

Página 43					Página 1						
Código	e3c-3			Izquierda/34		Modelo maqueta	Página/Posición en la maqueta				
						B	Derecha/27				
						e1a-1					
Frec. Obtenida	32	34	14	0	0	Frec. Obtenida	27	43	16	0	0
Porcentaje	40	41,975	17,284			Porcentaje	31	50	19		
Probabilidad	0,33	0,33	0,33			Probabilidad	0,33	0,33	0,33		
Frec. Observada	32	34	14			Frec. Observada	27	43	16		
Frec. Esperada	27	27	27			Frec. Esperada	0,11	0,11	0,11		

Entre los datos de la Pág 1 en la derecha y los datos de la página 43 en la izquierda da un
CHI = 0,2
La correlación es de 0,89

Fig. 148.- Resultados de la comparación entre la página 43 a la izquierda y la página 1 en la derecha.
Los datos indican diferencias cuando se valora una página de la derecha –página 1 en la maqueta B ocupa la página de la derecha (página 27)– respecto a cuando se valora una página de la izquierda –página 43 (es página experimental de control) en la maqueta A ocupa la página de la izquierda (página 34)–. Es decir, el comportamiento es el mismo.

Página 1				
B	D/27			
e1a-1				
27	43	16	0	0
31	50	19		
0,33	0,33	0,33		
27	43	16		
29	29	29		

Página 41				
e3c-1	D/25			
29	45	12	0	0
34	52	14		
0,33	0,33	0,33		
29	45	12		
27	27	27		

Entre los datos de la Pág 1 en la derecha y los datos de la página 41 derecha, la prueba chi nos da un
CHI = 0,2
La correlación es igual a 0,99

Fig. 149.- Resultados de la comparación entre la página 43 a la derecha y la página 1 en la derecha.
Los datos indican diferencias cuando se valora una página de la derecha –página 1 en la maqueta B ocupa la página de la derecha (página 27)– respecto a cuando se valora la misma página de control, también en la derecha –página 41 en la maqueta B ocupa la página de la derecha (página 25)–. Es decir, el comportamiento es el mismo.

SUBHIPÓTESIS DE TRABAJO 4

En esta hipótesis partimos del siguiente enunciado:

EXISTEN DETERMINADOS UMBRALES PERCEPTIVOS QUE FAVORECEN UNA VALORACIÓN PREFERENTE DE DETERMINADAS FORMULACIONES VISUALES.

Se nos hace necesario demostrar la existencia de estos posibles umbrales para cada una de las categorías visuales estudiadas. Para ello utilizaremos la información de todas las páginas (Todos los test)

Cantidad

Parece ser que la cantidad 3 corresponde a un valor que implica cambios de preferencia. Se puede ver como no se produce un incremento notable de la preferencia hasta llegar al valor tres (**Figs. 113 a 117 y 119 a 130**).

Tamaño

No podemos determinar, a la vista de los resultados, los posibles umbrales que afectan a esta categoría visual.

Deberán ser estudios posteriores los que determinen su influencia.

Posición

Estamos en condiciones de especificar las posiciones preferentes para el lector.

Para la elección horizontal, si se trata de la zona superior de la página, se prefiere las posiciones exteriores de la página cuando está situada a la izquierda y toda la parte superior cuando está situada en la derecha. Mientras que si se trata de zonas inferiores de la página se prefiere la posición más a la izquierda (**Fig. 137**).

Para la elección vertical se prefiere claramente la zona superior. En la valoración vertical de la página hay dos fenómenos relevantes:

a/ La posición correspondiente al eje vertical 6, 7, 8, 9 y 10 del MAPA de formato no tiene excesiva preferencia mientras que la posición correspondientes al eje vertical 1, 2, 3, 4, y 5 del MAPA de formato sí tiene valores significativos de preferencia (**Fig. 150**).

b/ Las posiciones más inferiores de la página siguen manteniendo unos valores de preferencia. Es decir, las preferencia destinada a la mitad inferior de la página se repartiría en las zonas inferiores de la página (**Figs 141 y 142**).

SUBHIPÓTESIS DE TRABAJO 5

Se parte de la siguiente hipótesis:

CIERTAS CATEGORÍAS VISUALES SON MÁS DETERMINANTES EN LA CONFECCIÓN DEL ESTADO ESTÉTICO QUE OTRAS. DICHO DE OTRA FORMA, DETERMINADAS CATEGORÍAS VISUALES PREDOMINAN SOBRE LAS OTRAS.

Hemos comprobado ya que la categoría visual descrita como cantidad es determinante en la preferencia respecto a la categoría descrita como posición. La posición es determinante al mismo tiempo, en referencia a la preferencia, sobre la categoría visual descrita como tamaño. Para averiguarlo utilizaremos la información que nos aportan todas las páginas (Todos los test).

De esta forma podemos realizar una ordenación del proceso de percepción: cantidad, posición y tamaño.

Puede existir conflicto entre dos o más variables visuales en el sentido de presentarse en forma contradictoria. En estos casos, la variable visual con más potencia resta valores a la variable visual que no es tan potente, con lo que se igualan en su captación del lector.

Este fenómeno de dependencia entre las variables visuales está relacionado con la página que se está valorando: no se obtiene la misma preferencia en la página de la derecha que en la página de la izquierda.

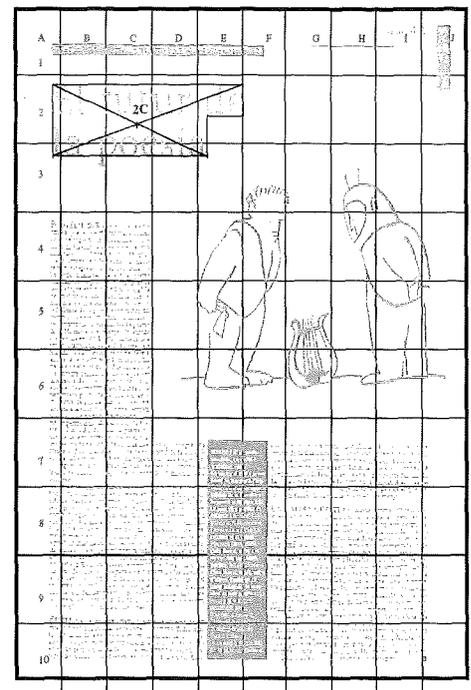


Fig. 150.- MAPA de formato.

4.7 DISCUSIÓN DEL EXPERIMENTO

Llegados a este punto, nos parece oportuno reflexionar sobre la adecuación de este trabajo de investigación en relación con el método científico y juzgar si está planteado correctamente. A continuación valoramos los distintos aspectos que creemos pueden orientar respecto a lo adecuado o no de nuestro experimento.

La presente tesis no ha renunciado en ningún momento a ampliar el conocimiento científico aplicable a la estructuración de mensajes gráficos. Conocimiento que las rutinas productivas han utilizado durante muchos años para la estructuración de mensajes gráficos, pero no basado, en muchos casos, en el conocimiento científico, sino más bien en las rutinas productivas llevadas a cabo durante siglos. Así pues, del estudio de la influencia de la composición gráfica en el discurso escrito, han aparecido nuevos conceptos que permiten explicar el funcionamiento de los mensajes gráficos y aún más, van a permitir la construcción de mensajes más eficientes.

4.7.1 Las variables

Para la construcción de los test de recepción que han permitido validar las hipótesis se describieron distintas variables independientes, que han sido denominadas categorías visuales (tamaño, cantidad, posición, aspecto) y también ha sido descrita una variable dependiente de las anteriores: la preferencia.

Uno de los inconvenientes mayores en este tipo de investigaciones es poder aislar las variables. Nuestro caso no era distinto.

Por ello, se decidió sesgar el proceso comunicativo. Este proceso comunicativo se sabe que es continuo. Ahora bien, ello no nos impide cortar segmentos de esa continuidad y observar el comportamiento del receptor. A partir de las conclusiones del estudio de esos segmentos se puede extrapolar al proceso comunicativo.

No ha sido este el único problema: se debían neutralizar todas y cada una de las variables externas e internas que pudieran alterar los resultados de la investigación. Por ello se determinó que los test de recepción, que tenían como finalidad valorar el comportamiento de los sujetos experimentales ante el medio escrito, se realizaran en el laboratorio.

Pero, además, se mantuvieron controladas y estables todas las variables que intervenían en las páginas que sirvieron para la investigación. En cada test, se modificaba una variable y se mantenían las demás inalterables.

De esta forma, los cambios producidos en el comportamiento del receptor sólo podían ser debidos a la variable alterada de forma controlada.

Una de las variables que más influyen en la elección de una noticia es, sin duda, el contenido textual de esa información. De todas

formas, nuestra investigación no pretendía conocer la influencia de este aspecto en la eficiencia del mensaje escrito.

Nuestra investigación pretende conocer la influencia de los aspectos formales de la información, es decir, de la forma.

Para estudiar este aspecto formal, se eliminaron los contenidos de las informaciones que se les presentaron a los sujetos experimentales. Sólo de este modo, podíamos tener la garantía de que su elección no dependía del contenido sino sólo de los aspectos formales.

Es a partir de ahora, que estamos en condiciones de desarrollar otra investigación en la que la influencia de estos factores formales que hemos estudiado en el presente trabajo se comparen con la influencia de los contenidos en la elección del lector.

Es cierto que las páginas que han servido para los test de recepción se basan en páginas reales, pero han estado alteradas para permitir controlar sus variables. Además y puesto que no nos interesaba conocer si este u otro elemento de las páginas — fotografía, titular o texto...— influía más que otro sino que lo que nos interesaba era conocer el mecanismo por el cual el receptor elige determinados elementos; las páginas solo contienen textos y no fotografías.

4.7.2 La muestra

La muestra no tiene porque ser, en nuestro caso, representativa de ninguna población, dado que no se pretende conocer el comportamiento de una determinada población. Lo que se pretende es conocer la influencia de los factores formales en la recepción de mensajes sobre el ser humano. No partíamos, por tanto, de un criterio de representacionalidad sociológica, sino psicológica.

Queríamos conocer si existe lo que hemos denominado estado estético, queríamos conocer si influyen la cantidad, el tamaño, la posición de los elementos gráficos en la preferencia que muestra el receptor; y todo ello de una forma u otra se ha evidenciado en la presente tesis.

De todas formas, la muestra que se eligió fue 180 alumnos del primer curso de la Facultad de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, que cursan la licenciatura de Periodismo. Los test de recepción se realizaron en seis grupos de 30 sujetos experimentales aproximadamente. De esta forma se neutralizaron las variables externas de la prueba.

4.7.3 Desarrollo de las pruebas

Durante la ejecución de los test de recepción no hubo incidencias destacables. A tal efecto se había realizado un pre-test para subsanar todas las incidencias que alterasen la validez de la prueba y corregir las pequeñas deficiencias.

Con los resultados de los test se ha tabulado los datos y se ha confeccionado gráficas que han permitido la explicación posterior, la validación o no de la hipótesis, y la presentación de las conclusiones.

4.8 CONCLUSIONES GENERALES

A partir de los resultados de esta investigación, pasamos a exponer un listado de conclusiones que consideramos fundamentales y que, por supuesto, se derivan del análisis de los datos de esta investigación.

1/ El comportamiento del receptor cuando está ante una página de prensa diaria, responde a los elementos formales que esta página contiene. Es decir responde a lo que hemos denominado en esta tesis como estado estético.

No cabe duda que la existencia del fenómeno acotado en esta investigación como estado estético, el cual es producido por los elementos formales de los impresos, condiciona, determina e incluso orienta en una dirección muy concreta el comportamiento del receptor.

Lo importante de esta investigación no es tanto haber contrastado la existencia del estado estético, que por supuesto lo es; sino que en buena parte, la importancia de esta investigación está en evidenciar el comportamiento del estado estético y, sobretodo, la propuesta de instrumentalizar su investigación. Propuestas como son el MAPA de formato, las variables visuales, o el mismo índice de preferencia ... son, en definitiva, campos abiertos sistemáticamente al estudio del diseño y de cómo este influye en el receptor y condiciona su respuesta.

Los elementos formales de las páginas de prensa diaria determinan el uso que el receptor realizará de esa publicación dedicará más atención a unas unidades informativas que a otras en función de los elementos que atraigan más su atención. Conocemos la importancia del contenido, fenómeno este ya comentado ampliamente en el cuerpo de esta investigación, pero lo que nos interesa es conocer la importancia de los elementos formales en la recepción. Después de esta investigación queda demostrado de manera evidente que existe una influencia más que determinante de los elementos formales en el comportamiento del receptor.

Esto debe ser conocido por los diseñadores de todo tipo de publicaciones para que, juntamente con la valoración del contenido se realicen mensajes más eficientes. Desde el diseño de periódicos, el diseño de revistas, el de libros, el de publicidad, o los mensajes presentados sobre soportes digitales, tienen en esta tesis un fundamento teórico para mejorar la eficiencia de los mensajes.

