

APRENDER A VER LOS DIARIOS

ELEMENTOS VISUALES EN LA COMPOSICIÓN DE LAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS

JAVIER GALÁN*

AL PRINCIPIO ERA LA COLUMNA Y, AL FINAL, QUIZÁ ESTÉ LA INFOGRAFÍA

LOS diarios ofrecen a sus lectores información de actualidad, pero se la ofrecen insertada en páginas de papel. Impresa, empaquetada, con un formato, colocada de una manera determinada, en unos espacios, con un orden, etc. Y, así la información, puede modificarse la percepción que los lectores adquieran del contenido informativo.

Tengamos en cuenta que un diario impreso tiene unos elementos propios, técnicos, a los que los contenidos informativos deben adaptarse para poder llegar a los lectores. De ahí que los periodistas deban conocer esos aspectos técnicos para bien emplearlos en la presentación de sus informaciones. Y, al mismo tiempo, es interesante que los lectores también los conozcan para entender por qué las informaciones se presentan de esa manera y, no se presentan de otra.

Vamos a hacer un recorrido por los mismos y analizar las variaciones en el diseño y preparación de páginas que están haciendo los diarios para adaptarse a las demandas de los lectores.

* Universidad Carlos III de Madrid, jgalan@hum.uc3m.es.

Una versión de este artículo fue leída dentro del Seminario LITTERAE III, el día 3 de mayo de 2000.



Fig. 1. El índice de legibilidad de un página construida sólo con textos es muy bajo.



Fig. 2. Los titulares, además de marcar el comienzo de las informaciones, hacen más cómodas de leer las páginas de los diarios.

AL PRINCIPIO FUE LA COLUMNA

La columna fue el principio del diseño de las publicaciones periódicas. Este elemento será lo que realmente distinga el diseño de prensa del diseño de libros. Pero, como iremos viendo, la evolución del diseño periodístico puede incluso hacer desaparecer la columna como eje fundamental en la construcción de la página de un diario.

Antes de nada debemos hacer unas consideraciones previas respecto a la actitud con la que el público se dirige a las publicaciones periódicas, ya que la construcción de las páginas ha de dar respuesta, cubrir las demandas de los lectores.

La actitud del lector de prensa, de un diario, es distinta a la actitud del lector de libros. El lector de un diario busca información, enterarse de lo que pasa a través de la lectura de un medio impreso. Difícilmente el lector de libros pretende información en la obra literaria. Y menos, que sea una información de actualidad como es la que buscan los lectores en los diarios.

La búsqueda y adquisición de esa información pretende hacerla, el lector de diarios, al menor coste posible: monetario, de tiempo y de esfuerzo. Demanda que esa información se le presente comprensible, ordenada, valorada y estéticamente bien realizada.

Actitud suficientemente conocida por los medios de comunicación que, a lo largo de su historia, no han escatimado esfuerzos para poder satisfacer esa demanda de sus lectores, incorporando para la construcción de sus páginas, las herramientas que la técnica y la estética les ha ido poniendo en sus manos.

LAS CALLES HAN DE PERMANECER LIMPIAS
Hemos señalado que la columna es la base, el sustento de la página de un diario. Sin la dispo-

sición de los textos en columnas la legibilidad de las páginas de los diarios sería nula. ¿Han pensado en la página de un libro del tamaño de un tabloide, aunque este sea pequeño? Imposible de leer.

La columna, por tanto, lo primero que aporta, es la posibilidad de que se puedan leer los textos impresos en hojas de formato grande. Elemento imprescindible en la construcción tipográfica de cualquier página impresa.

Además, la columna aporta otro elemento esencial: la posibilidad de ordenar, jerarquizar, las informaciones que se presentan. Permite editar las noticias con un cierto orden y con un cierto tamaño que, luego el lector, traducirá como una valoración de las mismas.

Ahora bien, la columna ha de tener un ancho adecuado. Una columna demasiado ancha es costosa de leer y la lectura de una columna excesivamente estrecha, origina confusión. El ancho ideal sería aquel que se pudiera percibir de un solo golpe de vista, de tal manera que se evite que el lector tenga que dar golpes de vista de izquierda a derecha para leer una línea. Ha de facilitar que el lector salte de una línea a otra sin mover la vista horizontalmente. Esto puede parecer una nimiedad, pero si se cuentan los movimientos visuales que realiza un lector a lo largo de todo un diario, el esfuerzo resulta considerable. En cálculo somero, para leer treinta páginas de un diario, el lector debe dar unos quince mil golpes de vista.

