

Cómo realizar el análisis de un periódico

Todo aquello que debe ser objeto de análisis requiere una manera de hacer. Esta forma de hacer tan concreta recibe el nombre de **método**. El método que vamos a seguir en nuestro análisis se va a apoyar en una detallada **descripción** que mantendrá el siguiente orden: dar cuenta, en primer lugar, de los aspectos o rasgos más generales para pasar, en último término, a aquellos aspectos más concretos.

Los aspectos generales

1. Primero nos fijaremos en los aspectos más generales del periódico: la **cabecera**, donde se recoge el nombre del diario, la **fecha**, el **precio** y otro tipo de informaciones que presente.
2. Luego daremos cuenta de sus **características como publicación**: si es gratuito o de compra, su periodicidad (diario, semanal, quincenal, mensual, etc.), su alcance (local, provincial, regional, nacional o internacional), su temática (general o especializada), si presenta algún tipo de suplemento y el número de páginas de esa edición.
3. Por último, hay que dar cuenta de si cumple las tres funciones básicas de la prensa (informar, orientar y entretener) y cómo lo consigue.

El periódico

Ahora se deben tener en cuenta las diferentes partes que presenta el periódico. Es por ello que fijaremos nuestra atención en la **portada**, la **contraportada** y el **cuerpo del periódico**. En el caso de presentar algún tipo de **suplemento**, también lo analizaremos.

4. **El diseño**. Número de columnas, uso de diferentes tipos de líneas (finas, gruesa, dobles, recuadros, etc.), imágenes, disposición gráfica de las páginas (distribución de los textos, uso de imágenes (fotografías, dibujos, planos, mapas, gráficos, infografías, etc.) y la publicidad.
5. **La portada**. Nos fijaremos en la cantidad de titulares que presenta, cuál es el más destacado y por qué, qué tamaño de letra se usa y qué imágenes sirven de apoyo a esos titulares (a todo color, en dos o tres colores, en blanco y negro o en color sepia). Por último, daremos cuenta de la presencia de publicidad.
6. **El cuerpo del periódico**. Por su extensión, hablaremos de este contenido más adelante. Sí deberemos dar cuenta en este momento de las diferentes secciones que presenta el diario.
7. **La contraportada**. Hay que fijarse qué tipo/s de texto/s la forman, así como la presencia de la publicidad.
8. **El suplemento**. Si está presente, hay que analizarlo: color de sus hojas, número de páginas, portada, secciones (páginas de cada sección), contraportada y presencia de publicidad.

El cuerpo del periódico

9. Se debe ir analizando cada una de las secciones. Ahora se deberá informar de los siguientes aspectos:
- Páginas que ocupa cada sección.
 - Identificación de los textos informativos más destacados de cada sección (hay que fijarse en el espacio que ocupa). Explicar de qué tratan y distinguir el género al que pertenecen (informativo, mixto o de opinión) y a qué subgénero.
 - Identificación del editorial o editoriales del periódico. Situarlo en una página concreta y dar cuenta de los temas que trata.
 - Identificación de la presencia de textos de opinión en cada sección y dar cuenta del autor del texto y qué tema trata.
 - Dar cuenta de pequeñas secciones si las hubiere: obituario o necrológicas, ocio, cartelera, etc.
 - Dar cuenta de otro tipo de textos y decir qué espacio ocupan (bien por tercios o por columnas): imágenes, publicidad, etc.

Análisis de un texto periodístico

10. Escoged un texto destacado de una sección y analizarlo formalmente: subgénero, titular, entrada, cuerpo, autor y apoyos.

Análisis de una imagen

11. Escoged una imagen de tamaño grande que apoye un texto y dejad claro qué clase de imagen es, cómo lo apoya, de qué trata la imagen y qué dice el pie de foto si lo hubiere.

Análisis de la publicidad

12. Analizad la publicidad teniendo en cuenta lo siguiente: clasificación por espacio y por temas. Estableced qué sección del periódico presenta más publicidad.
13. Dad cuenta de la sección de clasificados o anuncios breves: páginas o páginas, espacio que ocupa, número de anuncios, temas generales de los anuncios, etc.