Páginas con una, dos o más unidades informativas, las dimensiones de las noticias, la posición de estas informaciones y otros recursos visuales determinan una preferencia u otra respecto a los elementos gráficos.

Determina una preferencia u otra respecto a lo que hemos venido definiendo como estado estético.

Queda mucho por acotar en este sentido, y serán investigaciones posteriores, si las hay, las que deberán profundizar en el tema. Existe pues, el estado estético como fenómeno formal que determina una preferencia por determinados elementos gráficos. El receptor reacciona de forma evidente y diferente en función de los estados estéticos que se le presentan.

En los siguientes apartados se amplían los conceptos aportados por esta investigación y de la observación del estado estético.

2/ El comportamiento del receptor respecto a la preferencia que demuestra por los elementos de la página o por determinadas páginas —el estado estético—, es diferente si se trata de una página con estructura horizontal que si se trata de una página con estructura vertical.

De esta investigación se puede concluir de forma muy clara que el comportamiento del receptor frente a una página con una estructura horizontal —la noticia se dispone a lo ancho de la página—; es diferente claramente al comportamiento que presenta si la estructura de la página es vertical—la noticia se dispone preferentemente en el sentido de alto de la página—.

Cuando la estructura es horizontal, no se demanda del lector una elección lateral —derecha o izquierda—, sino que se le presentan informaciones una debajo de la otra.

De esta forma, se ha podido observar que tanto si se trata de una página de la izquierda o de la derecha, el comportamiento del receptor frente a una página con estructura horizontal es siempre igual, mientras que en las estructuras verticales, la preferencia varía si se trata de página de la derecha o de la izquierda.

Podemos determinar que la preferencia demostrada por el receptor en las maquetas horizontales no varía si se trata de una página de la derecha o de una página de la izquierda.

La evidencia más clara de este fenómeno la encontramos en las siguientes páginas experimentales: 17, 4, 28, 33, 34 y 35.

—ver gráfica Experimento 2 (**Anexo 8**) (Página 391): página experimental 17; ver gráfica Experimento 1 (**Anexo 7**) (Página 387): página experimental 4; ver gráfica Experimento 3 (**Anexo 9**) (Página 393): páginas experimentales 33, 34 y 35—.

Para ilustrar este fenómeno observar el Índice de preferencia de las páginas 17 y 28 (**Fig. 151**).

En las ilustraciones se presentan los índices de preferencia obtenidos mediante su valor numérico de 0 a 1. Este valor numérico se obtiene, como ya se ha visto anteriormente, a partir del porcentaje de elecciones y es redondeado a partir del valor crítico de 0,5. — en la página 205 se explica el Índice de Preferencia y el método de obtención—. También en las ilustraciones, los diferentes tonos de gris corresponden a el valor numérico del índice de preferencia. Cuando más oscuro sea el gris, mayor es el valor de preferencia y viceversa.

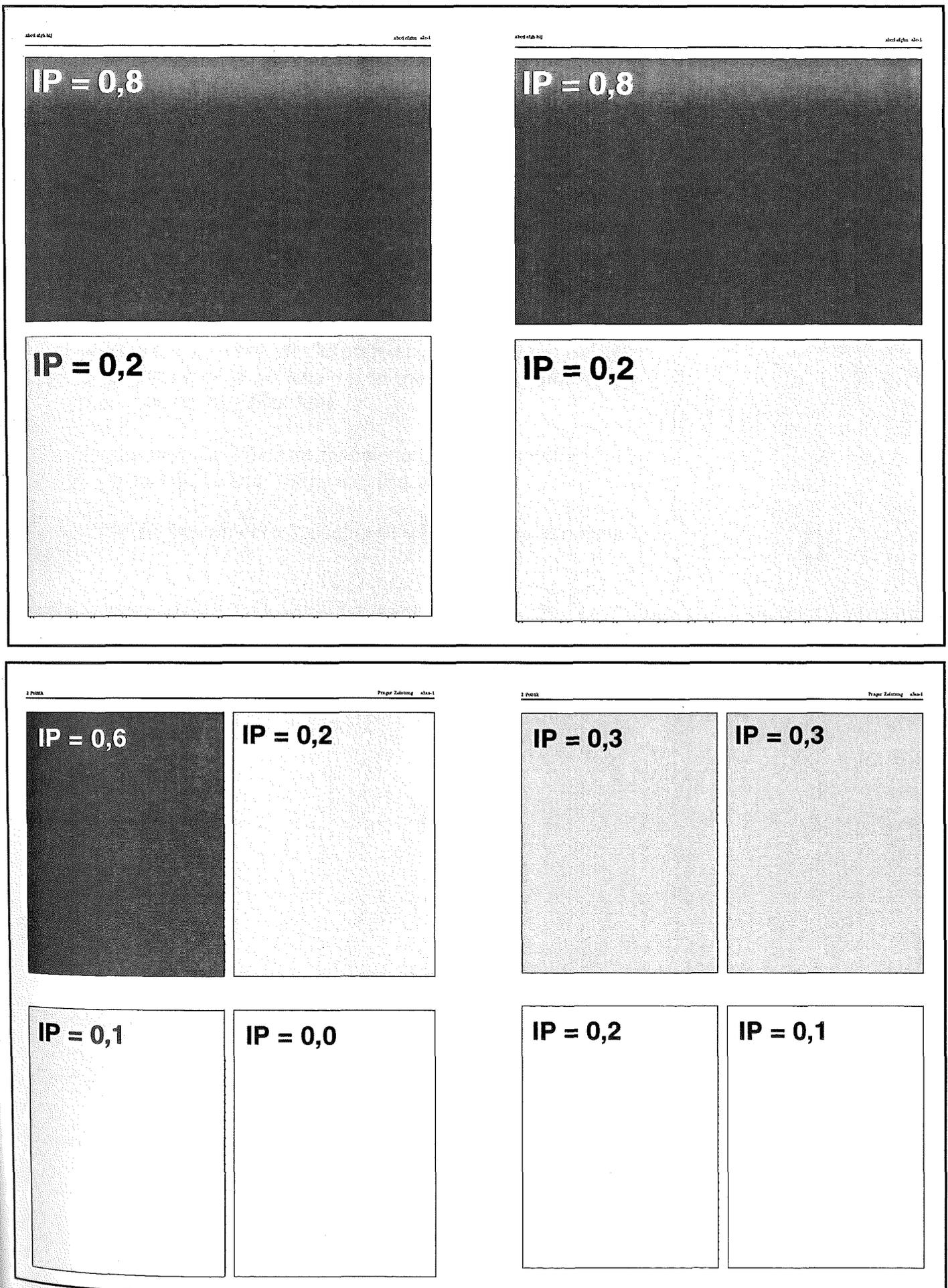


Fig. 151.- PAGINAS 17 y 28
 Valores obtenidos en el Índice de Preferencia en la página de la izquierda y en la página de la derecha.

Como se puede observar en las ilustraciones, el índice de preferencia es igual o muy similar tanto si se trata de página de la derecha como si se trata de página de la izquierda. Cuanto más horizontal sea la maqueta más igual será la preferencia —página 17— **(Fig. 151)**. También en las páginas 33, 34 y 35 se puede observar la preferencia en las maquetas horizontales **(Figs. 152)**

Podemos determinar igualmente y en contraposición a lo anterior que, en las maquetas verticales, la preferencia del receptor varía si se trata de página de la derecha o si se trata de una página de la izquierda —página 28— **(Fig. 151)**.

La evidencia más clara de este fenómeno la encontramos en las siguientes páginas: 41 **(Fig. 153)** y 5, 6 **(Fig. 154)**.

Ver las gráficas, Experimento 3: página 41 y Experimento 1: página 5 y 6

Ver
Índice de preferencia de la página 41 **(Fig. 153)**.

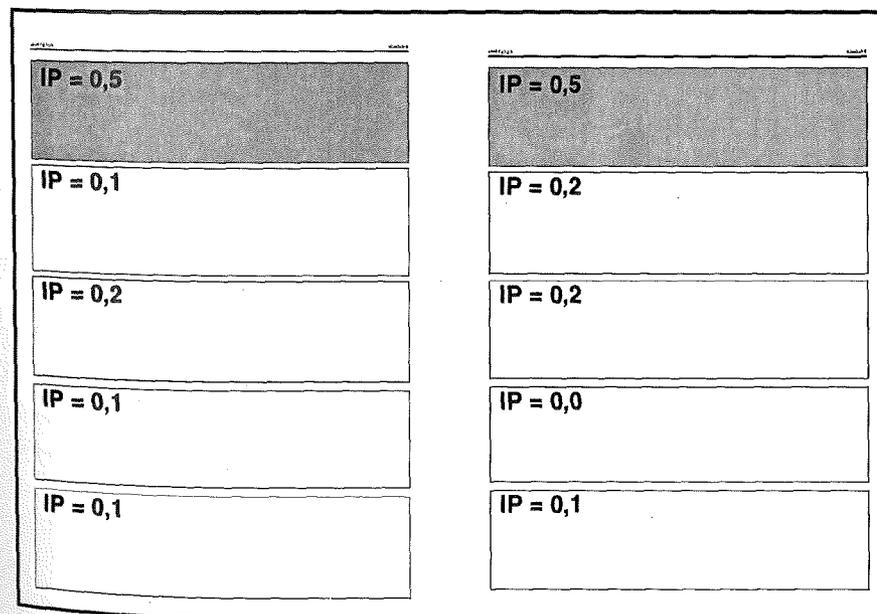
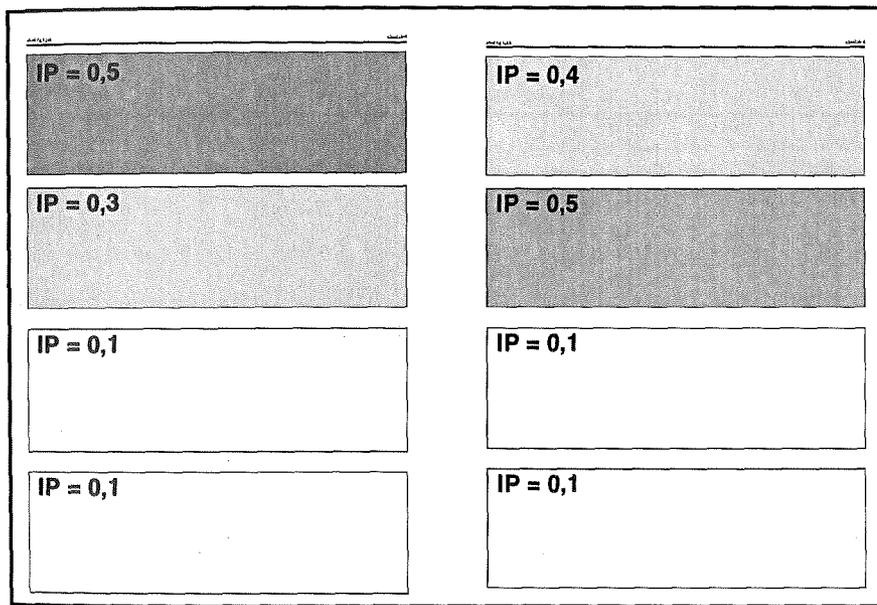
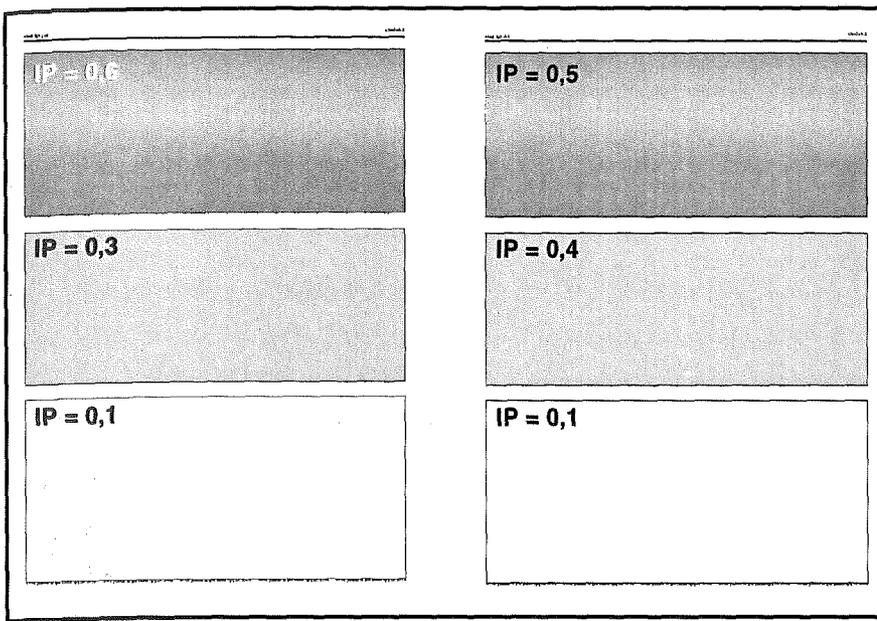


Fig. 152.- PAGINAS 33, 34 y 35
 Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. Se puede ver como la preferencia obtenida para las páginas de la derecha no es diferente de los valores obtenidos para las páginas de la izquierda.

