

# PRESENCIA E IMAGEN DE LA MUJER EN LA PRENSA ESPAÑOLA

JAVIER DAVARA, HUMBERTO MARTÍNEZ-FRESNEDA,  
ELENA PEDREIRA Y GABRIEL SÁNCHEZ

Javier Davara, Humberto Martínez-Fresneda, Elena Pedreira y Gabriel Sánchez son miembros del Observatorio de Mensajes Periodísticos (OMP) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Francisco de Vitoria, de Madrid.

**El objeto de esta investigación, llevada a cabo por el Observatorio de Mensajes Periodísticos (OMP) de la Universidad Francisco de Vitoria, es dar a conocer cómo presentan a la mujer los principales diarios españoles en sus primeras páginas y determinar qué influencia ejercen sobre la opinión pública con estas informaciones. La muestra comprende dos diarios de información nacional, siete diarios regionales y un diario gratuito.**

La primera página de un periódico, llamada también portada fuera de los ámbitos periodísticos y de manera aceptada por el uso<sup>1</sup>, es uno de los elementos más importantes de cada diario. La primera página no es una página más, con ella se busca atraer y llamar la atención de los lectores, así como presentar de una manera rápida y directa los temas más destacados de la actualidad. Los diferentes elementos informativos y expresivos incluidos en las primeras páginas de los diarios ofrecen principios básicos de la línea editorial de un periódico e incluso su tendencia ideológica, influyendo notoriamente en la formación de la opinión pública. Esta línea editorial se presenta claramente en la selección de temas, en el tratamiento de los mismos, en la importancia otorgada a cada uno y en la presentación formal de los contenidos.

Nuestra propuesta se desarrolla en el estudio de las primeras páginas de los diarios. Para conseguir nuestro propósito, nos hemos centrado en la observación de varios aspectos concretos que hacen referencia a los criterios de selección y tratamiento de las diferentes informaciones que tienen como protagonista a la mujer en los diarios representativos seleccionados y que resaltamos a continuación: en primer lugar, observamos la presencia o no de informaciones que tienen a la mujer como protagonista en cada una de las ediciones de los diarios. De la muestra completa estudiada, obtendremos una primera aportación cuantitativa que, sin duda alguna, nos ofrece las primeras conclusiones. En segundo lugar, nos centramos en la importancia otorgada por el diario a las informaciones de nuestro interés. Basándonos en la descripción y explicación de los diferentes elementos formales y estructurales de la primera página, podemos definir distintos grados de relevancia de las informaciones. La investigación valora principalmente la ubicación de la noticia en el total de la página, según los parámetros de extensión, acompañamiento gráfico y posición en la página. En tercer lugar, valoramos positiva o negativamente la noticia estudiada de acuerdo a los criterios que seguidamente describimos. Se presentan positivas las informaciones que muestran a mujeres por su trabajo, actividad, cargo o participación en algún acontecimiento; es importante señalar que esta valoración positiva se aplica independientemente de otros calificativos atribuibles, normalmente ideológicos o políticos. Calificamos como informaciones negativas las que están provocadas por sucesos, especialmente los de violencia contra las mujeres, por situaciones de discriminación por sexo y todas las relacionadas con situaciones que deforman la imagen de las protagonistas por su condición de mujer.

## EL OBSERVATORIO

### DE MENSAJES PERIODÍSTICOS

El Observatorio de Mensajes Periodísticos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Francisco de Vitoria (UFV) es un grupo estable de investigación, creado en 2007. Está compuesto por:

**Javier Davara Torrego**, doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y profesor agregado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UFV.

**Humberto Martínez-Fresneda Osorio**, doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y profesor titular en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UFV.

**Elena Pedreira Souto**, doctora en Ciencias de la Información por la Universidad San Pablo-CEU y profesora adjunta en la Facultad de Comunicación de la UFV.

**Gabriel Sánchez Rodríguez**, doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y profesor adjunto en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UFV.

