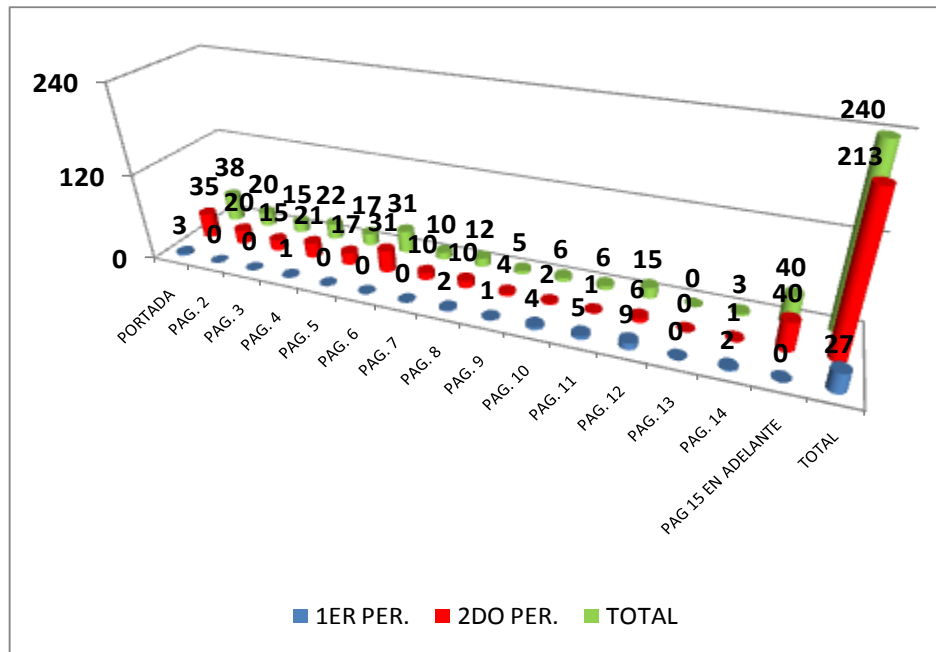


Imagen 12. Número de página

Tabla 10. Número de página

PÁGINA	1ER PER.	2DO PER.	TOTAL
PORTADA	3	35	38
PAG. 2	0	20	20
PAG. 3	0	15	15
PAG. 4	1	21	22
PAG. 5	0	17	17
PAG. 6	0	31	31
PAG. 7	0	10	10
PAG. 8	2	10	12
PAG. 9	1	4	5
PAG. 10	4	2	6
PAG. 11	5	1	6
PAG. 12	9	6	15
PAG. 13	0	0	0
PAG. 14	2	1	3
PAG 15 EN ADELANTE	0	40	40
TOTAL	27	213	240

Fuente: Elaboración propia

En esta nueva categoría, se refleja la ubicación de la sección deportiva en el periódico y el grado de importancia, que las notas tenían como prioridad en su cobertura, llegando a la portada del periódico. Obviamente existía condicionamiento de la agenda del asunto, que en este caso sería la Selección Boliviana de Fútbol, mediante

la agenda del medio para llegar a la agenda del público, y a lo largo del tiempo mediante la agenda histórica, la cuál archiva todo lo acontecido a lo largo del tiempo, y sobre todo, en el periodo comprendido entre 1957 – 1993.

### **5.6.1 Primer periodo**

Los resultados obtenidos, se reflejan de la siguiente forma: En este primer periodo el promedio de las notas elaboradas se publicaron entre la página 8 y la página 16. Cabe recordar que, en aquella época, “El Diario” no contaba aún con suplementos determinados, siendo su corpus de carácter universal con una media de 24 a 32 páginas, las cuales tenían una variante de acuerdo con la cantidad de las noticias condicionadas a la coyuntura del momento tanto a nivel nacional e internacional. Se demostró, que en esta primera parte no hubo variante alguna en cuanto a la numeración.

### **5.6.2 Segundo periodo**

Ya en el segundo periodo, los cambios fueron aún mayores, debido a la cantidad de titulares publicados (213). En primer lugar se puede identificar un margen aceptable, de títulos colocados en la portada, siendo este el segundo más usado cuando el suplemento tenía vigencia.

El segundo aspecto considerado se refiere a la ubicación de los títulos en las páginas 6 y 7. En aquel tiempo, los titulares con sus correspondientes notas fueron a las páginas centrales, como un punto de importancia y de mayor cobertura a la hora de llegar al público y así tratar de imponer la agenda del medio ante de la agenda del público. Este hecho definió claramente la diferencia con el resto de las ubicaciones de las noticias, en los tiempos del suplemento.

Posteriormente, cuando el suplemento volvió a ser página deportiva para después ser sección deportiva y finalmente retornar al corpus de página deportiva, los titulares deportivos, pasaron al clásico relegamiento de las páginas finales del Matutino demostrando, de esta manera, que hubo un cambio importante en cuanto al número de



páginas, ya que antes se destinaba a los deportes, 18, ante cuatro, seis u ocho que hay en los corpus de la página y sección.

### **5.6.3 Conclusión**

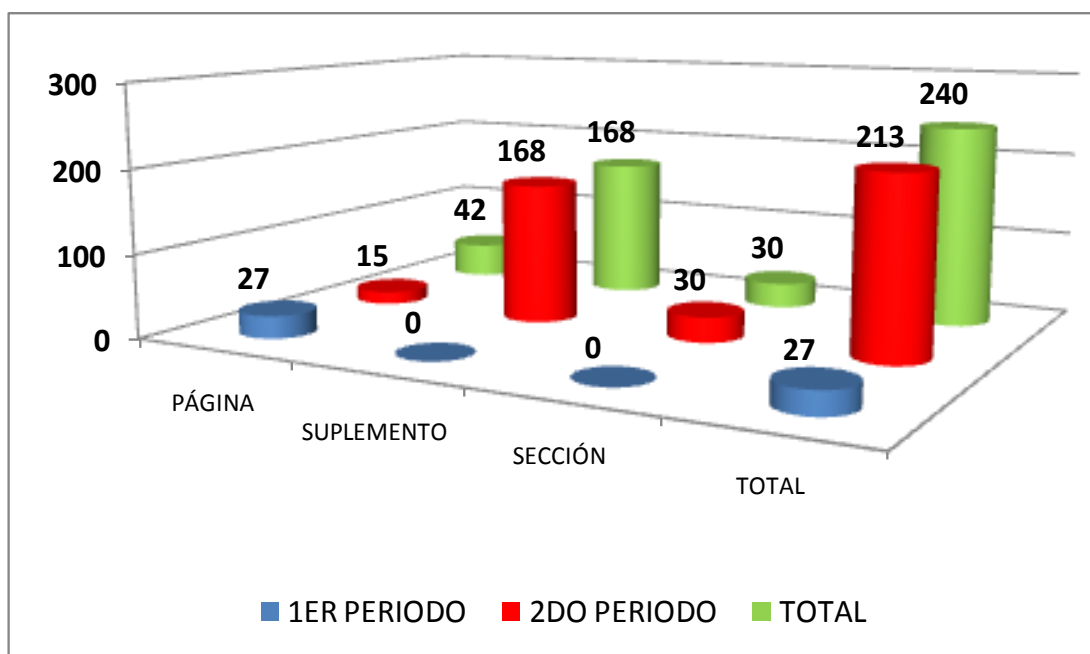
De esta manera, se puede concluir que existieron cambios trascendentales, exponiendo una variación significativa que dio “El Diario” a la participación de la selección boliviana en las eliminatorias mundialistas desde 1957 hasta 1993.