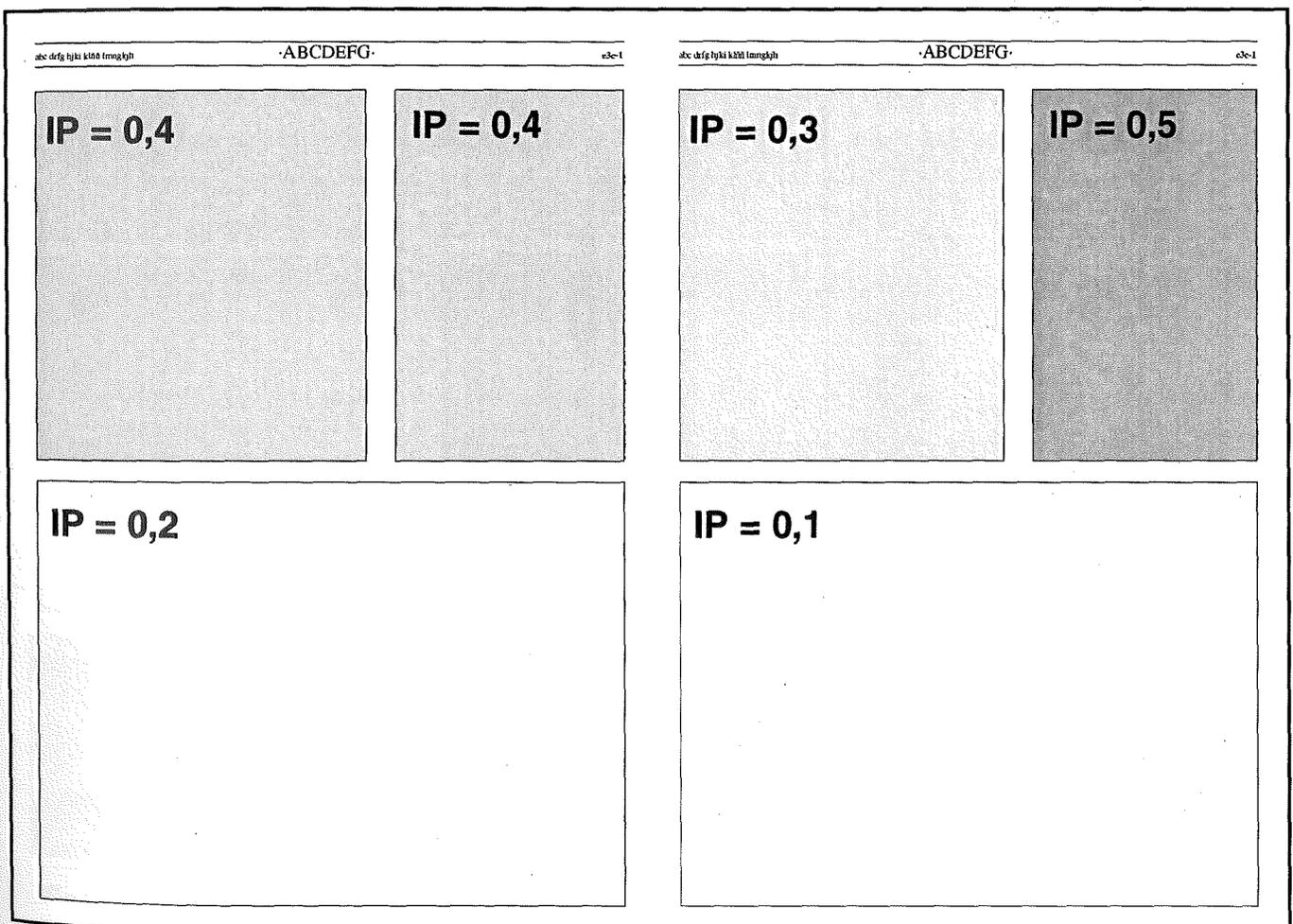


Fig. 153.- PAGINAS 41
 Valores obtenidos en el Índice de Preferencia.
 Cuando la estructura es vertical, los valores del índice de preferencia son diferentes al tratarse de una página de la derecha o de la izquierda.

En el caso de las páginas 5 y 6, tanto en la parte superior de la página como en la inferior el receptor debe elegir lateralmente. Pues bien, en la página de la derecha, tiende a igualarse entre las dos opciones —tienen el mismo tamaño—; en cambio, en la página de la izquierda, la diferencia entre las dos unidades informativas es evidente —frente a un índice de preferencia del 63 tenemos otro de 21, y frente a uno de 13 tenemos otro de 3—.

Ver

Figura Índice de preferencia de las páginas 5 y 6 (Fig. 154).

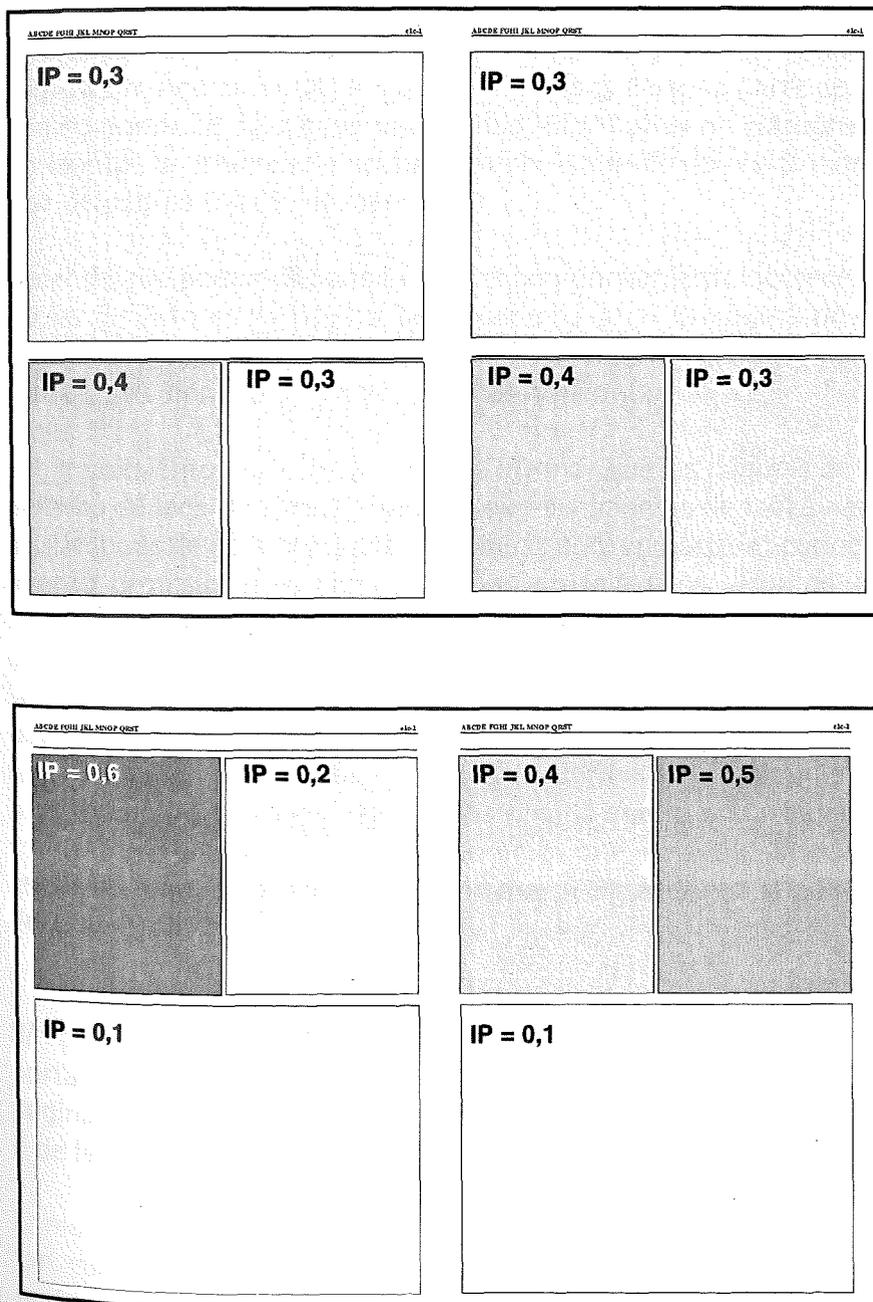


Fig. 154.- PAGINAS 5 y 6

Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. Mientras que en las páginas de la derecha, la preferencia por la parte superior e inferior de la página tiende a igualarse cuando está dividida en dos noticias; en la página de la izquierda, la preferencia por la parte superior de la página es claramente distinta. La parte de la página que no está dividida verticalmente, muestra como la preferencia de la parte superior sobre la inferior.

La página 41 presenta una estructura vertical en su parte superior. La preferencia demostrada por dicha parte sigue la misma tendencia que el anterior ejemplo (página 5): en la página de la derecha, tienden a igualarse mientras que en la página izquierda existe un claro desequilibrio.

Ver

Figura Índice de preferencia de las páginas 41 (**Fig. 153**).

Otro tanto pasa cuando las unidades informativas tienen diferente tamaño. Mientras que en la página de la derecha se prefiere la unidad más a la derecha, en la página de la izquierda se prefiere la unidad más a la izquierda. Es evidente que el comportamiento es distinto si se trata de página derecha o izquierda.

Es interesante observar como tanto en el ejemplo de la página 41 (**Fig. 153**) como en el de las páginas 5, 6 (**Fig. 154**), la parte de la página donde se distribuye una unidad informativa en estructura horizontal, la preferencia no sufre cambios significativos, al cambiar de página (izquierda-derecha).

Por todo ello podemos concluir que el comportamiento del receptor es distinto en la página de la derecha o en la página de la izquierda si se trata de una página con estructura vertical; mientras que es idéntico si la estructura es horizontal.

El conocimiento profesional tiende a afirmar que las páginas de la derecha se leen de forma diferente que las páginas de la izquierda. Después de esta tesis, podemos decir que, en parte, el conocimiento profesional es cierto, pero no en todos los sentidos. Es evidente que cuando la página tiene una estructura vertical, sí que el comportamiento es distinto; pero cuando la estructura de la página es horizontal, el comportamiento del lector es igual para una página de la derecha que para una página de la izquierda. Este fenómeno puede influir en la construcción de las páginas de un periódico. Se puede construir una página que va a la izquierda con una estructura horizontal y sabremos que, de ser leída por el lector, su rendimiento será el mismo que si estuviera en la página de la derecha.

3/ Para las páginas con estructura o maqueta horizontal, el comportamiento del receptor es siempre igual tanto si se trata de una página par que de una impar. Es decir, de una página de la derecha o de la izquierda.

Como puede verse en los ejemplos que a continuación se presentan, cuando se trata de una distribución horizontal, los valores de preferencia no difieren si se trata de una página de la derecha o de una página de la izquierda. Todo tipo de elección que realiza el

receptor que implique una decisión de las alternativas que se le presentan una encima de la otra, el lector no diferencia su comportamiento si se trata de una página de la izquierda o de una de la derecha.

Siempre que al lector no le presentemos la necesidad de escoger entre alguna cosa lateralmente que implique derecha-izquierda, su comportamiento va a ser igual en todas las páginas.

Como se puede ver en la presentación coloreada que muestra el índice de preferencia por las distintas zonas de la página en las páginas experimentales: 3, 4; 33, 34, 35; 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27); se ve claramente que el valor de la preferencia no se diferencia de una página de la izquierda o de una página de la derecha. En todos los casos, es decir, tanto para la parte superior de la página como para la parte inferior, la preferencia no varía sensiblemente.

Ver las gráficas, Experimento 1 (**Anexo 7**) (Página 387): página 3 y 4 (**Figs. 133 y 134**); Experimento 3 (**Anexo 9**) (Página 394) : páginas 33, 34 y 35 (**Fig. 140, 141 y 142**); y Experimento 2 (**Anexo 8**) (Página 391): páginas experimentales 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26 y 27 (**Figs. 119 a 129**).