La muestra utilizada comprende el análisis de 10 diarios de información general de carácter nacional, regional, provincial y gratuito durante 100 días. Hablamos de casi 1.000 primeras páginas<sup>2</sup> publicadas durante los tres primeros meses de 2009. Las fechas concretas de nuestra investigación abarcan del 15 de enero al 25 de abril de 2009 y los diarios seleccionados son *El País*, *El Mundo*, *El Correo*, *La Voz de Galicia*, *Heraldo de Aragón*, *Levante*, *El Norte de Castilla*, *Diario Sur*, *La Provincia* y el gratuito *20 Minutos*<sup>3</sup>.

---

### **LA ACTIVIDAD POLÍTICA E INSTITUCIONAL, PRINCIPAL CAUSA POR LA QUE LAS MUJERES GENERAN NOTICIAS**

En un primer grupo, incluimos a los dos diarios de información general de carácter nacional con mayor difusión, *El País* y *El Mundo*, destacados representantes de la prensa de referencia española. Además, hemos seleccionado el diario gratuito más importante por lectores y difusión, *20 Minutos*, en concreto, su edición de Madrid, como representativa de todas las demás. Hemos diferenciado el estudio de este diario dado su carácter gratuito y siendo conscientes de la necesidad de no equiparar los dos tipos de prensa.

En un segundo grupo, incluimos siete diarios de ámbito regional y provincial como representativos del amplio sistema de la prensa regional en España. Estudiamos dos grandes diarios regionales con gran vocación generalista e importante difusión, como son *El Correo*, del País Vasco, y *La Voz de Galicia*. Representan a dos regiones con altos índices de lectura de periódicos y con peculiaridades culturales, que hacen que estos diarios propongan una sugerente mezcla entre los temas internacionales, nacionales y regionales. Junto con ellos, observamos dos diarios regionales de carácter medio por su difusión, aunque con gran implantación en sus regiones: *Heraldo de Aragón* y *Levante*, de la Comunidad Valenciana. También incluimos tres diarios regionales-provinciales con menor difusión pero interesantes para completar la muestra. *El Norte de Castilla*,

periódico regional de Castilla y León, el regional andaluz *Sur*, editado en Málaga, y *La Provincia*, de Canarias.

Los diarios estudiados entre el 15 de enero de 2009 y el 25 de abril de 2009 reflejaron los temas más destacados de acuerdo a sus criterios de selección de noticias, pero es importante señalar una serie de acontecimientos ocurridos en aquellos días que pueden ofrecer pequeñas distorsiones en los resultados: la campaña y celebración de las elecciones vascas y gallegas, la desaparición de Marta del Castillo, el llamado caso del espionaje en la Comunidad de Madrid, el Óscar ganado por Penélope Cruz y la celebración del Día Internacional de la Mujer el 8 de marzo, entre otros.

Presentamos los datos principales obtenidos en el análisis de la muestra seleccionada mostrando los de los diarios nacionales estudiados y, a continuación, los obtenidos del diario gratuito. Anotamos en las tablas los datos de los tres diarios sabiendo que la gratuidad de uno de ellos impide comparaciones al mismo nivel. Asimismo, nos centramos en los periódicos regionales y provinciales, diferenciando en las tablas los de mayor difusión e importancia de los pequeños, con menor difusión.

### **‘El País’ y ‘El Mundo’**

Los diarios *El País* y *El Mundo* son las dos grandes referencias nacionales en lo que se refiere a la prensa escrita. Con una media de 431.033 ejemplares diarios, el *El País* es el periódico no deportivo de mayor difusión de España, según datos de 2008 ofrecidos por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). Le sigue el diario *El Mundo*, con 323.587 ejemplares de difusión, según la OJD en el mismo periodo que *El País*.

La prensa nacional trata el tema de la mujer de manera razonable. De los 100 días estudiados, aparece en *El País* 59 días, es decir, un 59%, frente a un 64% de apariciones en *El Mundo*, o lo que es lo mismo, 64 de los 100 días. Por lo tanto, una primera aproximación a los datos refleja que ambos periódicos se ocupan casi por igual del tema objeto de la investigación.