Durante la investigación, se pudo evidenciar, de acuerdo con las entrevistas efectuadas a los dos ex directores del Matutino, que el mismo era de corte popular, puesto que las noticias que abarcaban sucesos y temas sociales eran las que tenían mayor cobertura.

Ahora bien, en el presente estudio, se pudo distinguir claramente, que el número de páginas cambió sustancialmente a lo largo del tiempo, ya que en el primer periodo, hubo ocasiones en las cuales se constató la existencia de solamente dos páginas informativas y, en otras ocasiones, de tres a ocho y hasta inclusive diez. Pero todo ese factor varió a lo largo del tiempo. Obviamente que dentro de aquella cantidad las noticias mediante sus titulares expuestos en la página cambiaron gracias a los resultados positivos y negativos que obtuvo el elenco boliviano a lo largo del tiempo.

Por eso se hace mención que, en el primer periodo se pudo ver que hubo bastantes cambios en cuanto a la relación de la publicación de los titulares dejando como precedente el constante cambio, demostrando de esta forma que se marcaron diferencias en cuanto a la ubicación de las notas con sus títulos correspondientes, al extremo de llegar a la portada del periódico en solo dos ocasiones, mostrando así una marcada importancia en la agenda del medio y del público. De esta manera, se evidencia un cambio notable pero, a la vez, inestable debido a la variedad de noticias acerca de la selección boliviana.

### Séptimo análisis de datos por el tipo de corpus



**Imagen 13.** Tipo de Corpus

**Tabla 11.** Tipo de Corpus

PERIODO	PÁGINA	SUPLEMENTO	SECCIÓN	TOTAL
1ER PERIODO	27	0	0	27
2DO PERIODO	15	168	30	213
TOTAL	42	168	30	240

Fuente: Elaboración propia

Según el modelo base de interpretación usado por Maribel Quezada, se describe al Corpus como el elemento periodístico en cual descansa la publicación. Ahora bien, dentro del manejo periodístico se pueden evidenciar tres tipos de elementos con sus características definidas, las cuales fueron identificadas a lo largo de la investigación y son las siguientes:

#### **Suplemento deportivo**

De acuerdo con la definición de Carlos Elías (2007), un suplemento es: “La conclusión es contundente: la existencia del suplemento provoca que se incluyan más noticias de un área determinada en “El Diario” pero también que se postergue su publicación y no aparezcan el día en el que son noticia sino que se

aguanten hasta la fecha de publicación del suplemento. Esto, obviamente, satura al lector medio y provoca que la información tenga menos impacto convirtiendo los suplementos en guetos de noticias especializadas y evitando que éstas aparezcan en sociedad o en primera página (puesto que normalmente son noticias ya conocidas).”

Esta definición muestra, al menos en los suplementos semanales, una identidad definida sobre los temas que abarcan de acuerdo al área determinada, ahora bien... ¿Qué sucede cuando esta definición se aplica a un suplemento diario?, pues esto no varía ya que la cantidad de noticias es amplia, y son conocidas en su mayoría. Lo único que varía es la periodicidad y la relevancia que puede tener una determinada noticia del suplemento para que salga en la portada del Matutino.

### **Página deportiva**

Otra opción que surge es la implementación de la página deportiva, la cual no está señalada ni identificada del todo ya que no cuenta con un nombre correspondiente que marque su personalidad ante el Matutino y el público. De esta manera es una página más dentro de la publicación, pero a la vez es diferente por el tipo de tema que abarca, vale decir, el tema deportivo, Cabe mencionar que la misma se fusiona con el resto de las páginas con sus correspondientes noticias en un espacio determinado “El Corpus en cual descansa la publicación”, por lo general, en el medio nacional, las páginas deportivas se ubican junto a las páginas finales de la publicación como aconteció en el primer periodo. Ahora bien, Manuel López (1995), menciona lo siguiente acerca de la Página Informativa Especializada “Comúnmente se consideró que las páginas son leídas por el lector a través de un itinerario”

### **Sección deportiva**

Y por último, surge como una tercera opción la sección deportiva, la cual no es ni suplemento, ni página deportiva, pero sí junta elementos de ambos tipos de

corpus como ser el nombre de “sección deportiva” de tal modo que ya hay un elemento identificador. Este Corpus, tiene el elemento de la página deportiva, ya que la misma se halla en la publicación del Matutino y además no cuenta con un espacio privado y exclusivo de publicación.

En cambio, el suplemento tiene un factor diferenciador e inclusive una forma intermedia ya que junta elementos tanto de la página como del suplemento, tomando la característica de ser un puente entre ambos tipos de corpus.

Ahora bien, las secciones, ya sea de la índole que fueren, son variables en su permanencia en el Matutino, Manuel López (1995), menciona que: “Las secciones fijas priman sobre las secciones no estables”.

### **5.7.1 Primer periodo**

En el primer periodo, la proporción de los titulares publicados alcanza a 27 descansando en el corpus de la “pagina deportiva”, en formato Standard demostrando así una fuerte posición en su forma de publicación, a lo largo del tiempo. De esta manera, todo ello muestra que no hubo cambios relevantes exponiendo así una férrea personalidad en cuanto a la manera de mostrarse ante los lectores para llegar de la agenda del medio a la agenda del público.

### **5.7.2 Segundo periodo**

Ya en el segundo periodo, los cambios fueron trascendentales, al extremo de mostrar una evolución, e inclusive una tendencia fuerte en cuanto al cambio de formato y Corpus, todo ello fue expresado en la agenda histórica. De tal modo que la sección deportiva de “El Diario” plasmo sus noticias ante el público, a lo largo del tiempo en un flujo cambiante que pasó del formato Standard al Tabloide y del Tabloide regresó nuevamente al formato Standard.