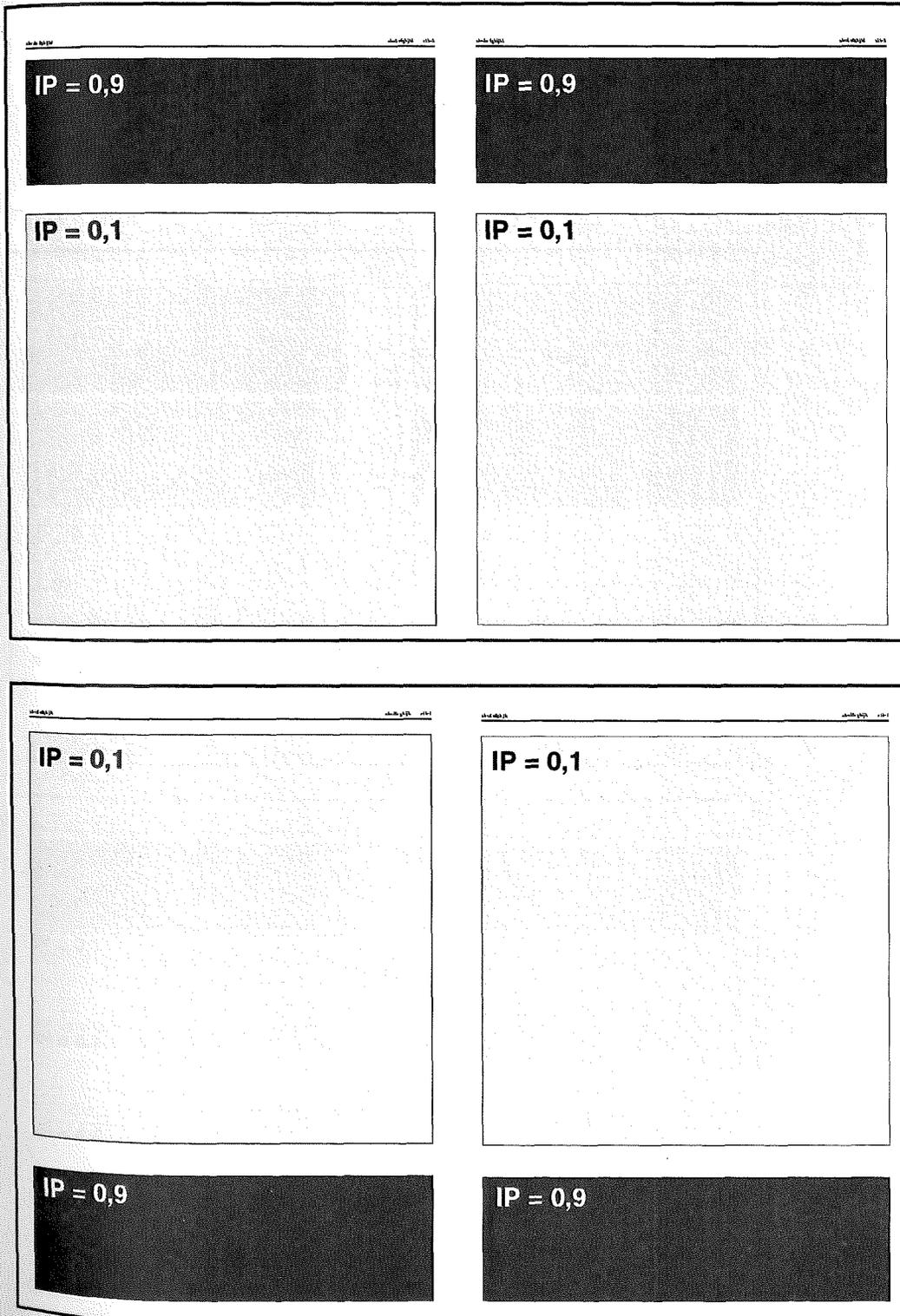
Para observar este fenómeno, podemos ver los índices de Preferencia de las páginas 3 y 4 y la coloración de las distintas zonas de la página. (**Fig. 155**)

También se puede observar el fenómeno anteriormente citado observando lo mismo en las páginas experimentales 33, 34 y 35 (**Fig. 156**).

Por último, se puede observar este fenómeno en más páginas, podemos observarlo mirando los índices de Preferencia de las páginas experimentales 3 y 4 y la coloración de las distintas zonas de páginas experimentales 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26 y 27 (**Fig. 157**).

Fig. 155.- PAGINAS 3 y 4

Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. La preferencia muestra una igualdad entre la página de la derecha y de la izquierda. Al mismo tiempo podemos ver, en este caso, como las noticias de menor tamaño son determinantes en la preferencia. Está donde esté la noticia de menor tamaño, —arriba o abajo—, la noticia preferente es la de menor tamaño.



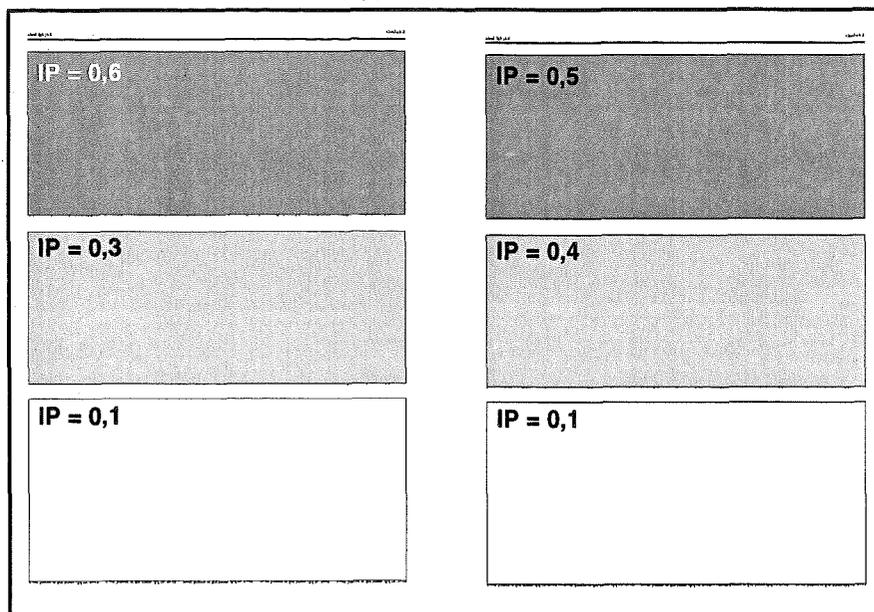
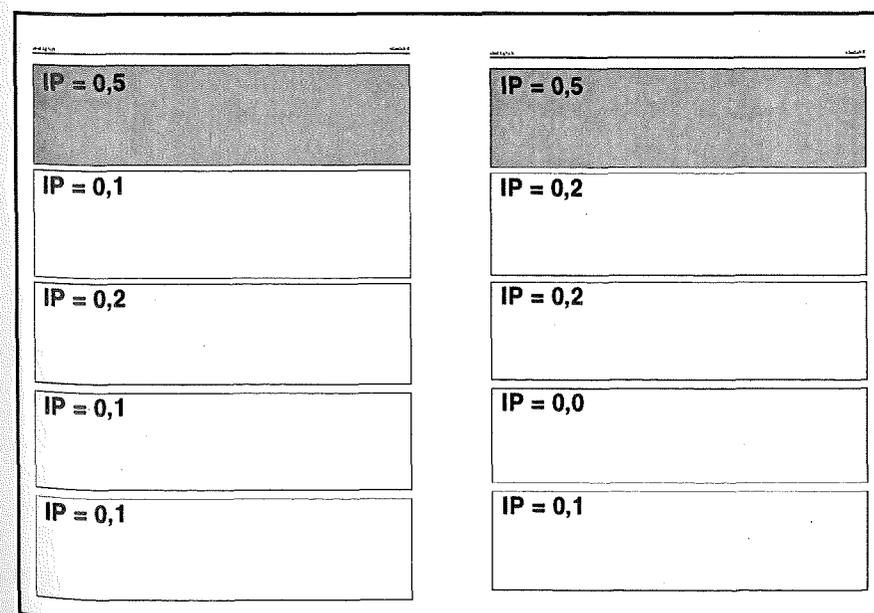
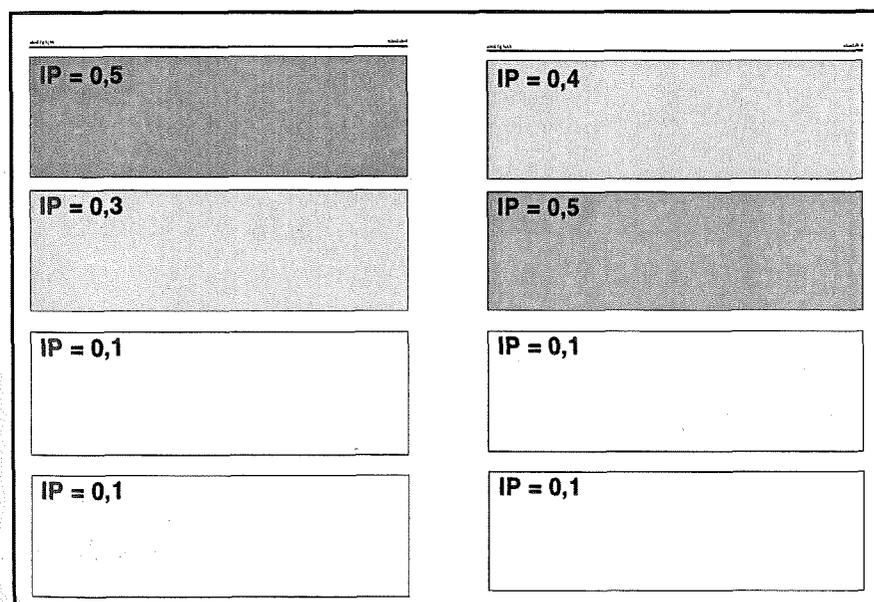


Fig. 156.- PAGINAS 33, 34 y 35
 Valores obtenidos en el Índice de Preferencia.
 Sucede lo mismo que en la figura anterior.
 Además, podemos observar como la preferencia
 decrece hacia la parte inferior de la página. La
 zona superior de la página es la preferente en
 todos los casos.



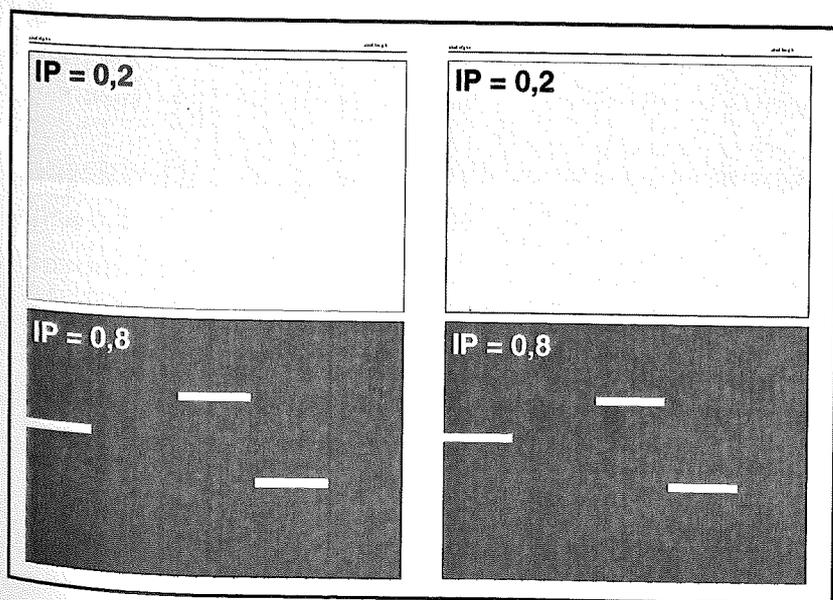
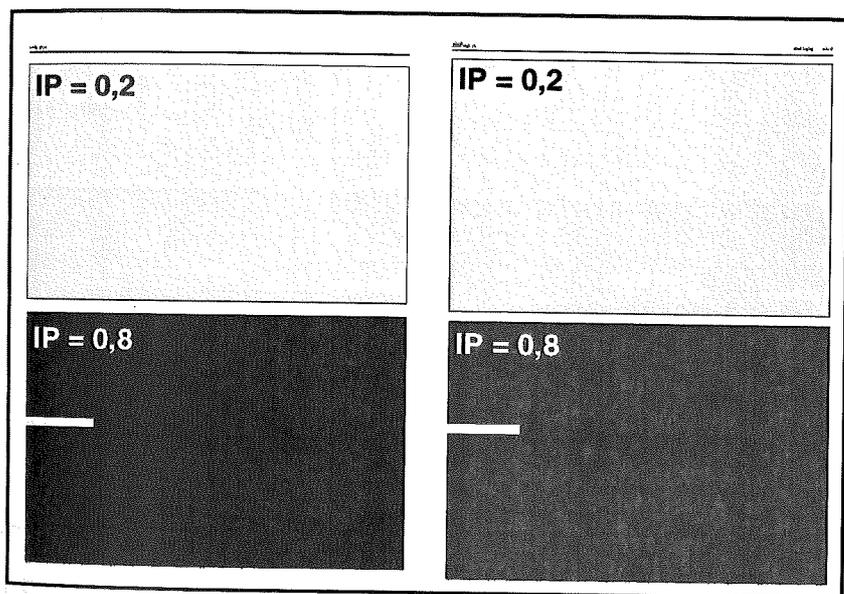
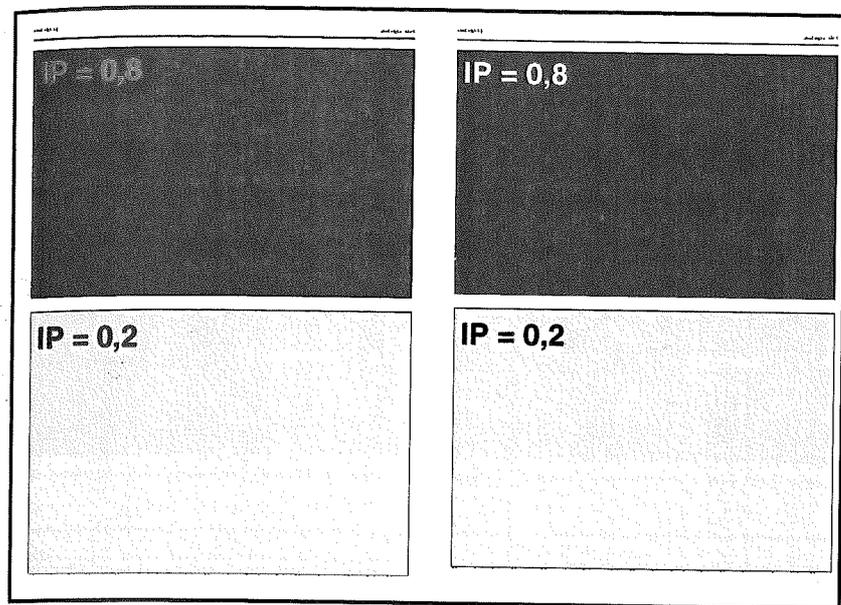


Fig. 157 a.- PAGINAS 17, 18, 19
 Valores obtenidos en el Índice de Preferencia.
 Al dividir una de las dos noticias con ladillos, la noticia preferente siempre es la que tiene el o los ladillos. Esté donde esté —arriba o abajo—, la noticia con divisiones internas es la preferente.

