

UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO

RED BIBLIOTECARIA MATÍAS

DERECHOS DE PUBLICACIÓN

DEL REGLAMENTO DE GRADUACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO

Capítulo VI, Art. 46

“Los documentos finales de investigación serán propiedad de la Universidad para fines de divulgación”

PUBLICADO BAJO LA LICENCIA CREATIVE COMMONS

Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>



“No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.”

Para cualquier otro uso se debe solicitar el permiso a la Universidad



UNIVERSIDAD DR. JOSÉ
MATÍAS DELGADO

LPG



»»»»»»»» REGISTRO CRONOLÓGICO DEL DISEÑO EDITORIAL
DE LAS PORTADAS DE LA PRENSA GRÁFICA ««««««««

JOSÉ EDUARDO ALAS RODRÍGUEZ

SANDRA GUADALUPE FUENTES RODAS

MARIELA LOURDES MENÉNDEZ ESCOBAR

UNIVERSIDAD DR. JOSÉ MATÍAS DELGADO
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES "FRANCISCO GAVIDIA"
ESCUELA DE DISEÑO "ROSEMARIE VÁZQUEZ LIEVANO DE ÁNGEL"



REGISTRO CRONOLÓGICO DE LOS CAMBIOS DEL DISEÑO
EDITORIAL DE LAS PORTADAS DE LA PRENSA GRÁFICA

Monografía presentada para optar al título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Por

José Eduardo Alas Rodríguez
Sandra Guadalupe Fuentes Rodas
Mariela Lourdes Menéndez Escobar

Antiguo Cuscatlán, La Libertad, 23 julio de 2014



UNIVERSIDAD DR. JOSÉ
MATÍAS DELGADO

AUTORIDADES

Dr. David Escobar Galindo
RECTOR

Dr. José Enrique Sorto Campbell
VICERRECTOR
VICERRECTOR ACADÉMICO

Arq. Luis Salazar Retana
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES "FRANCISCO GAVIDIA"

Licda. Sandra Lisseth Meléndez Martínez
DIRECTORA DE LA ESCUELA DE DISEÑO "ROSEMARIE VÁZQUEZ LIÉVANO DE ÁNGEL"

Aesoría del documento

Msc. Jorge Arturo Colorado Berríos
Msc. Celina Ivette Andino Quintanilla
Msc. Noé Samael Rivera Leiva

Antiguo Cuscatlán, La Libertad, 23 julio de 2014

UNIVERSIDAD DR. JOSE MATIAS DELGADO
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES
"Francisco Gavidia"
ESCUELA DE DISEÑO

ORDEN DE APROBACIÓN DE LA MONOGRAFÍA:
"REGISTRO CRONOLÓGICO DE LOS CAMBIOS DEL DISEÑO
EDITORIAL DE LAS PORTADAS DE LA PRENSA GRÁFICA"

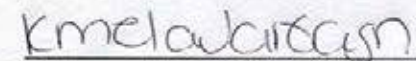
PRESENTADO POR LOS BACHILLERES:
JOSÉ EDUARDO ALAS RODRÍGUEZ
SANDRA GUADALUPE FUENTES RODAS
MARIELA LOURDES MENÉNDEZ ESCOBAR



Lic. Carolina Olmedo
Coordinador de Comité Evaluador



Lic. Ana Julia Ibarra
Miembro de Comité Evaluador



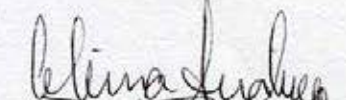
Lic. Melany de Miguel
Miembro de Comité Evaluador



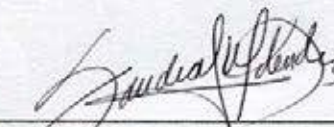
Lic. Jorge Arturo Colorado
Asesor



Lic. Noé Samael Rivera
Asesor



Lic. Celina Ivette Andino
Asesora



Lic. Lisseth Meléndez Martínez
Coordinadora General



23 de julio de 2014



RESUMEN

Registro cronológico del diseño editorial de las portadas de La Prensa Gráfica realizadas a partir del año de 1915 hasta el 2010. Se seleccionó una portada relevante cada quinquenio. Además, se analizaron datos referentes al diseño editorial como son: cabecera de periódico, retícula, tipografía, publicidad y sistemas de impresión. La finalidad fue establecer un parámetro de comparación entre cada portada seleccionada, su transformación a través de los años y dejar un registro para futuros estudios.

ÍNDICE

Introducción3

CAPÍTULO 1 pag. 4 - 9

- 1.1 Planteamiento del problema
- 1.2 Justificación
- 1.3 Objetivos

CAPÍTULO 2 pag. 10-31

Marco referencial: Introducción

- 2.1 Origen de la imprenta
- 2.2 Introducción de la imprenta en América
 - 2.2.1 La imprenta en El Salvador
- 2.3 La Prensa Gráfica: un periódico con historia
 - 2.3.1 Maquinaria
 - 2.3.2 La Prensa Gráfica en la actualidad (Mayo 2014)
 - 2.3.3 Lenguaje editorial que se maneja en La Prensa Gráfica
 - 2.3.4. Procesos de producción
- 2.4 El Diseño Gráfico
- 2.5 Diseño editorial: objetivos y elementos que capturan
 - 2.5.1 La función editorial
 - 2.5.2 Tipos de diseño editorial
 - 2.5.3 Elementos básicos de un buen estilo periodístico
 - 2.5.4 La verbosidad de la escritura
 - Uso de adverbios y preposiciones
 - ¿Cómo suprimir palabrería?
 - Háganse frases cortas
 - Los verbos dan vida al material
- 2.6 El manejo de las fotos en el periódico
 - 2.6.1 ¿Qué es una buena foto?
 - 2.6.2 Palabras con fotografías
 - 2.6.3 Las fotos en secciones
 - 2.6.4 Las fotos en los anuncios
- 2.7 Diseño de portadas
 - 2.7.1 El diseño editorial en las portadas de los periódicos

CAPÍTULO 3 pag. 16-37

Diseño metodológico

- 3.1 Documentación
 - 3.1.1 El estudio de la historia de La Prensa Gráfica

- 3.1.2 Selección de material
- 3.1.3 Entrevistas semi- estructuradas
- 3.2 Observación
 - 3.2.1 Delimitación
- 3.3 Análisis
 - 3.3.1 Análisis de ejemplares
 - 3.3.2 Elaboración de fichas descriptivas
 - 3.3.3 Elementos detallados en cada ficha descriptiva:
 - Cabecera
 - Diagramación
 - Tipografía
 - Sistemas de impresión

CAPÍTULO 4 pag. 16-37

Presentación y análisis de resultados

- Introducción
- 4.1 Análisis de resultados en los años de 1915 hasta 1940
 - 4.1.1 Esquemas de portadas
- 4.2 Análisis de datos en los años de 1945 hasta 1970
 - 4.2.1 Esquemas de portadas
- 4.3 Análisis de resultados en los años de 1975 hasta 1985
 - 4.3.1 Esquemas de portadas
- 4.4 Análisis de resultados en los años de 1990 hasta 2010
 - 4.4.1 Esquemas de portadas
- 4.5 Gráficos comparativos de los cambios en el diseño de portadas
- 4.6 Reflexión

CAPÍTULO 6 pag. 16-37

- Conclusiones
- Recomendaciones
- Agradecimientos
- Bibliografías
- Anexos



INTRODUCCIÓN

elemento de la retícula permitiéndole al lector conocer a profundidad qué características eran utilizadas en el periódico desde sus inicios.

Ahora bien, al comenzar la lectura del proyecto se le permite a la persona conocer cada uno de los conceptos que aquí se manejan. Es necesario ambientar al lector con información que va desde lo general hasta lo específico. Es decir, se comienza con historia de la imprenta en El Salvador, la historia de La Prensa Gráfica cuya información facilitada por Héctor Ramírez (editor de diseño del periódico) fue clave para la realización más detallada del trabajo. Así va concretándose el contenido hasta llegar al diseño editorial y más específicamente con el diseño de portadas. Cada uno de los conceptos expuestos, ayudan a dejar en claro cualquier duda que pueda surgir al adentrarse de lleno en el análisis elaborado.

Nos valimos de diversos métodos y herramientas en cuanto al análisis de datos, para mostrar varias perspectivas de cómo estaba construida una portada de La Prensa Gráfica. Para iniciar se estableció la necesidad de tener una ficha descriptiva que acumulara los datos numéricos y características específicas de diseño editorial. Hay gráficas cualitativas que permiten hacer una comparación de los cambios en elementos de la retícula tales como: tipografía, márgenes, tamaños de imagen, etc. La representación visual hace mucho más efectivo el entendimiento y percepción de toda la información que se recopiló. Tomando en cuenta lo anterior, se

hicieron un total de 20 esquemas en base a lo que se observó en las portadas del periódico, ya que se tuvo acceso a cada una de ellas en el Museo Nacional David J. Guzmán, así como en las instalaciones de La Prensa Gráfica. La ventaja de dichos esquemas, era observar únicamente la construcción en la diagramación y cómo eran divididos y manejados los espacios para cada elemento que la compone.

Otra cualidad que se puede mencionar, es detallar las tendencias gráficas encontradas cada quinquenio. Según la Real Academia de la Lengua Española (2014) una tendencia es una inclinación a una idea o estar propenso hacia una cosa en específico. Una vez establecido el significado, se llegó a la conclusión de definir una tendencia gráfica como todos aquellos elementos de diseño gráfico que más se utilizaban en las portadas. Entre ellas se pueden mencionar la implementación de adornos o arreglos en las tipografías utilizadas.

Para finalizar, se presentan los resultados haciendo grupos de años que tuvieran características similares al momento de analizarlas; igualmente, se establecía un corte entre un grupo y otro observando en qué año ocurría un cambio en la portada que presentara una gran transformación en cuanto a diagramación y diseño. El beneficio que se obtenía era dar mayor énfasis a los cambios más relevantes que se tienen a través de los años. Se concluye el proyecto con la intención de permitir al lector interesarse por la historia de uno de los medios impresos en El Salvador más reconocidos; de igual manera, enamorarse del diseño editorial y su crecimiento en el país.

La Prensa Gráfica, según la historia de los medios impresos en El Salvador, es uno de los periódicos con más trayectoria en el país. Al respecto conviene decir que, en 2015 cumplirá 100 años de permanecer no solo en las casas de los salvadoreños sino que en sus corazones y mente. Se reconoce como un medio de información de mayor circulación de acuerdo a los sondeos que se elaboran por el Cid-Gallup o sitios web dedicados a este tipo de encuestas.

La siguiente investigación tiene como meta hacer un énfasis en la importancia del diseño editorial al presentar información a un lector. Sin embargo, en el desarrollo del proyecto se logra identificar la falta de conocimiento que hay acerca de esta rama del Diseño Gráfico en particular. Por ser una parte tan poco explorada, hay medios de comunicación que pasan por alto las bases por las que cualquier diseñador debe regirse para sacarle el mayor provecho a la información que se presenta.

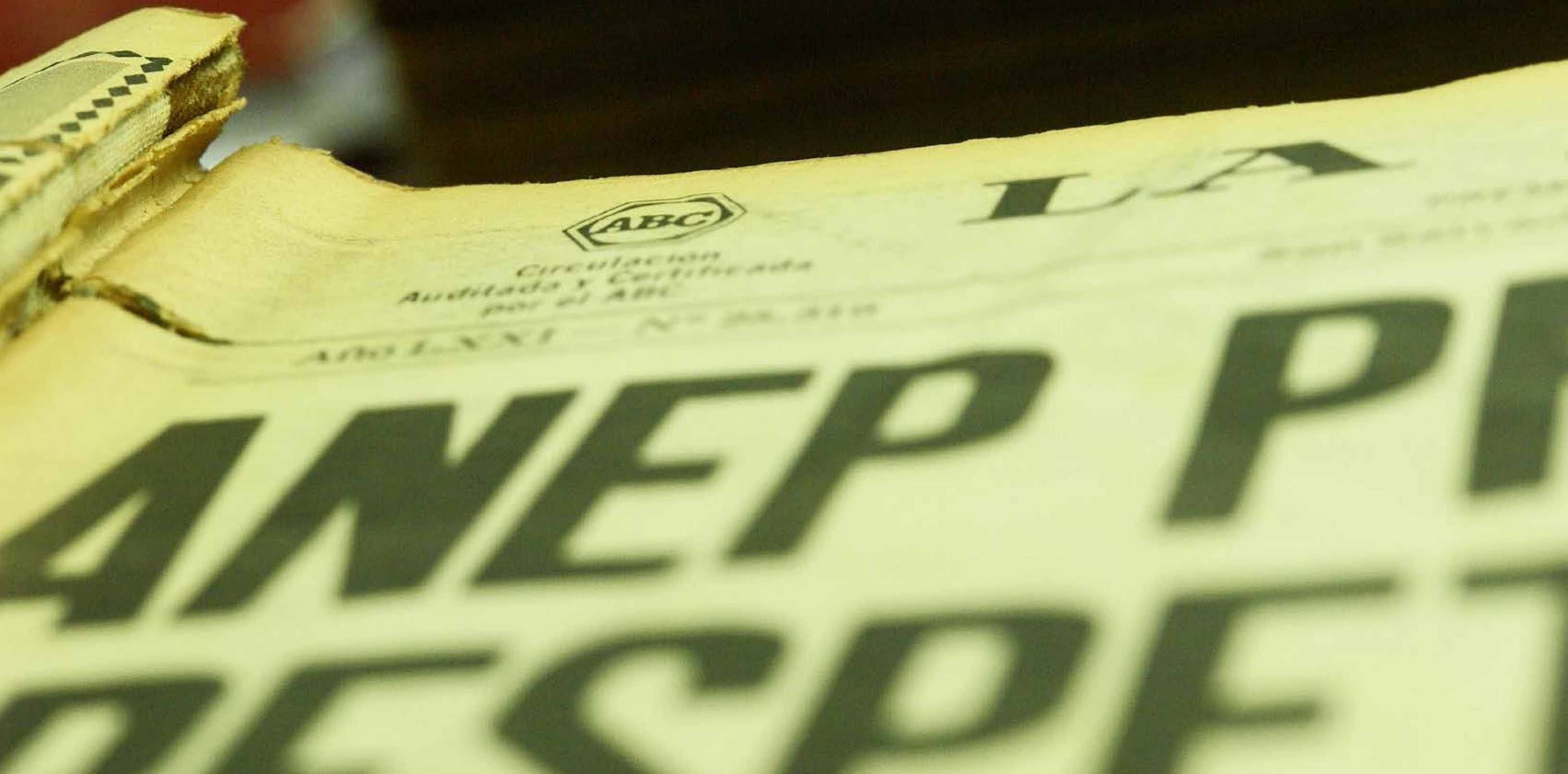
A pesar que no se ha explotado al máximo los beneficios del diseño editorial, la necesidad de comunicar ha permitido que vaya desarrollándose poco a poco para alcanzar un nivel más alto. Por tanto, en el presente trabajo se trató de hacer un análisis completo no sólo de la diagramación que mostraban las portadas del periódico; sino también, de cada

EL ¿QUÉ?

-
- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
 - JUSTIFICACIÓN
 - OBJETIVOS

"LA PRENSA GRÁFICA HA MANTENIDO A LO LARGO DE CASI
10 DÉCADAS UNA CONSTANTE E IMPARABLE EVOLUCIÓN.
98 AÑOS DE TRANSFORMACIONES Y CRECIMIENTO
TECNOLÓGICO DE ESTE PERIÓDICO."

13 de Mayo de 2013 a la(s) 20:11 - Gabriela Melara. La Prensa Gráfica



Circulación
Auditada y Certificada
por el ABC

AÑO LXXI - Nº 28.319

MANEJ

PI

DE

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente nos encontramos inmersos en una época donde la tecnología se ha encargado de acaparar las mentes de la mayoría de las personas. Esto llega a coartar formas de búsqueda e información, puesto que las nuevas generaciones han perdido el interés en la lectura. El Lic. Carlos Cordero, coordinador de la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad Dr. José Matías Delgado, comentaba que parte de las responsabilidades de un diseñador era ser gestores de contenido.

En la entrevista se mencionaba de tener una iniciativa para llenar ese vacío de conocimiento que vemos reflejado en las bibliotecas de nuestro país; por esta razón, se hace muy difícil encontrar documentos escritos que respalden una investigación profunda y detallada. En consecuencia, no se logra tener los suficientes elementos visuales para ilustrar acerca de cualquier tópico.

Este problema abarca muchos temas, pero sin duda, hay más deficiencia en el área del Diseño Gráfico y específicamente en el diseño editorial. Según Zappaterra (2007), "Una publicación editorial, puede entender, informar, instruir, comunicar, educar o desarrollar". Nos confirma que el diseño editorial es de gran influencia para la sociedad, es ahí donde radica la importancia de esta investigación.

Se realizó una búsqueda exhaustiva de diversos escritos. Se encontraron referencias de tesis y monografías que hablaban vagamente del tema; por esta razón, se volvía de mucho más interés y de gran importancia

para nuestro país. Se puede inferir, gracias a los comentarios en el transcurso de la entrevista con el Sr. Héctor Ramírez, que parte de sus objetivos es el de ser un periódico comprometido en sus publicaciones con la sociedad salvadoreña.

Gracias a este compromiso y a la preferencia de sus lectores, el periódico se encuentra próximo a cumplir 100 años con grandes logros y méritos. Para realizarlo de manera profesional, en el presente documento se explica cuales han sido sus técnicas y procesos en todos estos años. Como salvadoreños debemos sentirnos orgullosos de la historia de nuestro país; puesto que el periódico se vuelve una recopilación interminable de todas las historias que han acontecido diariamente.

Como parte del mismo documento, se conoció la ardua labor que hay detrás del trabajo de impresión, maquetación, diagramación, elección de fotografía, etc. Comprendiendo que la historia no es sólo lo que vemos en nuestras manos, sino que abarca todo un legado a generaciones venideras.

Por otra parte, los estudios realizados de diseño editorial en el país, son escasos; sin embargo, se vuelven necesarios a nivel didáctico en el diseño. Cabe mencionar que un registro bien elaborado forma parte de la historia y patrimonio de un país, mostrando su recorrido a lo largo de los años y sus avances en dicha rama. Como antecedentes a la investigación, se busca retomar tres ejemplos en concreto. Dos de ellos, de la ex Escuela de Artes Aplicadas de la Universidad Dr. José Matías Delgado.

En el primer documento, se habla acerca de la historia del Diseño Gráfico publicitario en El Salvador. Menciona Flores y otros (2008) en su tesis donde se cita a la Lic. Elsy Serpas, con la siguiente reflexión: “La historia permite conocer el pasado para alimentar el presente y poder así, visualizar el futuro”.

Esta tesis, basa su investigación en la transformación de la publicidad salvadoreña en medios escritos del país en un rango de 55 años. Es así como empieza a generar un recorrido visual a través del tiempo, que nos presenta la variedad y evolución que experimenta. El siguiente proyecto de investigación: “El proceso de diseño en publicaciones editoriales, considerando los aspectos visuales y su influencia en la percepción” presentado por Stephanie Serrano y Gerardina Velasco.

En este ejemplo, la investigación se enfoca en las partes del diseño editorial como tal. Además, considera todos los elementos que componen una publicación a nivel visual. Se genera un elemento didáctico que abarca distintos principios, reglas, recomendaciones y ejemplos. Posteriormente, funcionan como pautas a la hora de realizar un documento editorial, basados en periódicos y revistas.

En una publicación con fines investigativos de alumnos egresados de la Universidad Tecnológica Israel (2013), bajo el título de “Análisis cronológico del diseño editorial en los periódicos de la ciudad de Quito desde la época colonial hasta la actualidad, caso: Primicias de la Cultura de Quito, El Progreso, El Tiempo, El Comercio, Hoy, Últimas Noticias, El Quiteño”. Se hace un

símil del proyecto que buscamos elaborar aplicado a La Prensa Gráfica.

Dicho proyecto cuenta con un análisis descriptivo del diseño y diagramación de las portadas de los periódicos más representativos de la ciudad Quito, Ecuador. No obstante, todas las portadas son de la actualidad y no trascienden su estudio en el tiempo; sin embargo, sientan las bases de una descripción editorial para una portada de periódico, la cual se reanudará en la presente investigación.

De esta manera, se ha tomado en cuenta información sobre documentos que retoman la situación actual en cuanto a diseño editorial en nuestro país. Al mismo tiempo, no se deja de lado información que si bien no es a nivel nacional, permitirá marcar pautas a seguir. El propósito de esto es completar factores que han dejado inconclusos otras investigaciones. Como observadores partícipes de la sociedad, a través de los años, el país ha experimentado cambios significativos en la mentalidad de las personas. Como consecuencia, se genera una falta de apreciación hacia lo nuestro, a la cultura, a lo que nos hace diferentes y únicos.

Lastimosamente, se ha dejado de lado o en segundo plano investigaciones que realcen nuestra belleza cultural e histórica. De este punto es de donde podemos partir para hacer referencia a las razones que influyen en la causa del problema. Por ejemplo se puede inferir, en base al pensum de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Dr. José Matías Delgado, que el gremio de estudiantes de la misma va cambiando junto con los medios de comunicación y la tecnología. Su enfoque se basa más que

todo en trabajar, explorar y experimentar con la rama de multimedia, es decir aquello que involucra los medios digitales en diseño.

El Lic. Carlos Cordero, mencionaba algunas de las variaciones más notorias dentro del pensum. Se consideró que en el año 2014, se cursaban al menos 8 materias dirigidas a desarrollar capacidades en multimedia; en contraste a las 5 materias en años anteriores. A causa de esto, se empieza a dejar atrás los beneficios, historia y logros que nos han brindado desde siempre publicaciones tales como los periódicos. En el particular caso que se menciona en el documento, se vuelve más trascendental, ya que hablamos de La Prensa Gráfica, cuyo trabajo nos ha acompañado desde hace casi 100 años.

Es nuestro deber como diseñadores mostrarle al público el valor que conlleva la evolución gráfica que se percibe en La Prensa Gráfica. Reconocer que poseemos nuestra propia historia de diseño, que a través de los años creció alimentándose de lo que pasaba a su alrededor. Es decir, que tanto la sociedad como los cambios en el mundo, eran los principales motivadores para el crecimiento editorial en el país.