Este cambio se produjo gracias a la aplicación de su característica periodística propia al mostrarse en diversas formas ante el público y todo ello, por supuesto, condicionado por la tecnología, que utilizada en aquellos tiempos.

En la entrevista efectuada a Mario Espinoza, ex director, de la sección deportiva del Matutino en el segundo periodo, el informante dio referencias de que “El Diario” publicó un suplemento debido a la aparición del famoso “Deportivo Hoy”, que constituyó una innovación en el periodismo deportivo boliviano.

Los resultados exponen las siguientes cifras: página 15, suplemento 168 y sección 30, sumando un total de 213 titulares publicados. Ahora bien, esto demuestra que el suplemento fue el corpus donde descansaron la mayoría de los titulares, seguido de la sección deportiva y finalmente en la página deportiva.

### **5.7.3. Conclusión**

De esta forma, se puede aseverar que el cambio fue significativamente diferenciador, en todos los sentidos, siendo de esta manera un punto importante para el periódico a la hora de mostrar sus criterios deportivos ante el público, ya que hubo innovaciones totales en los tres tipos de corpus que adoptó “El Diario”. De este modo se constató que cuando la página pasó a ser suplemento, luego sección y finalmente volver al viejo formato de página, los resultados también aportaron a ese cambio, sobre todo en las décadas de 1970 hasta 1980. Se debe mencionar que, en ese entonces, la sección deportiva, tuvo sus cambios definidos ya que pasó del Standard a tabloide y viceversa, reflejando un cambio constante.

Sin embargo, el cambio de formato, no fue impulsado por los resultados obtenidos, por el equipo nacional de fútbol, sino que hay que mencionarlo una vez más, fueron inspirados por la competencia de ese entonces y la innovación tecnológica como ser los scanners, los teletipos, los cables internacionales, los despachos masivos de agencias, las impresiones fotográficas a color que se hicieron, inicialmente, en casa Kavlin, para posteriormente realizarlas en las mismas redacciones.

De la misma manera, la especialización gradual de los reporteros, se debió a la apertura de carreras de comunicación social en las universidades de esa época (Universidad Católica y U.M.S.A.). A todo esto se debe sumar el digno recuerdo de que en aquel entonces, la competencia entre medios era leal, correcta y caballerosa, de acuerdo con las dos entrevistas efectuadas a los dos ex directores, Mario Ríos Castelú (Primer periodo) y Mario Espinoza Fortún (Segundo periodo).

### Octavo análisis de datos por el tipo de nota

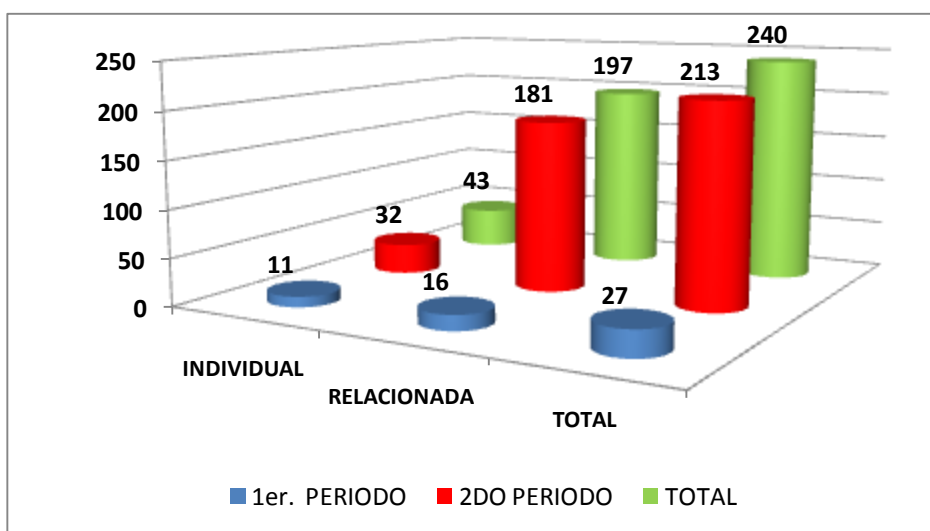


Imagen 14. Tipo de Nota

Tabla 12. Tipo de Nota

PERIODO	INDIVIDUAL	RELACIONADA	TOTAL
1er. PERIODO	11	16	27
2DO PERIODO	32	181	213
TOTAL	43	197	240

Fuente: Elaboración propia

La octava interpretación, referida al tipo de categoría marca una diferencia importante en la publicación ya que las notas reflejan el carácter y el tipo de cobertura que se expuso en los matutinos. A mayor cobertura más titulares relacionados y similares que hablan de un mismo tema desde distintos puntos de vista y a una menor cobertura se expone una sola noticia que habla aisladamente desde un solo punto de vista. En la mayoría de los casos, las agencias de noticias cubrieron esas notas.

En relación con el flujo noticioso, se observa una jerarquización gracias al “Guardabarreras” Mc Combs y Shaw (1972). Se señala lo siguiente: “El Guardabarreras es la primera base del edificio de la confección del temario periodístico, o compendio final de noticias que publicará o emitirá un medio”.

### **5.8.1 Primer periodo**

Dentro del Primer Periodo, en cuanto al tipo de nota se distinguen dos tipos definidos en los 27 títulos publicados, dando las siguientes cifras en cuestión: notas individuales 11 y notas relacionadas 16. Se puede apreciar en esta cuantificación una clara supremacía de las notas relacionadas, demostrando, de esta forma que la cobertura fue amplia y a la vez sustanciosa, además de que las mismas (las notas relacionadas) marcan un claro temario o tanda definida debido a su cobertura masiva, no tanto por la calidad de la nota sino por su cantidad, relacionada, a la vez, con el espacio abarcado, debido al grado de importancia que alcanzó en su momento.

### **5.8.2 Segundo periodo**

Ya en el Segundo Periodo, la diferencia se amplía en los 213 titulares estudiados, siendo la siguiente proporción la expuesta: notas individuales 32 y notas relacionadas 181. De esta forma, se constata que los cambios no fueron del tipo de nota, sino de la cantidad de las notas, y marcado además por el espacio que las mismas contienen dentro de la distribución paginal a lo largo del tiempo, que abarca el estudio. Todo esto demuestra que la cobertura a la selección, pese a los malos resultados, en su mayoría, fue cubierta, de manera masiva, teniendo como referente la popularidad que tiene el fútbol en el medio local y nacional.

### **5.8.3 Conclusión**

Por lo expuesto, se evidenció que no hubo cambios significativos en la relación de los titulares publicados ya que la selección boliviana en las Eliminatorias siempre fue parte de la agenda, por lo cual su cobertura marca una vez más que la Selección Boliviana es un elemento claro de captación de la agenda del medio y además que la misma cuenta con una masiva cobertura, tanto en buenos, regulares y malos resultados obtenidos.