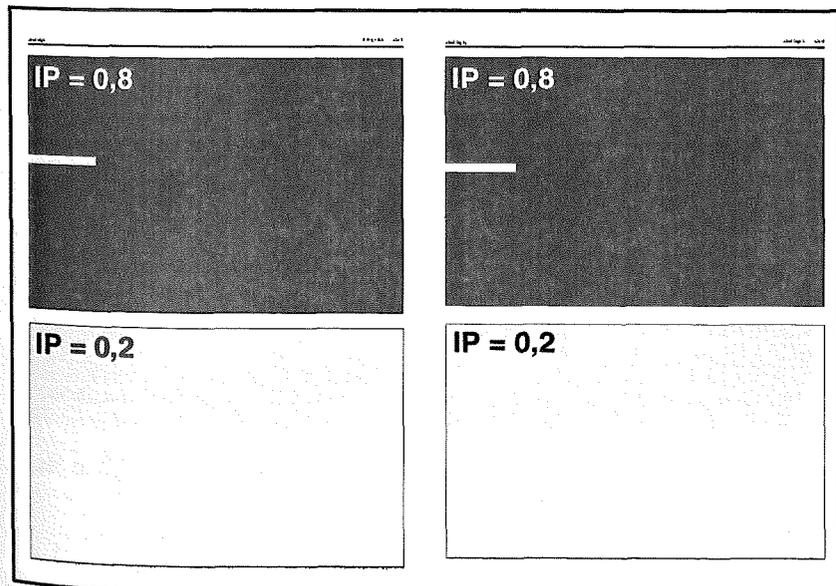
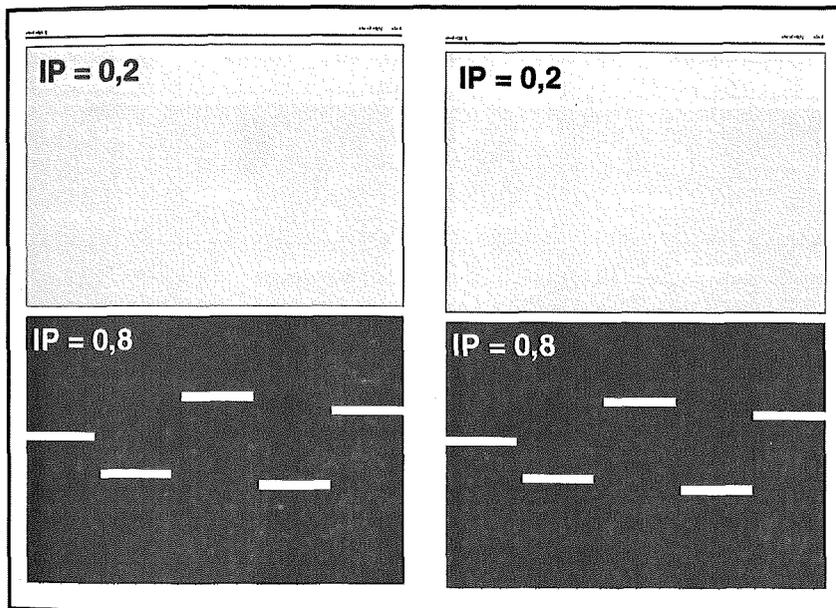
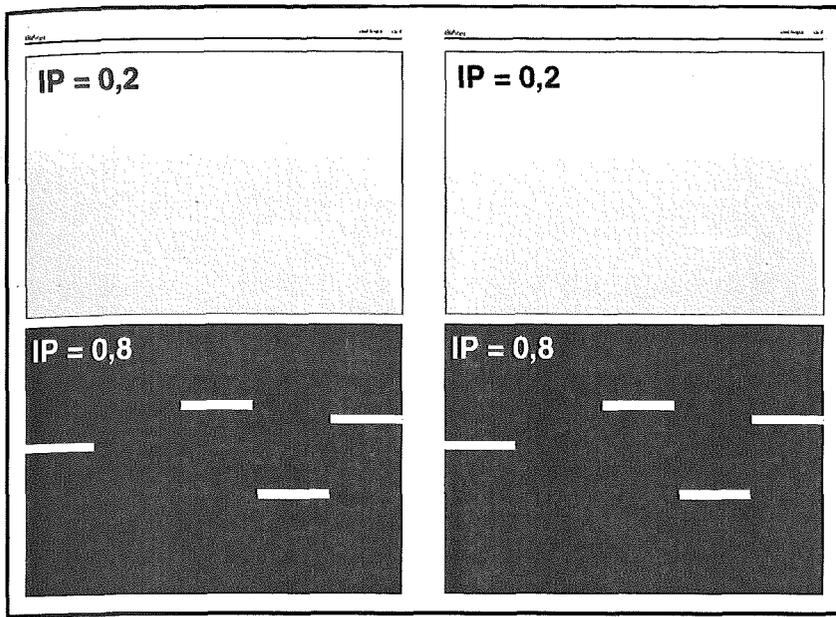


Fig. 157b.- PAGINAS 20, 21, 22
 Valores obtenidos en el Índice de Preferencia.
 Las página 23, 24, 27, 26 y 27 tienen el mismo
 comportamiento que en la figura anterior.

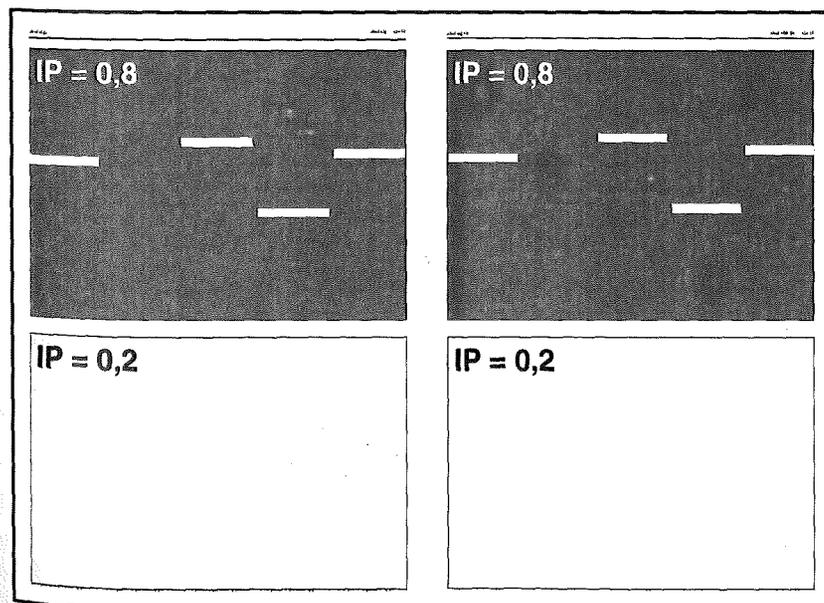
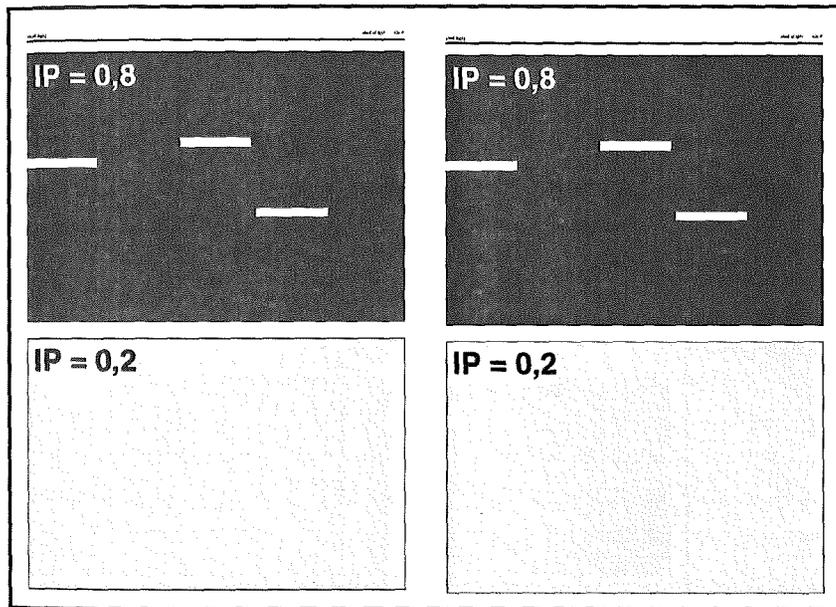
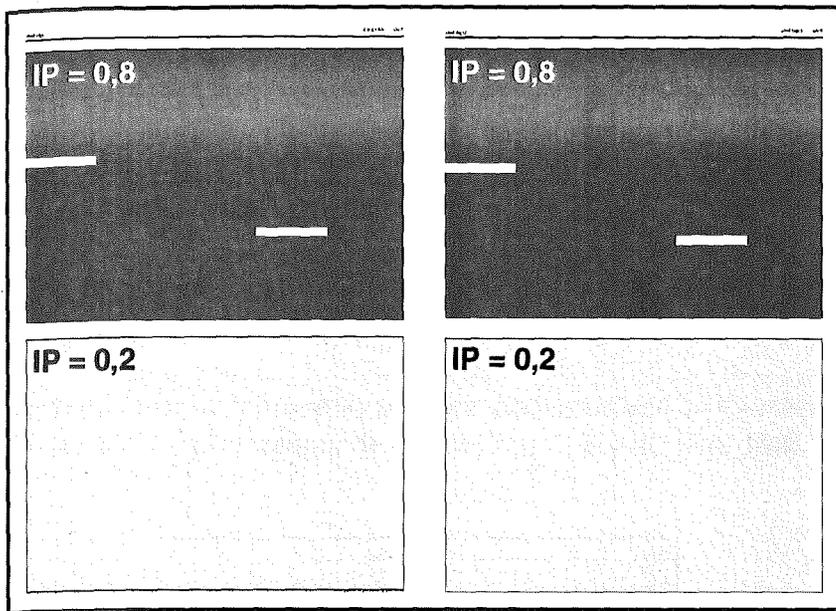


Fig. 157c.- PAGINAS 23, 24, 25
 Valores obtenidos en el Índice de Preferencia.
 Las página 23, 24, 25, 26 y 27 tienen el mismo
 comportamiento en las figuras 156a y 156b.

En las páginas experimentales 5 y 6; y página 30 (**Fig. 158**), vemos como la parte inferior de la página o superior, reciben el mismo valor de preferencia invariablemente, tanto si se trata de una página de la derecha o de la izquierda. En la página 6, un 14 o 15 % en la parte inferior. En la página 30, un 63 y un 65 % en la parte superior (**Fig. 158**).

Ver las gráficas, Experimento 1 (**Anexo 7**) (Página 387): página 5 y 6; Experimento 3 (**Anexo 9**) (Página 394): páginas 30.

Para observar el fenómeno anterior podemos ver la coloración y los índices de preferencia de las páginas 5, 6 y 30 (**Fig. 158**).