La presencia razonable del tema que se está estudiando no se proyecta en una superficie “redaccional” extensa. El espacio dedicado a la información sobre la mujer es más bien poco, aunque no necesariamente sea una in-

formación negativa. En ese sentido, en *El País*, aparecen 72 noticias y en *El Mundo*, 74. De las 72 noticias del diario del grupo Prisa, en casi un 70% de los casos, la presencia es media o poca. Esto aumenta en *El Mundo*, que tiene una presencia media o poca en un 73%.

En *El País*, 47 de las 72 noticias que aparecen son positivas y, en *El Mundo*, 51 de 74 noticias tienen esa valoración positiva. Fundamentalmente, la mujer aparece en la prensa nacional por su actividad institucional o política. Así, en *El País*, más de la mitad de las noticias que se publican corresponden a este tema. Le siguen los sucesos, los temas de sociedad y la cultura. Ya más específicamente, se registraron seis noticias referidas a la violencia contra las mujeres, lo que supone un 8,4% del total, y por lo que se puede decir que no es una representación muy importante en el conjunto de las apariciones en este diario.

Respecto a *El Mundo*, también más de la mitad de las noticias que aparecen referentes a la mujer corresponden a actividades institucionales o políticas. En concreto, un 59,5% del total. Es destacable que el siguiente tema en el que aparece la mujer es relativo a la violencia contra las mujeres. El 13,5% –10 noticias de las 74 registradas– trata este asunto. Le siguen los temas de sociedad y cultura, igual que en *El País*.

### **'20 Minutos'**

*20 Minutos* es un periódico de información general y distribución gratuita con ediciones locales en 15 ciudades españolas, que se publica de lunes a viernes. Es el periódico gratuito más leído en España, con 2.889.000 lectores diarios, según los datos de diciembre de 2008 del Estudio General de Medios (EGM), y el gratuito con mayor difusión, alcanzando los 947.571 ejemplares diarios.

La muestra analizada es de menos días respecto a los otros periódicos, debido a que no sale a la calle los fines de semana. A diferencia de la prensa nacional, la gratuita da una mayor cobertura a la mujer en sus páginas. De 70 días, aparece en 60. O sea, un 85,7%. Se puede decir que la extensión que dedica a este tema es razonable. Casi la mitad de las noticias ocupa mucha o media extensión. De las 73 noticias publicadas, 37 tienen un carácter nega-

tivo, un 50,7%, frente al 49,3% cuya valoración es positiva. La cultura y los sucesos son el argumento en el que más aparece la mujer, ocupando casi la mitad de las noticias. La violencia machista ocupa un 22% (16 noticias de 73). Las temáticas que siguen son la actividad política o institucional, sociedad y deportes. Se observa que la prensa gratuita opta más por los temas ligeros y el sensacionalismo, frente al equilibrio de la prensa nacional.

### 1 - PRESENCIA DE LA MUJER EN LAS PRIMERAS PÁGINAS · Nº de días

	EL PAÍS		EL MUNDO		20 MINUTOS	
		%		%		%
SÍ	59	59	64	64	60	85,7
NO	41	41	36	36	10	14,3
TOTAL	100	100	100	100	70	100

### 2 - IMPORTANCIA DE LAS INFORMACIONES PUBLICADAS SOBRE LA MUJER · Nº de informaciones

	EL PAÍS		EL MUNDO		20 MINUTOS	
		%		%		%
MUCHA	24	33,4	20	27	20	27,5
MEDIA	15	20,8	29	39,2	11	15
POCA	33	45,8	25	33,8	42	57,5
TOTAL	72	100	74	100	73	100

### 3 - VALORACIÓN DE LAS INFORMACIONES PUBLICADAS SOBRE LA MUJER · Nº de informaciones

	EL PAÍS		EL MUNDO		20 MINUTOS	
		%		%		%
POSITIVA	47	65,3	51	68,9	36	49,3
NEGATIVA	25	34,7	23	31,1	37	50,7
TOTAL	72	100	74	100	73	100