### Noveno análisis de datos por el tipo de apoyo

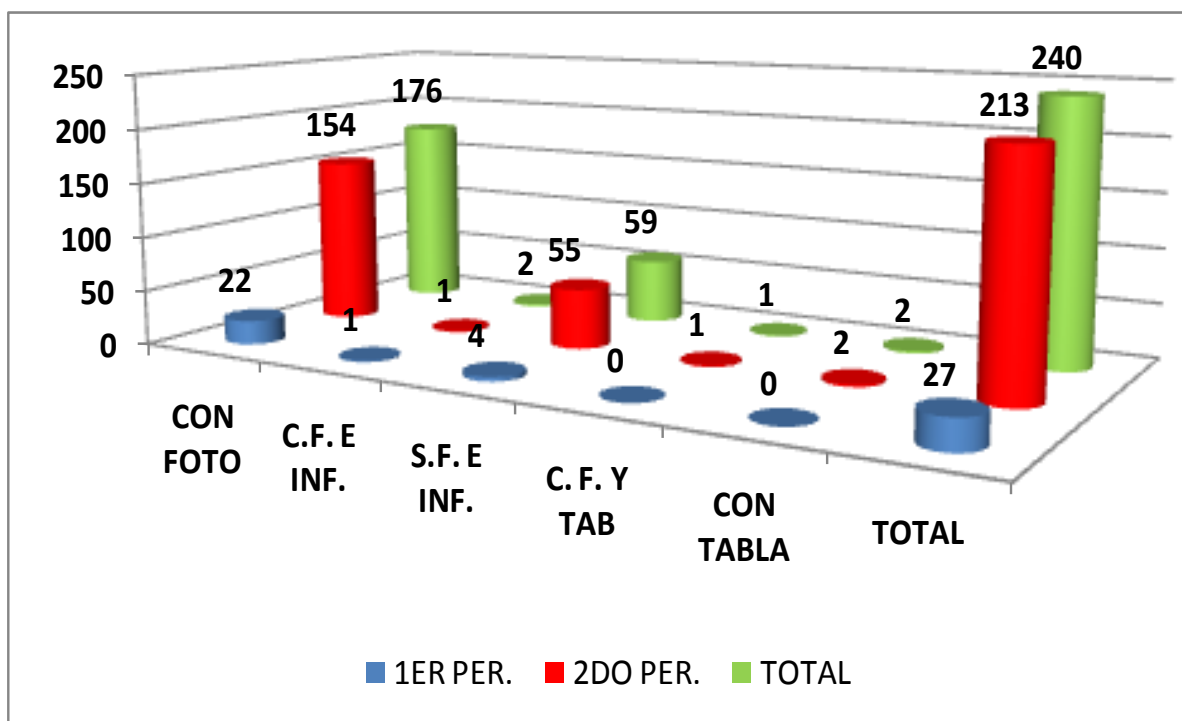


Imagen 15. Tipo de Apoyo

Tabla 13. Tipo de Apoyo

PERIODO	CON FOTO	C.F. E INF.	S.F. E INF.	C. F. Y TAB	CON TABLA	TOTAL
1ER PER.	22	1	4	0	0	27
2DO PER.	154	1	55	1	2	213
TOTAL	176	2	59	1	2	240

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el modelo de Maribel Quezada, usado en este estudio, el tipo de apoyo se refiere a los diversos elementos gráficos que acompañan una nota periodística, como ser: las infografías, tablas y fotografías.

Ahora bien, de acuerdo con el tipo de análisis de contenido la autora señala lo siguiente acerca del tipo de apoyo en el campo deportivo “Temas como Deportes y Actividades Sociales aparecen revestidos de importancia tanto por la frecuencia con que se presentan, como por la superficie que ocupan y por su ubicación preferencial, por las ilustraciones que los acompañan” (1992).



Esta interpretación reflejó los cambios se presentaron o no al respecto para aportar al estudio, quizás este aspecto sea uno de los más importantes ya que en los medios impresos las imágenes cuentan para dar colorido y a la vez importancia a la noticia cubierta junto a un adecuado titular que muestre una actitud periodística.

Pese a los demás aspectos, también es importante el tipo de apoyo, que es un “enganche”, para el público, a la hora de adquirir el Matutino, puesto que la calidad de la imagen, tabla o Infografía marca la diferencia al elegir un determinado Matutino ante la competencia.

Manuel López (1995), señala lo siguiente acerca del tipo de apoyo “Los textos periodísticos con elementos iconográficos tienen más importancia que los que no los llevan”. De esta manera se puede señalar que las noticias acompañadas de un tipo de apoyo determinado y preferencialmente por una imagen (foto), tiene mayor importancia y mayor impacto de la agenda del medio con respecto a la del público para asentarse en esta y generar opinión. Ahora se apreciara claramente de acuerdo con la agenda histórica este tipo de relevancia, es decir, en que proporción, las notas en si, tuvieron mayor importancia en cuanto a la publicación en el Matutino.

### **5.9.1 Primer periodo**

En el Primer Periodo las diferencias son bastante claras debido a que los tipos de apoyo en los 27 titulares publicados la relación numérica es la siguiente: Con foto 22, con foto e Infografía 1, sin foto e Infografía 4, con tabla 0 con foto y tabla 0. Este margen diferenciador expone que los titulares, en su mayoría, fueron acompañados de fotografías, en segunda instancia siguieron los titulares que no contaron con ningún tipo de apoyo. Luego siguen las otras tres categorías con proporciones menores que son de carácter ya insignificante, al extremo, de que una sola vez se recurrió al apoyo de las infografías, demostrando, de esta forma, que la imagen en las notas es un punto muy importante para expresar el reflejo de las palabras vertidas en la noticia y en los titulares publicados en esa época, Este aspecto se acomoda claramente a lo señalado por Alfredo Arceo Vacas (2006), quien señala lo siguiente acerca de la imagen y/o

apoyo periodístico “El estudio sobre la proyección de imagen sólo entra a analizar lo que dice directamente la noticia, no lo que parece dar a entender, ni las asociaciones posibles con otros temas o circunstancias”.

De esta manera se pudo constatar que en el primer periodo la importancia asignada a los titulares cubiertos con las noticias acerca de la participación en las eliminatorias mundialistas tomó una gran importancia de manera directa y su estrecha relación de acompañamiento con la relevancia de la misma.