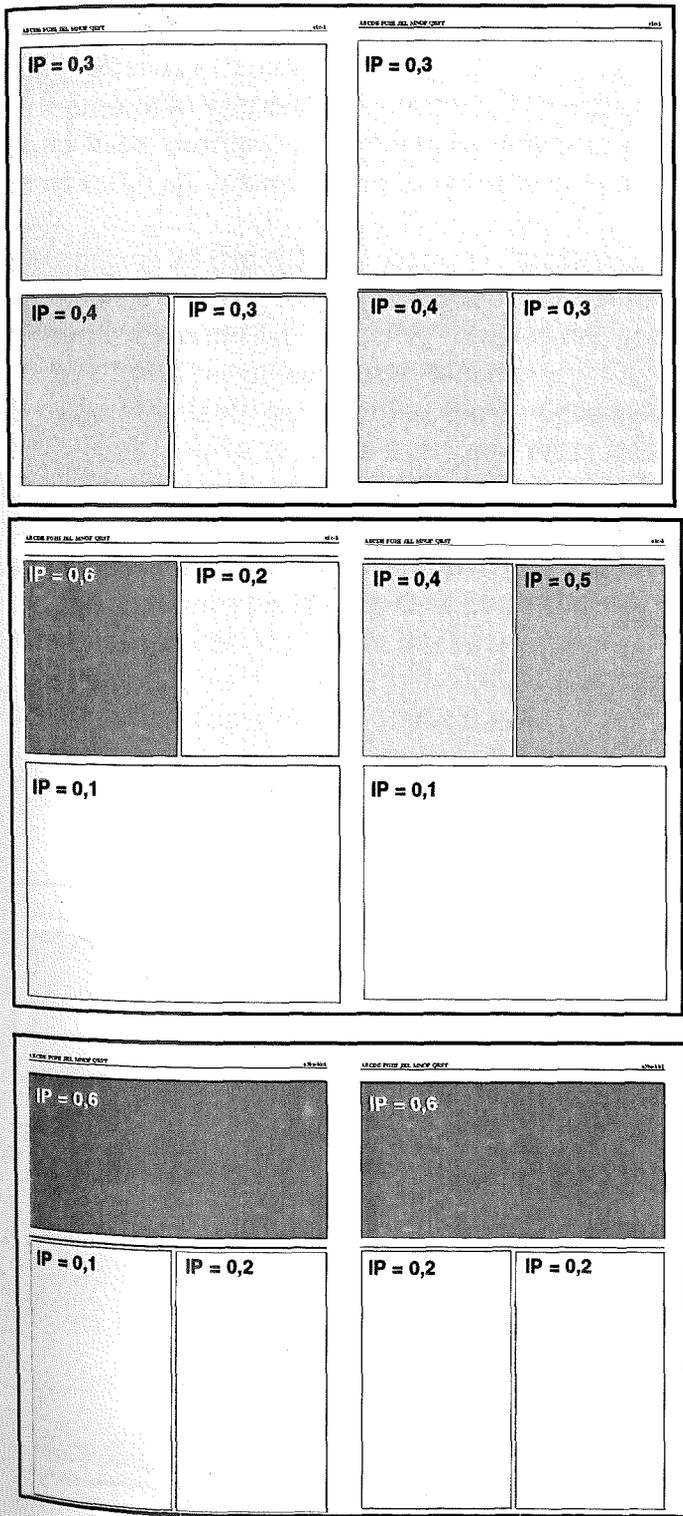


Fig. 158.- PAGINAS 5, 6 y 30
 Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. La parte inferior de la página o superior, reciben el mismo valor de preferencia invariablemente, tanto si se trata de una página de la derecha o de la izquierda.

Por todo ello podemos decir que el comportamiento del lector frente a una maqueta horizontal es igual en todos los casos. Invariablemente, la preferencia es siempre la misma, si se trata de elegir elementos que se presentan con la dicotomía arriba-abajo.

4/ Para las páginas con estructura o maqueta vertical —lo que implica el concepto de lateralidad— el comportamiento del receptor no es igual si se trata de una página par o impar.

Por contra, respecto al apartado anterior, la maqueta vertical presenta notables diferencias al tratarse de una página de la izquierda o de una página de la derecha.

El comportamiento en las páginas de la derecha presentan claramente la existencia del fenómeno de lateralidad. Este fenómeno supone que el receptor debe elegir entre dos o más elementos que se le presentan lateralmente. Debe elegir derecha o izquierda. Cuando lo hace, otorga una preferencia diferente a los elementos si estos están en una página de la derecha o de la izquierda.

En la página 28 (Fig. 159), la página dividida en cuatro partes iguales, implica que tanto en la parte superior como en la inferior, el lector debe decidir lateralmente entre las opciones que se le presentan. Todas tienen en mismo tamaño.

El comportamiento del receptor, como puede evidenciarse es distinto en la página de la derecha que en la de la izquierda (las unidades informativas tienen el mismo tamaño).

En la derecha tienden a igualarse los valores de preferencia. En la página de la izquierda, al contrario, tienden a diferenciarse— Tanto si comparamos los valores de la parte superior como si comparamos los valores de la parte inferior—.

Ver la gráfica, Experimento 3: página 28.

Podemos observar este fenómeno la página 28 (Fig. 159)

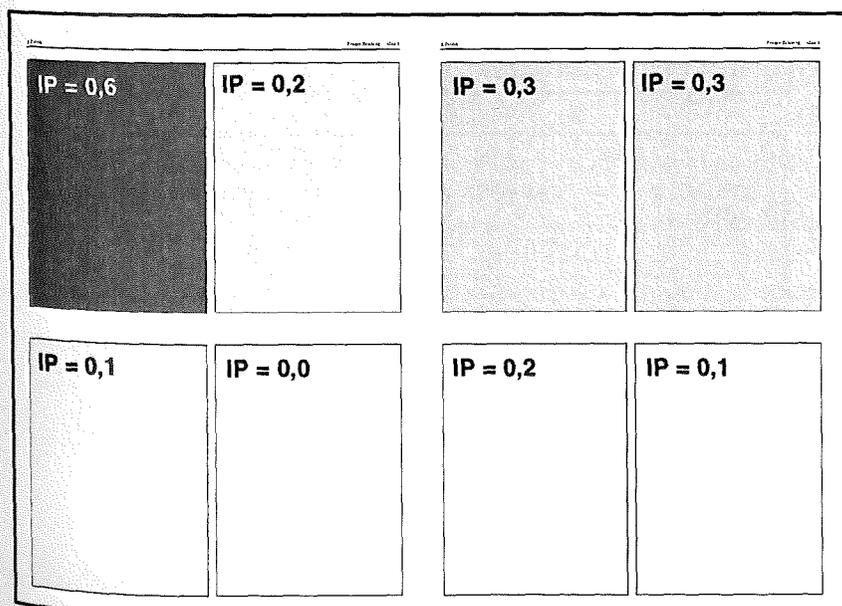


Fig. 159.- PAGINAS 28

Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. La preferencia de la página derecha es distinta que la preferencia de la página de la izquierda. Mientras que en la página de la derecha los valores de preferencia tienden a igualarse lateralmente; en la página de la izquierda, la preferencia es distinta.

Como se ve en la página 41 y 42 (**Fig. 160**), se confirma que, cuando la página implica una decisión de lateralidad (derecha-izquierda), la preferencia demostrada por el lector es distinta si se trata de una página de la derecha o de una página de la izquierda. Como vemos, frente al 51% que obtiene una unidad informativa pequeña en una página situada a la derecha, tenemos un 36% cuando esa misma página se encuentra a la izquierda.

Cuando se valora la lateralidad en la parte inferior de la página, no se evidencia tanto el comportamiento distinto entre página derecha o izquierda. Este fenómeno será analizado posteriormente.

Ver las gráficas, Experimento 3 (**Anexo 9**) (Página 393): páginas 41 y 42.

Para observar el fenómeno citado podemos ver la coloración y los valores de los índices de preferencia obtenidos en las páginas 41 y 42 (**Fig. 160**).

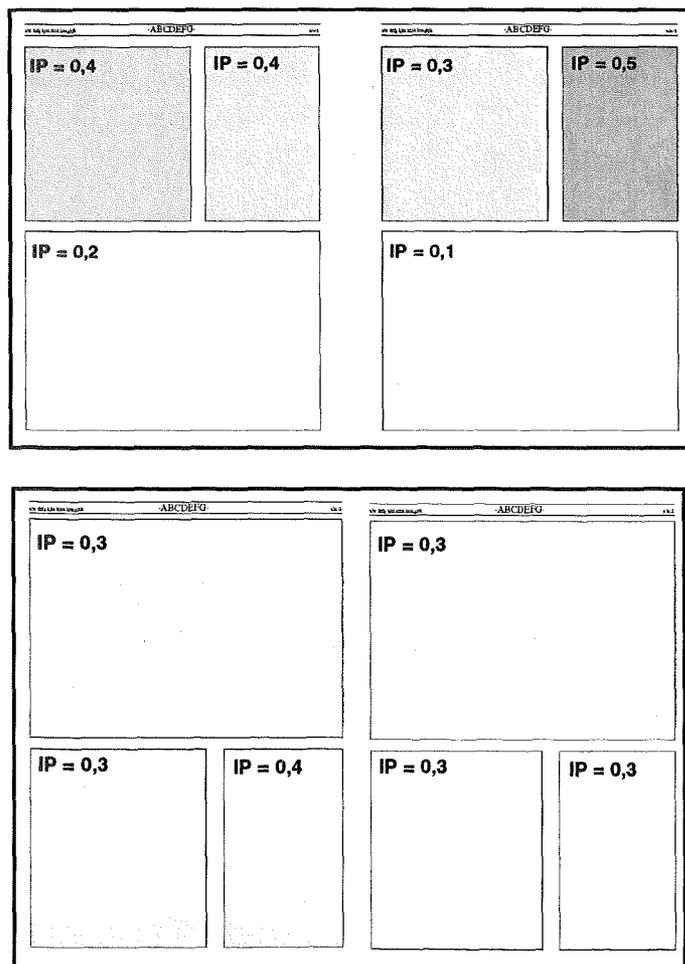


Fig. 160.- PAGINAS 41 y 42
Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. La preferencia es distinta si se trata de una página de la derecha o de una página de la izquierda.

Por todo ello, podemos afirmar que el comportamiento del lector frente a una maqueta vertical es diferente si se trata de una página de la derecha que si se trata de una página de la izquierda. El fenómeno de lateralidad influye decisivamente en la preferencia.

5/ Para la **maqueta horizontal** podemos determinar el siguiente comportamiento frente al estado estético:

a) Ante unidades informativas de **diferente tamaño**, siempre se tiende a preferir la de menor tamaño.

Un ejemplo de este fenómeno es la página 3 (Fig. 161).

Ver las gráficas, Experimento 3 (**Anexo 7**) (Página 394): página 3.

Ver

Figura Índice de preferencia de las páginas 3 (**Fig. 161**).

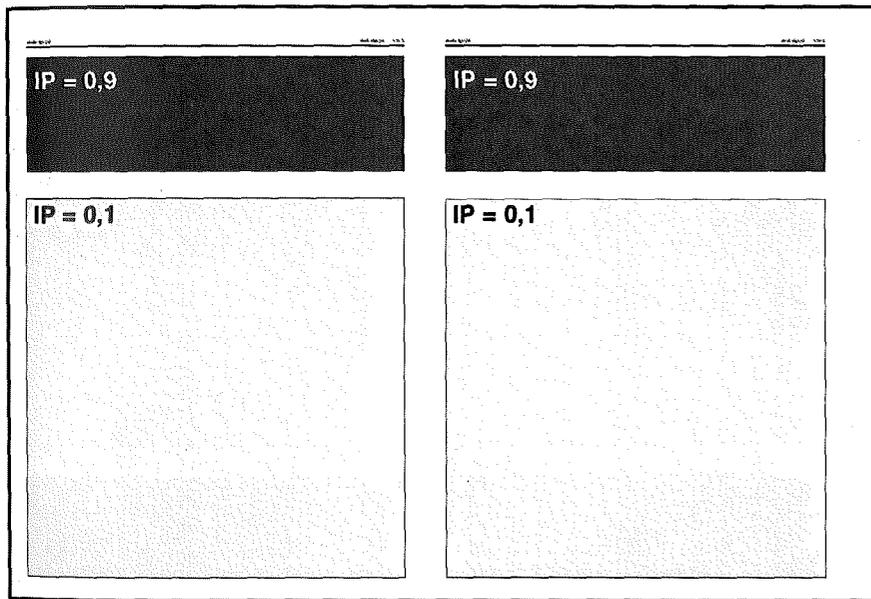


Fig. 161.- PAGINAS 3

Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. Cuando la maqueta es horizontal, la noticia preferente corresponde a la noticia de menor tamaño. El comportamiento es invariable tanto si se trata de una página de la derecha que si se trata de una página de la izquierda.

Como ya se ha comentado anteriormente, cuando se examina una maqueta horizontal, el índice de preferencia no diferencia entre páginas pares o impares, lo que sí valora es el tamaño de la unidad informativa. De esta forma, las unidades informativas de menor tamaño, reciben invariablemente más preferencia y por el contrario, las de mayor tamaño, reciben valores de preferencia menores. Los sujetos experimentales eligieron mayoritariamente siempre la misma noticia, indistintamente de donde se situase esa unidad informativa. De este modo resulta que la noticia preferente, en las maquetas horizontales, corresponde a la unidad de menor tamaño, tanto si la unidad informativa de menor tamaño se sitúa en la parte inferior de la página como si se sitúa en la parte superior (Fig. 162).

b/ El tamaño prevalece sobre la posición (arriba-abajo).