Por lo general, se conoce acerca de tendencias gráficas y artísticas de otros países más desarrollados en el área de diseño. Se comete el error de tomarlos como únicas bases para nuestro aprendizaje y crecimiento profesional. Se tuvo la posibilidad de leer múltiples investigaciones similares y se notó la falta de interés en elaborar un registro de esta índole. Cuya finalidad primordial sería proporcionar información invaluable tanto a estudiantes como a personas en general

interesadas en el tema.

Basándonos en lo anterior, se deduce la necesidad de proveer un registro que permitiese al público tener contacto con el diseño editorial. Especialmente a nivel histórico y estudiado cronológicamente utilizando como base el periódico de La Prensa Gráfica.

“

El diseño es tan esencial como la noticia que éste provee; ya que más allá de informar a los lectores, estas publicaciones tratan también de ayudarles a comprender e incitar a la reflexión

(Zappaterra, 2007).

”

Para la elaboración de dicho registro se tomará en cuenta la diagramación de las portadas de La Prensa Gráfica, que permitirán dejar establecido qué tendencias gráficas se marcaron a través de los años. Al mismo tiempo, muestra un impacto en el diseño del país. Como consecuencia, se ven reflejados los cambios significativos en cuanto al manejo de imágenes, textos, color, etc., permitiendo al lector hacer un recorrido histórico y gráfico. Por tanto, se establece como esencia del problema la siguiente pregunta:

➤ **¿Qué cambios en cuanto a diseño editorial, ha experimentado la portada del periódico La Prensa Gráfica desde su fundación?**

1.2 JUSTIFICACIÓN

La sociedad salvadoreña cuenta con diversos medios de comunicación masivos, entre los que destacamos la televisión, la radio y la prensa escrita. La principal función de dichos medios ante la sociedad es ser creadores y mediadores de cultura. Sin embargo, también son los más importantes informantes de los acontecimientos que nos rodean (Rivera y otros, 2008).

Cada uno de estos medios cuenta con diversas características y formas de difundir los mensajes. Al investigar sobre cuáles son los medios de comunicación más influyentes en la sociedad salvadoreña, llegamos a considerar varias posibilidades de estudio. Finalmente, se eligió el periódico de La Prensa Gráfica. Ellos establecen como parte de la misión de la empresa que lo más importante en sus publicaciones, es “velar por la armonía social y política que debe reinar en la familia salvadoreña”.

El interior del periódico cuenta con secciones como noticias nacionales, internacionales, entretenimiento, entre otras. A lo largo de los años, La Prensa Gráfica ha logrado posicionarse en la preferencia del mercado salvadoreño. Al conocer sondeos hechos en la web así como los elaborados por el Cid-Gallup, se dedujo que era uno de los periódicos de mayor circulación y trayectoria. Estando ya muy cerca de cumplir 100 años de existencia, se consideró importante elaborar un documento que deje un legado. Su propósito sería mostrar el crecimiento

en cuanto a diseño editorial, refiriéndonos específicamente a la elaboración de portadas.

Este registro permitió detallar desde el tratamiento de imágenes y textos en sus inicios; en contraste con la modernización en los recientes años. También, se tendrá un acceso estudiado de su cambio progresivo en cuanto a diagramación e imagen.

De esta manera, la finalidad del análisis consistirá en conocer la evolución que las portadas seleccionadas han experimentado a lo largo del tiempo.

Un periódico requiere de muchos elementos en extremo delicados y minuciosos. Uno de ellos, y probablemente el más importante, es el diseño editorial. Es decir, la diagramación, el orden y la estética que los encargados de hacer el periódico le otorguen a las páginas (Zappaterra, 2007). A lo largo del tiempo y con la intervención de la tecnología, ha mostrado una trascendencia año con año de los estilos o tendencias gráficas.

La importancia de realizar la investigación es el de elaborar un análisis que permita registrar los cambios gráficos del periódico en las portadas seleccionadas. Según menciona Zappaterra en su libro Diseño Editorial:

“una portada es la primera parte y la más importante de cualquier publicación, ha de ser llamativa y sobresalir entre sus competidoras de manera que logre atraer la atención del lector y en el caso del periódico deberá resultar familiar a sus lectores habituales y ser también lo suficientemente distinta de su predecesora para advertir que es un ejemplar nuevo”

Esta opinión es compartida por **Fernández (1997)** quien afirma:

“La portada o primera página es la carta de presentación de un diario y la razón por la que lo compramos cuando no somos clientes habituales”

Es ahí donde radica la importancia de haber seleccionado específicamente las portadas como base de nuestro análisis.

La portada de periódico se vuelve la parte principal, puesto que no sólo engloba el contenido interno; sino también, es donde se muestra a simple vista cualquier modificación gráfica que experimente. Esto permite elaborar un análisis más específico en cuanto a diseño editorial, sin tener que recurrir a ver noticia por noticia.

Es por ello que el proyecto se encargó de reconocer en detalle, todos los cambios significativos que han llevado al diseño editorial de La Prensa Gráfica a ser lo que es hoy. También, sirvió como registro para legar su propia historia; puesto que es un tema al que nadie ha dedicado el tiempo suficiente para investigar y profundizar al respecto. Los ejemplares seleccionados son a partir del momento de su fundación en 1915, finalizando con el año 2010. Se elaboraron esquemas que permitieron dejar establecido en qué consiste cada uno de los componentes que forman las retículas de La Prensa Gráfica.

Durante la investigación del tema surgen cuestiones interesantes; que si bien no pueden desenvolverse en su totalidad, establecemos un preámbulo que permita al desarrollo de investigaciones futuras.

1.3 OBJETIVOS

General

Registrar cronológicamente los cambios del diseño editorial de las portadas de La Prensa Gráfica.

Específicos

1. Presentar los procesos de edición e impresión de las portadas de La Prensa Gráfica a partir de los ejemplares seleccionados.
2. Detallar los esquemas o plantillas utilizadas en el diseño de las portadas de La Prensa Gráfica a través del tiempo.
3. Identificar tendencias gráficas que influenciaron el diseño de portadas en cada época.
4. Analizar gráfica e históricamente las portadas del periódico La Prensa Gráfica.

LA BASE

- MARCO REFERENCIAL

"DESDE LAS GUERRAS MUNDIALES HASTA EL ACTUAL CHOQUE DE PODERES EN EL SALVADOR, LA PRENSA GRÁFICA HA PLASMADO EN SUS PÁGINAS LA HISTORIA QUE CAMBIÓ Y SIGUE TRANSFORMANDO LA VIDA DE MILLONES DE PERSONAS."

10 de Mayo de 2012 a la(s) 13:22 - German Rivas. La Prensa Gráfica



LA PRENSA GRÁFICA

LA EL QUINTAL DE MAIZ IMPORTADO

Comercio Invoocando De Los Daños y Perjuicios Causados

VIVENDE UNKINAMA



LOS PRECIOS DEL CA... SUBIRAN A FIN DE...

Significativa Celed... Del "Dia Del Nor... Escuela Nor...

CAPÍTULO 2

La sociedad salvadoreña cuenta con diversos medios de comunicación masivos, entre los que destacamos la televisión, la radio y la prensa escrita. La principal función de dichos medios ante la sociedad es ser creadores y mediadores de cultura. Sin embargo, también son los más importantes informantes de los acontecimientos que nos rodean (Flores y otros, 2008).

Antes de dar inicio al análisis de las portadas de periódico, es importante dar a conocer una investigación que permita tener en claro qué elementos existen dentro del diseño editorial. También, es necesario establecer un orden adecuado para acceder a la información desde lo general hasta lo específico. La estructuración del marco referencial fue elaborada para permitir al lector tener un recorrido partiendo desde las bases de la historia de la imprenta (sobre todo en El Salvador y América Latina), la historia del periódico de La Prensa Gráfica, pasando por las bases del Diseño Gráfico para aterrizar de lleno en el diseño editorial y de portadas.

Con esto lograremos ahondar más en cada uno de los temas que están ligados a nuestra investigación. Los mismos reforzarán los resultados obtenidos; de igual modo, ilustrarán de manera clara los conceptos bajo los que se decidió trabajar la evaluación de las portadas elegidas para la realización de este documento.

2.1 ORÍGEN DE LA IMPRENTA

Es primordial conocer en primera instancia la definición de imprenta. Se refiere más que todo a un:

“ método de reproducción de textos e imágenes sobre papel o materiales similares, que consiste en aplicar una tinta sobre piezas metálicas, llamadas tipos para luego ser transferidos al papel por medio de presión

(Flores y otros, 2008). ”

Johannes Gutenberg es a quien se le atribuye la creación de la imprenta. Con la construcción de sus tipos móviles hechos en metal, había revolucionado el mundo en una época muy complicada. Según las dificultades que enfrentaba al momento de realizar sus impresiones, así perfeccionaba los materiales que utilizaba y su técnica. Finalmente, se considera un hecho indispensable para el progreso de la civilización. Un conocimiento que, a pesar de su creador, pertenece exclusivamente a la humanidad y a su desarrollo. Por último, recalcar que la palabra impresa se convirtió en luz, en tiempos donde era necesario acabar con la opresión en un mundo azaroso (López, 1987).

> 2.2 INTRODUCCIÓN DE LA IMPRENTA en América

El inicio de la imprenta en América fue en México. Posteriormente, empezaría a introducirse en Centroamérica poco a poco. Se conoce que en 1660, Guatemala tuvo definitivamente su primera imprenta gracias al trabajo del Fray Payo Enríquez de Ribera; ya que para la edición de sus libros no contaba más que con talleres propios de la región y no con imprentas especializadas. Es así como afirma Italo López (1987) que surgió la necesidad de encontrar personas capacitadas de otros lugares, especialmente México, que pudieran ejercer su trabajo de impresor en Centroamérica.

Según los datos históricos recabados en el libro de Periodismo en El Salvador, se indica que en el siglo XVIII comenzó a circular el primer folleto que llevaba por nombre "El Puntero Apuntado con Apuntes Breves". Esta publicación se le atribuye al fraile Juan de Dios del Cid, la observamos en la imagen 1. Alrededor del año de 1741, en la ciudad de San Salvador. El fraile elaboró su prensa, tipos y tinta que le permitió elaborar dicho folleto; convirtiéndolo en la primera publicación hecha en El Salvador. Cabe mencionar, el valor que tiene la creación de este panfleto; debido a que fue impreso con tipos de madera y procedimientos que datan desde antes de la tipografía de Gutenberg.



Imagen 1
Folleto: El Puntero Apuntado con Apuntes Breves

> 2.2.1 LA IMPRENTA en El Salvador

Después del surgimiento del primer folleto, se estableció la imprenta en El Salvador en 1824. Esta introducción significó un gran cambio a nivel político, social, cultural y educativo del país. Todo el equipo necesario para elaborar el proceso de impresión fue traído por parte de Pbro. José Matías Delgado, quien en 1824 editó "El Semanario Político Mercantil". Luego, sería reconocido como el primer periódico salvadoreño, donde se involucrarían grandes polémicas religiosas y políticas (López, 1987).

Al momento que se asentó la primera imprenta era necesario contar con tipógrafos capacitados que desarrollaran bien esta labor. Según la RAE (2001), un tipógrafo también denominado cajista, era un oficial de imprenta que se encargaba de componer los moldes o tipos para luego ser impresos.

Los primeros tipógrafos salvadoreños fueron Manuel Inocente Pérez y Samuel Aguilar. Así mismo existían las tipografías. En el presente se les conoce como imprentas o editoriales y se definen como los talleres en los que

se usaba una técnica de impresión mediante formas que tienen en relieve los tipos que, una vez entintados, se aplican por presión sobre el papel.

Menciona Italo López (1987), que por el S. XIX se contaban con pocas tipografías pero que enmarcaron la historia editorial del país y trabajaron con publicaciones que aún se encuentran vigentes y rentables. Algunas de las que existieron en los inicios fueron:

- La Imprenta Mayor. Que posteriormente fue llamada "La Imprenta del Estado" cuyo director fue Gregorio Arévalo (1846).
- Imprenta del Triunfo. Que originalmente era "del Estado" habiendo cambiado su nombre por tercera vez (1854).
- Imprenta La Luz.
- Imprenta El Cometa.
- Tipografía Centroamericana.
- Tipografía Salvadoreña.

Brindando a las artes gráficas un importante impulso y crecimiento que permitiría desarrollar

nuevas publicaciones e introducir más maquinaria. Posteriormente, mientras se modernizaba este ámbito se daba paso a la introducción de la máquina Linotipo. Pero eso no era todo, ya que con las mejoras que se empezaban a dar en las artes salvadoreñas. Surgieron impresos que tenían una periodicidad más definida como es el ejemplo de La Prensa Gráfica y El Diario de Hoy; cuyo mayor aporte fue el de establecer definitivamente sistemas de impresión mucho más avanzados de lo que se conocía en ese momento.

Según mencionan Flores y otros (2008), había un total de 132 periódicos que se publicaban en El Salvador. Aunque no todos pueden tomarse como tal porque su periodicidad era semanal o trimestral como para considerarse periódicos en sí. Sino más bien entraban en categoría de folletos, revistas, seminarios, boletines, etc. Sin embargo, se puede hacer un recorrido breve de las ediciones que existieron y de aquellas que aún se mantienen en circulación, para asentar la información como dato histórico significativo y resumido.

A continuación se pueden mencionar publicaciones como:

- Diario Del Salvador (1895). Surgió después de "El Seminario Político Mercantil de San Salvador" y fue fundado por Ramón Mayorga Rivas.
- El Latinoamericano (1896). Este en particular cambiaría su nombre más adelante por el de "Diario Latino". Creado por Miguel Pinto.
- Diario de Oriente (1906). Fundado por César Augusto Osegueda. Funcionaba bajo un tema patriótico.
- Diario de Occidente (1910). Tuvo como director a Serafín Quiteño y Rolando Velásquez.
- La Prensa Gráfica (1915). Su primer director fue José Dutriz. En sus inicios era conocido como "La Prensa" únicamente.
- El Día (1921). Bajo la dirección de Rafael Castro.
- Patria (1928). Fundado por José Bernal.
- El Diario Nuevo (1933). Fue editado por Joaquín Rodezno y Manuel Cevallos.
- El Noticiero (1935). Establecido por Braulio Pérez Marchant.
- El Diario de Hoy (1936). Fundado por Napoleón Altamirano y Rubén Membreño.
- El Gráfico (1939). Editado por José Dutriz hijo.
- La Tribuna (1944).

Y así muchos más hasta el presente. Con lo mencionado anteriormente, se hace una pequeña muestra cronológica que permite conocer sobre todo parte de los escritos en los comienzos de la imprenta en El Salvador.

> 2.3 LA PRENSA GRÁFICA: Un periódico con historia

Imagen 2
Fachada actual del edificio principal, donde se realiza la producción de los periódicos.

Imagen 3
Departamento de redacción y diseño de La Prensa Gráfica.



La introducción de la imprenta en El Salvador fue el primer paso que dio origen a la historia de un periódico con tanta trayectoria. Es importante no solo saber de sus inicios sino también de cómo es en la actualidad. Así se da inicio a un recorrido donde se tocarán puntos importantes y emblemáticos, sin dejar atrás datos interesantes de la infraestructura y sus operaciones internas. En la imagen 2

observamos la fachada actual (2014), así como también en la imagen 3 vemos parte del área de redacción y diseño.

Para iniciar, es importante reconocer cómo se estructura y dividen los diferentes departamentos que la constituyen. La parte en donde se hace todo el trabajo de producción en La Prensa Gráfica, en la actualidad, está dividida

en diferentes secciones dependiendo de su especialización. Entre ellas están: multimedia, internet, estudio, control de transmisión para hacer enlaces con otros medios internacionales, fama, deportes, corrección y otros.

Dentro de las instalaciones de La Prensa Gráfica, se puede hacer un recorrido de su historia que da comienzo al momento de entrar por la puerta

principal. Al acceder, puede apreciarse una de las primeras máquinas que utilizaban para la creación del periódico: el linotipo. Funcionaba creando placas a base de metal, particularmente bronce, que posteriormente serían presionadas sobre una superficie de papel para dejar estampado lo que se encontraba en dicha placa. La máquina de linotipo es nada más el inicio de un pequeño museo que conmemora el trayecto que ha llevado el periódico en casi 100 años de existencia.



Imagen 4
Detalles del teclado de la máquina de linotipo.



Imagen 5
Máquina de linotipo situada en la entrada del edificio de La Prensa Gráfica.

Sus paredes están revestidas de cada uno de los triunfos que se han alcanzado. Una de las cosas más interesantes, es poder leer un pensamiento grabado en las paredes, que tuvo su fundador el 4 de Diciembre de 1926 que dice:

“ La principal misión del periodista es decir al pueblo la verdad, y su más imperiosa necesidad es lograr ser independiente. El propietario de un periódico que necesita para sostenerlo de las subversiones gubernativas o de ayuda de partidos políticos, ha fracasado en su alta misión de servir lealmente a los intereses de la comunidad.

(José Dutriz-Fundador)

La labor que comenzó José Dutriz, (máster en periodismo) ha sido manejada a través de los años por sus hijos y demás descendientes. Sus hermanos que se encontraban más involucrados en los negocios cafetaleros, contribuyeron con la creación de periódicos alternos, que al final se unirían conformando uno solo.

Al inicio, para que La Prensa Gráfica fuera conocida como tal, pasó por una serie de transformaciones. Uno de ellos fue su nombre y logotipo; puesto que al

principio era conocido solamente como La Prensa. De igual manera, las operaciones que tenían que ver con la impresión y creación del periódico fue modificándose y trasladándose según progresaba. La primera casa era una modesta construcción que aún posee una parte del edificio vigente, en donde se encuentran bodegas de papel reciclado.

Conociendo el lugar en el que empezó la producción, se crea por primera vez el periódico de La Prensa en el año de 1915. Tuvo la particularidad de haber salido a las 4:30 pm en una máquina llamada "Backco". En la portada del primer periódico se vieron principios de diseño; el cual según explica Héctor Ramírez, editor de diseño de La Prensa Gráfica, era muy americano. Se podía observar que en los textos se mantenía un gran orden en cuanto a cómo eran destacadas las noticias. Se denotaba una mejor jerarquización tipográfica y combinación de familias de fuentes.

Imagen 6
Fotografías de los directores del periódico, ubicadas en el pasillo principal del edificio de la Prensa Gráfica.



Ramírez (2014) explicaba que los elementos que se tenían dentro de una portada giraban en torno a la noticia que se daba, detallándolos de la siguiente manera:

-Nota principal. Título o noticia principal.

-Notas secundarias. Subtítulos o noticias secundarias.

-Pasos de página. Que eran los indicativos que proporcionaban al lector la información necesaria para leer completa la noticia en el interior del periódico.

Cabe mencionar que en las primeras publicaciones, las portadas eran únicamente a base de texto. Se le daba más importancia a la noticia escrita que a cualquier otra cosa. Se valían de elementos ornamentales como las guirnaldas: que permitían dar una guía al lector; grosores de línea: que ayudaban a enmarcar las noticias y dividir las, y líneas dobles que cumplían la misma función. Todo lo anterior servía para ayudar a su lectura y separar la información.

Otro de sus rasgos, era la cantidad de papel que se utilizaba, puesto que únicamente contaban con dos páginas. Manejaban un tamaño estándar, es decir 56 cm. de alto por 32 cm. de ancho aproximadamente. Su papel siempre fue distribuido por Canadá que es considerada la mayor distribuidora de papel periódico.

Al principio no se contaba con un lema que acompañara el nombre de La Prensa. Únicamente se incorporaba en la cabecera el nombre de la Tipografía (Imprenta) que se usaba, el número de páginas, el nombre del fundador, el logo y el precio. La mayoría de elementos funcionaban como marca o como copyright en el ejemplo de la Tipografía.

Una de las cosas impresionantes que se conoce de la historia no solo por parte del periódico de la Prensa sino también de la imprenta en sí, es aprender cómo se construían los textos por medio del método de corte y pega. Es decir, que todo era elaborado a mano línea por línea; en consecuencia, el periódico tardaba más en salir al público y solía estar listo por la tarde. A diferencia de hoy en día, que se encuentra listo a primeras horas de la mañana.

Los métodos que se utilizaban para traer la noticia desde otras partes del mundo, (sobre todo por la época de 1915 a 1945) era por medio del correo, del teléfono y telégrafo. Esta última era considerada de las más inmediatas. En cuanto a la transmisión de imágenes y fotografías se contaba con ilustración y radiofoto. A pesar que en las portadas no se apreciaban imágenes o eran más escasas, no significaba que no se encontraran en las páginas internas. El método que se utilizaba para llevar las fotografías de un país a otro era el ya mencionado, radiofoto. Estaba conformado por una caja con cilindro y aguja similar a la del sismógrafo. Se encontraba conectado vía teléfono y al sonar la aguja empezaba a crear la imagen línea por línea. Dependiendo del lineaje o trama que poseía, era el tiempo que tardaba en crear la imagen, lo que significaba que su creación podía durar alrededor de 4 horas.

Así mismo como es de esperarse, los reportajes conllevaban cierto tiempo de desfase en relación al momento en el que sucedían los eventos, por ejemplo en noticias que provenían de Alemania. Sin embargo, cuando la urgencia de la información aumentaba, lo más rápido que se lograba acceder a ella era hasta por la noche. Lo que significaba que al cabo de dos días después que sucedía el evento en países muy lejanos, se publicaba en el periódico nacional de La Prensa.

Para el año de 1939, surgió un segundo periódico siempre bajo el mando de la familia Dutriz. A quien se le otorgó el nombre de "El Gráfico", ver en la imagen 7 la portada del mismo. Pero con el tiempo se dieron cuenta que no funcionaba muy bien mantener ambos periódicos a la vez, ya que incrementaba los costos. Para solventar esta problemática,

a finales de ese año tomaron la decisión de fusionar ambos periódicos. Entonces se creó un cambio de imagen, unificando tanto los nombres como aspectos gráficos del logo; al mismo tiempo, también juntaron los objetivos de ambas publicaciones. Se debía a que "El Gráfico" era más visual; mientras que "La Prensa" era más tradicional. Dando origen a La Prensa Gráfica, cuyo nombre identificamos hasta hoy.



