



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Jesús ZORRILLA RUIZ

Introducción al diseño periodístico

Eunsa, Pamplona, 1997, 121 pp.

Dentro del proceso de adaptación del periódico a los cambios sociales y tecnológicos de los últimos años, el diseño periodístico ha desarrollado un papel esencial en el asentamiento de una nueva realidad visual en la prensa del todo el mundo. De ahí que esta disciplina periodística deba abordarse – y enseñarse- como parte integral de la tarea comunicativa. Con este propósito Jesús Zorrilla Ruiz ha publicado *Introducción al Diseño Periodístico*, una obra que sirve de punto de partida a los alumnos de Ciencias de la Información interesados en conocer los fundamentos sobre los que se asienta el diseño en prensa.

Tras retomar su tarea como profesor universitario, con la publicación de este manual, Zorrilla se suma a una realidad presente en la enseñanza universitaria del diseño periodístico: la elaboración de libros de apoyo por parte de los docentes. Entre otros, por ejemplo, cabe citar a Fernando Lallana –*Diseño, color y tecnología en prensa en la Universidad Complutense de Madrid*, y Jesús Canga Larequi- *El diseño periodístico en prensa diaria-* y José Ignacio Armentia Vizueté – *Tecnología de la información escrita-*, en el País Vasco. De este modo, desde el ámbito académico se trata de paliar la escasez de bibliografía en castellano sobre diseño periodístico, ya que la práctica totalidad de los manuales proceden del mundo aglosajón.

El libro se estructura en seis capítulos en los que están representadas las grandes directrices visuales de obligado conocimiento a la hora de abordar cualquier diseño en prensa. En el primer capítulo, Zorrilla delimita el concepto de diseño, a través de una revisión histórica del término, y apunta las principales claves de su evolución. Con una acertada selección de autores –Edmund Arnold, Mario García y Daryl Moen- que responden a etapas diferentes en el desarrollo de esta disciplina, se desgranar las diferentes consideraciones sobre diseño.

La idea de Arnold, amparada en la funcionalidad exclusiva del diseño periodístico, responde a los primeros pasos del diseño en prensa. Con García, Zorrilla revisa la situación vivida por el diseño periodístico en los años ochenta, época que coincide con el desarrollo y el afianzamiento de la televisión. Fue en estos años, según Zorrilla cuando se ganó la batalla del diseño. Se dejó atrás la idea del diseño como un “mal necesario”, y se asumió la realidad de que “en la prensa escrita, el contenido, las ideas, continúan siendo lo fundamental. Pero ahora le iguala en importancia la forma global que tiene cada medio para comunicar esos contenidos”. Además, el “boom de los ochenta” consiguió romper la histórica barrera que separaba a los redactores de los diseñadores, ya que se aceptó la premisa de que para que una información sea leída tiene que ser presentada visualmente, “ya que el mejor de los textos no es nada si no se lee” (p.23).

No obstante, el autor se adentra también en el núcleo de los actuales problemas profesionales. Hasta el momento se ha logrado “diseñar los periódicos”, pero ahora se trata de conseguir “diseñar la información”. Con ese fin, Zorrilla defiende una visión del diseño como parte intrínseca e inherente de la tarea periodística y aboga por una consideración profesional y central de la figura del diseñador en las redacciones de los periódicos.

Tal y como apunta, es a través de la previsión como se puede mejorar la labor diaria en prensa, pero para conseguirlo se necesita un cambio radical de mentalidad en muchos periódicos, además de un soporte coyuntural que posibilite por fin que el diseñador sea considerado realmente “un periodista especializado en la materialidad de la información”. (p.24). Según Zorrilla, esta situación supondría “un vuelco en la estructuras organizativas de los periódicos para aprovechar las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías y conseguir que el mensaje informativo llegue en las mejores condiciones posibles a los lectores” (p.24).

Teniendo en cuenta que el objetivo primordial de este libro es aportar una visión básica de las claves del diseño periodístico para los estudiantes de Ciencias de la Información, el autor dedica el resto de su texto a exponer la esencia del “deber ser” en el diseño periodístico, a través de los parámetros estructurales que lo conforman: la tipografía, la retícula de la publicación la arquitectura de la página, y los principios generales de cualquier diseño periodístico: distribución de textos y titulares, normas sobre la utilización de las fotografías y de la disposición de la publicidad.

Todo ello lo acompaña con ejemplos gráficos y comentarios sobre las tendencias actuales de la prensa española en la compaginación periodística.

Destaca por su utilidad el tercer capítulo del libro, donde se reconstruye el modo de realizar una retícula para un periódico. El ejemplo es extrapolable a otro tipo de publicaciones, por lo que ofrece al alumno en interesante ejemplo de apoyo. La obra concluye con una introducción al uso del color en prensa, y aporta, como material complementario, un glosario de terminología básica y un catálogo de familias básiaca y un catálogo de familias tipográficas.

Un único punto del libro que puede resultar rebatible es que el autor haya omitido reproducciones de páginas de periódicos y haya preferido cimentar su exposición visual a través de gráficos explicativos. Zorrilla fundamenta esta omisión voluntaria en dos razones que expone en la introducción de la obra. En su opinión, en el diseño periodístico hay “poco de verdad inmutable y mucho de criterio personal”, y, además, ha querido evitar que el libro se convierta en “una galería de tendencias” o en un “museo de los horrores” (p.13).

En definitiva, el principal acierto de este manual estriba en compliar de un modo claro, básico y sencillo los

parámetros estructurales que conforman esta disciplina comunicativa. Por lo tanto, cumple con el propósito planteado a priori. Este manual supone un encuentro con los cimientos del diseño periodístico e interesa, fundamentalmente, por los que conlleva de iniciación.

María MOYA

[arriba](#)