Un ejemplo de este fenómeno son las páginas 3 y 4 (test e1b-1, -2).

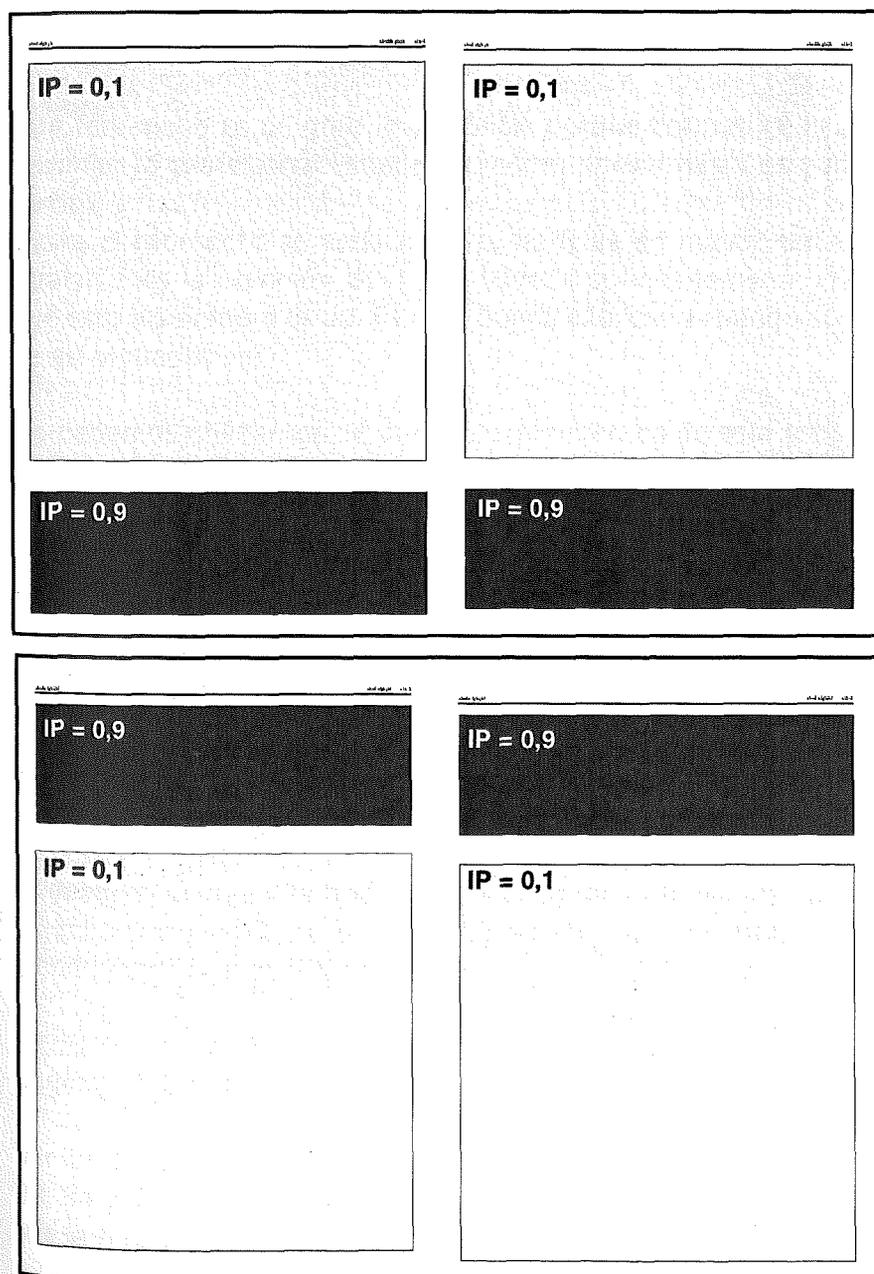


Fig. 162.- PAGINAS 3 y 4

Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. Como se ve en la figura, esté donde esté la noticia de menor tamaño, en este tipo de maquetas, la noticia preferente corresponde a la de menor tamaño.

Ver las gráfica, Experimento 3 (**Anexo 9**) (Página 394): páginas 3 y 4. Ver Figura Índice de preferencia de las páginas 3 y 4 (**Fig. 161 y 162**).

En las maquetas horizontales, poco o nada influye el factor posición respecto al tamaño. Para dos unidades informativas de muy distinto tamaño, el lector prefiere siempre y en todos los casos la unidad informativa de menor tamaño. Este aspecto contradice radicalmente el conocimiento aportado por la rutina profesional. Se dice que siempre, los elementos gráficos situados en la parte superior de la página reciben más atención. Queda demostrado con nuestra investigación que no siempre sucede así.

Es más, con nuestra investigación se determina cuando la posición superior recibirá mas preferencia y cuando no. Pero es más, con nuestra investigación hemos aportado el conocimiento científico que permite construir una página, de forma que no sea la posición superior la más preferida y lo podemos hacer de forma controlada a priori, es decir, conociendo de antemano el resultado que nos va a dar. Esto nos permite conocer la eficiencia de la página antes de exponerla al lector.

Este fenómeno es de gran importancia porque contradice el conocimiento profesional establecido como norma hasta este momento.

Hasta el momento se creía que las noticias de mayor tamaño atraían más la atención del lector. Queda suficientemente claro que esto no siempre es así. Es más, queda explicado cuando sucede así y cuando no.

No debemos olvidarnos de que los experimentos de esta tesis se han realizado sin contenido semántico. Es decir, los textos no tenían ningún tipo de significado. Es evidente que el contenido es un factor importante en el momento en que el lector elige qué es lo que quiere leer. Pero debemos recordar que esta tesis ha estudiado la influencia de la composición gráfica, del diseño gráfico, en la elección del mensaje escrito, independientemente del mensaje mismo.

c/ Ante unidades informativas de **igual tamaño**, siempre se tiende a preferir la de la posición más superior de la página.

Es decir, en la maqueta horizontal, indistintamente para la página derecha o izquierda, se prefiere la posición más superior, decreciendo hasta la más inferior.

Ejemplos de este fenómeno son las páginas 32, 33, 34, 35; y la página 17 (**Fig. 163**).

Ver las gráficas, Experimento 3 (**Anexo 9**) (Página 394): página 32, 33, 34 y 35; y Experimento 2: página 17.

Ver la figura Índice de preferencia de las páginas 32, 33, 34, 35 y 17 (**Fig. 163**).

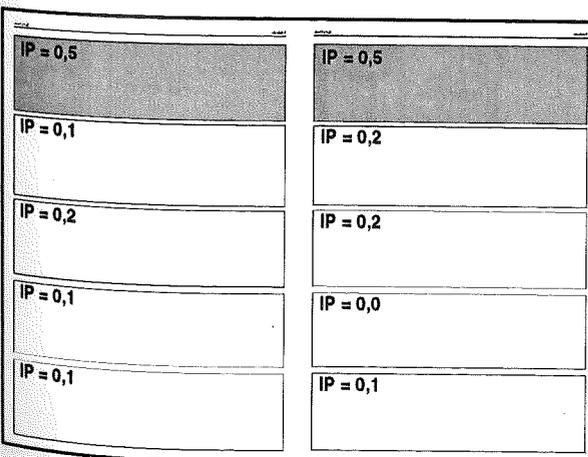
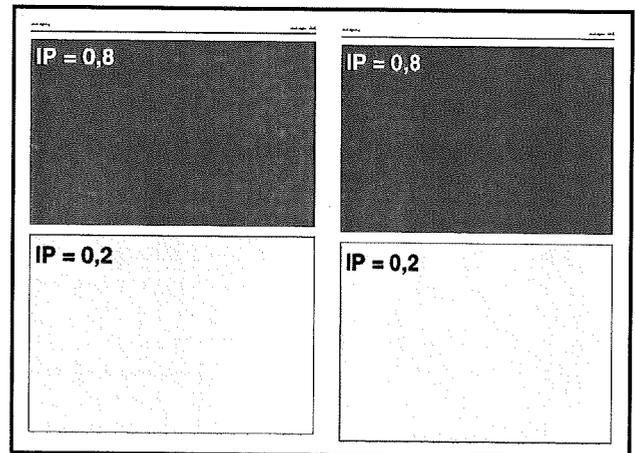
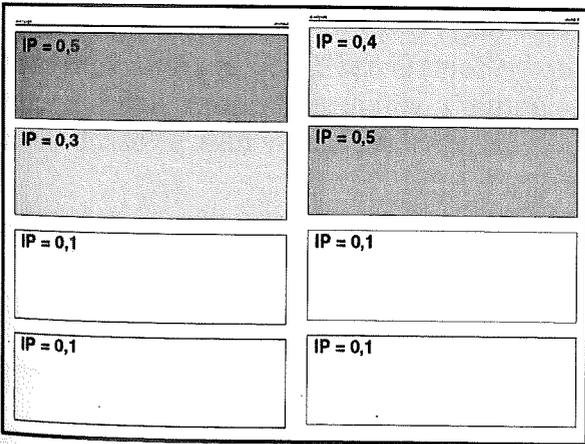
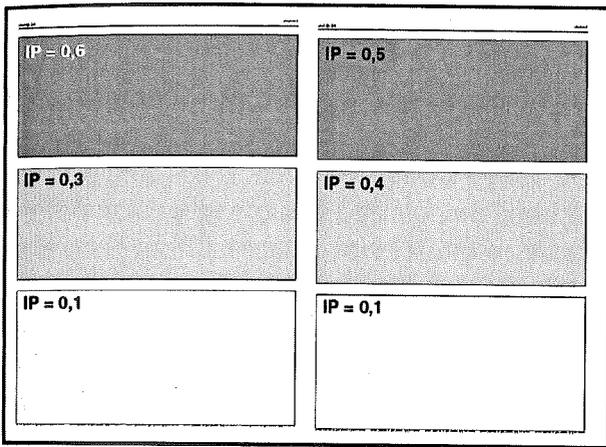
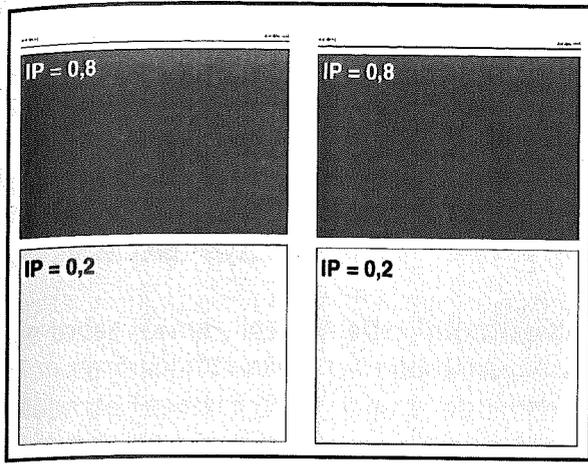


Fig. 163.- PAGINAS 32, 33, 34, 35 y 17
 Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. En
 La maqueta horizontal se prefiere,
 indistintamente para la página derecha o
 izquierda, la posición más superior, decreciendo
 hasta la más inferior.

Como puede verse en los ejemplos de la figura 161, cuando hay dos unidades, el índice de preferencia para la noticia de la posición superior es mayor que 0,5. Esto puede interpretarse como que la parte superior, en maquetas horizontales es más preferente que la parte inferior.

Por otro lado, cuando hay más de dos unidades informativas, se observa como la preferencia decrece hacia abajo paulatinamente. A más unidades informativas, va disminuyendo la preferencia hacia abajo (Fig. 162).

De todas formas, las unidades informativas que están en la posición correspondiente a las coordenadas verticales (1, 2, y 3) del Mapa de Formato de la página; obtienen, en todos los casos, un índice de preferencia que, en su conjunto, es muy superior a la de las coordenadas verticales restantes (4, 5, 6, 7, 8, 9, y 10) (Fig. 14).

En la página 35, se observa una situación curiosa: la segunda unidad informativa consigue un índice de preferencia menor que la tercera (Fig. 163). Esto se podría deber a una repartición de la preferencia respecto a la posición en cuadrantes. A cada cuadrante le correspondería una parte superior más preferente que la posterior. Lo mismo podría suceder lateralmente, e incluso diagonalmente.

Este fenómeno nos induce a creer que existe una división de la página por la mitad que provoca la existencia de parcelas. De esta forma la mitad superior es una parcela y la mitad inferior es otra parcela.

Esto explicaría por qué la tercera noticia obtiene un índice de preferencia mayor que la segunda. Cuando la noticia está sobre la línea divisoria aumenta la preferencia.