### **5.9.2 Segundo periodo**

En este periodo las diferencias son considerables. Existen 213 titulares publicados pero esta vez, más allá del factor numérico, se constató que los cinco tipos de apoyo fueron usados reflejando una vez más la innovación constante en este lapso en “El Diario”. No obstante, estos cambios fueron minúsculos e irrelevantes debido a su carácter cuantificador

Las cifras que arroja la investigación, son estas: Con foto 154, con foto e Infografía 1, sin foto e Infografía 55, con tabla 2, con foto y tabla 1. De esta manera, se puede observar que las imágenes apoyaron las notas de modo contundente siendo la categoría más importante en cuanto al apoyo de los titulares, seguida de los títulos que no tuvieron apoyo de ningún tipo. Posteriormente se observan las otras tres categorías que, en porcentaje, no inciden en el resultado final.

Se demuestra de esta manera, que hubo una mayor relación en el aspecto cuantitativo de importancia de las noticias relacionadas con la Selección Boliviana de Fútbol, a pesar de los resultados obtenidos, los cuales condicionaron aún más la relevancia de la selección y su puesta en escena en la Agenda del Medio, para ser parte integral de la Agenda del Público.

Esto demuestra que la masificación noticiosa se hizo patente al igual que los recursos tecnológicos de edición de imagen, innovación creativa. Los recursos tecnológicos que

rentaba el Matutino para conseguir las imágenes, con su posterior adquisición, para abaratar costos era, además, muy importante porque se destaca que la especialización del personal y su cantidad también influyeron, notoriamente, en este salto tecnológico que se demostró a lo largo de esta segunda etapa en comparación de la primera.

También se debe señalar que la innovación de la informática, con la llegada de las computadoras Macintosh desde 1980, ayudó bastante en la edición de apoyos periodísticos, tanto para mejorar las fotos como la edición de tablas y la creación y mejora de las infografías en los Matutinos bolivianos.

Se debe desacatar que el primer periódico en obtener este tipo de tecnología fue “Presencia” y posteriormente las demás casas periodísticas adquirieron esta tecnología con la cual progresaron notoriamente, generando así una masificación tecnológica sin precedentes que ahora se incrementó debido a los recursos que ahora brinda el mundo virtual gracias a la Internet.

Se puede evidenciar que, en los dos periodos de estudio, el tipo de apoyo es el segundo elemento más importante de una buena noticia ya que el titular es el más importante. Pero, dentro de los tipos de apoyo, la imagen es el elemento principal e imprescindible, como se pudo evidenciar en este estudio elaborado en relación con los titulares de “El Diario” para la cobertura de las actuaciones de la Selección Boliviana de Fútbol.

En cuanto a las noticias que “El Diario” cubrió con respecto a la Selección Boliviana de Fútbol, se estableció que no hubo ningún tipo de cambio en ese sentido e inclusive se suma a ello los titulares que no tuvieron apoyo de ninguna índole, fueron ínfimos e irrelevantes, condicionados gracias a la baja expectativa que produjo la selección nacional en aquellos momentos.

También es importante el surgimiento de la Infografía como un elemento alternativo de apoyo cuando la imagen no es suficiente para explicar la noticia reflejada en el titular.

Este aporte si fue una innovación interesante, pero hasta la fecha es un recurso gráfico que se usa pocas veces en el ámbito periodístico boliviano, ya que el público nacional prefiere más el grado de realismo que muestra una imagen fotográfica ya que la Infografía que sólo refleja una realidad determinada o un supuesto mediante un dibujo. La Infografía es un simple dibujo descriptivo construido sobre la base de una versión periodística descriptiva que puede tener carácter muy vago porque no refleja la realidad como lo hace una imagen.

Ahora bien, las tablas referenciales son un apoyo estadístico importante que pueden reflejar un resultado obtenido mediante una producción comparativa, en este caso, una comparación de resultados y actuaciones de las diferentes selecciones que participaron en las eliminatorias mundialistas desde 1957 hasta 1993, en relación con la selección nacional, marcan una muestra evidente de la producción deportiva obtenida. Por lo tanto, este recurso se uso pocas veces, pero no deja de ser importante, por lo cuál es un elemento que terció en el tipo de apoyo a los titulares estudiados en esta investigación, siendo un elemento periodístico mucho más escaso.

Se tiene que añadir que hubo una sola ocasión en la cual una tabla fue junto a una imagen como un elemento descriptivo, que se refiere a un partido jugado por la representación nacional. Este elemento parece intrascendente, pero no deja de ser una pequeña innovación que se la puede definir como un experimento periodístico, digno de mención.

### **5.9.3 Conclusión**

Se puede llegar a la conclusión de que el mejor apoyo periodístico para los titulares redactados por “El Diario” fueron las fotografías. Demostrando de esta manera una constante línea de descripción periodística, la cual no marcó ninguna evolución al respecto ya que no hubo cambios trascendentales a lo largo del tiempo; a no ser de ligeras innovaciones y experimentos periodísticos que no tuvieron relevancia e impacto en cuanto a la hora de acompañar las noticias con un apoyo periodístico que fortalezca al titular y la noticia publicada como tal.

### Décimo análisis de datos por el nombre

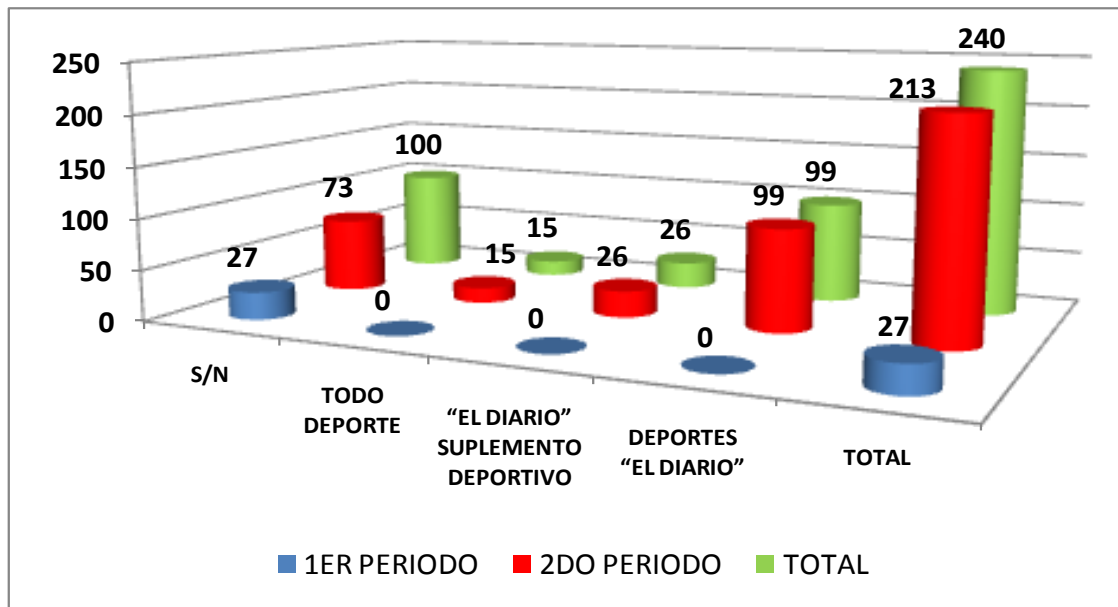


Imagen 16. Nombre

Tabla 14. Nombre

PERIODO	S/N	TODO DEPORTE	"EL DIARIO" SUPLEMENTO DEPORTIVO	DEPORTES "EL DIARIO"	TOTAL
1ER PERIODO	27	0	0	0	27
2DO PERIODO	73	15	26	99	213
TOTAL	100	15	26	99	240

Fuente: Elaboración propia

Como último elemento investigativo a interpretar se consideró el nombre de la sección deportiva de "El Diario" en sus dos periodos, los cuales tienen grandes diferencias.