Imagen 7
Portada del periódico El Gráfico. Situada en el museo de La Prensa Gráfica, dentro de sus instalaciones.

2.3.1 MAQUINARIA

En sus inicios el periódico contó con una diversidad de máquinas cuyas características dependían más que todo de la época y el crecimiento de medios impresos. He aquí una lista que detalla las particularidades sobresalientes de cada una de ellas:

Babcock

El primer periódico de La Prensa Gráfica se imprimió con esta máquina el 10 de Mayo de 1915. La alimentación de pliegos de papel era manual y se imprimía una cara de la hoja primero, luego se retiraba para imprimir la otra. Durante 9 años se imprimieron 4 páginas y hasta 1924 se subieron a ocho. Fue donada al Museo Nacional de Antropología "David J. Guzmán".

- **Máquina:** Prensa tipográfica, funcionaba a base de planchas de acero con la tipografía calada en ellas.
- **Capacidad:** 3 mil ejemplares por hora
- **Color:** un color, con impresión de una cara a la vez.
- **Sistema de impresión:** tipográfico
- **Fabricante:** Babcock Printing Press Company.
- **Período:** 1915 - 1929

Linotipo

Este se operaba pulsando una tecla en un aparato similar a una máquina de escribir seleccionando un carácter tipográfico determinado. Los textos salían en relieve y se leían al revés. Las líneas matriciales para realizar la impresión, iban saliendo ya realizadas en plomo. Las líneas después de utilizadas se derretían y se volvían a usar. La Prensa Gráfica utilizó los linotipos a partir de 1951, cuando se instaló la primera máquina rotativa en el país: la tubular Deck-A-Tube. Se utilizaron hasta 1979 con la llegada de la Goss Metro, con la que se introdujo el sistema offset al periódico.

- **Máquina:** Linotipo. Inventada por Ottmar Mergerthaler en 1886.
- **Función:** mecanizar el proceso de composición de un texto para su impresión.
- **Período:** 1951 - 1979.

Duplex

Esta segunda máquina fue armada en 1929. Trabajaba con bobinas de papel, en un molde plano en el que se imprimía el periódico en ambas caras; luego era doblado, cortado y listo para su venta. Los tipos de letra ya no se armaban uno por uno, sino que se utilizó una máquina Linotipo, la primera en América Latina. En 1931 fue bautizada en nombre de la poetisa chilena Gabriela Mistral. Con ella se imprimió la primera edición de La Prensa Gráfica al unirse con El Gráfico.

- **Máquina:** Prensa tipográfica Duplex rotoplana.
- **Capacidad:** 6 mil ejemplares por hora.
- **Color:** una tinta por las dos caras simultáneamente.
- **Sistema de impresión:** tipográfico.
- **Fabricante:** Duplex Printing Press Company.
- **Período:** 1929 - 1951

Goss Universal

La Goss Universal tipográfica fue la cuarta máquina, adquirida en 1957. Originalmente constaba de 5 unidades, dos de las cuales tenían capacidad de imprimir a 4 colores, que eran utilizados para las tiras cómicas y los anuncios. Seis años más tarde se anexaron dos unidades de color y una más para tinta negra, de esta forma en 1965 se imprimían ediciones de 50 a 60 páginas con secciones especiales. Imprimía 112 páginas.

- **Máquina:** Rotativa Goss Universal.
- **Capacidad:** 46 mil ejemplares.
- **Color:** 16 páginas full color.
- **Sistema de impresión:** tipográfico.
- **Fabricante:** Goss Printing Press Company.
- **Período:** 1958 - 1979.

Una de las principales máquinas que poseen es la Goss, la cual era utilizada para la elaboración del New York Times. Por esa época, la forma en que se conseguía la maquinaria que se necesitaba para generar los periódicos en el país, era comprándola a otros países que ya no las necesitaban. Es así como circulaban las máquinas en los inicios.

Deck-A-Tube

En 1951 La Prensa Gráfica instaló la primera máquina rotativa en el país. La tubular Deck-A-Tube. Don José Dutriz hijo, nombrado director ese año observaba siempre el momento en que se recogían los periódicos y estuvo presente el primer momento en el que fue utilizada la tercera máquina.

- **Máquina:** Deck-A-Tube
- **Capacidad:** 36 mil ejemplares
- **Color:** una tinta por las dos caras simultáneamente, y solo 8 páginas full color.
- **Sistema de impresión:** tipográfico.
- **Fabricante:** Goss Printing Press Company.
- **Período:** 1951 - 1958.

Goss Metro

La revolución tecnológica llegó a La Prensa Gráfica con esta rotativa Goss Metro. Se cambiaron los tipos de metal por tecnología offset y se imprimían anuncios y fotografías full color de mucha calidad. Originalmente tenía 4 unidades, luego se agregó una más de 4 colores. Alcanzando un tiraje de 160 páginas. Con esta máquina se imprimió la primera portada a color. Por su capacidad de tiraje y rapidez aumentó la circulación del periódico, posicionándose por encima de la competencia que siempre se encontraba un paso atrás. La Prensa Gráfica eran los únicos que contaban con este tipo de maquinaria.

- **Máquina:** Rotativa Goss Metro.
- **Capacidad:** 60 mil ejemplares.
- **Color:** full color.
- **Fabricante:** Goss Printing Press Company.
- **Período:** 1979 - 1996.

2.3.2 LA PRENSA GRÁFICA en la actualidad (Mayo,2014)



Imagen 8
Muestras fotográficas de publicaciones y suplementos de La Prensa Gráfica.

Hoy en día, La Prensa Gráfica no solamente es un periódico; sino que abarca una línea extensa de diversas publicaciones tales como revistas, suplementos y demás. Entre ellos podemos mencionar: El Economista, Blur, Ella, Pasos y Estilos, Campus, etc., ver imagen 8. A todo lo mencionado se le suma el valor agregado que le otorga multimedia. Dándole origen a la utilización de dichos medios alrededor del año 2000. Generando su propia página web, ya que su competencia directa había empezado a introducirse al mundo del internet.

Con la creación de laprensagrafica.com tuvo la oportunidad de acercarse más a los lectores y de generar contenido con mayor facilidad. Creando una base de información que podía estar actualizando en cualquier hora del día. Dicha característica no era posible para el medio impreso que contaba con una hora límite de entrega.

2.3.3 LENGUAJE EDITORIAL manejado en La Prensa Gráfica

- **MADERA**
Título Principal.
- **SEGUNDA MADERA**
Subtítulo
- **BAJADA**
Texto bajo la madera
- **BALCÓN**
Noticias o llamadas que se colocan por encima de la cabecera, es decir la parte donde se encuentra el logotipo.
- **LLAMADA A SECCIÓN DIRECTA**
Suplementos, nación, economía, etc.
- **LLAMADA**
Cuando la noticia que se encuentra en la portada se maneja específicamente para llamar la atención y continúa en el interior del periódico. Se encuentra sujeto a dar el número de página donde está ubicada.



Portada de La Prensa Gráfica, extraída de www.laprensagrafica.com

> 2.3.4 PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Para conocer el proceso que se sigue día con día para llegar a tener como resultado el periódico impreso, ocurren una serie de sucesos que están fuera del alcance de nuestro conocimiento; por tanto, es muy importante reconocer el trabajo que conlleva todo este procedimiento.



Imagen 9
Héctor Ramírez,
editor gráfico de La
Prensa Gráfica.



Imagen 10
Máquinaria actual, Man Roland. Ejecuta procesos de
impresión, compaginación y plegado del periódico.
Ubicada en las instalaciones de La Prensa Gráfica.

Ramírez (2014) comenzó narrando que el primer paso que debía estar completo era el de tener lista la agenda del día. ¿Qué significaba eso? Pues que debían verse no solo lo que el grupo de editores tenía agendado como noticias del día, sino también lo que la competencia estaba manejando de contenido por igual. Es decir, qué había sucedido desde la noche anterior.

Para obtener las noticias internacionales se hace por medio de un sistema de cables o agencias. Y es aquel en donde se reciben todas las noticias de AP, AFP, REUTERS, NOTIMEX, entre las más destacadas. Se maneja “camaradería” entre periódicos de distintos países que permiten el intercambio de notas y así generar una rama de contactos alrededor del mundo.

Actualmente, La Prensa Gráfica cuenta con dos agencias especiales donde reciben las noticias, las cuales son AP y AFP. Cayendo notas minuto a minuto durante todo el día. Cabe aclarar, que se reciben muchas más fotos que textos. Antes se contaba con unas máquinas llamadas teletipo y laserfoto. Que funcionaban como una especie de fotocopiadora, en donde

las fotos llegaban en tiras de papel en un tamaño especial. Trabajando especialmente con fotomecánica, es decir, un proceso de convertir a negativos las imágenes para volver a imprimir. Lo anterior funcionaba para permitir un mejor control del color.

Luego de conocer cuál será el contenido que se manipulará en el periódico, se genera una pauta general de cada sección. Posteriormente, los jefes de información sabrán cuantas páginas van a terminar siendo y qué irá en cada parte. Se considera muy importante crear un cuadernillo donde se verá qué noticias son las elegidas y cuánto espacio tienen disponible; de la misma manera, se establece la posición de los anuncios y diferentes publicidades. Espacios que son pagados por las empresas con anticipación. Al final, el conteo de páginas del periódico está conformado por el contenido de información, más algún suplemento que se incorpore.

Habiendo creado la pauta, los diseñadores pueden comenzar a trabajar con el ordenamiento de la información. Se poseen maquetas preestablecidas para cada sección dentro del periódico. Sin embargo, también puede haber leves variaciones o incluso diseños muy abiertos y extravagantes dependiendo del tema. Un ejemplo de diseño más libre, son los infográficos que son muy populares últimamente por su atractivo visual y contenido informativo.

La métrica es muy importante dentro de la creación del contenido del periódico. Se deben mantener medidas específicas en cuanto a márgenes, interlineados, etc. Esto no solamente concierne a este periódico en específico, sino que es una base del diseño editorial en la que se hace hincapié.

En esta parte de diseño y maquetación, se considera relevante saber qué programas son utilizados dentro de La Prensa Gráfica. Hace unos años atrás se utilizaba Quark Express, que era el programa que Adobe retoma para la creación de su predecesor InDesign. Se consideraba

“ el programa de maquetación más perfecto que se podía tener ”
Afirma Ramírez

Una vez el diseñador cumple con su parte, entra en juego el trabajo del editor de cada sección. Ya que él será el que tendrá la última palabra en cuanto a los cambios que se deban hacer para concluir efectivamente las

noticias. Héctor Ramírez, es el encargado de elegir qué contendrá la portada del periódico. A partir de una reunión con los editores, deciden cuales son las notas más importantes para posteriormente él pueda hacer la depuración pertinente. En el proceso se incluye seleccionar la madera y la fotografía principal. No sin antes pasar la aprobación del Director Don José Dutriz hijo.

Para finalizar este proceso de producción, llegamos a la parte principal del periódico que es la portada. Se considera la más importante por ser la cara que abarca todo el contenido y el ancla del lector. Se cuenta con una maquetación previa de las portadas, ya que se pierde mucho tiempo comenzando cada una desde el principio. Una vez aprobado el contenido y los elementos que van en ella, se procede a su impresión. Siendo esto lo final que se manda para ser impreso en las últimas horas de la noche, para asegurarse que todo se encuentre completo y sin más noticias extra que agregar.

Es así como finaliza un largo trabajo en el que

intervienen muchas personas en diferentes ramas y cuyo esfuerzo se ve reflejado cada día al amanecer.



Imagen 11
Fred. Uno de los programas que funciona, para editar el periódico en general.

> 2.4 EL DISEÑO GRÁFICO

Al mencionar, en la actualidad, la palabra Diseño Gráfico, es inevitable pensar en la publicidad, los empaques y en los miles de diseños que podemos apreciar en las calles. Para comprender desde sus cimientos el significado del Diseño Gráfico es necesario conocer su historia. Debido a que se conoce que sus inicios datan desde el surgimiento de la propia humanidad.

Puede decirse que el diseño nace cuando el hombre comienza a convertir escenas de la vida en pinturas dentro de las cuevas.

“ Desde el período Paleolítico inferior hasta el Neolítico (del 35 000 al 4000 a. de C.), los primitivos africanos y europeos dejaron pinturas en cuevas, como la de Lascaux, en el sur de Francia y la de Altamira, en España ”
(Meggs, 2000).

Dichas pinturas nos dejan en claro la idea que ha tenido desde siempre el hombre; es decir, la necesidad de plasmar ideas y compartirlas en base a una comunicación

visual, no establecida en aquellos momentos. Según Philip Meggs (2000) en su libro “Historia del Diseño Gráfico”, en las cuevas de Lascaux (15 000aC - 10 000dC) se encuentran una de las pinturas rupestres más antiguas de la humanidad. La distribución al azar de los elementos y las variaciones de escala, demuestran la falta de estructura y ritmo visual de los pueblos primitivos para registrar sus experiencias de una manera gráfica. No obstante, podemos apreciar que desde entonces el ser humano intenta dejar huella de una manera visible.

La práctica de las pinturas rupestres trascendió hasta la cultura egipcia. Se pueden apreciar diferentes huellas y grabados llamados por los expertos “jeroglíficos”. En los cuales los egipcios nos presentaban diversas escenas ilustradas, de interacción entre humanos y dioses. A la vez, contaban con una manera evidentemente más sistemática y organizada de colocar los elementos. Egipto, sin embargo; contribuyó en gran escala a la evolución del Diseño Gráfico y a la posterior invención de la imprenta y diseño editorial. Dicha civilización

nos entregó lo que ahora conocemos como papiro. Los papiros egipcios fueron ilustrados y evolucionaron con el tiempo hasta alcanzar un diseño homogéneo (Meggs).

El Antiguo Egipto también fue el precursor de la “marca registrada”, o de su disciplina en Diseño, conocida como Branding. Los egipcios utilizaron sellos cilíndricos y marcas registradas en artículos como la cerámica desde el principio de su historia; su finalidad era identificar su pertenencia o fabricación.

En la actualidad, el Diseño Gráfico, no se limita solamente a un área en específico, sino todo lo contrario. A lo largo de nuestra carrera como estudiantes pudimos apreciar y experimentar diversas ramas del diseño que son llamadas también campos de acción.

En otras palabras un campo de acción es una especialidad, todo diseñador puede poseer su propia especialidad y desenvolverse en una rama en específico. Para explicar de una manera más detallada la gran variedad de campos de acción con los que cuenta el Diseño, Esteban Elejalde (diseñador y director de arte colombiano) nos muestra una lista de quince ramas en las que el Diseño Gráfico se desarrolla en el mercado actual, así tenemos:

Ramas del Diseño Gráfico según Esteban Elejalde

Pintura
Escultura
Arte urbano
Ilustración digital
Ilustración tradicional
Ilustración 3D
Motion Graphics
Game design
Toy design
Diseño industrial
Arquitectura de interiores
Fotografía
Branding
Diseño tipográfico
Diseño Editorial

2.5 EL DISEÑO EDITORIAL: Objetivos y elementos que capturan

El diseño editorial se deriva del Diseño Gráfico como una de las ramas encargada de cuidar detalles como: la maquetación y composición. Con los conocimientos adquiridos en nuestra carrera y la aplicación en la vida real de ciertas reglas, de las cuales hablamos anteriormente en las bases del diseño; las mismas no significan que en el momento de diseñar una revista o un periódico no podamos experimentar y crear diversas sensaciones con nuestros diseños. En base a ello, expresamos todo lo que queremos transmitir con los elementos gráficos, tipografías, imágenes, elección de materiales, etc.

Los profesionales que se dedican al diseño editorial han buscado a lo largo del tiempo diferenciar dicha rama de otras; pues es la forma más fácil de entender cuáles son sus cualidades y analizarla de manera profunda. Tal como afirma Yolanda Zapatterra (2009), una forma simple de acotar este diseño es verlo como periodismo visual. Nos menciona que la publicación editorial al contrario del packaging o el marketing puede entender, informar, comunicar y educar. Desarrollando una de todas estas acciones o bien combinándolas para enriquecer aun más la rama. Creando así diversidad de opiniones en los artículos, revistas o periódicos.

Por otro lado, Martín Venezky quien es citado por Zapatterra; nos expresa otro concepto, donde nos explica que el diseño editorial es el marco en el que una historia dada es leída e interpretada. Abarca tanto la arquitectura general de la publicación, como el tratamiento específico de la historia. Ambos autores tienen afinidades en sus conceptos, pues sin duda hablan acerca de la forma de redacción, explicándonos que gracias a ello el lector comprende los temas que son de su interés.

Sin duda, la redacción es parte fundamental ya que da coherencia a los textos. Sabiendo de antemano, que palabras mal utilizadas pueden cambiar drásticamente las ideas del autor. Lo antes mencionado se puede clasificar, como uno de los objetivos en el diseño editorial. Pero no solo hablaremos de la redacción, ya que también los elementos dentro del diseño buscan comunicar de manera no escrita.

La forma no escrita que observamos en libros, revistas y periódicos, Zapatterra nos la describe como la organización y presentación de imágenes y elementos; con lo cual, lograremos comunicar y transmitir la idea en la narración. Cada uno de ellos cumple con una función diferente. Por ejemplo en la revista, el titular casi siempre se redactará y maquetará de forma que atraiga al lector; mientras que la diagramación apoya toda la información del cuerpo de texto.

2.5.1 LA FUNCIÓN DEL EDITORIAL

Basándonos en las ideas expresadas anteriormente, comprendemos que el diseño editorial desempeña una gran variedad de funciones. Entre ellas, dota de expresión y personalidad al contenido; sin duda esto logra atraer y retener por completo la atención de los lectores, o bien estructurar las ideas de la manera más clara posible. El conjunto de objetivos deben existir y desarrollarse de forma congruente para llegar a culminar con un producto final agradable, útil e informativo.

Ahora veamos otro punto de vista en cuanto a la función de otras rama del diseño. Según Sagastizábal y compañía quienes citan a Lidia Mazzamolo, explicándonos que el diseño editorial es una especialidad disciplinaria. Dicha especialidad contiene las herramientas necesarias para que ocurra una comunicación, la cual está basada en códigos de percepción visual. En ambos casos, los autores nos refieren a la comunicación del diseño editorial y cómo gracias a los

elementos o herramientas lo perciben los lectores. Convirtiendo el mensaje en una de las funciones más importantes de la rama.

Siendo personas activas en el campo del Diseño Gráfico, podemos aportar que el diseño editorial es apasionante; pues una de sus cualidades más importantes es que constantemente va cambiando en cada uno de sus elementos tanto internos como externos. Los cambios son inspiraciones de estilos y etapas para otras ramas del diseño y para la comunicación visual en general.

Las funciones han trascendido a través de los años, en tanto que reflejo cultural de la era en la que es producido, el diseño editorial aún sirve a otra misión más. Así, por ejemplo, revistas de los años sesenta como Nova y Oz no sólo evocaban brillantemente la efervescencia visual de la década; sino que también captaron el espíritu de toda una cultura que celebraba la experimentación, la innovación y la apertura de nuevas sendas

(Zapatterra)

Cierto es que según Mazzamolo, dentro del diseño editorial los textos antes de ser acompañados por un Diseño Gráfico, deben pasar por una exhaustiva comprensión por parte del editor y del diseñador. De acuerdo con esto, a continuación se presentan varios puntos que los profesionales en diseño editorial toman en cuenta cada vez que sacan a la luz una publicación:

- **Origen:** si es de autor, una idea editorial, una traducción, una adaptación.
Tipo: Si es literario, periodístico, de información científica, instruccional, epistolar, humorístico, educativo, etc.
- **Función:** si es de divulgación, de enseñanza o didáctico, de consulta, de interés profesional.
- **Características de contenido:** si lleva gráficos, tablas o cuadros; si es importante el tamaño y la cantidad de imágenes; si la cantidad de texto requiere alguna consideración especial, etc.
- **Tipo de lector:** si pertenece a determinado grupo etario, cultural, profesional o social.
- **Modo de lectura:** Si se trata de un libro para leer una vez, o de consulta constante; para transportar, para disfrutar en algún lugar preferencial de la casa.

Y ya fuera del texto:

Consideraciones contractuales.
Presupuesto y disponibilidad técnica para la producción gráfica.

Los puntos antes mencionados permiten a las personas competentes en editorial, estructurar desde un principio la edición de una publicación.

Lo que nos lleva a decir que seccionar y conocer a profundidad los textos de las publicaciones es lo que vuelve exitoso cualquier escrito.

> 2.5.2 TIPOS DE DISEÑO EDITORIAL

En el amplio mundo editorial existen diversas áreas del mismo, que se disputan el primer lugar entre los lectores. La idea según Zapaterra es jerarquizar estas publicaciones; puesto que en su libro nos menciona los 3 principales contrincantes que son: revistas, periódicos y suplementos. No dejando de lado los catálogos, fascículos y libros. Que tienen igual importancia, pero los primeros 3 dictan y establecen las normas que siguen los otros.



Imagen 12
Portada de Revista ELLA, publicación de La Prensa Gráfica. Imagen extraída de: laprensagráfica.com.

REVISTAS

Las revistas se pueden clasificar como uno de los medios gráficos que se especializan en informar y entretener. Del mismo modo, Serrano y Velasco (2009) indican en su tesis que “consiste en una publicación periódica que es financiada por anunciantes o por lectores”. Mientras que la autora del libro de Diseño Editorial, no define un concepto tal cual; sino que, menciona que las mismas luchan por llamar la atención del comprador mediante una variada combinación de elementos.

Ambos autores exponen puntos de vista muy importantes que nos refieren a la idea que las revistas son de suma importancia para el ámbito comunicativo; de la misma manera son un gran medio de expresión visual y escrito. Cabe recalcar lo que escribe Zapaterra acerca de llamar la atención. Esto se da gracias a la competencia que existe entre diferentes revistas. Es una lucha incansable que se observa entre portadas que abarcan variados

SUPLEMENTOS

Los suplementos son piezas impresas que completan grandes publicaciones. Según Zapaterra; con los suplementos nace una nueva forma de edición. Nos expone que los mismos existían ya en Estados Unidos desde finales del siglo XIX, llegando a convertirse en un éxito inmediato gracias al dinamismo, el lustre y el valor de la producción de sus novedosos formatos. De esta manera igualaron el prestigio de algunas de las revistas de la época de mayor calidad; llegando a tener aceptación por parte de los lectores.