### Prensa regional

Los periódicos regionales seleccionados para la investigación con una difusión superior a los 100.000 ejemplares, según la OJD, son *El Correo* (115.365 ejemplares) y *La Voz de Galicia* (102.858 ejemplares). De las cabeceras regionales destacadas pero con una difusión menor, hemos ele-

gido el *Heraldo de Aragón* (53.087 ejemplares). El resto de regionales son *Levante* (40.035), *El Norte de Castilla* (35.100), el *Diario Sur* (31.921) y *La Provincia* (29.504). Como vimos anteriormente, en la muestra se incluyen periódicos de siete comunidades autónomas diferentes (País Vasco, Galicia, Aragón, Valencia, Andalucía, Castilla y León), incluida una de carácter insular (las Islas Canarias). De ellos, tres (*El Correo*, *El Norte de Castilla* y *Diario Sur*) pertenecen a uno de los grupos de prensa regional más importantes, Vocento; *La Voz de Galicia*, perteneciente al grupo Voz, con sus 15 ediciones locales, es líder en la comunidad gallega; el diario *Levante* y *La Provincia* forman parte de otros de los grupos regionales más fuertes en nuestro país, Prensa Ibérica, y el *Heraldo de Aragón* pertenece al grupo Herald.

### **‘El Correo’**

Dentro del total de las portadas analizadas, 57 noticias tratan sobre la mujer o tienen a una mujer como protagonista. El 36,8% de los casos está relacionado con temas institucionales y profesionales de ámbito público. Las noticias sobre violencia de género ocupan un 24,5% del tratamiento informativo. En las categorías de sociedad y cultura se igualan porcentajes, con un 10,5% coincidente en ambas áreas. El tratamiento informativo es medio y la valoración es negativa en líneas generales, pero solamente con un 50,9%.

### **‘La Voz de Galicia’**

Entre el 15 de enero y el 25 de abril, la mujer ocupa 50 portadas en el diario gallego, y aparece como protagonista directa o indirecta de 65 noticias. Al igual que en *El Correo*, la mayor parte de las unidades informativas hacen referencia a la participación de la mujer en la actividad pública e institucional, con un 50,8% del total, seguida por los temas sociales, con un 21,53%. Las noticias sobre violencia de género ocupan un 15,38% del tratamiento informativo. Se le concede poca extensión e importancia en los temas de portada, aunque la valoración es positiva, con un 64,6%.





#### 4 • PRESENCIA DE LA MUJER EN LAS PRIMERAS PÁGINAS • Nº de días

	EL CORREO		LA VOZ DE GALICIA		EL HERALDO DE ARAGÓN		LEVANTE	
		%		%		%		%
SÍ	47	47	50	50	58	58	29	29
NO	53	53	50	50	42	42	71	71
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100

#### 5 • IMPORTANCIA DE LAS INFORMACIONES PUBLICADAS SOBRE LA MUJER • Nº de informaciones

	EL CORREO		LA VOZ DE GALICIA		EL HERALDO DE ARAGÓN		LEVANTE	
		%		%		%		%
MUCHA	8	14	8	12,3	23	29,1	1	3
MEDIA	22	38,6	12	18,5	32	40,5	7	21,2
POCA	27	47,4	45	69,2	24	30,4	25	57,8
TOTAL	57	100	65	100	79	100	33	100

#### 6 • VALORACIÓN DE LAS INFORMACIONES PUBLICADAS SOBRE LA MUJER • Nº de informaciones

	EL CORREO		LA VOZ DE GALICIA		EL HERALDO DE ARAGÓN		LEVANTE	
		%		%		%		%
POSITIVA	28	49,1	42	64,6	35	44,3	27	81,8
NEGATIVA	29	50,9	23	35,4	44	55,7	6	18,2
TOTAL	57	100	65	100	79	100	33	100