Por ello hay que evitar columnas demasiado anchas, ya que necesitan dos golpes de vista para ser leídas. Pero es que, una columna excesivamente estrecha produce un efecto de confusión ya que el lector, en un solo golpe de vista percibe la línea de la columna que está leyendo y parte de la columna de al lado.



FIG. 3. Una página construida con textos cortos es más agradable de leer



FIG. 4. Cuando el texto informativo es muy largo se despiece en bloques más pequeños para que resulte más fácil su lectura.



FIG. 5. A veces los textos se hacen tan cortos que parecen una crónica radiofónica

La medida más recomendada, como ancho ideal de columna, es aquella en la que cabe alfabeto medio de la familia de los tipos que se están empleando en la composición del texto.

Ahora bien, la columna por sí sola no facilita en demasía la lectura de los textos. Necesariamente debe ir acompañada por calles blancas que las separen unas de otras. Ese blanco es necesario para la legibilidad de los textos y, su ancho es importante. Si es excesivamente ancho, puede favorecer la lectura, pero se desperdicia mucho espacio y estéticamente puede resultar feo. Y si es excesivamente estrecho, dificulta la legibilidad.

Por eso, cuando se utilicen otros elementos tipográficos (corondeles, filetes, cañas, etc.) siempre ha de respetarse las calles blancas, aún a costa de invadir el texto de la columna y forzar su falseamiento. Siempre ha de procurarse que las calles permanezcan limpias.

ANDETÍTULO, TÍTULO Y SUBTÍTULO

Obviamente, la legibilidad de textos, colocados en columnas, unos detrás de otros, es bastante escasa, por eso aparecen los titulares

La titulación de las noticias, tipográficamente muy diferenciada del cuerpo de texto, tiene como función gráfica decirle al lector que debe comenzar a leer por ahí. Que en esas manchas negras que descubre en la primera ojeada de la página es donde debe pararse para iniciar la lectura de la noticia.

Gráficamente esa es una primera función de la titulación de las noticias: marcar el inicio de la lectura de las mismas. Ahora bien, ya que el lector casi necesariamente se para en la titulación para leerla, hagamos que contenga un contenido adecuado para que el lector se anime a seguir leyendo o, si no sigue leyendo, que se le aporten los elementos básicos de la información: la esencia de la misma.

Al título le acompañarán otros elementos a modo de antetítulo, subtítulo, etc., con muy diversas formas, para lograr que con el menor esfuerzo, el lector asuma la mayor cantidad posible de datos de la información.

Pero, además de esa función de llamada de atención, la titulación tiene una segunda misión, no menos importante. Es la que podríamos llamar función valorativa.

Es evidente que, gráficamente, cuanto mayor sea el tamaño de una información, mayor es el valor que los lectores dan a su contenido. Y eso lo hace la titulación: marca el ancho en las informaciones y con ello valora el contenido de las mismas.

Si bien puede decirse que los primeros textos informativos impresos se componían gráficamente de un titular y un texto, con el paso del tiempo se incorporan más cosas. Aparece la entradilla, diferenciada tipográficamente del cuerpo de texto. Aparecen los ladillos, esas frases cortas que parten el texto y que suponen, por una parte, un descanso para el lector y por otra una llamada de atención en esa ojeada que el lector realiza sobre la página del diario. Y aparecen los sumarios. Textos destacados de la información que pretendiendo ser una llamada de atención, se convierten en resumen textual de todo el texto noticioso. Ofreciendo al lector la posibilidad de enterarse del contenido de la información con la lectura de frases cortas que jalonan la página impresa.

LAS INFORMACIONES SE DESPIEZAN

La televisión ha irrumpido de tal manera en la sociedad actual que ha variado los hábitos de asimilación de conocimientos. Los hechos informativos los podemos oír, los podemos leer pero, cada vez más, necesitamos verlos.

Esa cultura de información visual ha ido calando en los públicos, de tal manera que se puede afirmar que la mayoría de los conocimientos que se adquieren, especialmente en cuestiones de actualidad, los recibimos a través de imágenes.

Como elemento negativo, esa cultura de la adquisición de conocimiento por elementos visuales, hace que el hábito de lectura se vaya perdiendo. De ahí que los diarios vayan evolucionando y haciendo sus páginas cada vez más



FIG. 6. Cuando la publicidad es muy impactante la información pasa a un segundo término.