Con todo lo anterior, se puede decir que los suplementos son una parte importante del diseño editorial. Como indica Zapaterra, hacer un suplemento es atractivo para cualquier

temas. Siendo una de las metas propuestas por las personas que las publican, lograr acaparar más lectores que se sientan atraídos para lograr un mayor alcance, y sin duda superar la competencia.

Pero el obstáculo no ha sido solo la rivalidad entre revistas. De modo que el problema de la muerte inminente de algunas, según Zapaterra no radica solo en la competencia sino en el surgimiento del internet. A pesar de ello se mantienen gracias a la innovación de los editores, que han sabido agrupar en diferentes áreas de intereses y géneros, cada una de ellas con públicos bien definidos.

diseñador, puesto que se tiene la libertad de experimentar con diferentes herramientas como la tipografía, la maquetación y el formato con mucha más libertad que el clásico diseño de revistas o periódicos. Claro está que, tanto en el pasado como en la actualidad observamos que algunos lectores, prefieren un periódico o una revista por el suplemento que los acompaña; esto quiere decir que sin duda se encuentran íntimamente ligados. Llevándonos a concluir que no hay uno más importante que otro.



Imagen 13
Sección Fama Plus de La Prensa Gráfica. Imagen extraída de: www.1.bp.blogspot.com.

PERIÓDICOS

El periódico es otro de los campos que abarcan las publicaciones impresas. Partiendo de la idea general definimos que: es una forma muy eficaz para transmitir las noticias e ideas (Zapaterra). Sumando a ésta definición, Serrano y Velasco explican un poco más a cerca del texto impreso en el periódico. El cual informa acerca del acontecer nacional e internacional diariamente. Según sus ideas encontramos noticias que pueden tener más trascendencia que otras. Dichas noticias hablan de tópicos variados, los cuales se valen principalmente de la técnica de redacción.

En consecuencia, cuando hablamos de redacción abarcamos un conjunto de elementos que van pensados por el director. Dichos elementos se dividen en áreas como: edición, ilustración, fotografías, diagramación, pre-prensa, etc. Convirtiéndose en un proceso bastante extenso, en donde las personas encargadas jerarquizan los contenidos que saldrán publicados diariamente.

Según Serrano y Velasco, quienes citan a Carlos Marín: **El mundo de la información responde a la necesidad humana de conocer que es lo que sucede en su localidad. Debido a lo múltiple y variado de los mensajes informativos, a la profusión de periódicos, revistas, noticiarios en radios, televisión y a la cada vez más significativa oferta en internet, podría suponerse que, para mantenernos informados, da lo mismo que conozcamos esas informaciones a través de cualquiera de estos medios. Sin embargo entre ellos existen diferencias esenciales que frecuentemente modifican la comprensión de los sucesos que difunden.**

Con lo anterior en mente, podemos comprender que los lectores si bien tienen preferencia por un medio de difusión, en gran parte no les llama la atención por lo que emiten; sino por cómo lo hacen. Debemos admitir que según el párrafo anterior, las diferencias esenciales de las que se hablan son meramente gráficas. Ya que el Diseño Gráfico en el caso de los medios impresos, abarca la diagramación y otros aspectos que se convierten en mensajes que guían la mente de los receptores para lograr que los prefieran.

Uno de los medios más complejos gráficamente, según Serrano y Velasco, es el periódico. Dentro de su tesis, enmarcan los elementos que nos harán un bosquejo a grosso modo de las partes que conforman el mismo y la importancia de cada uno de ellos:

JERARQUÍA

Lo vital dentro de la jerarquía, es brindar un orden de importancia a cada ejemplo; tanto tipográficamente como ilustrativamente. Para ello se emplean los siguientes elementos:

Portada

Es el elemento que definirá cual suceso es de mayor relevancia. Tiene que mantener el impacto, mostrar el carácter de la noticia cromáticamente y tipográficamente. Las diagramaciones de portadas son estándares y varían de periódico a periódico, pero dichos aspectos fortalecen la definición de la noticia.

Por otro lado, Zapaterra en su libro habla a cerca de la portada, enfocándose en un concepto más actual:

Las noticias ya no venden periódicos. Internet y los nuevos medios de comunicación móviles han desplazado a la prensa escrita como punta de lanza en la información de última hora, por lo que ésta ha tenido que adaptarse al nuevo escenario y reposicionarse.” Mario García quién es citado por Zapaterra, explica un concepto que va ligado a la portada de forma resumida; “Es lo que entendí hoy pero que averigüé ayer”.

Cuando expertos en la materia dicen esto, no nos queda más que aceptar los cambios y rediseños que han sufrido para

bien los periódicos. Llegando a convertirse en obsesión ser distintos, llamativos y vanguardistas; siempre asegurándose de atraer nuevos lectores, sin perder los que ya tiene.

Cabecera

Se ubica en la parte superior la portada y define tipográficamente la noticia principal y de mayor importancia. En ella encontramos la fecha, el número y el precio de la edición, así como también la distribución de otras noticias de menor importancia, representados con un título corto y pequeño, y una fotografía. El friso lo encontramos en ésta página y es la franja de noticias pequeñas.

Índice

Su función es ser guía de todos los acontecimientos que mostrará el periódico diariamente. Podemos mencionar que, en algunos casos, el índice es tan completo que muestran el estado del clima, algún dato curioso de interés y diseños para mostrar el contenido de suplementos especiales dentro del periódico, así como también los nombres de personas que participaron en la producción del periódico y datos editoriales similares a los de los libros.

Apertura de sección

Consiste en el diseño de portadas por sección, utilizando grafismos con tipografías impactantes en el titular principal de la sección como por ejemplo: nacionales, sociales, cultural, etc. Tanto en la portada principal como en secciones secundarias se aplica una muestra fotográfica o ilustrativa de la noticia de mayor interés público y consecuentemente las noticias de menor importancia.

Páginas

Dentro de ellas, encontramos más de una noticia, la de mayor interés se coloca en la parte superior del formato, con el titular ocupando mayor espacio y fotografía del artículo.

Columnas

Básicamente es la forma en la que está diagramado el periódico. Normalmente las publicaciones se realizan de una, dos, tres, cuatro o hasta cinco columnas. De igual forma la noticia secundaria, utiliza de dos a tres

columnas, el tamaño del titular es menor que el de la noticia principal.

Ilustraciones

Es el soporte de la noticia, sin duda realzan la comprensión visual de la información y dependiendo del estilo fotográfico, así aporta emoción a la noticia y la clasifica.

Publicidad

La publicidad la encontramos a lo largo de todo el periódico. Los espacios que utiliza son pagados según medidas estándares de columnas, o página completa.

Titulares y pie de página

El titular realza en la composición como el elemento más importante, ya que éste debe leerse claro, e invitar al lector a introducirse en el artículo, historia o noticia. La principal función, que cumple el titular en la noticia, es captar la atención del lector rápidamente.

El cuerpo de texto

Dicho elemento busca organizar las partes de la noticia, sin que ninguna de ellas pierda importancia. Siendo según Serrano y Velasco el orden de lectura el siguiente:

- Titular
- Imagen
- Pie de imagen
- Texto
- Los subtítulos
- Imágenes o ilustraciones
- Los espacios

Las partes anteriores son, de forma resumida, algunas de las más importantes que conforman un periódico. Habría que decir también que la falta de alguna de ellas cambiaría el sentido y una de las funciones principales: la forma de transmitir ideas. Para plasmar dichas ideas de la manera más clara posible, primero debe comprenderse el peso que tiene cada elemento.

Siempre abarcando el tema de los elementos del periódico, hablaremos un poco acerca de otro que no se encuentra ligado con la diagramación; sino más bien, con el estilo de redacción periodística. Como se manifiesta anteriormente a groso modo, es un elemento básico que vende las ideas.

2.5.3 ELEMENTOS BÁSICOS de un buen estilo periodístico

El estilo periodístico es la forma particular de redactar los textos. Según D. Earl Newsom quien cita a René J. Cappon, explica que la tecnología y la innovación han transformado el proceso de la industria periodística. Sin embargo, no han suprimido la palabra escrita que sigue siendo el producto más elemental realizada solamente por un ser humano.

El autor menciona que se han deshabilitado los vínculos que deben existir entre el lector y el periódico. Dicha acción es causa de los cambios en los estilos de vida, la situación social, los efectos de los medios electrónicos, los hechos demográficos y la educación, empeñada más en resaltar la comunicación audiovisual sobre la comunicación impresa o escrita.

A raíz de dichos cambios, René J. Cappon quien cita a Lee Hills nos dice que:

Nunca antes tuvo tanta importancia la calidad del producto. La calidad editorial de las noticias, que para mí son todas esas cosas que hacen indispensable a un periódico, también crea prestigio y es el factor más importante con que se cuenta para atraer colaboradores de talento, no nada más en el área editorial, sino también del lado de los negocios.

La excelencia editorial no es una meta que deba buscarse y que una vez lograda se pueda guardar en el escaparate de los trofeos. Es una ambición que debe guiarnos día tras día, incansablemente, pues nunca se alcanza totalmente.

Basándonos en lo anterior, podemos ver como se aplica todo en la escritura y muy poco en la tan buscada excelencia editorial. Sí, es importante el material gráfico, las noticias, la cobertura minuciosa; pero no son los elementos decisivos. Ya que sin una escritura clara y llena de vida, el lector se confundiría en un mar de palabras superfluas. Cabe aclarar, que un buen estilo periodístico es preciso y sucinto. Lo anterior se logra solo con poner gran atención a las funciones de las palabras y las frases.

2.5.4 LA VERBOSIDAD en la escritura

Según la Real Academia Española, verbosidad es la gracia en el hablar. Cuando René J. Cappon nos lo expone desde el punto de vista periodístico, lo describe como el defecto más común del estilo periodismo. El mismo reduce la legibilidad, embotando los elementos informativos y frena el ritmo. A partir de esto nos enlista las fuentes que contribuyen a la palabrería:

- Abuso de la forma pasiva
- Circunloquios
- Formalismo
- Jerga
- Abstracción
- Uso excesivos de adjetivos y adverbios

Uso de adverbios y preposiciones

Los comparativos son palabras desperdiciadas a menos que se ofrezca en el texto una comparación real. Muchas veces son modificadores sin sentido que deben suprimirse. En la redacción, es mala costumbre convertir palabras sencillas y concretas en frases más abstractas. Cappon menciona que los escritores deben evitar el endurecimiento en el lenguaje; así también, deben evitar frases de jerga como “alternativa viable”, ya que el que busque una alternativa sin duda buscará algo que le funcione.

Las preposiciones circunlocutorias significan desperdicio de tiempo y espacio. Son expresiones tales como: en el campo de, con

referencia a, en el caso de, etc. Si lo vemos de forma sencilla no es tan grave. El problema es utilizarlo muchas veces o siempre en los textos. A continuación algunos ejemplos:

Mal

El doctor DeBaKey es un líder indiscutible en el campo de la medicina.

Mejor

El doctor DeBaKey es un líder indiscutible en la medicina.

¿Cómo suprimir palabrería?

Cappon pone de ejemplo frases automáticas que ayudan a economizar las palabras. Según todo lo anterior, los escritos con versión en pocas palabras se entienden mejor. Así se aprecia en los ejemplos a continuación: referencia a, en el caso de, etc. Si lo vemos de forma sencilla no es tan grave. El problema es utilizarlo muchas veces o siempre en los textos. A continuación algunos ejemplos:

- En la mayoría de los casos (mayormente, casi siempre)
- En un futuro cercano (pronto)
- Pese al hecho de que (a pesar de que)
- Antes de lo programado (anticipadamente)
- Poner bajo custodia (arrestar)
- Dando consideración al hecho (considerando que)

Háganse frases cortas

Las frases cortas suelen ser más claras que las frases largas. Lo anterior según D. Earl Newsom, quien cita a René J. Cappon, se utiliza en la redacción. Las palabras cortas son vitales para la legibilidad siempre y cuando sean bien distribuidas en las oraciones. Se pone en peligro la legibilidad cuando el largo de la frase media excede de 20 palabras aproximadamente.

Dentro de los textos las frases deben tener ritmo y movimiento. En las noticias, no debe haber párrafos subordinados, ya que los mismos dificultan el entendimiento de la idea principal y adelantan la información de una manera poco atractiva.

Los verbos dan vida al material

Algunos escritores consideran que los adverbios y los adjetivos, si se utilizan de manera adecuada, toman colorida la lectura. Cappon afirma que el verbo da movimiento dentro las oraciones. Por esta razón, los buenos artículos son escritos con verbos y sustantivos; mientras que los adverbios y los adjetivos deben ser

utilizados solo cuando dan definición y sustancia al sujeto, puesto que muchas veces se utilizan solo como adorno.

Cierto es, que el verbo utilizado de forma correcta da fuerza y vigor en la oración.

>> 2.6 EL MANEJO DE LAS FOTOS en el periódico

Los aficionados a la fotografía han tenido la ventaja de la innovación y la tecnología, que ha facilitado la obtención de aparatos fotográficos, tutoriales, cursos, libros y revistas. Los cuales como explica D. Earl Newsom quien cita a Kenneth Blum, ayudan a acrecentar los conocimientos sobre el tema. Sin embargo, no indica que todo lo anterior sea positivo, pues la tecnología y las formas de impresión han avanzado mucho; pero no vienen acompañadas de habilidades para que las personas utilicen de manera correcta los aparatos. De acuerdo con ello, no todas las fotografías son utilizables, ya que los expertos aclaran que muchas carecen de imaginación.

>> 2.6.1 ¿Qué es una buena foto?

Kenneth Blum afirma que es difícil dar una definición concreta del término, ya que nos encontramos en un terreno expuesto a reacciones emocionales e intelectuales de los seres humanos. Pero existen características comunes que sí pueden categorizar una buena fotografía periodística:

- **Llaman la atención de inmediato.**
- **La calidad es determinada por el impacto emocional que provoca en el lector.**
- **Debe de relatar una buena historia.**

Si observamos la imagen 14, notaremos que cumple con los requisitos antes mencionados;. Sin duda, la misma cuenta una historia despertando curiosidad por saber más.

En el caso del periódico, el editor es quien debe encargarse de mejorar las fotografías antes de ser impresas, debe tener corte apropiado, proporción adecuada, etc. Recordemos que una buena historia periodística debe partir con una foto impactante.

■ **Imagen 14**
Voluntarios de comandos con la Fuerza Armada ayudan a los damnificados. Imagen extraída de: www.salvamento.org.
Fotógrafo: Francisco Campos



>> 2.6.2 Palabras con fotografías

Blum nos explica que son extrañas las fotografías que pueden valerse por sí solas, es decir, pueden crear confusión en el lector si no van acompañadas de un texto corto explicativo. A continuación se enlistarán algunos de los textos que acompañan a las fotografías:

>> **Pies de grabado Ilustraciones**

Crear un pie de grabado es bastante difícil según Blum, pues no debe existir el exceso de información; al contrario deben de llamar la atención del lector hacia el texto completo. En algunos casos no acompaña ningún reportaje a la fotografía. La clave es dar toda la información esencial en un texto extremadamente breve.

Cabe aclarar, que algunos de los textos informativos no señalarán lo evidente en la foto, servirán para aclarar algún detalle pertinente. Los pies de grabado deben ser vivaces e ingeniosos, de esa forma dan apoyo a la fotografía.

>> **Encabezados**

Los encabezados son líneas tipográficas entre la fotografía y los pies de las mismas. Con respecto al tema Blum nos indica que hay estudios que reflejan que los encabezados aumentan en un

25% la lectura de los pies. Eso es gracias a que por lo general al redactar un encabezado no hay reglas fijas, solo debe ser vivaz.

>> **Notas de reconocimiento**

Las notas de reconocimiento suelen ser el reconocimiento hacia un fotógrafo. Lo importante del mismo como asegura Blum, es el acercamiento que se crea entre el lector y la persona que realiza un buen trabajo. En general, los periódicos deben utilizar más firmas y créditos

en reportajes y fotos; ya que ello, indica al lector que el periódico dirige sus publicaciones a las personas.

> 2.6.3 Las fotos en secciones

Una de las funciones principales de las fotografías, en las diferentes secciones de los periódicos, según D. Earl Newsom quien cita a Kenneth Blum; si bien es acompañar el suceso o noticia, las mismas no deben ser monótonas y aburridas. Lo que se busca, es una buena foto periodística que describa perfectamente el momento.

Para Blum, la responsabilidad del impacto periodístico recae en el editor y el fotógrafo, ya que ellos participan constantemente en el proceso creativo de las fotos. Nos indica también que la clave es habituarse a planear con eficiencia los reportajes de cada sección.

> 2.6.4 Las fotos en los anuncios

Las fotos son importantes en cada sección del periódico, porque describen los momentos; pero también dentro los anuncios publicitarios cumplen una función importante. "Las fotos con impacto crean en el anuncio una imagen positiva y venden" (Kenneth Blum).

positiva del anunciante y de su negocio y a su vez reforzar la imagen del periódico como un medio vendedor. Las funciones de las fotos en los anuncios son varias, de acuerdo en donde estén ubicadas, por ejemplo: promueven artículos o bien crean imágenes favorables en anuncios institucionales, ellas dan realismo e interés a los mismos.

Una fotografía técnicamente buena que vende gráficamente, puede crear una imagen

>> 2.7 DISEÑO DE PORTADA

Se conoce que la producción del periódico es un proyecto colaborativo en el que trabajan una gran cantidad de personas para darle vida día con día. Equipos de redacción, edición, diseño y otros más son los encargados de crear diariamente el periódico que vemos a la venta en las esquinas de nuestra ciudad. El diseño de cada página del periódico incluyendo la portada se encuentra a cargo del editor y su departamento (Newsom, 1987).

Según el Diccionario de la Real Academia de la lengua española, una portada es la primera plana de los libros impresos. Dentro del título del libro figuran el nombre del autor, el lugar y año de la impresión. En los periódicos y revistas, la portada es la primera página. Se da por entendido pues, que la portada de un periódico es lo primero que el público observa, por ser lo que se encuentra a primera vista.

La portada o primera plana de un periódico está diseñada para contener las noticias más importantes de la edición diaria. Es su tarjeta de presentación y la razón por la que compradores no habituales lo adquieren. Su importancia es tal, que por lo general en todos los periódicos existe una asamblea diaria que reúne a todo el equipo de redacción, edición y diseño; con el fin de decidir las noticias que ocuparán la primera página. También se establece el orden, jerarquización y espacio que abarcarán cada una en la portada (Fernández, 1997).

De acuerdo con Teresa Fernández en su libro "El universo de papel", para las portadas de

los periódicos, páginas internas y suplementos editoriales se realiza una maqueta de diagramación previa. La finalidad es incorporar y armonizar adecuadamente los elementos gráficos que la componen; así como la dimensión espacial correspondiente de una u otra noticia. Manteniendo siempre la idea de que "el espacio y su tamaño es lo que marca el valor de las noticias."

Las portadas contienen diversos elementos gráficos como se menciona anteriormente, entre ellos podemos encontrar los siguientes:

>> TITULAR

Los titulares son el texto que encabeza una noticia. Se los reconoce en una página porque son los de mayor tamaño en relación al resto de los textos en una nota. Además, siempre se componen a más de 14 puntos (González L, Pérez P., 2001).

>> ANTEÍTULO

El antetítulo contiene una explicación rápida y fácil de lo que refiere el título. En la mayoría de los casos, los títulos enuncian una noticia pero la dejan en una línea de continuidad. Dicha línea no puede ser completada sino gracias al antetítulo, que ofrece detalles de manera específica y rápida; puesto que la explicación completa, se encuentra en el desarrollo de la nota.

>> SUBTÍTULO

Son utilizados de manera muy útil cuando se trata de textos extensos. Tratándose de textos largos, los subtítulos hacen que la lectura no se torne aburrida, ya que fragmenta el texto. Además, debido a su cantidad, los subtítulos ayudan al lector a que pueda retomar fácilmente la lectura.

>> PIE DE FOTO

Es la descripción de la fotografía. En ella se explica el nombre del lugar, las cosas o las personas que ahí se encuentran. Son refuerzos textuales para la imagen; debido a que brinda información que de cierta manera, refiere algo acerca de esta. Es decir que por lo general es detallada.

>> CUERPO DE TEXTO

Como se expuso anteriormente, el periódico no tiene el privilegio (como lo tienen las revistas) de vender solo con la imagen; sino que el peso recae sobre el texto. Además de estar bien ubicado debe tener un contenido llamativo, creíble e interesante para el lector. Así el diseñador debe elegir el número de columnas, manejar la identidad corporativa del periódico y mantenerse actualizado. El tamaño del tipo depende mucho del formato del periódico; aunque por lo general, los cuerpos de texto están compuestos por tipos en tamaño de 9 a 10 puntos.



Imagen 15
Imagen extraída de:
www.svcommunity.org

>> SUMARIO O ENTRADILLA

Es un texto un poco más desarrollado en el que se muestra la información más relevante de la noticia. Sin embargo, no resume la noticia sino que muestra la información clave que contiene.

2.7.1 EL DISEÑO EDITORIAL en las portadas de los periódicos

Como pudimos apreciar anteriormente en el apartado 3.5 DISEÑO EDITORIAL. OBJETIVOS Y ELEMENTOS QUE CAPTURAN, el diseño editorial se ramifica en tres grandes áreas, una de las cuales es el diseño de periódicos. Sin embargo, para saber cómo se utiliza el diseño editorial en la primera plana de un periódico es necesario conocer ciertos conceptos. Mientras repasábamos la historia de La Prensa Gráfica, pudimos darnos cuenta que el tamaño

de sus ejemplares ha variado con respecto a los años. Y al ver diferentes ejemplares de otros países, inclusive en la actualidad, nos damos cuenta que el tamaño del periódico es variable. Por obvias razones, la dimensión de un periódico influye altamente en el diseño gráfico de su portada. Según nos dice Riera Alvear, existen cuatro tamaños establecidos de periódicos los cuales son:

- **SÁBANA O ESTÁNDAR:** Su formato oscila entre los 50 y 55 cm de largo, se lo conoce con este nombre debido a que al ser abierto, sus páginas enfrentadas logran un tamaño bastante grande.
- **BERLINÉS O MEDIO:** Miden entre 45 y 49 cm de largo.
- **TABLOIDE:** Mide de 37 a 44 cm de largo. Es un formato muy utilizado en Europa.
- **BOLSILLO O CUARTO.** Su medida va de 36 cm hacia abajo, los periódicos de formato tabloide cambiaron a un formato un tanto menor por rentabilidad y comodidad. Este tipo de periódicos contiene información especializada que es dirigida a gente que no se detiene a leerlos, sino que lo lleva consigo.