#### ‘El Norte de Castilla’

De las 67 noticias publicadas en las primeras páginas del diario de Valladolid, un 31,3% pertenece al área de sucesos. Este periódico es el que más noticias recoge en esta categoría. Además, dedica un 17,9% de los casos a temas relacionados con la violencia de género, el mismo porcentaje que a temas de cultura. Le siguen en esta clasificación temas institucionales y sociedad, con un porcentaje coincidente del 14,9%. Este periódico rompe la tónica de los anteriores: tan solo hay 10 noticias referidas al ámbito institucional. Sin embargo, el tratamiento informativo otorgado en la superficie de portada no es relevante. Al predominar temas en los que el papel de la mujer no viene determinado por su relevancia política, pública o social, la valoración es negativa.

**‘Sur’**

El seguimiento de las portadas del diario de Málaga nos permite comprobar que, del total de noticias relacionadas con la mujer (54), el 29,62% se refiere a temas de violencia de género. Un porcentaje más elevado de lo habitual en comparación con el resto de los casos. Durante este periodo, se produjo un hecho que conmocionó a la población española y, en particular, a la comunidad andaluza: la desaparición de la joven Marta del Castillo en Sevilla el 24 de enero de 2009. Días después, su ex novio confesó el asesinato. Este suceso fue ampliamente tratado por el diario de Vocento. Destacan también, con porcentajes similares, las noticias sobre participación de la mujer en la vida pública e institucional (29,62%) y temas de sociedad (27,77%). Deportes y cultura, con un porcentaje del 1,85% en ambos casos, son apenas relevantes.

**‘La Provincia’**

En *La Provincia*, dentro del periodo estudiado, aparecieron noticias relacionadas con la mujer 44 días, ocupando un 56% del total de la muestra. La valoración se puede considerar positiva en su mayoría (76% de las 50 noticias publicadas). Sin embargo, la superficie que dedican a las mujeres es muy escasa. Solo en un 6% de las ocasiones ocupa mucha extensión,

.....  
**LA PRENSA GRATUITA OFRECE  
 UNA IMAGEN MÁS NEGATIVA DE LA MUJER QUE  
 LOS DIARIOS DE PAGO**

frente a un 62% cuya valoración es poca. El tema en el que más aparece la mujer es la política, con un 36% de las noticias: de 50 noticias registradas, 18 tienen que ver con la política. Después, le siguen temas culturales y sucesos, con unos porcentajes de aparición del 24% y 20%, respectivamente. Las noticias relacionadas con la violencia contra la mujer ocupan un 8%. En cuanto a otras categorías, la mujer aparece en temas de sociedad en un 12%.

## 7 - PRESENCIA DE LA MUJER EN LAS PRIMERAS PÁGINAS · Nº de días

	EL NORTE DE CASTILLA		DIARIO SUR		LA PROVINCIA	
		%		%		%
SÍ	40	40	47	47	44	44
NO	60	60	53	53	56	56
TOTAL	100	100	100	100	70	100

## 8 · IMPORTANCIA DE LAS INFORMACIONES PUBLICADAS SOBRE LA MUJER · Nº de informaciones

	EL NORTE DE CASTILLA		DIARIO SUR		LA PROVINCIA	
		%		%		%
MUCHA	20	29,8	15	27,8	3	6
MEDIA	12	26,9	16	29,6	16	32
POCA	29	43,3	23	42,6	31	62
TOTAL	67	100	54	100	50	100

## 9 · VALORACIÓN DE LAS INFORMACIONES PUBLICADAS SOBRE LA MUJER · Nº de informaciones

	EL NORTE DE CASTILLA		DIARIO SUR		LA PROVINCIA	
		%		%		%
POSITIVA	30	44,8	30	55,6	38	76
NEGATIVA	37	55,2	24	44,4	12	24
TOTAL	67	100	54	100	50	100

## Conclusiones

Por término medio, el 51,3% de las primeras páginas de los diarios españoles lleva mujeres protagonistas de una noticia. Este porcentaje aumenta 10 puntos de media (hasta el 61,3%) en los diarios de difusión nacional. Sin embargo, decae en los de ámbito regional y local, en los que la presencia de la mujer como sujeto activo de una noticia está presente tan solo en el 45% de las primeras páginas.