FIG. 7. Y a veces la opaca de tal manera que confunde al lector

EL PAIS

La imprenta, al fondo de la página

Los socialistas rechazan las exigencias del PNV para formar Gobierno

El Gobierno de Blair se desmarca de la petición chilena de liberar a Pinochet

El PP aumenta hasta 4,3 puntos su ventaja sobre el PSOE, según el CIS

UNIVERSAL STAR

EL MUNDO

Los fiscales pedirán prisión preventiva para los que maltratan a sus parejas

El «aparato» de la FSM acusa a los borrellistas de formar un «soviet»

La Bolsa sube más de un 4% y el Gobierno dice que «la crisis se desvanece»

ANEXO PUEDE HACER CAMBIOS EN FONDOS DE INVERSIÓN FRECUENTADORES FISCALIZADOS

FIGS. 8 y 9. Los elementos visualmente más impactantes se colocan en las zonas neutras de lectura.

visuales, intentando ofrecer a sus lectores textos cada vez más cortos y de más fácil lectura.

Así, cuando el contenido de la información precisa de un texto largo se produce el denominado, despiece de la misma. Palabra no excesivamente bonita pero que describe bien lo que actualmente se hace con las informaciones periodísticas.

Una información se disgrega en varias piezas, bloques de texto y titulares, que, juntas y una detrás de otra formarían todo el texto informativo. Textos cortos de fácil lectura, con ciertos elementos de enlace, para que el lector, si quiere, pueda ir leyendo de una manera salteada. Eso conlleva a que las informaciones, tal y como ahora se presentan, no comiencen por el principio ni terminen por el final. Un lector puede comenzar a leer una información por el final y finalizar por el principio.

Así las cosas, necesariamente, tienen que aparecer nuevos elementos gráficos que, al mismo tiempo que separen los textos, los mantengan unidos: cintillos, nuevas maneras de entradillas generales, sumarios amplios, etc.

Llegados a este punto y después de ver la evolución que ha sufrido la presentación de los textos periodísticos, hay que hacer un punto y aparte para hablar de la publicidad.

BIENVENIDA, MALHAYADA, LA PUBLICIDAD
La publicidad es un elemento necesario para que existan medios informativos impresos. Y, por tanto, la publicidad es un elemento que necesariamente ha de ir en las páginas de los mismos. Con una peculiaridad, la publicidad manda en el espacio. Obligatoriamente va en ese sitio y con ese tamaño y, además, con impacto gráfico importante. En la mayoría de los casos el elemento más impactante de la página suele ser el elemento publicitario.

Ello genera un problema. Al lector lo que más le impacta de la página es la publicidad. Será lo que primero vea, pasando la información a un segundo

término. Por tanto, se han de emplear todos los medios necesarios para evitar que la información quede postergada por la publicidad en las páginas de los diarios.

Para ello el diseño de la página, con respecto a la publicidad, debe desempeñar varias funciones.

La primera de ellas es que debe diferenciar claramente lo que es publicidad de lo que es información. Se puede lograr con corondeles, lutos, blancos, e incluso manchetas. En este sentido es necesario destacar que muchos diarios rechazan originales publicitarios que por su diseño tipográfico se identifiquen con los textos informativos.

En segundo lugar se ha de evitar que la publicidad opaque la información. En este sentido habrá que buscar soluciones tipográficas para que las informaciones destaquen gráficamente de los anuncios, buscando el contraste entre ambos.

Y, en tercer lugar, se ha de evitar que la publicidad rompa la dinámica de lectura de la página. Habrá que contraponer elementos impactantes para guiar al lector en su recorrido visual a lo largo de toda la página.

Este nuevo concepto, dinámica de lectura, bien merece un punto y aparte con ladillo.

LA PÁGINA TIENE UNA DINÁMICA DE LECTURA

Hasta el momento hemos hablado de algunos elementos con los que se construyen las páginas de los diarios. Pero no hemos tocado el tema de cómo se leen las páginas de los diarios. Y eso es importante, porque si consiguiéramos definir el recorrido que hacen los lectores para ver, leer, asimilar, los contenidos de las páginas podríamos utilizar dichos elementos para conducir a los lectores en su lectura.