(Riera Alvear, 2013)

Una vez definido un tamaño de formato en el cuál se trabajará el periódico, es necesario trazar una retícula. En el libro "Retículas" del británico Harris Ambrose, quien es citado por Riera (2013) afirma:

“ Las retículas son guías indispensables que ordenan los elementos de un diseño y ayudan a los lectores a acceder fácilmente a la información, además proporcionan una estructura para la ubicación de los elementos necesarios para la composición, diseño y realización de una página, la función de la retícula es organizar la información que contiene una página

”.

En otras palabras, la definición de retícula se refiere al esqueleto de la página. A una línea base de donde parten los elementos gráficos y se ordenan para colocarse en un documento. Entre ellos se puede mencionar: número de columnas, ancho de márgenes, tamaño de letra, cuerpos de texto, uso y disposición de imágenes, etc.

La retícula es también conocida por "red" o "cuadrícula base", y su función es nada más sostener de manera estética la publicación. Dicha estructura, es como una armazón de líneas articuladas que se apoyan entre sí y se equilibran visualmente. El equilibrio de elementos, es altamente necesario para el diseño editorial de un periódico. Debido a que permite conjugar la información apropiadamente y con un orden jerárquico, el lector del ejemplar comprende de manera más rápida el mensaje escrito (Serrano & Velasco, 2009).

En los diseños editoriales actuales las retículas se dividen en dos grupos, basándose en el número de columnas con las que se cuenta. En forma general tenemos:

RETÍCULAS SIMPLES

Poseen de 2 a 4 columnas.

RETÍCULAS COMPLEJAS

Que poseen de 3 a 6 columnas y son las más utilizadas en publicaciones de revistas, folletos, periódicos, etc. (Serrano & Velasco, 2009)

En base a la retícula establecida se inicia el proceso de maquetación. Es un proceso que consiste en ordenar visualmente todos los elementos que componen la publicación (Serrano & Velasco, 2009). Es decir, el acto de construir la página o la publicación en general en base a las líneas, márgenes y columnas que fueron estipuladas en el diseño de retícula.

¿CÓMO? EL

- DISEÑO METODOLÓGICO



MAN
ROLAND

BIENVENIDOS
LA PRENSA
GRAFICA

“PARA JOSÉ ROBERTO DUTRIZ, DURANTE ESTOS 97 AÑOS DE TRABAJO, LA PRENSA GRÁFICA HA MANTENIDO EN FIRME LA MISIÓN DE INFORMAR CON LA VERDAD, SABRIENDO ADAPTARSE A LOS TIEMPOS, AHORA MÁS TECNOLÓGICOS.”



CAPÍTULO 3

La investigación se fundamentó en el método cualitativo; ya que la idea desde sus inicios, fue buscar un caso de gran importancia e influencia enfocado directamente en el tema del diseño editorial. La finalidad era explicar de manera detallada cómo funcionó y sigue funcionando esta rama del Diseño Gráfico en dicho periódico. Como menciona César A. Bernal (2010), quien cita a Bonilla y Romero (2000), "se orienta a profundizar casos específicos y no generalizados. Su preocupación no es primordialmente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada".

Todo el proceso giró en base al registro cronológico de portadas, detallando los cambios en el diseño editorial del periódico La Prensa Gráfica. Encontrándose próximo a cumplir 100 años de publicación y conmemorando dicho centenario con grandes triunfos, galardones y méritos que ha recopilado en este largo tiempo.

Esta investigación se respaldó por diversas fuentes de información desde libros, tesis, sitios web, entrevistas, recopilación de las muestras de periódicos, etc. La documentación en este caso era particularmente extensa; ya que, sin duda hay mucho material que respalda todos los años de trabajo del periódico.

> 3.1 DOCUMENTACIÓN

La documentación aportó a la investigación materiales y datos que facilitaron la comprensión del tema en estudio. Como explican Sampieri y colegas estos datos pueden extraerse de personas, comunidades o bien de documentos, registros u objetos. Realizando dicha selección de manera cuidadosa, es decir, elegir aquellos que proporcionen solo información útil a la investigación.

> 3.1.1 ESTUDIO DE LA HISTORIA

Se conoció ampliamente toda la historia y se identificaron aspectos de suma importancia para la investigación. Cada característica fue relevante para elaborar un registro cronológico más completo; por lo tanto, aportó una referencia histórica concerniente al desarrollo de la prensa en el país. Además permitió contribuir a nuestra cultura general y enseñar a personas interesadas en leer el documento.

> 3.1.2 SELECCIÓN DE MATERIAL

Una de las partes indispensables en la búsqueda de la documentación y eje principal para alcanzar óptimos resultados fue, la ardua selección de portadas de cada uno de los ejemplares; siendo éstas, nuestras fuentes secundarias. Tal como dice Bernal, se refieren a todas aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o situaciones; sino que solo les hace referencia. Otro de los pasos para profundizar en el tema, luego de haber documentado, fue la aplicación de la observación no participativa.

> 3.1.3 ENTREVISTAS

La entrevista en general es la recolección de datos que proporciona una persona(as), previamente a esta se han diseñado los instrumentos para dicha recolección. En el caso de la entrevista semiestructurada, tal como Bernal afirma, es un mecanismo con un relativo grado de flexibilidad. En éste caso partimos de un formato ordenado al iniciar con el cuestionario, pero en el momento que surge una duda estando con el (la) entrevistado, se pueden anexar otras preguntas y así obtener más información que enriquezca la investigación.

Se recurrió a fuentes primarias, que según menciona Bernal "son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas

fuentes son personas, las organizaciones, los acontecimientos, ambiente natural, etc. "

Finalmente, se elaboró una entrevista a un profesional en el área de investigación cuyos conocimientos brindaron un excelente aporte: Héctor Ramírez, editor de Diseño de La Prensa Gráfica. Su información nos permitió elaborar la historia del periódico y demás factores. Además, se elaboraron asesorías para completar de manera eficiente la información. Entre ellos: Lic. Reina Turcios, que es experta en el manejo de sistemas de impresión y diseño editorial. Así como el apoyo del Lic. Carlos Cordero, coordinador del área de Diseño Gráfico.

> 3.2 OBSERVACIÓN

La observación permitió hacer un examen más concreto de los elementos que contendría el análisis. En adición, elaborar un registro sistematizado y controlado para no dejar de lado ningún aspecto importante de las partes del periódico (Mercado, 2009).

> 3.2.1 DELIMITACIÓN

La selección de portadas analizadas para dicho documento inició en el año de su fundación que data desde 1915 hasta 2010. Dentro de estos años de publicaciones, se realizó una delimitación más específica ya que los ejemplares eran demasiados para registrarlos todos de manera minuciosa. Es así como se llegó a la conclusión que el intervalo de tiempo que nos mostraba cambios significativos en cada portada era cada 5 años.

En cada quinquenio se examinaron las portadas utilizadas en todas las publicaciones del periódico. También como parte de la selección, se tomaron los meses pertenecientes al segundo trimestre. Por ello, elegimos la portada que más se apegara a nuestros objetivos, esperando que la elección reflejara un aporte valioso para el diseño editorial de ese momento. De la misma manera, en el capítulo de resultados, se estableció agrupar los años en que las portadas presentaron características similares. Para así, realizar una descripción general de los cambios sin datos repetitivos.

>> 3.3 ANÁLISIS

Luego de observar y delimitar los objetos de estudio, nos centramos en el análisis de los mismos. En éste punto se discutieron los datos obtenidos, para llegar a interpretar los hallazgos relacionados con el tema; siendo estos de los aspectos más importantes en el proceso de presentación de resultados (Bernal, 2010).

> 3.3.1 ANÁLISIS DE EJEMPLARES

Habiendo cumplido con nuestra selección de ejemplares a estudiar, fue necesario saber cómo analizar cada una de las portadas a nivel gráfico-editorial. Teniendo como punto de partida los conocimientos básicos adquiridos en estudios sobre diseño editorial, se apoyó la investigación en herramientas como el tipómetro y cámaras fotográficas. El propósito que se buscaba alcanzar con el uso de estos instrumentos, era el de realizar un registro completo y minucioso.

Zapaterra (2007) nos afirma que la sección más importante y llamativa del periódico, es la portada y el manejo del espacio dentro de esta. Hasta mediados del siglo pasado, muchos periódicos eran diseñados en base a un titular genérico que abarcaba una sola columna, seguido de varias columnas regladas de texto. Por lo general, las volvía estrechas y difíciles de leer para el receptor.

Son estos aspectos en los que basamos nuestra investigación y análisis acerca del diseño de las portadas de La Prensa Gráfica.

> 3.3.2 ELABORACIÓN DE FICHAS DESCRIPTIVAS

En cuanto al análisis individual de los ejemplares seleccionados, optamos por generar fichas descriptivas que nos permitieron un mejor manejo y orden de la información que se iba a utilizar.

Las fichas contienen elementos gráficos importantes a detallar en la construcción de toda publicación editorial. De acuerdo a conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo de estudio, podemos inferir que los elementos básicos a analizar son los siguientes:

>> Cabecera

- **¿Qué datos lleva la cabecera del periódico?**
Indicar los elementos que conforman la cabecera principal del periódico tales como: logotipo, fecha, edición, lugar de impresión, etc.
- **Tamaño de la cabecera general**
Medición del alto de la cabecera general, en centímetros.
- **Tamaño del logotipo**
Medición del alto y ancho del logotipo corporativo, en centímetros.
- **Posición de la cabecera dentro de la portada**
Especificación de la posición de la cabecera dentro de la diagramación de la portada, es decir: superior, media superior o central.

>> Diagramación

- **Número de columnas**
Cantidad de columnas base, de la retícula general de la portada.
- **Número de titulares**
Cantidad de noticias que ocupan espacio en la portada.
- **Número de imágenes**
Cantidad de imágenes utilizadas, por noticia.
- **Tamaño de las imágenes**
Especificación de las imágenes utilizadas, medidas en centímetros.
- **Tipos de imágenes**
Utilización de la tinta en las imágenes, y técnica empleada para colocarlas en la diagramación.
- **Medianil**
Espacio blanco entre columnas, medido en centímetros.
- **Interlineado**
Espacio entre línea y línea de texto. Medido en base al tamaño de la letra X.
- **Tamaño del periódico**
Tamaño completo de la edición medido en centímetros.

>> Tipografía

- **Tipo de fuentes**
Especificación de la tipografía utilizada o de sus características.
- **Tamaños**
Puntaje de la tipografía, utilizada en titulares, subtítulos y cuerpo de texto.
- **Número de tipografías utilizadas**
Cantidad de tipografías utilizadas en el diseño de la portada (excluyendo la del logotipo)

>> Sistemas de impresión

- **Color / Tintas**
Tintas o colores utilizados en la reproducción de la portada.
- **Tipo de impresión**
Sistema, proceso o maquinaria utilizada para la reproducción del ejemplar.

> 3.3.3 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En base al análisis que se obtuvo gracias a las fichas descriptivas, los datos visuales recolectados, fotografía y demás material histórico, se dispuso realizar la presentación de la información en una línea de tiempo. Así mismo, se hicieron gráficas que presentan, de forma más rápida y efectiva, los cambios registrados. El objetivo era dirigir al lector en un recorrido descriptivo, por todos los ejemplares seleccionados a lo largo de los años de historia de La Prensa Gráfica.

EL LEGADO

- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

"DE ALGUNA FORMA NACÍO COMO UN SUEÑO
DE LA MANO CON UN RETO DE SUBSISTIR COMO EMPRESA,
AFIRMA DON JOSÉ ROBERTO DUTRÍZ."

10 de Mayo de 2012 a la(s) 13:22 - German Rivas. La Prensa Gráfica

LA
PRENSA

SEPTIEMBRE

1916

1937

CAPÍTULO 4

A continuación, se describe minuciosamente los cambios significativos que ocurrieron en las portadas de La Prensa Gráfica. Gracias a los datos que se recabaron anteriormente por medio de fichas descriptivas, se pudo generar la información de manera fluida. De igual modo, se hicieron comparaciones más acertadas, ya que se contó con datos y medidas exactas de los elementos que componen la retícula de la portada.

Cabe aclarar, que la forma en cómo se decidió realizar el análisis de resultados fue a base de una observación previa, que nos permitió delimitar dónde se encontraban las variaciones más bruscas en cuanto a diseño editorial. Se quería evitar la repetición de información que se generaba en los años seleccionados. Sin embargo, no significa que en cada quinquenio no existieron diferencias; sino que, era más importante registrar las modificaciones que marcaron una variante en la transformación del diseño editorial dentro del periódico.

Finalmente, se estableció una agrupación de años con características y elementos similares en las portadas para una descripción general, detallando cualquier dato importante que ahí se contenía. Por tanto, se obtuvieron los siguientes años:

-Desde 1915 hasta 1940. Dado que en sus inicios poseía una retícula que no mostró muchos cambios. Así prosiguió hasta 1940.

-Desde 1945 hasta 1970. Fue otra selección de años a analizar que poseían características similares entre sí en cuanto a las portadas; pero que en definitiva, señalaba un cambio tajante con respecto a los años anteriores.

-Desde 1975 hasta 1985.

-Desde 1990 hasta 2010. Que de igual manera, era donde se generaba la siguiente transformación del periódico.

Es así como se pudo analizar cada año, pero siendo parte de un grupo con características similares. Al finalizar la descripción detallada, se procedió a dar una interpretación según lo que se observó no solamente en las fichas descriptivas; sino también en los esquemas y gráficas elaboradas. Se tuvo la oportunidad de contribuir con una visión personal de lo que se percibía del periódico.

Al final, se reflexionó acerca de lo estudiado y se generaron las conclusiones respectivas.

1915 - 1940

OFICINAS:
9^a Calle Oriente N° 8
Teléfono 159.
Tipografía La Unión

LA PRENSA

DIARIO ILUSTRADO
Dutris Hermanos
IMPRESORES-ILUSTRADORES

CONDICIONES:
Suscripción por un mes 25 centavos
— directa por 3 meses 2 pesos
— fuera del país, un año 20 pesos
Número suelto 5 centavos
— ilustrado 10 ..

No. 1 | San Salvador (Centro América), Mayo 10 de 1915 | Año I

A guisa de Programa de nuestro Diario "LA PRENSA"

Una de las manifestaciones más espléndidas del progreso cultural de los pueblos, la constituye el grado de perfeccionamiento, más o menos sintético, de ese maravilloso organismo que, con sentido práctico y elevado, se ha llamado con justicia el Cuervo Poder del Estado, o sea la prensa, que encarna, como si dijéramos, el alma compleja y batalladora de las colectividades civilizadas y conscientes.

Al llegar nosotros al estudio de la prensa nacional, con los mejores propósitos de servir los grandes intereses de nuestra Patria, no abrigamos las absurdas pretensiones de que fuéramos el eje del diario salvadoreño, pero sí nos proponemos trabajar honestamente por dar a conocer a El Salvador en las distintas fases de su vida comercial, agrícola e intelectual, para cuyo fin hemos sintetizado el programa de acción de nuestro Diario «La Prensa».

1o.— Contribuiremos con nuestra modesta publicación diaria a consolidar la armonía social y política que debe reinar en el corazón de la familia salvadoreña, como una condición indispensable para conseguir el triunfo definitivo de la prosperidad nacional a que debe contribuir constantemente el bien entendido patriotismo en nuestros pueblos.

2o.—Haremos que nuestro Diario abogue por los legítimos intereses del pueblo, velando, en cuanto nos sea posible, porque las justas aspiraciones del progreso y del engrandecimiento del mismo, se formulen ampliamente dentro del orden y en conformidad con las jóvenes energías nacionales.

LA DIRECCION.

La suscripción mensual a este

DIARIO,

VALE

75

CENTAVOS,

el número suelto **5** centavos.

El Papa Protesta

Hundimiento de barcos turcos

Delegados de Panamá a la conferencia de Washington

Actitud de Wilson ante la gravedad de la guerra europea

Panamá 10.—Arístides Arriena, Secretario de Hacienda y Ramón Acevedo, director del Banco Nacional de Panamá, partieron hoy con destino a Washington, donde asistirán como delegados de esta República con Ramón Arias (H) y otros que se encuentran actualmente en Nueva York a la Conferencia financiera panamericana.

Washington 10.— Después de una conferencia en Casa Blanca entre el Presidente Wilson y el Secretario Taft, éste dijo que el Presidente se ha hecho cargo perfectamente de la gravedad de la situación europea, y está estudiando con calma la actitud que debe adoptarse en consonancia con los intereses del pueblo americano.

Atenas 10.— Un despacho de Constantinopla anuncia que los rios turcos a la altura del Bósforo dos transportes turcos, que en el Mar de

Rasgo generoso del Sr. Presidente Meléndez

Desvinculo a un gobierno amigo

El caso buques de Heredia será enviado a Guatemala

El señor Presidente Meléndez y el señor Secretario de Gobernación, Fomento y Agricultura, han acordado al Gobierno guatemalteco, con buques de Heredia y personal entendido en su aplicación, para enviarlos a la extirpación del chapulín en la zona sagrada del mar.

Este rasgo de fraternidad sirve a manifestar una vez más los sentimientos de nuestros dignos Ministros, y el afán que vive latente en los pueblos centroamericanos, porque desaparezcan sus hambres, que no tienen razón de existir.

MAS CABLES

Queensdown, 10. — Varios oficiales navales del vapor Lusitania manifestaron haber recibido órdenes por la vía del telégrafo inalámbrico, acerca de que el barco tome el curso del centro del Canal; pero el operador del buque ordena haber recibido esta orden. Los sobrevivientes no están de acuerdo si el submarino haya lanzado uno o más torpedos y pocos dicen que han visto el percusión del submarino; pero el hecho es que Lusitania recibió el golpe vital en medio del barco por un torpedo y los pasajeros sobrevivientes no están del todo contentos si el barco se fue a pique dentro de 8 a veintio minutos después de recibido el golpe. Los primeros botes salvavidas se llenaron con mujeres y niños y debido a que uno de estos estaba cargado con peso desigual se volcó, lanzándose al agua 60 personas.

Queensdown, 10.— Comunicación de un corresponsal. El primer bote llegado a esta traza del Lusitania 52 personas siendo la mayor parte mujeres y niños, inclusive 20 niños muy tiernos sin sus respectivas madres; pero mujeres heridas de este puerto se han hecho cargo de ellas, y olvidaron sus penas. Una mujer anciana de 78 años de edad refiere que estuvo dos horas con salvadas en el agua, hasta que fue salvada. Muchas mujeres se desmayaron y muchas murieron a bordo del Lusitania antes de poder salvarse.

Queensdown, 10.— Comunicación de un corresponsal. El primer bote llegado a esta traza del Lusitania 52 personas siendo la mayor parte mujeres y niños, inclusive 20 niños muy tiernos sin sus respectivas madres; pero mujeres heridas de este puerto se han hecho cargo de ellas, y olvidaron sus penas. Una mujer anciana de 78 años de edad refiere que estuvo dos horas con salvadas en el agua, hasta que fue salvada. Muchas mujeres se desmayaron y muchas murieron a bordo del Lusitania antes de poder salvarse.

Una hecatombe marítima

La del "Titanic," palidece ante la pérdida del "Lusitania"

Guatemala, 9 de mayo de 1915.

A Ciudad Británica, San Salvador.

La siguiente es la última noticia oficial respecto a la pérdida del «Lusitania» que fue sorprendido por submarinos alemanes fuera de Kinsale el siete de mayo. Torpedos y otros buques han descubierto sobrevivientes cincuenta y ocho sobrevivientes y cuarenta y cinco muertos. Puede ser que barcos pescadores de Kinsale tengan otros. Otros barcos pescadores traen cien cadáveres más. De los pasajeros de primera clase solamente pocos fueron salvados.

Paseo campestre

Ayer fueron de paseo a la finca «Santa Eligia», doña Concha de Piéraga, la señora Emilia Quezada, señoritas Piéraga, y las señoras doña Carlos B. Flores, treinta Santiago Cheyres, Víctor M. Rivas, y otras personas cuyos nombres sentimos no recordar. Mucho gozaron los paseantes, quienes regresaron en alegre caravana al caer de la tarde.

Alegre baile

Celebrando el matrimonio de la señorita Mercedes Villacorta con don Francisco Echeverría, hubo ayer un animado baile en casa de la novia, al que concurrieron familiares y amigos íntimos de los desposados, a los que deseamos perpetua venturanza.

Se necesitan

cronistas en la Redacción de este Diario.

Saludo

«La Prensa», al iniciar sus labores en la árdua lucha del diario, cumple con el grato deber de enviar un caloroso saludo a la prensa nacional y especialmente a la local y a la de nuestros colegas del Istmo, a ellos enviaremos puntualmente nuestro cariño y reciprocidad.

CABECERA

MADERA (TITULAR)

MADERA SECUNDARIA

SUBTÍTULO

SUBTÍTULO

NOTICIA

NOTICIA

NOTICIA

NOTICIA

NOTICIA

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

M
A
R
G
E
N

I
Z
Q
U
I
E
R
D
O

M
A
R
G
E
N

D
E
R
E
C
H
O

Portada, La Prensa Gráfica (1915)

DR. JUAN C. SEGOVIA
MEDICO Y CIRUJANO
CONSULTAS DE 9 A 4 P. M.
CALLE ORIENTE NO. 21. TELÉFONO 8-17.