Pero esas informaciones son poco valoradas en más de la mitad de los casos. El concepto de “poca importancia” aparece en el 50,7% de las primeras páginas analizadas. Este porcentaje es superior –llega al 57,3%– en los diarios de difusión regional. Las informaciones en las que a la mujer se le ha concedido mucho o medio protagonismo a la hora de diseñar la primera página se sitúan en torno al 24,6%.

Lo que sí es cierto es que los diarios tratan las noticias relativas a la mujer de forma positiva en el 60% de los casos. Y en los diarios de difusión regional, en los cuales la presencia femenina es poco valorada en la primera página, cuando se produce, también se informa en positivo en el 55% de los casos.

### **Mucha información institucional, poca deportiva**

El mayor número de noticias protagonizadas por la mujer se refieren a su papel en las instituciones, en función de los altos cargos que ocupan. Este dato es constante en el análisis de todas las primeras páginas de los diarios analizados, si bien varía en función del área de difusión del rotativo. La media se sitúa en torno al 37% de las noticias. Pero los diarios de difusión nacional llegan a justificar hasta el 60% de las informaciones en las que la mujer es protagonista por el puesto que ocupan en las instituciones, fundamentalmente públicas (ministras, parlamentarias, presidentas de Gobiernos autonómicos, concejales, altos cargos de la Administración, etc.). Las noticias de carácter cultural y las que se engloban en el género de sucesos no llegan al 20%. Las primeras se quedan en un 12% y los sucesos suben hasta el 16%, la misma cifra que las informaciones de carácter social. Aun-

.....

### **LAS NOTICIAS DE SUCEOS Y VIOLENCIA MACHISTA PROTAGONIZADAS POR MUJERES TIENEN UNA VALORACIÓN MÁS POSITIVA EN LOS DIARIOS REGIONALES QUE EN LOS NACIONALES**

que también aquí hay diferencias entre la prensa nacional y la regional. Las informaciones englobadas en la sección de sociedad tienen reflejo en la prensa nacional en un 11%. Esta cifra se dispara hasta superar el 18% en los diarios regionales.

La violencia machista apenas tiene presencia. Tan solo el 16% de las noticias que los diarios españoles publican en sus primeras páginas llevan este sello. Y, como ocurre con las de sucesos, los diarios nacionales apenas valoran este tipo de informaciones (no llegan ni al 11%), mientras que los que se distribuyen en provincias valoran en mayor medida estas noticias, pues

la presencia en sus primeras páginas de hechos vinculados a la violencia de género alcanza el 17% en la prensa regional.

Las noticias protagonizadas por mujeres en el campo deportivo son las que menos interés suscitan para la prensa. Los diarios solo dedican el 1,6% a las informaciones de eventos en los que las deportistas destacan. Y son los rotativos de distribución regional o local los que hacen hueco en sus páginas, aunque sin demasiados excesos, en torno al 3%.

---

## **CULTURA Y DEPORTES APENAS ACAPARAN EL INTERÉS EN LAS PRIMERAS PÁGINAS**

A la vista de estos datos, podemos concluir:

- La mitad de las noticias que publican los diarios en sus primeras páginas tienen como protagonista a la mujer.
- Pero son poco valoradas en el diseño de portada.
- El 60% de las informaciones muestran una imagen positiva de la mujer.
- La información institucional es la que acapara mayor atención. La que menos, las noticias relacionadas con acontecimientos deportivos.
- La información de carácter cultural y social tiene más presencia que las noticias relacionadas con sucesos y con violencia machista. Estos dos campos priman más en la prensa regional y provincial que en la nacional.
- El fenómeno social de la violencia machista tiene escasa presencia en los diarios nacionales. Tan solo el 16% de estas noticias tienen un hueco en la primera página, siendo los periódicos locales los que mayor eco se hacen de estas informaciones.