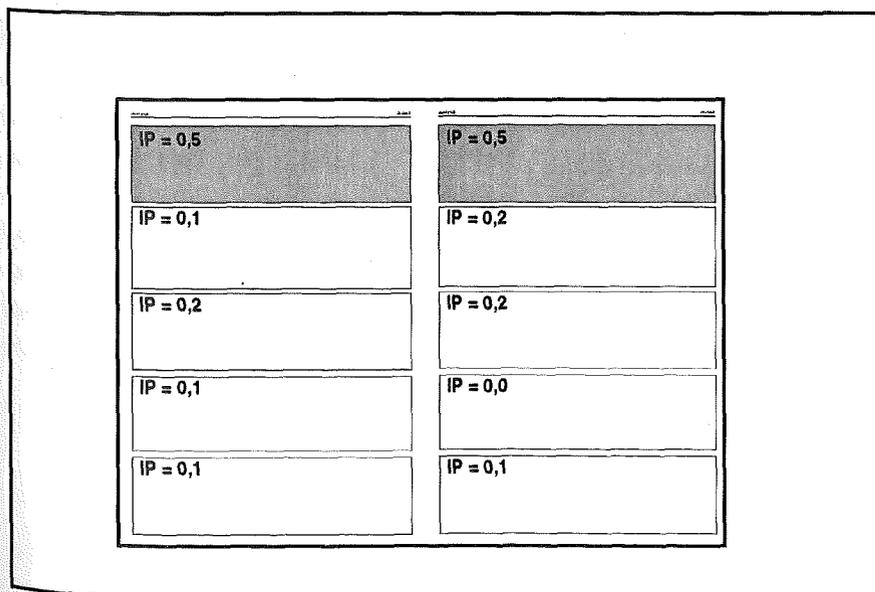


Fig. 164.- PAGINA 35

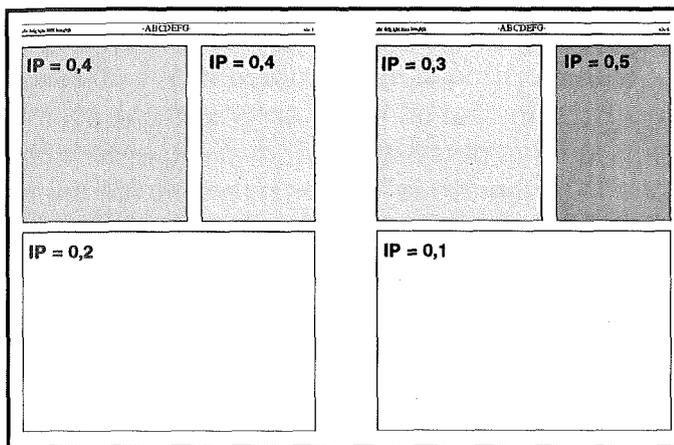
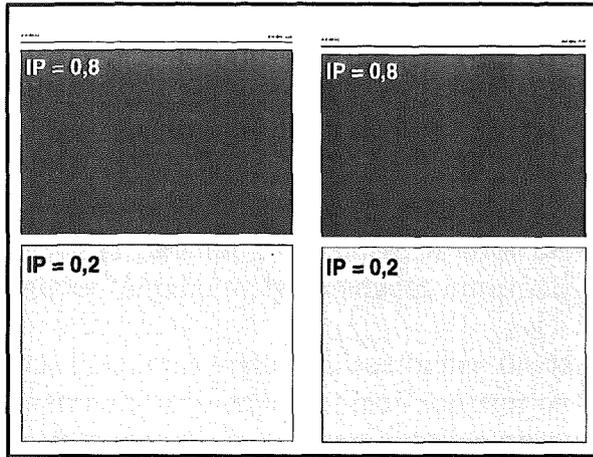
Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. En esta página con maqueta horizontal, la segunda unidad informativa obtiene un Índice de Preferencia menor que el obtenido por la tercera noticia.

Fig. 165.- PAGINAS 32, y 41

Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. En la maqueta horizontal se prefiere, indistintamente para la página derecha o izquierda.

En el primer caso, la parte superior obtiene un IP de 0,8 y la parte inferior un IP de 0,2.

En las páginas inferiores, las dos noticias que ocupan la parte inferior de la página obtienen un IP de 0,8 (0,4+0,4), en un caso y 0,8 en el otro (0,5+0,3).



d/ En la **maqueta horizontal** el comportamiento derecha-izquierda (lateralidad) no influye. **No influye**, ni en el caso de que las unidades informativas sean de igual tamaño como lo son en las páginas 32 y 41 (Fig. 164).

Como ya se ha visto en reiteradas ocasiones, el fenómeno de lateralidad no se da en la maqueta horizontal, con lo que el comportamiento es idéntico para las páginas de la derecha que para las páginas de la izquierda.

6/ Para la **maqueta vertical** podemos determinar el siguiente comportamiento frente al estado estético:

6a/ Ante unidades informativas de **diferente tamaño**, el comportamiento del receptor es análogo aunque no igual, tanto en la página de la derecha como en la página de la izquierda (**Fig. 166**).

Mientras que en la parte superior de la página se prefiere la posición exterior de la página; en la parte inferior de la página se prefiere el menor tamaño de las unidades informativas.

Es decir, en las maquetas verticales que tienen unidades informativas de diferente tamaño en la posición superior de la página, el índice de preferencia de la posición exterior prevalece sobre el tamaño.

Por el contrario, en las maquetas verticales que tienen unidades informativas de diferente tamaño en la posición inferior de la página, el índice de preferencia por el tamaño más pequeño, prevalece sobre el de la posición. Para ilustrar lo anterior podemos observar los índices de preferencia de las páginas 1; 41 y 42 donde el comportamiento del receptor nos da índices de preferencia en la forma explicada anteriormente.

Como puede verse en los ejemplos de las páginas 1, 41 y 42 (**Fig. 166**), cuando las unidades informativas de diferente tamaño se encuentran en la posición superior de la página, las unidades informativas que obtienen un mayor índice de preferencia son las de la posición exterior de la página, indistintamente si se trata de la de mayor tamaño o la de menor tamaño.

Por otro lado, también puede observarse como en el caso de que las unidades informativas se encuentren en la parte inferior de la página, el comportamiento de la preferencia no es igual. En este caso, la preferencia se orienta por la unidad informativa de menor tamaño, esté donde esté.

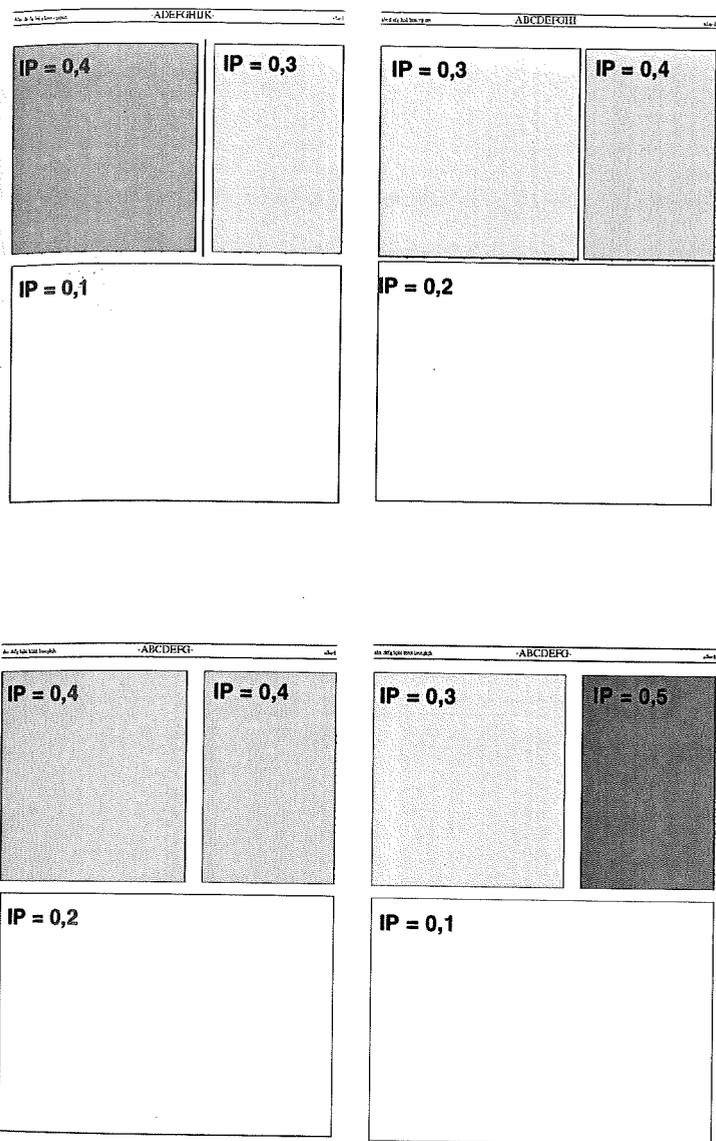
En todos los casos, el comportamiento de la página de la derecha es igual al de la izquierda.

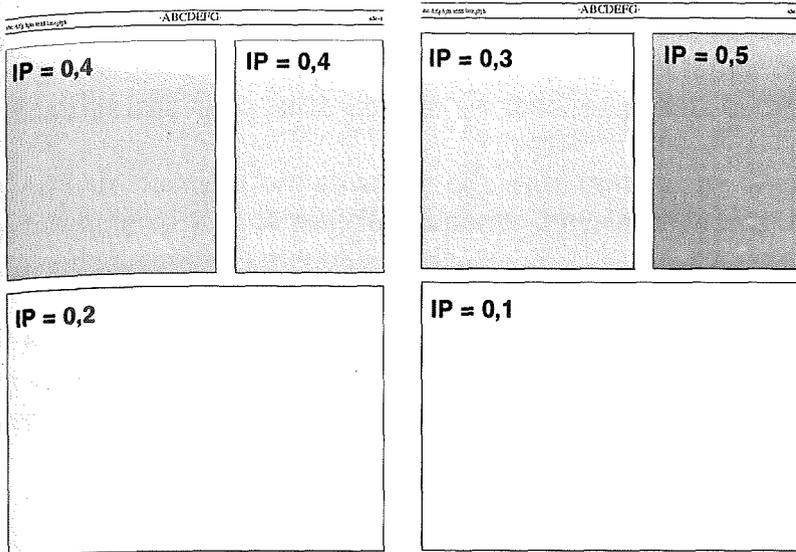
Cuando, junto a una página de la izquierda, existe una página diferente a las normales o de texto (publicidad), la página de la izquierda recibe la valoración del lector como si se tratase de una página de la derecha.

Dado que los índices de preferencia obtenidos por este tipo de páginas es igual a las de una página de la izquierda, permite deducir que el comportamiento es más semejante a una página de la derecha que a una página de la izquierda (**Fig. 167**).

Fig. 166.- PAGINAS 1 (izquierda y derecha), 41 (izquierda), y 42 (derecha)

Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. Ante unidades informativas de diferente tamaño, el comportamiento del receptor es análogo aunque no igual, tanto en la página de la derecha como en la página de la izquierda.





VALORES QUE DEBERÍAN DARSE

0,44

0,38

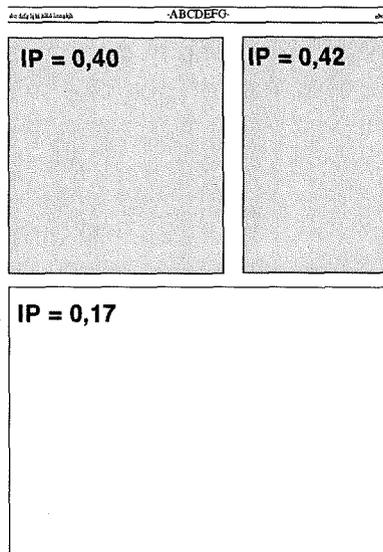


Fig. 167.- PAGINAS 41 (izquierda), 41 (derecha) y 43 (izquierda)

Valores obtenidos en el Índice de Preferencia. La inferior, que corresponde a la página 43 situada a la izquierda y enfrentada en las maquetas a una página de instrucciones, obtiene unos índices de preferencia que se acercan a los de una página de la derecha, como es el caso de la página 43. Mientras que en la página de la izquierda la noticia más preferente es la noticia superior situada en la parte exterior (0,4 de índice de preferencia, que se obtiene a partir del porcentaje obtenido del 44%); en la página de la izquierda que tiene una página diferente a las demás (publicidad) la noticia más preferente es la interior (0,4 de índice de preferencia, que se obtiene a partir del porcentaje obtenido del 42%). La noticia que debía ser la más preferente en esta página era la superior y exterior de la página que aunque obtiene también un índice de preferencia del 0,4, este se obtiene a partir de un porcentaje del 40%. Es decir, deja de ser la más preferente. En el caso de una página normal de la izquierda los porcentajes serían del 44% y 38% respectivamente, lo que indica un diferencial de 0,04 en favor de la noticia superior y exterior de la página. En el caso de la página con publicidad los porcentajes son del 40% y del 42% y con un diferencial invertido de 0,02.