LA PRENSA

DIARIO ILUSTRADO DE LA TARDE
EL DE MAYOR CIRCULACION EN LA AMERICA DEL CENTRO
DIFUSION HERMANOS EMERSONIANOS, DIRECTORES Y ADMINISTRADORES

PRECIO DE SUSCRIPCIONES

En año... 1.00
En seis meses... 6.00
En tres meses... 3.00
En un mes... 1.00

EN EL EXTRANJERO... 1.50
EN EL INTERIOR... 1.00

TODO PAGO SERA ANTICIPADO

SEGUNDA SECCION

LOS GRANDES ADELANTOS OBTENIDOS EN MEDICINA

QUE OPINA DE ELLOS EL FAMOSO DOCTOR CARLOS MAYO, UNA DE LAS EMINENCIAS MEDICAS MUNDIALES

Nuevo Tratamiento Externo Para Toda Afección Catarral

Extensa publicidad en todas partes del salvador a favor de Vicks VapoRub

UNGUENTO VAPORIZANTE

En todas partes de la República habrá gran acogida para el nuevo tratamiento externo para toda afección catarral. La gran publicidad en todas partes del salvador a favor de Vicks VapoRub.

El horóscopo de El Principe de Gales

Se Casará dos Veces y Será Hecho Prisionero en una Guerra

N. VAN HIDDEN



El Principe de Gales

SEGUNDA SECCION

DR. JUAN C. SEGOVIA

EL DLO-ART

PIANO REPRODUCTOR

EN-CAMINO HACIA LA GRANDEZA DEL ARTE

Una gran importancia de esta obra es el valor que tiene para el estudiante de la música, que en el mismo momento que se le enseña a tocar el piano, se le enseña a tocar el arte.

Stock, Aeolian Pianos, Stroud

Carlos Avila, Representante Exclusivo para El Salvador

La dirección media de la vida de un hombre en el siglo diez y seis, era de veinte años. Actualmente, esa duración ha prolongado a los ochenta, y la gran parte de esa prolongación se debe a la ciencia que produce la ciencia, la ciencia que produce la ciencia, la ciencia que produce la ciencia.

El hombre de hoy en día vive más tiempo que el hombre de ayer, pero no es más feliz. El hombre de hoy vive más tiempo, pero no es más feliz. El hombre de hoy vive más tiempo, pero no es más feliz.

AVISO

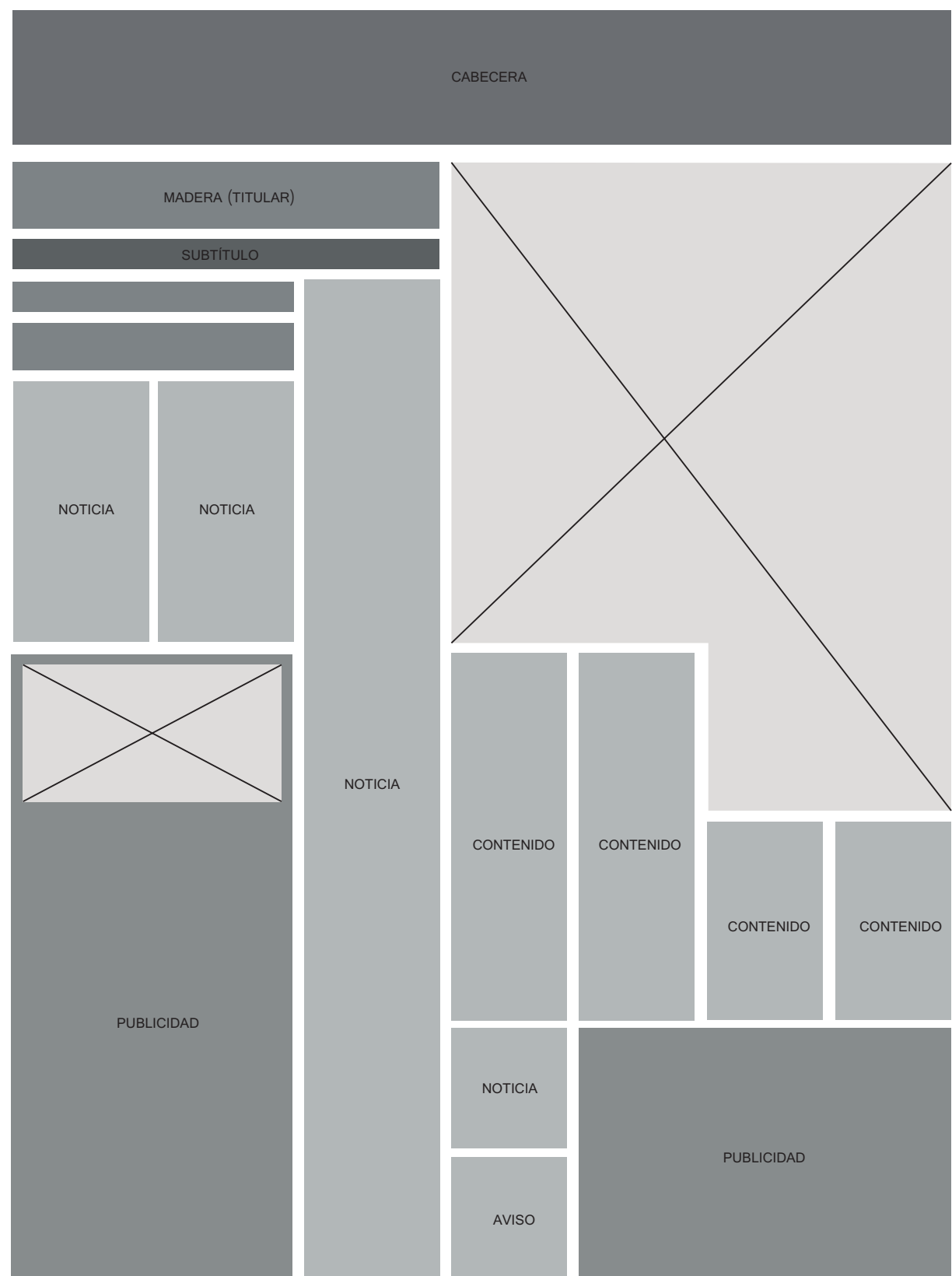
Se encarga un estudio de la historia de la medicina en el mundo de hoy.

En "LA GRAN VIA"

Confitería frente Parque Dueñas

Abre sus puertas el día 15 de Noviembre de 1925. Los señores dueños y el negocio están en la Gran Via, frente al Parque Dueñas.

LA GRAN VIA PORTAL FRENTE PARQUE DUEÑAS



Portada, La Prensa Gráfica (1925)

DR. NAPOLEON DIAZ NUILA
ESPECIALIDAD EN NIÑOS
Especialista en las enfermedades de Niños de
Difteria, Escarlatina y Sarampión
Calle No. 14. Consultorio de la escuela del País Viejo.
TELÉFONO 1174.

LA PRENSA

DIARIO ILUSTRADO DEL MEDIODÍA

EL DE MAYOR CIRCULACION EN LA AMERICA DEL CENTRO

MARCELO TORRES
DISEÑADOR

EL SEÑOR TORRES
DISEÑADOR

Ciudad de San Salvador, Republica de El Salvador - Centro America - Sábado 2 de agosto de 1930

EL ORGULLO DE UNA ARTISTA

por
Jack Land

...era la primera revista y como era
...mayor artista por su dep...
...de los mismos los mejores su...
...de variedades. Los escritores e...
...dísticos de los "Beauty y Betty",
...era el público admi...
...Betty. El público que paga alabado
...como un redemptor con Betty se
...como que lo había hecho el público
...Betty. Ya podía Betty decir infu...
...se tomaba a un artículo una dram...
...ella, dar crédito a los cumplidos
...los admiradores y hasta girarle a los
...de los artistas. Ya era artista de
...posible e importante.

...Betty, por su parte, hablando con
...los admiradores artistas decía:
"Mientras siempre es tal a cual" y
...era era su buena fortuna. Como ha
...había podido el escape por su se...
...por sus pequeños eventos, como
...diaba el teatro y había tratado
...por sí sola para hacer de ella
...una estrella de primera que el pu...
...artista, deslumbrando totalmen...
...a admirador los intereses
...de ella, pero en el fondo de su re...
...con un artista refinado y noble.

...Ya "había" es ahora una mu...
...joven. Betty debía comenzar a es...
...para la primera revista al lu...
...según. El fallo de Betty era
...esperado. Betty se alejó como
...un modelo pero nada en el pú...
...se daba el es que no había
...en la escena. Le dio cuenta de
...que se interesa artista se ocupa
...de sus días. Después de la noche
...del domingo ya el no sería nada...
...un espectáculo—quiere algunos chib...
...los de las escrituras para con.

...Terminó la función de la noche
...del domingo. Betty había sido muy
...agradable y llamado a escena va...
...rias veces por el público. Betty la
...había oído de la mano cuando
...ella salía al público por última
...vez, y al bajar, al entrar de
...él se estaba dando un beso.
...Su entrada había terminado.

...Apoyándose en el escritorio a su es...
...cuerpo en el gran sofá. Betty se
...deleó al de ella, un momento me...
...tado con una estrella, concurrió a
...las actrices de fama. Ya ella había
...tratado de ir, se había para ve...
...a la calle cuando Betty entró.
...Túlvica él no se había preparado
...para salir y conservaba en su rostro
...el orgullo.

—Betty—dijo él— He estado pen...
...sando este asunto momentáneamente,
...quiero quedarme en la carrera. He
...estado como lo administrador, no
...quiero para ella. No soy ningún artista
...ni tampoco así para hacer de es...
...trella de teatro. He estado en todas
...partes, una artista profesionalmente
...y voy a vivir en vida, tratándole
...por mí misma, no quiero vivir de
......un extranjero, no lo perd...
...Túlvica y bromeo sólo en mi com...
...entusiasmo, la verdad.

—¿Que van a hacer?—preguntó
...Betty—¿habrá un hombre?

—No estoy para él, ahora, ahora,
...significa todo esto en amor pero
...de hombre. Respiro en vida entra
...de ahora en adelante. Es algo que
...hacer para conservar la reputa...
...de ella en el momento de la vida.
...Pero si quieres, yo puedo estar
...para la vida de ella y estar a la
...de ella en un momento de la vida.

—Pero, ¿que van a hacer?

—Bueno, he pensado con él, me
...de ella. Si no puedo ser una estrella,
...me retiro de los teatros y me voy a
...de ella. Pero que sea en el momento
...de ella. He estado en todas partes,
...pero siempre que me voy a un
...que me voy a un momento de la vida.
...Pero si quieres, yo puedo estar
...para la vida de ella y estar a la
...de ella en un momento de la vida.

—Pero, ¿que van a hacer?

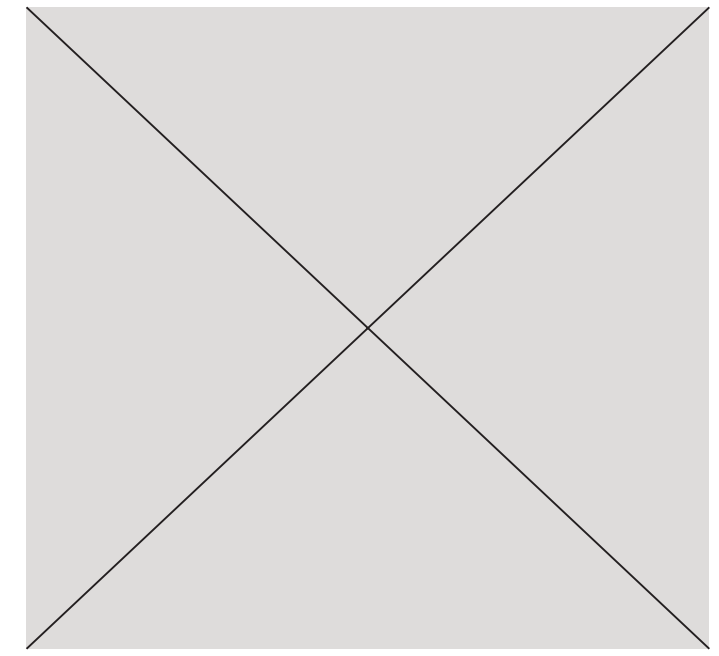
—Bueno, he pensado con él, me
...de ella. Si no puedo ser una estrella,
...me retiro de los teatros y me voy a
...de ella. Pero que sea en el momento
...de ella. He estado en todas partes,
...pero siempre que me voy a un
...que me voy a un momento de la vida.
...Pero si quieres, yo puedo estar
...para la vida de ella y estar a la
...de ella en un momento de la vida.

CABECERA

MADERA (TITULAR)

MARGEN IZQUIERDO

MARGEN DERECHO



NOTICIA

NOTICIA

PIE DE IMAGEN

NOTICIA

NOTICIA

NOTICIA

NOTICIA

NOTICIA

PUBLICIDAD

ANEMIA

Blancard's

BLANCARD

Blancard's

Blancard's

A Las Cuatro De La Tarde Saldrá Hoy El Tradicional Correo

podrá admirar la carroza mascarada en las montañas del sol

Cooperación Efectiva Entre Obreros y Los Dueños De Zapaterías

LOS LADRONES SIGUEN HACIENDO DE LAS SUYAS EN LA COLONIA MUGDAN

Estimaciones En Favor Del Público Podría Hacer La Municipalidad Capitalina

El Arreglo Que Propone La Municipalidad Para Cancelar La Deuda

GAMBIO DE ANTIGUOS SISTEMAS DE PESAS Y MEDIDAS

Se tiene en proyecto realizar, para evitar dificultades en las operaciones comerciales

Para que no se Arruine la Industria Opinan que debe existir algunos fabricantes de calzado

IMPUESTO A LOS RECEPTORES DE RADIO HA SIDO ESTABLECIDO

No Hubo Mérito Para La Detención De La Señora Jesús Cortés

El principal móvil de lo sucedido, dice, fué el de dañar su reputación de mujer honrada



MANDA EN MANCHUKUO

Los De La Cámara Se Muestran Optimistas Y creen que podría llegar a realizarse tan magnifico proyecto

Solicitud De Los Vecinos De San José

Ataca el COLEGIO EN CUERNAHUIT

HAY INTERES POR LA POPULAR ELECTRICA ENTRE COMERCIANTES

Los De La Cámara Se Muestran Optimistas

Los De La Cámara Se Muestran Optimistas

Solicitud De Los Vecinos De San José

No Hubo Mérito Para La Detención De La Señora Jesús Cortés

El principal móvil de lo sucedido, dice, fué el de dañar su reputación de mujer honrada

Portada, La Prensa Gráfica (1935)

CABECERA

MADERA (TITULAR) TITULO MADERA SECUNDARIA

SUBTITULO AVISO

BAJADA TITULO

BAJADA

SUBTITULO

CONTENIDO

NOTICIA BAJADA

NOTICIA

TITULO

NOTICIA SUBTITULO

NOTICIA

TITULO

SUBTITULO

TITULO

SUBTITULO

NOTICIA

NOTICIA NOTICIA

NOTICIA NOTICIA

M A R G E N D E R E C H O

EL PUEBLO DE FRANCIA CONSERVA SU FE EN EL DESTINO

RUSIA Se Mueve Ya Contra RUMANIA

París, 17. — El vencedor de Verdún ha dado la más alta prueba de valor aceptando la más pesada responsabilidad que haya jamás caído sobre un hombre de estado francés. Vi-



LA PRENSA GRAFICA

PRECIO 5 Centavos

16 Páginas

TELEFONOS: Administración: 4-5-3. Redacción: 4-4-2

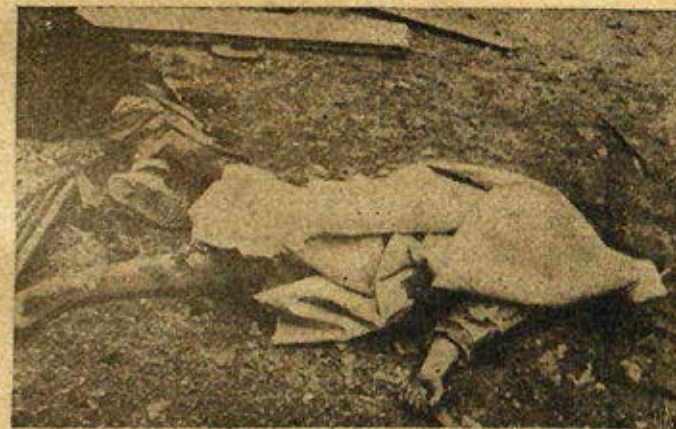
Tipografía LA UNION

AÑO XXVI Edición: Proprietarios: DUTRIZ HERMANOS Director: JOSE QUETZLAS San Salvador, El Salvador, América Central Martes 18 de Junio de 1940. Jefe de Redacción: RAMON FLEITES Nº 9419

Turquía Teme Un Ataque De Italia

Churchill Lanza Un RETO A HITLER

ITALIA APRESTASE A OBTENER EL PREMIO PARA SU "FACIL VICTORIA"



EN LA ORILLA DEL CAMINO. — Los soldados están demasiado ocupados peleando contra el enemigo invasor, y el pueblo desesperado huyendo

GALLARDA ACTITUD DE ESPAÑA

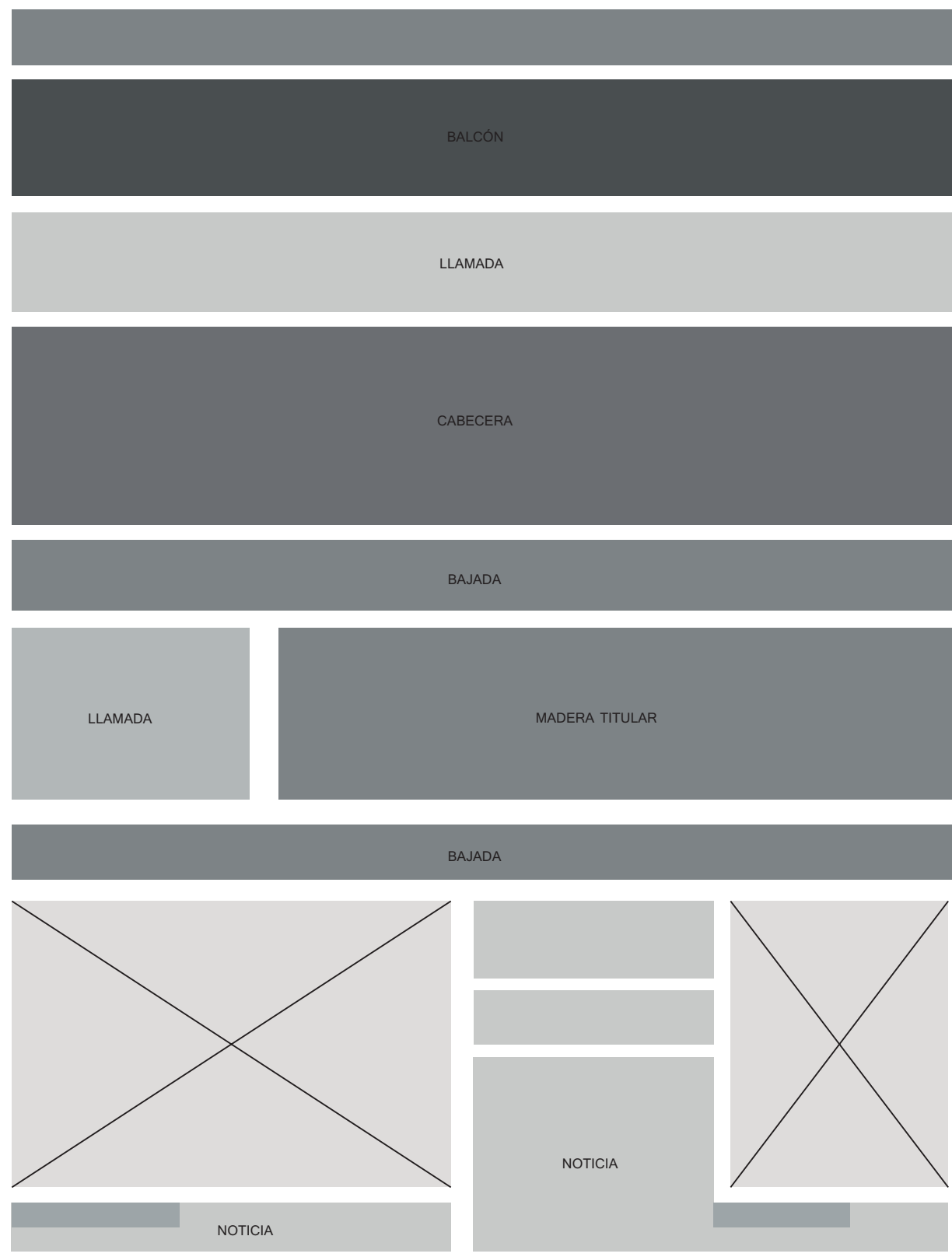
Ante el dolor que abate al noble pueblo de Francia

Madrid, 17. — España ha visto con gran admiración el gesto del mariscal Petain, el héroe de Verdún, que se cubrió de gloria en la guerra pasada y a quien como una herencia del destino para el hombre de las victorias, le ha tocado el arregio de la capitulación de Francia. Durante la guerra pasada, en los momentos más álgidos de la lucha con Alemania, numerosos militares le propusieron a Petain dar un golpe de estado y colocarlo a él como jefe. Petain dijo en aquella ocasión que él era un militar y no un político y que su puesto estaba en la fortaleza de Verdún o en cualquier otro lugar del campo de batalla y no en un



MUERTO EN EL FRENTE. — El Príncipe Guillermo, hijo mayor del ex-Príncipe heredero de Alemania, y nieto del Kaiser, murió a consecuencias de heridas recibidas en el campo de batalla de Gante.

Portada, La Prensa Gráfica (1940)



M
A
R
G
E
N

I
Z
Q
U
I
E
R
D
O

M
A
R
G
E
N

D
E
R
E
C
H
O

> DESCRIPCIÓN DE DATOS (1915 - 1940)

Cabecera

La fecha en la que La Prensa, hoy conocida como La Prensa Gráfica inicia todo un legado de historia es en 1915, durante el mismo; la cabecera abarcaba un espacio de 45 cm por 5.7 cm; la posición que ocupaba se situaba en la parte superior del formato.