Maria J. Villa (2007) habla al respecto de los suplementos y su relación de acuerdo al nombre que estos poseen "Un suplemento o separata se integra y se excluye del propio medio. Se integra en formato, diagramación, nombre y circulación; y se aleja en la especificidad de sus contenidos. Es frecuente que el suplemento tenga su propio director y que dialogue (aceptando o refutando) la propia línea editorial".

#### 5.10.1 Primer periodo

En el primer periodo, dentro de los 27 titulares se puede evidenciar claramente que hay un dominio absoluto en cuanto a la inexistencia de un nombre determinado para la

pagina deportiva de “El Diario” en este sentido, ya que el mismo en esa época carecía de una característica propia centrándose únicamente en la cobertura, además de que los Matutinos en esa época aún no sacaron a la luz suplementos deportivos, relegando de esta manera a la información deportiva a un plano menor, en cuanto a la asignación de un corpus identificable a plenitud.

Debido a ello, se puede evidenciar que había una integración total dentro del Matutino, siendo la sección deportiva, mediante sus páginas, en este periodo, un elemento complementario a la edición de “El Diario”, pero con un leve manejo que aún no definía una característica clara ante la comunidad y la agenda del público, debido a que no tenía un nombre identificador, que le diferenciaría de otras secciones del periódico y con la competencia de esa época la cual era inexistente de acuerdo con la entrevista efectuada al Ex Director de la Sección Dn. Mario Ríos Castelú.

#### **5.10.2 Segundo periodo**

Ahora, en el segundo periodo las cosas cambiaron sustancialmente debido a que la sección deportiva de “El Diario” alteró considerablemente el precedente de la primera época, ya que en este segundo corte hubo tres nombres claros. Además de las ocasiones en las que la sección no contó con un nombre específico, esta es la cuantificación en cuestión dentro de los 213 titulares elaborados: Sin nombre 73, Todo Deporte 15, “El Diario” Suplemento Deportivo 26 y Deportes “El Diario” 99.

Con estos resultados se puede comprobar que hubo un cambio trascendental que marca, de manera notable, que hubo mejoras e innovaciones dentro del Matutino como ser la identificación del suplemento con los cambios antes mencionados, marcando así una personalidad de acción ante la comunidad y la agenda del público.

A todo esto se debe sumar que hubo avances en cuanto a la diagramación, titulado, manejo de apoyos, circulación, especialidad de artículos, consolidando un grupo definido de trabajo que supo imponer su personalidad a pesar de las objeciones y autocensuras de los propietarios del Matutino (La Familia Carrasco).

Y como un complemento final a lo ya mencionado se suma la innovación tecnológica que se vio en las fotografías, los recursos periodísticos de cobertura con el aumento de las agencias de noticias, la especialidad de los reporteros por disciplinas deportivas, la aparición de la informática y la inmediatez noticiosa mediante cables y teletipos.

### **5.10.3 Conclusión**

Con todo lo dicho se afirma que estas cifras marcan claramente la evolución que hubo en cuanto a la identificación de la sección deportiva del Matutino ante el público para su posterior recepción, de esta manera, se ve que el nombre mas usado fue el de Deportes “El Diario”, cabe recordar que este aspecto fue innovado en el periodo de Dn. Mario Espinoza, de tal modo, que los cambios fueron bien diferenciados marcando así una diferencia trascendental para el periódico en cuanto a su nombre ante el mundo periodístico nacional.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 CONCLUSIONES

En cuanto a los resultados se pudo constatar que no hubo influencia alguna por parte de las agencias de noticias mundiales, UPI, AP y Reuter, en cuanto a la elaboración del tipo de apertura y significativo en las publicaciones de la Sección Deportiva de “El Diario” en la cobertura de la participación de la Selección Boliviana de Fútbol Mayores Sexo Masculino desde 1957 a 1993, por los siguientes factores obtenidos en las conclusiones:

De acuerdo al análisis y clasificación de los titulares se pudo establecer que no hay ningún grado de influencia de las agencias de noticias mundiales AP, UPI y REUTER, en cuanto al tipo de apertura, en las publicaciones de la Sección Deportiva del Matutino “El Diario” cubriendo la participación de las Selección Boliviana Categoría Mayor Sexo Masculino, desde 1957 hasta 1993.

- 6.1.1 Se pudo evidenciar que no hay ningún tipo de influencia de las agencias de noticias mundiales AP, UPI y REUTER, acerca del tipo de significativo y apertura en las publicaciones de la Sección Deportiva del Matutino “El Diario” en la cobertura de la participación de las Selección Boliviana Categoría Mayor Sexo Masculino desde 1957 hasta 1993, debido a que la sección mantuvo una característica propia y conservadora a lo largo del tiempo, debido al carácter incipiente de la prensa deportiva y de la idiosincrasia del público.
- 6.1.2 En cuanto a la identificación de las diferentes agencias, en la investigación se evidenció que a lo largo de este estudio “El Diario” usó doce agencias de noticias entre internacionales, mundiales y nacionales, de acuerdo con la categorización de la UNESCO, que fueron las



siguientes: UPI, UPI, REUTER, AP, AGENCIA L, AGENCIA RL, AFP, DPA, ANSA, EFE, TELAM y JATHA.