### **El fenómeno de la prensa gratuita**

El análisis de estas primeras páginas arroja otro resultado a tener en cuenta: la diferencia que existe a la hora de valorar las informaciones de los diarios de pago con respecto a los diarios gratuitos.

La presencia de la mujer casi se triplica en *20 Minutos* en comparación con el resto de las cabeceras. Mientras que, en los diarios de pago, la valoración

que se hace de las mujeres a la hora de protagonizar una noticia es positiva en el 60% de los casos, el carácter negativo está presente en el 50,7% de las informaciones del diario gratuito. El motivo de tan abultada cifra es que la valoración registrada en las informaciones de sucesos se sale de la media. En la prensa de pago, este tipo de informaciones alcanza el 16%, y en *20 Minutos*, se dispara hasta el 20,5%. Asimismo, las noticias relacionadas con violencia machista ocupan un 16% del total de la prensa de pago, y en el diario gratuito, alcanzan un 22%.

La prensa gratuita es más sensible a las noticias relacionadas con las actividades culturales y deportivas que tienen como protagonista a la mujer. Si, en los diarios convencionales, estos dos apartados ocupan los últimos lugares por la escasa importancia que dan a este tipo de informaciones, en el gratuito, encontramos más de un 24% de noticias de carácter cultural (casi el doble de la media) y un 5% de informaciones sobre mujer y deporte (casi cuatro puntos más que los periódicos de pago).

Esta disparidad de criterios a la hora de valorar las informaciones de primera página es señal evidente de los mercados que cada una de las empresas de comunicación buscan a la hora de captar lectores. ☒

## NOTAS

**1.** En los últimos tiempos, los diferentes diccionarios generales de la lengua, del uso de la misma y los especializados en edición coinciden en entender los dos términos como sinónimos, debido al uso que hacemos de ellos. **2.** La muestra es de 970 primeras páginas dado que el diario gratuito *20 Minutos* no se publica ni sábados ni domingos. **3.** El orden utilizado para presentar a los diarios se corresponde con los datos de mayor a menor difusión del año 2008, presentados por la OJD, excepto *20 Minutos* que, por su gratuidad, no puede ser comparado en este aspecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO, Héctor (2008): "El rostro de la prensa de calidad. La información internacional desde la portada de los grandes diarios europeos" en *Textual & Visual Media*, nº 1, páginas 21-48.
- ARNOLD, Edmund C. (1986): *Diseño total de un periódico*, México, Edamex.
- BERROCAL, Salomé y RODRÍGUEZ-MARIBONA, Carlos (1998): *Análisis básico de la prensa diaria*, Madrid, Universitat.
- CEBERIO, Jesús (2001): "La primera" en *300 primeras páginas de El País 1976-2001*, Madrid, Ediciones El País.
- CEBRIÁN, Juan Luis (1996): "Rataplán" en *300 primeras páginas de El País 1976-1996*, Madrid, Ediciones El País.
- DAVARA, Javier, LÓPEZ, Pablo, MARTÍNEZ-FRESNEDA, Humberto y SÁNCHEZ, Gabriel (2004): *España en portada. Análisis de las primeras páginas de los diarios nacionales y su influencia en la sociedad*, Madrid, Fragua.
- GALLEGO AYALA, Juana (2007): "La prensa femenina: una cala de difícil abordaje" en FERNÁNDEZ, Juan José (coord.), *Prensa Especializada actual*, Madrid, Mc Graw Hill, páginas 131-175.
- KOVACH, Bill y ROSENSTIEL, Tom (2003): *Los elementos del periodismo*, Madrid, Ediciones El País.
- SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, Gabriel (2008): "Violencia machista y medios de comunicación: el tratamiento de los delitos relacionados con el maltrato a mujeres", en *Comunicación y Hombre*, número 4, páginas 155-167.
- VICENT, Manuel (2007): "En primera plana" en *El País*, 18 de febrero, página 44.
- VIDAL-BENEYTO, José (2004): "Le Monde y los diarios de referencia" en *El País*, 5 de julio, página 32.