Hay diversas teorías sobre la manera en que lector ojea, mira, las páginas de los diarios. La más clásica de ellas es la que afirma que el lector, por rutina, práctica o hábito, comienza a ver la página en el ángulo superior izquierdo, y deja caer la vista, en diagonal, hasta el ángulo inferior derecho. De tal manera que, de un simple vistazo, mira todo lo que está incluido en ese recorrido, pero deja dos ángulos muertos que necesitan un segundo golpe de ojos para ser vistos. La esquina superior derecha y la esquina inferior izquierda. Por ello se recomienda



FIG. 10. En publicaciones especiales se pueden romper las normas básicas de diseño. En este caso se intenta forzar la lectura de la página en una dirección que es contraria a la habitual.



FIG. 11. La columna de la derecha quedaría neutra sino fuese por los elementos visuales que la acompañan



FIG. 12. La sola colocación de elementos gráficos en una página no asegura que aumente su legibilidad

que los elementos que más impacten visualmente se coloquen en esas dos zonas para actuar como reclamo visual del lector.

Otra teoría es la que sostiene que el lector comienza a leer la página en el ángulo superior izquierdo, rota por la parte alta de la página en el sentido de las agujas del reloj, y va bajando por el borde derecho de la página hasta el ángulo inferior derecho. Deja caer la vista en esa esquina y se va de la misma. Queda como zona muerta que necesita un segundo golpe de vista la parte izquierda de la página. Desde esta teoría se recomienda colocar los elementos más visuales en esa zona para obligar al lector a subir la vista.

Y, una tercera teoría sostiene que el lector comienza a leer las páginas por aquel elemento que más le impacta, después va a al segundo, después al tercero, etc., independientemente de dónde esté colocado. Por tanto lo que se recomienda es que las informaciones que quieran ser destacadas vayan acompañadas de elementos que las hagan más visuales.

Sea cual sea la realidad de la dinámica de lectura de página sí que están claras varias cosas. Una de ellas es que, por hábito, en las culturas occidentales estamos acostumbrados a comenzar a leer las páginas impresas por el ángulo superior izquierdo, de tal manera que cualquier información colocada en esa zona tiene todas las posibilidades de, al menos, ser vista por el lector.

También está clara otra cosa. Que el lector de diarios cuando ojea las páginas se deja guiar por los impactos, de ahí que los elementos impactantes hay que colocarlos adecuadamente para que el lector, al menos, de un golpe de vista, vea toda la página y, luego, si le interesa se adentre en los contenidos de cada uno de los textos noticiosos.

Por tanto, cada información debe tener calibrado su impacto en página, sabiendo que va a

ECONOMÍA **EL PAÍS** TRABAJO

El plan para contener la inflación restará 9.000 millones a las cuentas de Repsol

La compañía petrolera intenta compensar el impacto de la bajada de 130 puntos en el índice

El pacto sobre la seguridad PNA alerta a algunos con promesas del BBV y del ISCTI



El plan para contener la inflación restará 9.000 millones a las cuentas de Repsol. La compañía petrolera intenta compensar el impacto de la bajada de 130 puntos en el índice. El pacto sobre la seguridad PNA alerta a algunos con promesas del BBV y del ISCTI.

FIG. 13. No siempre las fotografías aportan información a los textos y su empleo sólo se justifica para facilitar la lectura de la página.

MUNDO.

Con mayoría y 230 votos en la capital indonesia tras los incidentes provocados por la oposición a 23 por mayoría Wicak, nuevo presidente, gracias a los votos del partido Golkar

El rechazo del Parlamento a Megawati Sukarnoputri desata la violencia y la anarquía en Yakarta



Reacciones de bienvenida y esperanza

El rechazo del Parlamento a Megawati Sukarnoputri desata la violencia y la anarquía en Yakarta. Reacciones de bienvenida y esperanza.

FIG. 14. Cuando una foto es muy impactante puede anular la lectura del texto donde se narra el hecho noticioso.

EL MUNDO LUNES 14 DE SEPTIEMBRE DE 2001

Palanco y Cebrían celebraron con González la condena a Llanio

Alto agente que el juez es, con su compañero, un defensor de los presos.



Una querrela por latrocinio

Los hechos que para el juez fueron de odio

Madera de boj, finalmente.

FIG. 15. En ocasiones el propio contenido de las fotos reduce al texto a ser su mero acompañante.