Tomando en cuenta los datos anteriores, se puede afirmar que; desde 1920 hasta 1935 la cabecera no sufrió cambios significativos en cuestión de proporciones y tamaños, ya que las medidas oscilaban entre 41.5.0 cm por 6.1 cm. El logotipo inició siendo tipográfico y así continuó hasta 1935, en cuanto al tamaño de los mismos no variaron mucho, puesto que; median entre 18.1 y 14.4 cm por 3.0 cm. Y

1.95 cm. En 1930 se registra el logo más pequeño que figuraba entre dichos años de estudio, la reducción era bastante notable 14.1cm por 1.3 cm.

Para 1940, se realiza un refrescamiento de logotipo, fue en el mismo año que cambia el nombre a la Prensa Gráfica, por tanto; se agregan elementos ilustrativos al logo, en cuyo caso se integran un par de alas al fondo, en cuanto a tipografía sigue siendo la misma que en 1930 y 1935, agregando una más para acentuar la palabra Gráfica. En dicho año dio un giro inesperado de posición la cabecera que pasó a ocupar el centro superior dentro del formato.

Como uno de los datos incluidos en la cabecera, el slogan o frase distintiva figuraba dentro de los principales; desde 1915 hasta 1930 se colocó bajo el logo, en 1935 y 1940 se eliminó por completo del formato. Entre otros datos incluidos que contenían todas las portadas, podemos mencionar: fecha, número de edición; existían otros datos que observamos solo en algunos años como: datos de imprenta, número de páginas. Agregando en algunos casos datos extras no rutinarios: de ubicación, precio por suscripción, teléfonos de contacto, condiciones de publicación, propietarios del periódico, personal encargado.

Retícula

Dentro de la retícula del periódico encontramos que el tamaño del mismo es de suma importancia para la diagramación de la retícula. Es así como al medir todos los años encontramos 3 variaciones que fueron: de 1915 a 1925 media 48.0 cm por 68.7 cm; de 1930 a 1935 media 43.4 cm por 55.0 cm y, finalmente, en 1940 tenía medidas de 28.2 cm por 36.4 cm.

En cuanto a los márgenes, no hubo ninguna variación entre 1915 hasta 1935, ya que; los cuatro márgenes (superior, inferior, derecho e izquierdo) oscilaban entre 2.2 cm y 1.0 cm. Para el ejemplar de 1940 vemos un leve descenso en las medidas, se encontraron entre 1.5 cm y 1.0 cm. El medianil se

estandarizó en 0.2 cm hasta el año 1930, de esa fecha hasta 1940 ascendió 0.5 cm., llegando a medir 0.25 cm.

El número de columnas base varió en 3 cantidades. En 1915 fue de 5 columnas surgiendo un cambio bastante drástico si observamos el esquema. Desde 1920 hasta 1930 que incrementó a 7 reducidas columnas. Fue así como se aumentó una columna más en 1935 alcanzando un número de 8 para el formato. Volviendo en 1940 a utilizar solamente 5 columnas. En cuanto al número de titulares dentro de la diagramación se mantuvo en los primeros tres años en 3, donde predominaron los alineados justificados; para 1930 solo se observaba un titular alineado a la izquierda;

continuando con 1935 donde se destaca con 11 titulares todos ellos justificados. Finalizando con 2 para el último año.

Se han observado pocas imágenes en los 6 años de análisis. En los primeros dos años no figuraba ninguna; mientras que para 1925 encontramos dos, para 1930 y 1935 observamos solo 1 por año; todas las imágenes mencionadas anteriormente eran de tipo ilustrativo. Es así como, llegamos a 1940, donde pudimos apreciar 2 imágenes de tipo fotográficas, todas ellas variaban en sus tamaños. Las mínimas oscilaban entre 8.4 cm y 4.8 cm, las máximas entre 23.0 cm y 21.0 cm.

Tipografía

Los años donde se registró mayor cantidad de tipografías utilizadas fue 1925 con 10 y 1935 con 11. Para los demás años oscilaban entre 2 y 5 diferentes. Los puntajes de los titulares en todos los años, se encontraban entre 138 y 17 pts., siendo 1940 donde se registra el mayor puntaje. En los subtítulos, las medidas estaban entre 45 y 11 pts.;

mientras que con respecto a los contenidos no hubo variación significativa, median entre 12 y 9 pts. Las tipografías, de todos los años han sido clasificadas en las categorías de Serif y San Serif.

4.1.1 INTERPRETACIÓN



Imágen 16
Cabecera principal, La
Prensa Gráfica (1915)

Publicidad

Solo en 1935 no se encuentra publicidad alguna. En 1915 encontramos un anunciante que era La Prensa Gráfica con un aviso de tipo informativo textual. Para 1920 observamos variedad de temas publicitarios, con diversos anunciantes. Entre ellos podemos mencionar a Garage Americano, Commercial Bank Spanish Americana, quienes figuran con publicidad de estilo textual. En el mismo año, aparecen La Canastilla y Cacao, quienes se valen de anuncios tipo informativo alineados al centro.

En 1925 predominó el estilo comercial publicitario, los anunciantes eran: Dr. Juan G. Segovia, DLO=ART; quien mezcla en su anuncio texto e ilustración, mientras que el último anunciante La Gran Vía, aparece con un estilo meramente textual, al igual que el Dr. Segovia. En 1930 también predominaron los anuncios comerciales, dos de ellos eran de doctores y el tercero de Blancaro; todos ellos de estilo textual. Para 1935 no se observó publicidad alguna, finalizando con 1940 donde figuró Bayer, como el único anunciante con una publicidad de tipo comercial, en la misma se mezcló texto e ilustración.

Sistemas de Impresión

El uso de tintas para los seis años fue monótono, en ninguno de los casos se observa una aplicación de tintas especiales, más sí; de tinta directa en color negro. El sistema de impresión utilizado fue el sistema tipográfico en todos los años, de manera que también; el acabado del periódico siempre fue manual.



Imágen 17
Publicidad en portada
La Prensa Gráfica
(1920)

El periódico de La Prensa Gráfica vio en sus primeros años de publicaciones, influencias americanas muy marcadas de diseño editorial. Es por eso, que en todos los años de estudio observamos un orden muy calculado y cuidadoso. Al respecto de lo anterior, conviene decir que la cabecera en todos los años no sufre un cambio drástico de proporciones, tamaños, ni posición. A excepción de 1940 que ocupa una posición centro-superior que de cierta forma, es acá donde se marca la pauta para diferentes retículas. En cuanto a datos incluidos en la cabecera, es importante recalcar que ninguno interfiere con la lectura del logo, los textos son legibles y se puede observar jerarquía en la diagramación.

La retícula influenciada por el estilo americano resalta en el número de columnas. Sin embargo, no se considera un buen recurso utilizar tantas columnas, como es el caso de 1920 y 1935, porque el formato se sobesatura de información. Aquí distinguimos las 7 y 8 divisiones respectivamente, llenas de contenido textual. En 1915, 1925, 1930 encontramos entre 5 y 7 columnas. Para el primer año, es menos saturada la portada; mientras que en los otros dos años el espacio que utilizan las imágenes, por su tamaño y distribución, logran dar un poco más de espacio para descanso visual.

Otro de los problemas que se considera como un impedimento para que la lectura sea agradable, es el medianil tan reducido que se manejaba entre párrafos. Aunque en algunos años, el medianil se incrementó 0.05 llegando a 0.25, no aporta significativamente a la comodidad mientras se lee.

En cuanto a los márgenes completos del periódico, eran tamaños estándares que cumplían perfectamente con su función. A pesar de

la dificultad con el medianil y lo cercano que gracias a ellos se veía todo; los títulos y subtítulos eran legibles; con un poco de problema con el contenido de las noticias, ya que en algunos años el tamaño tipográfico era reducido.

Considerablemente destaca 1935 con 11 titulares, en su portada fue bastante difícil identificar cual de todos era la madera principal, lo anterior se debe a que casi todas mantenían puntajes altos similares, de manera que ninguno destacaba. Un problema similar se afrontó en 1920, eran varios titulares pero la madera principal se encontraba centrada con la cabecera, siendo ello una de las características que facilitó la identificación. Siempre en el mismo año, refiriéndonos a la tipografía, el hecho que tanto títulos y subtítulos eran en mayúsculas no facilitaba la distinción uno de otro; aunque el subtítulo siempre era de menor puntaje que el título. En dicho ejemplar, sí había una intención de orden, puesto que; todo lo anterior se mantiene en mayúsculas, pero en fines de jerarquización no tiene el impacto deseado.

La cantidad exagerada de tipografías, contribuía en algunas portadas a la difícil identificación de maderas principales. Aunque siempre se mantuvo un orden de categorías, porque todas eran Serif y San Serif, utilizando en algunos casos familias de las mismas.

Para 1940 observando el esquema, vemos un cambio significativo de retícula, si bien se utilizan 5 columnas como en 1915, ya no identificamos el cargado estilo de manejar los cuerpos de texto solo en vertical. Se opta por distribuir en pequeñas secciones verticales las noticias y también de la misma forma en horizontal, vemos una variación en el sentido de lectura; se vuelve menos saturado y en este caso si es más notorio el incremento del medianil.

La publicidad aparece en todas las portadas menos en la de 1935, en 1915 y 1920 la publicidad no es llamativa, ni destaca en el formato. Para 1925, en el caso de DLO=ART, la publicidad destaca mucho más, al respecto conviene decir que; la ilustración separa la noticia superior de la misma, más el marco decorativo y sin duda el medianil que existe entre el recuadro y el texto de la derecha. Los otros anuncios por ser tipográficos, no pasan desapercibidos, ya que; el de la cabecera se encuentra ubicado en un espacio totalmente nuevo y el de La Gran Vía destaca por su enorme título y el bold en su tipografía San Serif.

1930 y 1940 siguen el patrón de incluir sus anunciantes en la cabecera, el otro anunciante de 1930 se encuentra en la parte inferior de la página, introducido de manera inusual entre los textos del contenido, ya que a simple vista se ve como parte de la noticia. Cabe mencionar que la publicidad de todos los años se caracterizó por destacar los anuncios, con elementos decorativos como recuadros lineales; de cierta forma permitía, en algunos casos, diferenciar la noticia de la publicidad.

No toda la publicidad estaba acompañada de imágenes ilustrativas, en otros casos, las imágenes del mismo estilo, eran parte de la noticia. Se podía notar diferentes estilos ilustrativos en las imágenes, lo mismo era válido, ya que dependía de la temática. Para 1940 se observan las primeras fotografías, con un tamaño bastante acertado con respecto a la diagramación.

En cuanto al sistema de impresión, durante los 6 años no existió cambio notable; aunque de 1915 a 1925 la impresión se llevó a cabo directamente por la máquina Babcock. Desde 1930 hasta 1940 la impresión se realizó en la máquina Duplex.



Imagen 18
Familia Dutriz y personal del periódico La Prensa Gráfica (1940)





CABECERA

MADERA (TITULAR)

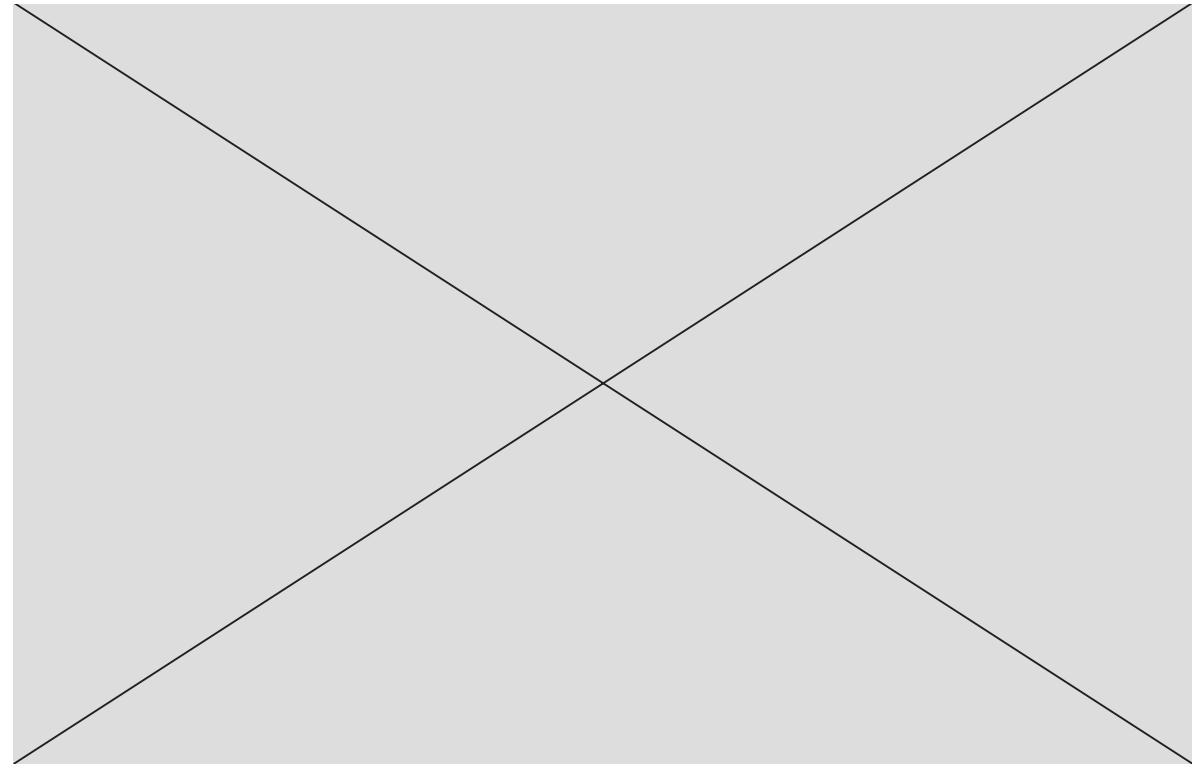
BAJADA

LLAMADA

NOTICIA SECUNDARIA (SEGUNDA MADERA)

BAJADA

NOTICIA



PIE DE IMAGEN

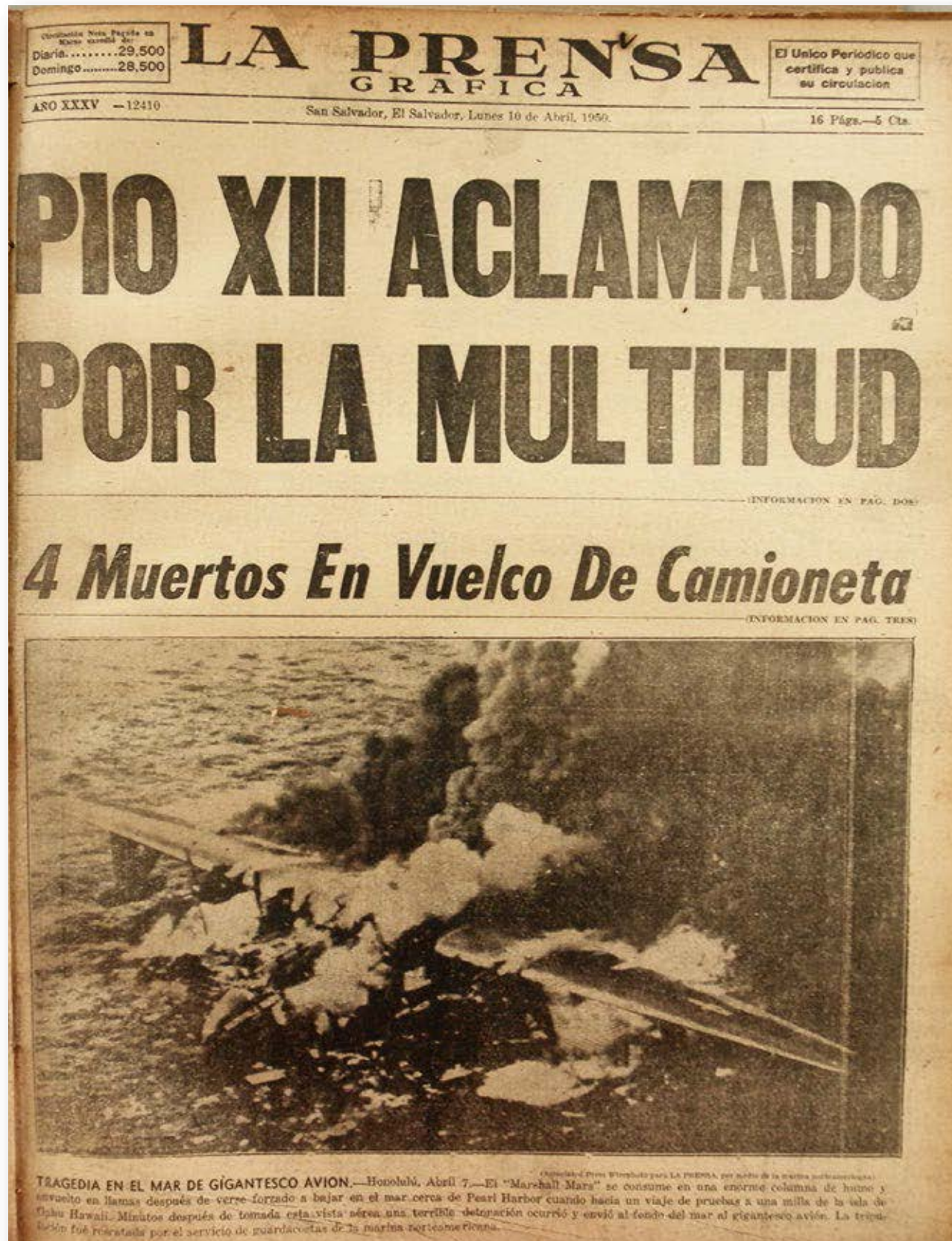
M
A
R
G
E
N

I
Z
Q
U
I
E
R
D
O

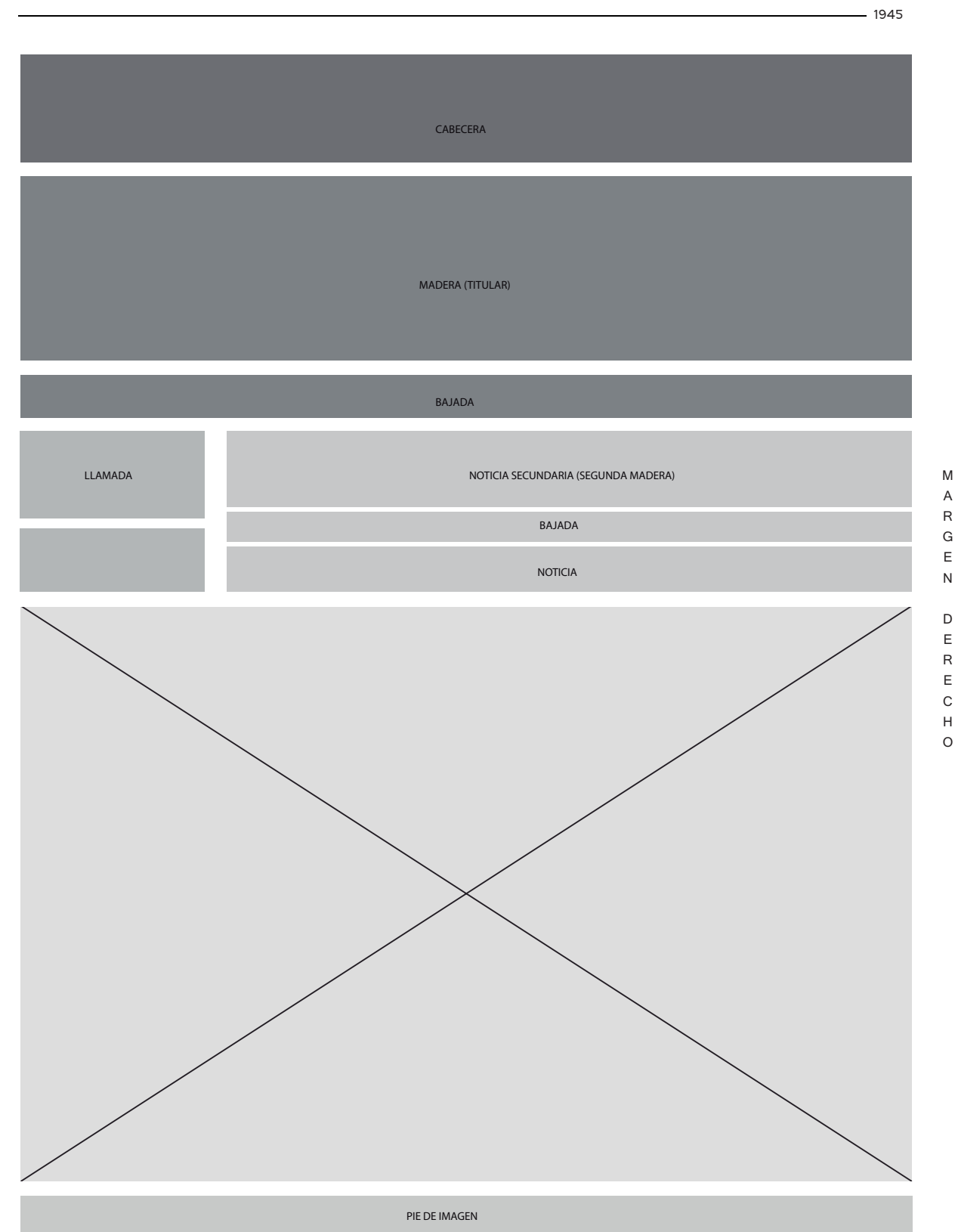
M
A
R
G
E
N

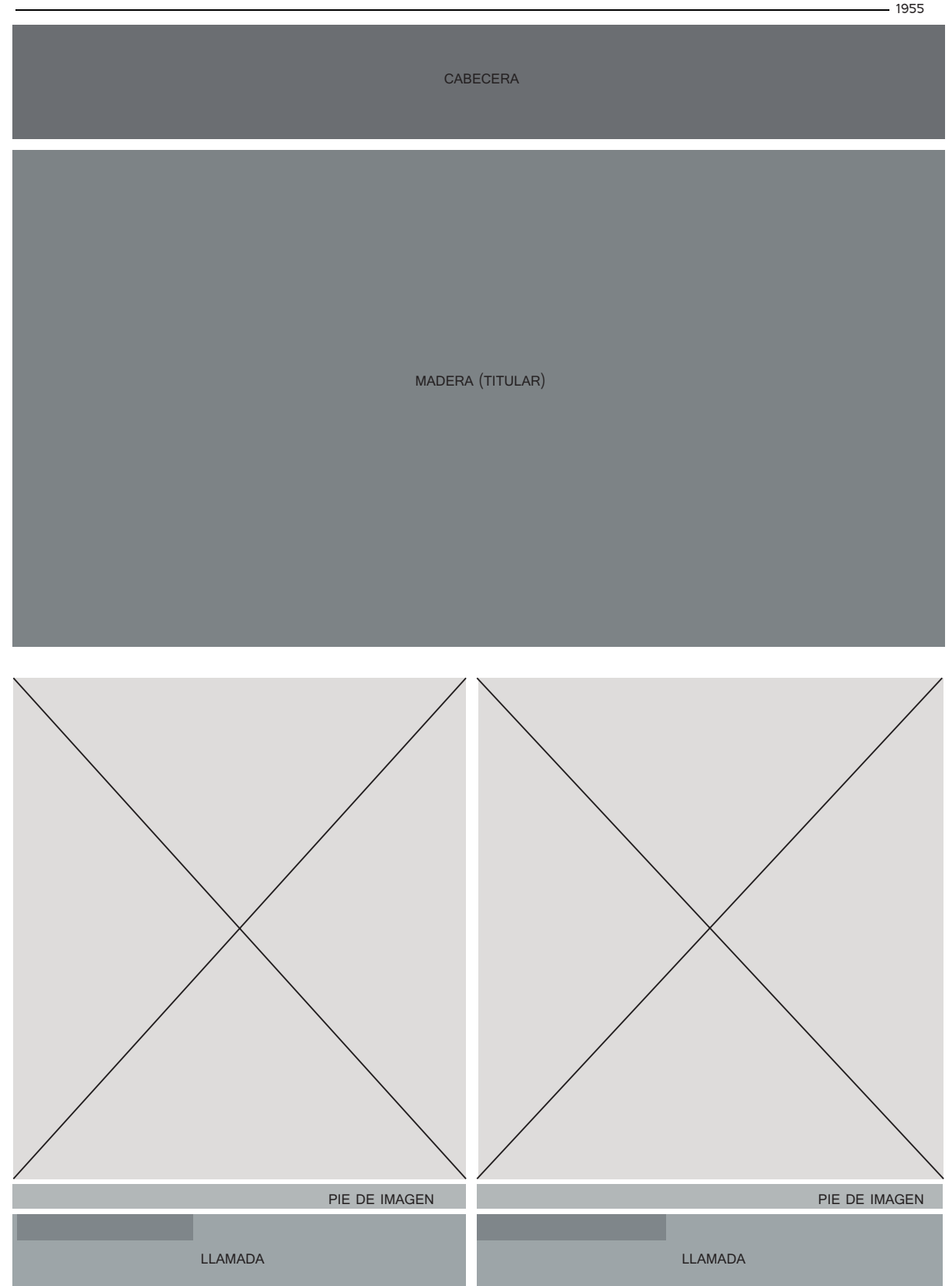
D
E
R
E
C
H
O

Portada, La Prensa Gráfica (1945)