- 6.1.3 Los resultados obtenidos fueron cruzados con las dos entrevistas a profundidad que se efectuaron a dos ex directores de la Sección Deportiva de “El Diario”, Mario Ríos Castelú y Mario Espinoza Fortún, con lo cual se comprobó, que el grado de influencia de las agencias de noticias mundiales UPI, AP y REUTER en las publicaciones de la Sección Deportiva del Matutino “El Diario”, al cubrir la participación de las Selección Boliviana Categoría Mayor Sexo Masculino desde 1957 hasta 1993, fueron inexistentes, puesto que el Matutino mantuvo una característica propia a lo largo del tiempo, siendo este un elemento diferenciador
- 6.1.4 Se pudo comprobar, en cuanto al análisis de contenido del aspecto periodístico de los titulares (tipo de apertura, tipo de significante y tipo de apoyo) que, en general, no hubo evolución alguna al respecto.
- 6.1.5 Se constato que hubo una evolución en la forma de presentación de la sección en cuanto a la adopción de un nombre determinado siendo los nombres: “Todo Deporte”, EL DIARIO “Suplemento Deportivo” y Deportes “El Diario”.
- 6.1.6 Se constato que hubo una evolución en cuanto al tipo de corpus usado por la sección, siendo este de manera mayoritaria el suplemento, que paso de una transición de hoja deportiva a sección y de sección a suplemento.
- 6.1.7 Se constato evolución en la forma de presentación de la sección en cuanto a la paginación de la sección, llegando a publicar titulares de la selección, tanto en portada como en páginas centrales.
- 6.1.8 Se pudo evidenciar que no hubo alteración alguna en cuanto al tipo de formato que utilizó la Sección Deportiva de “El Diario” y que el predominante fue el Standard ante el tabloide que tuvo un tiempo muy corto de uso en la Sección.

## 6.2 RECOMENDACIONES

En cuanto a las recomendaciones se pueden señalar lo siguiente:

Para futuros trabajos en esta área investigativa, se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- 6.2.1. Tratar de conseguir antecedentes de trabajos similares en las Tesistecas de las Universidades y mejor aún en la Carrera en cuál uno cursa sus estudios.
- 6.2.2. Obtener la mayor información posible de las versiones Web e impresas de los Matutinos a investigar acerca del marco referencial ya que la bibliografía al respecto, en el ámbito nacional es muy pobre y si es posible tratar de ubicar a los periodistas de la época en el área correspondiente.
- 6.2.3. Buscar, de manera clara y concisa, la mayor información posible en las páginas Web oficiales de entidades extranjeras a investigar ya en el medio local nacional las mismas no operan con mucha frecuencia.
- 6.2.4. Tomar siempre como referente a las redes de información, debido a la gama de conocimiento que ofrecen y mejor aún si se recurre a Enciclopedias virtuales como Encarta, Wikipedia y otras, las cuales sirvieron mucho en esta investigación.
- 6.2.5. A la hora de revisar los artículos deportivos se deben considerar las fuentes ya que como se vio hay las de agencias noticiosas y redacción del Matutino estas son muy importantes para diferenciar la calidad informativa y el enfoque con las que cuentan las mismas a la hora de reflejar la información.
- 6.2.6. Se recomienda que la prensa deportiva en Bolivia mantenga siempre una característica propia en cuanto a la influencia que puedan tener medios de comunicación extranjeros, siendo estos: canales, radios, periódicos y agencias de noticias porque esta posible influencia no se adecua a la realidad lingüística, social, política y económica del país.

- 6.2.7. Se debe considerar que no toda influencia extranjera en el periodismo es mala, pero a la de considerar un aspecto influyente se debe considerar y evaluar si es aplicable a la realidad boliviana.
- 6.2.8. Los suplementos deportivos o secciones en formato Standard son los más indicados para cubrir la información deportiva, debido a que abarcan más información, contienen mayor cantidad de tipo de apoyo, puede desarrollar una mayor creatividad en cuanto a la innovación de tipos de significantes y ampliar los tipos de apertura, , pese a ser un formato incomodo para su lectura, en cambio el tabloide que es muy limitado por su tamaño y espacio, pese a ser un formato elegante, práctico y más fácil de leer.
- 6.2.9. Tener siempre como apoyo en los trabajos de investigación hemerográfica el uso de guantes, para evitar el manchado u obtención de infecciones digitales ya que la tinta con el paso del tiempo adquiere un carácter toxico.
- 6.2.10. En los departamentos de redacción y en las direcciones de las secciones deportivas y /o suplementos deportivos se le debe dar una mayor importancia e inclusión al rol participativo de la mujer que de a poco esta ingresando al periodismo deportivo de una manera mas mayoritaria que antes, siendo conductoras, reporteras, camarógrafas y comentaristas.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALARCOS, Llorach, Emilio (1977): El lenguaje de los titulares, Madrid, Fundación Juan March.
- BARDIN, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.
- BOSCH, J. L. C. y Torrente, D. (1993). *Encuestas telefónicas y por correo*. Madrid: CIS.
- CASSETTI, F. y Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- FONTCUBERTA, Mar de (1993): La noticia, Barcelona, Ed. Paidós.
- GAITÁN, J.A. – PIÑUEL, J.L. (199). *Técnicas de investigación en comunicación social*.
- GOMIS, Lorenzo (1991): Teoría del Periodismo, Barcelona, Ed. Paidós.
- IGARTUA, J. J., Muñiz, C., Elena, N. y Elena, A. (2003). El consumo televisivo desde la perspectiva de los usos y gratificaciones. En J. J. Igartua y A. Badillo (Eds.), *Audiencias y medios de comunicación* (pp.147-160). Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- KRIPPENDORFF, Klaus (1997): Metodología de análisis de contenido teoría y práctica, Barcelona, Ed. Paidós.
- LOPEZ, Manuel (1995): Cómo se fabrican las noticias, Barcelona, Ed. Paidós.
- Cassetti, F. y Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- MCCOMBS, Maxwel, Donald Shaww (1996): The Agenda Setting, Madrid, [www.universia.com](http://www.universia.com)
- MCQUAIL, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- PRIETO, Daniel (1992): Manual del Análisis de discurso, Stgo. de Chile, CIESPAL
- QUEZADA, Maribel (1992): El mensaje medio a medio, Stgo. de Chile, Ed. Universitaria
- RIVADENEIRA, Raúl (1985): Periodismo: La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, México D.F., Ed. Trillas.
- SERRUDO, Maruja (2004): Modulo de investigación científica, La Paz, Ed. Jorge Valle.
- TORRICO, LANDA Gustavo; KOLKICHUIMA P'ANKARA Cristóbal (2004): La Imprenta y el Periodismo en Bolivia, La Paz, Ed. Fondo Editorial de los Diputados.
- WAYNE W., Daniel (1998): Estadística con aplicaciones a las Ciencias Sociales y a la Educación, México D.F, Ed. McGraw – Hill/ Interamericana.
- Wimmer, R.D. – Dominik, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una Introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.



## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPITULO I.....	9
<b>1.1 JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>14</b>
<b>MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 HISTORIA DEL MATUTINO “EL DIARIO” .....</b>	<b>14</b>
<b>2.2 “EL DIARIO” EN LA ACTUALIDAD.....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 LAS AGENCIAS DE NOTICIAS.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4 TIPOLOGÍA DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS .....</b>	<b>24</b>
<b>2.5 BREVE HISTORIA DE LAS AGENCIAS DE NOTICIAS REUTER, AP Y UPI .....</b>	<b>26</b>
2.5.1 Agencia de noticias REUTER.....	26
2.5.2 Agencia de noticias ASSOCIATED PRESS (AP) .....	27
2.5.3 Agencia de noticias UNITED PRESS INTERNATIONAL (UPI) .....	27
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>30</b>
<b>MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 TEORÍAS COMUNICACIONALES.....</b>	<b>30</b>
3.1.1 La agenda setting.....	30
3.1.2 Teoría del periodismo.....	35
3.1.3 Propuesta teórica .....	45
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>48</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>48</b>
<b>4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>48</b>
<b>4.2 PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS .....</b>	<b>48</b>
<b>4.3 OBJETIVOS .....</b>	<b>49</b>
4.3.1 Objetivos generales.....	49
4.3.2 Objetivos específicos.....	49
<b>4.4. DEFINICIÓN DEL MÉTODO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA .....</b>	<b>49</b>
4.4.1. Modelo.....	50
4.4.2. Teorías .....	50
4.4.1 Características del método de investigación científico .....	51
4.4.2 Aplicación del método científico .....	52
4.4.3 Metodología cuantitativa .....	53
<b>4.4 ELABORACIÓN DE CATEGORÍAS .....</b>	<b>55</b>
4.4.1 Primer paso: Creación de categorías .....	55
4.4.2 Segundo Paso: La valoración.....	56
4.4.3 Tercer Paso: Identificación del Corpus.....	57
4.4.4 Cuarto Paso: Las Unidades de Análisis .....	57
4.4.5 Quinto Paso: El Análisis .....	57
4.4.6 Sexto Paso: Descripción e interpretación.....	58
4.4.7 Séptimo Paso: Conclusiones.....	58
<b>4.5 REVISIÓN DOCUMENTAL HEMEROGRÁFICA .....</b>	<b>59</b>
<b>4.6 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA MEDIANTE LA TABULACIÓN DE DATOS.....</b>	<b>59</b>
<b>4.7 ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD.....</b>	<b>61</b>
<b>CAPÍTULO V.....</b>	<b>63</b>
<b>ANÁLISIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>63</b>
<b>5.1 RESULTADOS SOBRE EL ANÁLISIS EVOLUTIVO DE LOS TITULARES .....</b>	<b>63</b>
Primer análisis de datos por el tipo de fuente .....	65
5.1.1 Primer periodo.....	65
5.1.2 Segundo periodo.....	66
5.1.3 Conclusión.....	68

Segundo análisis de datos por el tipo de formato.....	69
5.2.1 Primer periodo.....	70
5.2.2 Segundo periodo.....	70
5.2.3 Conclusión.....	74
Tercer análisis de datos por el tipo de apertura .....	75
5.3.1 Primer periodo.....	76
5.3.2 Segundo periodo.....	76
5.3.3 Conclusión.....	77
Cuarto análisis de datos por el tipo de significativo .....	78
5.4.1 Primer periodo.....	79
5.4.2 Segundo periodo.....	80
5.4.3 Conclusión.....	82
Quinto análisis de datos por el tipo de valoración .....	83
5.5.1 Primer periodo.....	84
5.5.2 Segundo periodo.....	85
5.5.3 Conclusión.....	86
Sexto análisis de datos por el número de página.....	87
5.6.1 Primer periodo.....	88
5.6.2 Segundo periodo.....	88
5.6.3 Conclusión.....	89
Séptimo análisis de datos por el tipo de corpus .....	90
5.7.1 Primer periodo.....	92
5.7.2 Segundo periodo.....	92
5.7.3 Conclusión .....	93
Octavo análisis de datos por el tipo de nota.....	94
5.8.1 Primer periodo.....	95
5.8.2 Segundo periodo.....	95
5.8.3 Conclusión.....	95
Noveno análisis de datos por el tipo de apoyo .....	96
5.9.1 Primer periodo.....	97
5.9.2 Segundo periodo.....	98
5.9.3 Conclusión.....	100
Décimo análisis de datos por el nombre .....	101
5.10.1 Primer periodo.....	101
5.10.2 Segundo periodo.....	102
5.10.3 Conclusión.....	103
CAPÍTULO VI .....	104
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	104
<b>6.1 CONCLUSIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>6.2 RECOMENDACIONES .....</b>	<b>106</b>
BIBLIOGRAFÍA .....	108

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Fotografía de la Primera portada de “El Diario” .....	15
Imagen 2. Fotografía de la primera imprenta de “El Diario”- Marca Marinoni.....	16
Imagen 3. Fotografía de la Calle Illimani N° 5 .....	19
Imagen 4. Fotografía de José Carrasco Torrico. ....	22
Imagen 5. Ejemplo The Boston Gazzet.....	43
Imagen 6. Tipo de fuente .....	65
Imagen 7. La cebolla del establecimiento de la agenda mediática .....	68
Imagen 8. Tipo de Formato.....	69
Imagen 9. Tipo de Apertura .....	75
Imagen 10. Tipo de significante .....	78
Imagen 11. Tipo de Valoración .....	83
Imagen 12. Número de página .....	87
Imagen 13. Tipo de Corpus .....	90
Imagen 14. Tipo de Nota.....	94
Imagen 15. Tipo de Apoyo .....	96
Imagen 16. Nombre.....	101



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipología de las agencias de noticias .....	25
Tabla 2. Diferenciación de Las Agencias de Noticias .....	29
Tabla 3. Campos Temáticos .....	37
Tabla 4. Elaboración de categorías de Valoración .....	65
Tabla 5. Tipo de Formato .....	70
Tabla 6. Tipo de Apertura .....	75
Tabla 7. Tipo de Significante .....	78
Tabla 8. Titulares de significativo .....	81
Tabla 9. Tipo de Valoración .....	83
Tabla 10. Número de página .....	87
Tabla 11. Tipo de Corpus .....	90
Tabla 12. Tipo de Nota .....	94
Tabla 13. Tipo de Apoyo .....	96
Tabla 14. Nombre .....	101

## ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema 1. El papel del establecimiento de la agenda de los medios de comunicación .....	31
Esquema 2. Elaboración de la Agenda .....	46
Esquema 3. Elaboración de categorías .....	55

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Ejemplo de Análisis de Titulares .....	42
Cuadro 2. Ejemplo del Times de Londres .....	43
Cuadro 3. Ejemplo del New York Times .....	44
Cuadro 4. Elaboración de categorías de Valoración .....	56