EL MUNDO

TELEFONICA: La UE reclama que bajen las tarifas locales aunque sólo la mitad de abono / 44

MEVA REINVENTA EN LA GUERRA TICA CONTRA ALTS CARLOS DE LA GOBERNACIÓN DE BARCELONA

El jefe de Intxaurrondo y el gobernador de Guipúzcoa condenados a 71 años por asesinato

Los acusados consiguieron perdón que el juez general Estrella. Juan Eguiguren, el hijo también general Eguiguren y los jueces Estrella y otros participaban en su detección ilegal y su muerte de Llanio y Zabala



El juez alega que el asesinato de Llanio y Zabala fue un crimen de odio

EXCELENTE: Los hechos que para el juez fueron de odio

La caída del euro sitúa el dólar a 181 pesetas, su precio máximo desde 1985

El PP se alinea con el gobierno

Los dos políticos de izquierda

Los dos políticos de izquierda

FIG. 16. Y a veces, añade un contenido distinto al recogido en el texto noticioso.



FIG. 17. Las ilustraciones añaden un valor expresivo a los textos informativos.



FIG. 18. Y a veces es el único contenido que se asimila de las páginas.

acompañar a otras y que, éstas deben estar ordenadas de manera que se respete la jerarquía de valor que el periodista a dado a cada una de ellas.

LA IRRUPCIÓN DE ELEMENTOS GRÁFICOS
Ahora bien, hasta ahora sólo hemos hablado de elementos tipográficos. Pero la técnica ha hecho posible que a las publicaciones periódicas se incorporen elementos gráficos. Rudimentarios al principio, sofisticados posteriormente.

La irrupción de estos elementos gráficos en las páginas de las publicaciones periódicas tienen dos consecuencias claras. Por una parte, se convierten en un elemento visual importantísimo en la construcción de la páginas y, además ofrece la posibilidad al periodista de informar a los lectores con una herramienta gráfica. Ya no tiene por qué traducir necesariamente la información a un texto, sino que se puede ofrecer esa información a través de elementos visuales, llámese fotografía, ilustración o infografía.

Esta irrupción de elementos gráficos en las páginas de los diarios se hace desde distintos frentes. El principal de ellos, es la fotografía.

La fotografía aparece en las páginas de los diarios como compañera del texto. Es un elemento gráfico que, aún sin aportar nada especialmente informativo, sí cumple la función de descargar la página y hacerla más legible. En estos momentos prácticamente todos los diarios ofrecen al menos un elemento gráfico en cada una de sus páginas.

Pero la fotografía juega también otro papel muy importante en las páginas de los diarios: ofrecer información. A veces complementaria al texto que acompañan. A veces distinta al propio texto. Pueden llegar incluso a tener tal autonomía que, convierten al texto en mero acompañante de la foto.

Las ilustraciones, quizá el elemento gráfico más antiguo que irrumpe en las páginas de los diarios, se convierten en un elemento clave en la legibilidad de la página. Una ilustración se puede convertir en la clave de una página y puede oscurecer al texto que acompaña pero, puede lograr que el lector, con un solo golpe de vista, se entere de lo que se le quiere informar en el texto. Especialmente recomendables para las portadas, las ilustraciones hacen que la página gane en impacto. Casi todas las páginas que tengan una ilustración, son vistas por los lectores, facilitándoles el acercamiento a los textos informativos.

Un género de ilustración son las caricaturas. También se emplearon desde muy al principio en las publicaciones periódicas, especialmente cuando la información se refería a un personaje que el lector necesitara ver el rostro. Cuando técnicamente el periodista no podía ofrecer una fotografía, recurría al retrato caricato. La galería de personajes que nos ofrecen los medios impresos de los prohombres del siglo XIX es de una genialidad impresionante.

La caricatura de personajes tiene un momento de declive cuando técnicamente se facilita el uso de la fotografía. Parece que deja de tener sentido ofrecer una caricatura, informativa, cuando se tiene una fotografía.

Ahora bien, cuando el rostro de los personajes es suficientemente conocido por los lectores, se vuelve a recuperar la caricatura. Ya no se pretende informar a los lectores de cómo es el personaje, sino de quién es el personaje. En ese caso la caricatura deja de ser un elemento informativo para convertirse en un elemento de opinión.

Con las caricaturas las páginas de los diarios ganan impacto, facilidad de lectura y logran que los lectores con poco esfuerzo asimilen la información o la opinión que se les ofrece.



FIG. 19. La caricatura es un género gráfico que vuelve a recuperarse.



FIG. 20. A veces, con mucho vigor

TEXTOS Y GRÁFICOS SE FUNDEN

La infografía se presenta como lo que podría ser un nuevo recurso informativo, una nueva técnica de presentar información. Donde textos gráficos, dibujos e ilustraciones se funden en una sola pieza ofreciendo al lector en muy pocos golpes de vistas todo el contenido de la información.

No obstante, la infografía presenta ventajas e inconvenientes sobre el texto informativo. La infografía llama la atención, facilita la asimilación de la misma gracias a los gráficos y mejora la estética de la página.

Pero al mismo tiempo presenta graves inconvenientes. El primero de ellos es su falta de credibilidad. Las ilustraciones para los lectores de los diarios siempre han manifestado más opinión que información, con



FIGS. 25, 26 y 27. Textos y fotos deben colocarse de tal manera que no confundan al lector.

lo que en principio, el lector no les otorga la misma credibilidad que a los textos. Ese es precisamente el mayor reto de los infógrafos: todo lo que escriban o dibujen han de ser cosas ciertas. Los efectos de la explosión deben ser los que han quedado dibujados y los heridos han debido quedar en la misma posición en que se hayan dibujado en la infografía.

En su afán de visualizar las páginas, los diarios vieron en la infografía la panacea de esa visualización, pero con el paso del tiempo, su uso ha venido a demostrar que el infografía puede ser una buena herramienta para presentar determinadas informaciones, pero desde luego su uso no puede generalizarse para todo tipo de informaciones.

Así pues, se pone de manifiesto de que si bien los lectores de los diarios buscan una información cada vez más visualizada, esta visualización tiene un límite y no se puede pretender dar toda la información de una manera gráfica. Por tanto, en la construcción de las páginas de los diarios ha de saberse conjugar la utilización de textos con elementos gráficos, para lograr que con el menor coste posible, el lector asimile la mayor cantidad de contenido informativo.

Textos, títulos, fotos, ilustraciones, etc. con todos ellos se construyen las páginas de los diarios, procurando en todo caso facilitar la lectura de los contenidos informativos. Procurando que el lector emplee el menor tiempo posible en asumir lo que el periodista le dice con sus textos. Si bien, en la conjunción de todos esos elementos se pueden cometer errores y, en vez, de facilitar la asimilación de la información, se produce una distorsión que puede confundir al lector. Pero esos errores son evitables, casi nunca inducidos, y cuando se producen el propio lector los detecta y no deja que se asimilen en su subconsciente.

BIBLIOGRAFÍA

- CANGA LAREQUI, Jesús, *El diseño periodístico en prensa diaria*, Barcelona: Bosch, 1994
EL-MIR, Amado José, *Diseño, color y tecnología en prensa*, Barcelona: Prensa Ibérica, 1995.
MARTÍN AGUADO, José Antonio, *Proyecto y diseño de un diario*, Madrid: Ciencia 3, 1991
ZORRILLA, Jesús, *Introducción al diseño periodístico*, Pamplona: Eunsa, 1997.

RESUMEN

Las informaciones periodísticas se nos presentan plasmadas en soportes varios: prensa, radio, televisión, digital, etc. Dichos soportes tienen unas características que obviamente influyen en los contenidos de las noticias, de tal manera que se convierten en un lenguaje que dice cosas a las audiencias. Conocer bien esas características ayuda a los receptores a comprender mejor los contenidos noticiosos. Hablamos ahora de algunos elementos técnicos de los medios impresos diarios y de por qué las informaciones se presentan como se presentan. Interpretando bien esos elementos el lector podrá apreciar mejor y de una manera más cualificada el contenido noticioso de las informaciones. Se habla también de la evolución que han experimentado los diarios para adaptarse a las exigencias visuales de las audiencias y se apuntan algunas líneas del futuro de las publicaciones impresas.

PALABRAS CLAVE

diarios, diseño, noticias, infografía

ABSTRACT

Journalistic information is conveyed through different media: press, radio, television, the web, etc. The latter have their own features that obviously influence the contents of news, so much so that they become a language which says things to audiences. Technical aspects of the press are discussed along with the reasons why certain news is presented in certain ways. Proper interpretation will enable the reader to better understand the contents of information. This article closes with comments on the evolving adaptation of newspapers to the visual demands of audiences and the future of print publication.

KEYWORDS

press, design, news, graphic presentation of news