Portada, La Prensa Gráfica (1950)





Portada, La Prensa Gráfica (1955)



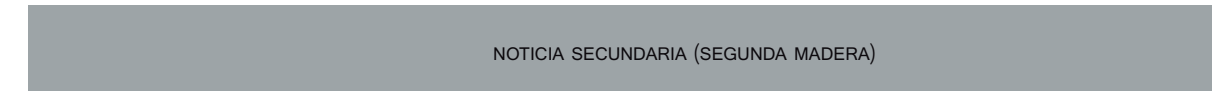
Portada, La Prensa Gráfica (1960)



CABECERA



MADERA (TITULAR)



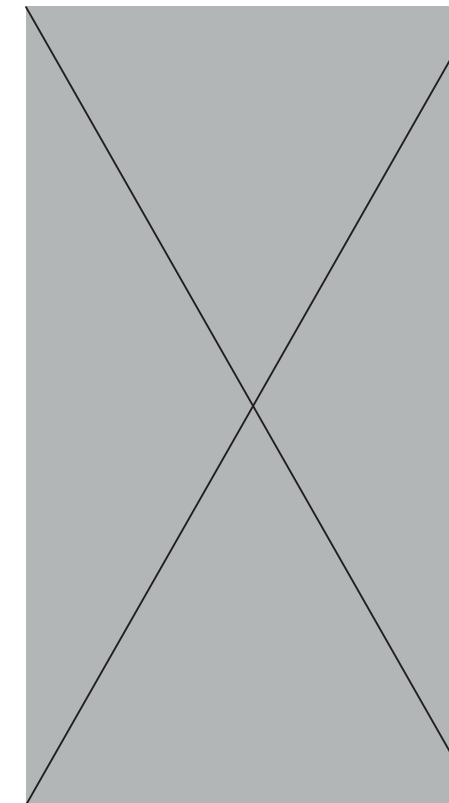
NOTICIA SECUNDARIA (SEGUNDA MADERA)

M
A
R
G
E
N

I
Z
Q
U
I
E
R
D
O

M
A
R
G
E
N

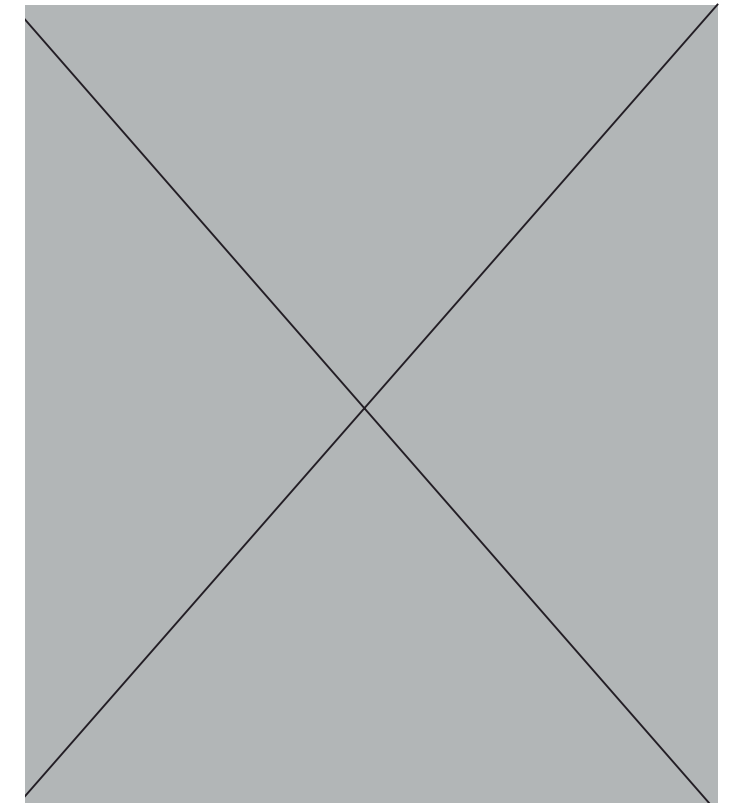
D
E
R
E
C
H
O



PIE DE IMAGEN



LLAMADA



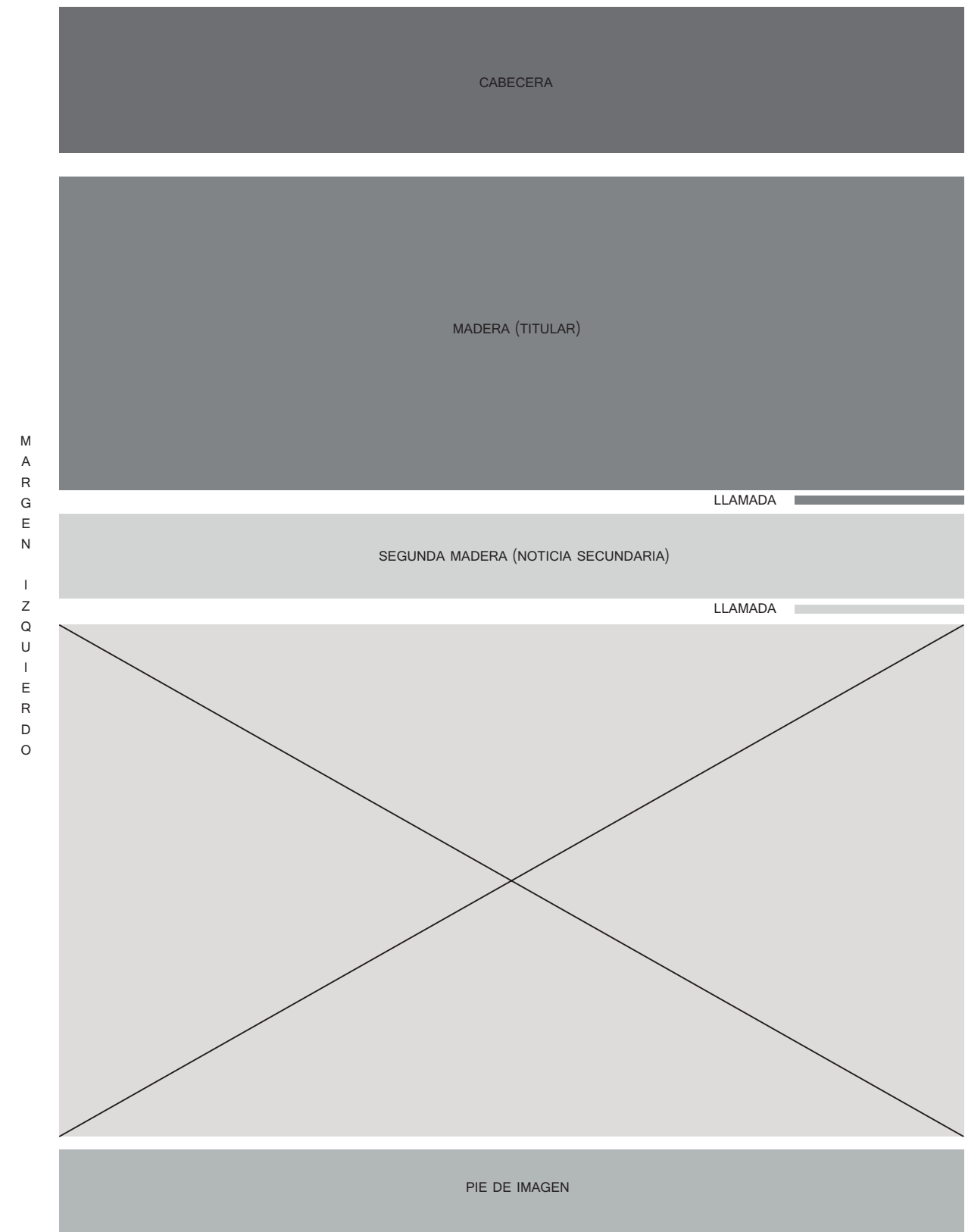
PIE DE IMAGEN



LLAMADA



Portada, La Prensa Gráfica (1965)



LLAMADA

SEGUNDA MADERA (NOTICIA SECUNDARIA)

LLAMADA

PIE DE IMAGEN

M
A
R
G
E
N

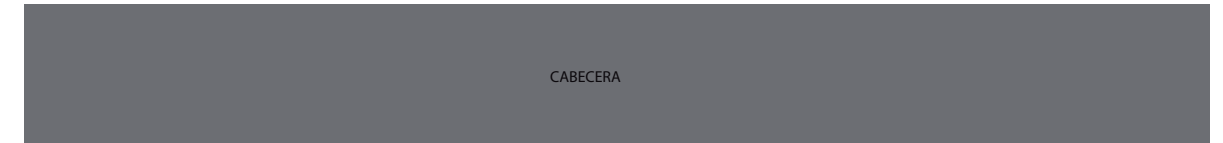
I
Z
Q
U
I
E
R
D
O

M
A
R
G
E
N

D
E
R
E
C
H
O



Portada, La Prensa Gráfica (1970)



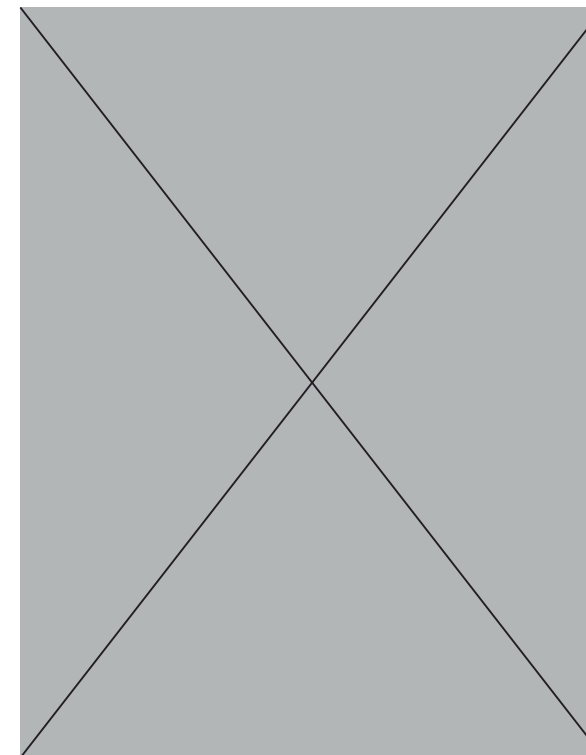
CABECERA



MADERA (TITULAR)



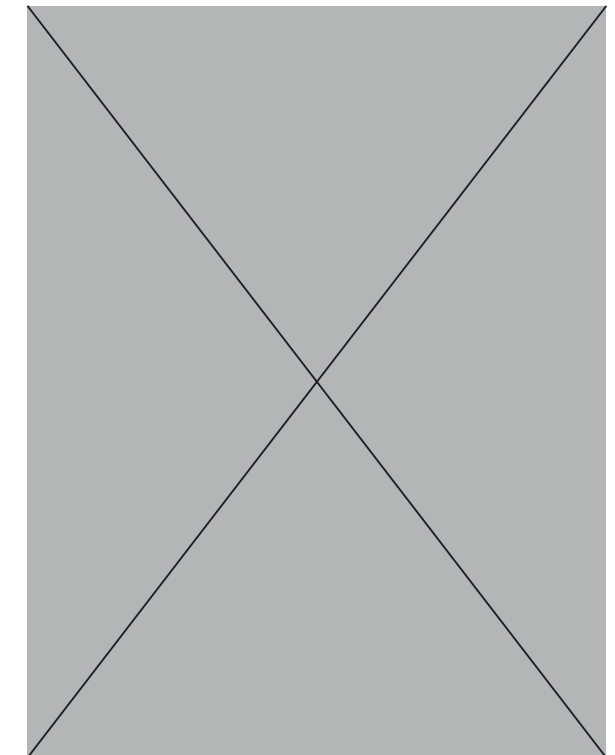
NOTICIA SECUNDARIA (SEGUNDA MADERA)



CRÉDITOS DE IMAGEN



PIE DE IMAGEN



CRÉDITOS DE IMAGEN



PIE DE IMAGEN

M
A
R
G
E
N

I
Z
Q
U
I
E
R
D
O

M
A
R
G
E
N

D
E
R
E
C
H
O

> DESCRIPCIÓN DE DATOS (1945 - 1970)

Cabecera

Comenzando por la parte superior, se encuentra la cabecera que poseía un tamaño de 25.1 x 3.4 cm era una variación significativa, ya que era más pequeña que la manejada en publicaciones anteriores. Para los siguientes 5 años, se mantuvo una escala similar que variaba entre los 26 cm de largo por 3 cm de alto. Además, las proporciones de cabecera no era el único cambio que aparecía. El logotipo tuvo un refrescamiento en 1945 en el que se eliminó un recurso ilustrativo que lo había estado acompañando. Dando lugar a una nueva presentación de logo que le proporcionaba un tamaño final de 15.2 x 2.5 cm Sin embargo, no fue la única transformación que tuvo en los 6 años específicos de estudio que se desarrolla en este apartado.

A partir de 1950 se dio la siguiente alteración a la forma cómo se representaba el nombre del periódico. Siguió manejando un tamaño similar en el transcurso de 1945-1970; alcanzando un tamaño máximo de 16 cm de largo. No obstante, las variaciones que presentaban en los diferentes años no marcaban una pauta significativa. Sino que buscaban mantener dentro del espacio que se predeterminaba en esa época.

Entre otros datos dentro de la cabecera se pueden mencionar: el número de páginas, el precio del periódico, fecha, lugar, dueños, número de edición y slogan. La mayoría se acomodaban por debajo del nombre del periódico y se encontraban separados del resto de información por líneas con un grosor definido. En 1950, aparte de la información

anterior, se incluyeron datos de circulación y un distintivo de una empresa (logo). Para el año de 1955, se agregó una certificación especial que presentaba el periódico; así como en 1960, empezaron a aparecer reconocimientos otorgados por su desempeño como medio de comunicación sobresaliente. Otra variación más surgió en 1965 en donde apareció una frase conmemorativa y se seguía apreciando la aparición de otros logos empresariales.

Cabe mencionar, que en 1945, como parte del cambio del logo, también vino un cambio de lema que lo acompañaba. No en todas las portadas se contaba con dicho lema y tampoco era definitivo en cuanto a contenido. El slogan manejado en este año fue: "Ilustra los hechos, refleja la opinión". Representando la ideología del periódico para esas épocas.

Retícula

Dentro de la retícula de la portada contamos con elementos propios de diseño editorial como lo son los márgenes. Se elaboró una medición completa de ellos que iban desde un tamaño mínimo de 0.5 cm. que se manejó en 1965, hasta un tamaño máximo de 2.2 cm en 1950. Lo que mostraba una discrepancia de medidas significativa. También se cuenta con un número de columnas base para la diagramación de todos los textos. Solamente en 1945 se contó con 5 columnas para construir el contenido de la portada. Después, la información estaba colocada en una sola columna.

Luego, podemos hablar de la cantidad de títulos que se observaban. En el contenido de 1945, se observan dos títulos. El principal se encuentra en la parte superior justo debajo de la cabecera con una alineación justificada. Ambos cuentan con sus respectivos subtítulos; además, de tener una llamada a noticia interna. A partir de 1950, con el cambio de diagramación, se contaba con un

título principal y un subtítulo. Todo lo anterior, se encuentra separado por un medianil entre los 0.5 cm hasta 0.8 cm; mientras que en las portadas de 1950 no fue un recurso indispensable.

En cuanto a las imágenes que se utilizaban, se aprecia un collage con un tamaño de 24.3 x 16.9 cm de diferentes fotos que ocupan una gran parte de la retícula de 1945. Mientras que en 1955 se implementó el uso de wirephoto sin dejar atrás el uso de fotografías 12.6 x 14.7 cm Otra forma en cómo se utilizaron las imágenes se puede ver en 1965 con la radiofoto en un tamaño de 25.4 x 16.5 cm., convirtiéndose en el tamaño máximo encontrado durante este período. Todas las imágenes se muestran en blanco y negro por medio de la técnica de la fotomecánica. Lo último a mencionar en cuanto a retícula es el tamaño original del periódico que para esos años era de 27.6 x 36 cm aproximadamente.



Imagen 19
Tipografía utilizada en portadas.

Tipografía

Examinando minuciosamente la portada de 1945, sobresalen 5 familias tipográficas: Sans Serif, Serif y Garage. En los que se mezclaban diferentes estilos como el Bold e Itálica. Siendo lo anterior, básicamente lo único que se mantuvo igual para todos los años. Sus tamaños variaban dependiendo de su contenido. Es así como se tenían fuentes que podían variar entre un puntaje de 100 hasta un tamaño mínimo de 8 puntos. Lo que la convierte en la única portada de este grupo de años, en exceder el número de tipografías. Con respecto al primer punto, desde 1950 se usaban menos de 4 tipos de fuentes (letras) diferentes dentro de la portada y se acompañaban con estilos distintos dependiendo de qué estaban hablando. El puntaje manejado para los títulos llegaba a medir hasta 170 pt. como máximo; llegando a un mínimo de 8 pt. para la información que se exponía.



Imagen 20
Cabecera principal y diseño tipográfico en portada La Prensa Gráfica (1940)

Sistemas de Impresión

El uso de tintas en las impresiones de ese año eran monotonos. A pesar que no se hacía uso de ninguna tinta especial, se utilizaban tinta directa de color negro. El sistema de impresión de la época era tipográfica, elaborada en la máquina llamada Duplex. En la cual todos sus acabados eran realizados manualmente para cada ejemplar por los trabajadores del momento. Situación que persistió durante este grupo de años (6 años).

De acuerdo a los datos descriptivos vistos anteriormente, se deduce que el cambio de la portada de 1945 se considera radical en relación a la de 1940. En su esquema se aprecia a simple vista la re-estructuración que tuvo La Prensa Gráfica en cuanto a la forma en que presentaba su contenido a los lectores. Su modificación más obvia fue el logotipo que había cambiado varias veces anteriormente. Su representación era una versión más limpia y legible. Lo mismo podemos decir de los datos que acompañaban al logo en la cabecera; puesto que se encontraban ordenados de manera que interferían lo menos posible con el nombre del periódico. Sin embargo, desde 1950 comenzaron a relucir cerca del nombre del periódico, distintivos empresariales u otro tipo de logotipos.

En el mismo año, se hizo otro cambio significativo en el logo. El tiempo que pasó vigente el anterior fue bastante corto; así que puede decirse, que no cumplía del todo la imagen que deseaba concretar el periódico para representarse. La nueva versión que presentó, permitió tener un estilo más limpio y legible. Tomando la decisión de construirlo únicamente con tipografía Serif, con un grosor que realizaba el nombre.

En cuanto al uso de tipografías, comenzando por 1945 se manejaba un tamaño bastante grande para las noticias que eran importantes. En esta etapa, se hace una selección de temas más relevantes y se busca ilustrar los hechos y no dejar solamente a base de texto todo el contenido. Se comenzó a elaborar así la portada después de que en 1939 La Prensa se uniera con El Gráfico para formar uno solo. Por dicha razón, se comenzó a darle mayor peso a la imagen como se puede observar en esta portada, ya que abarca una gran parte del formato. Es aquí donde se ve aplicado un recurso que no aparece antes: el uso de un collage de fotografías en blanco y negro, en lugar de ser una sola foto. En 1945 fue el año que presentó un cambio significativo que marcó una pauta para una nueva estructuración de portada. Desde 1950 hasta 1970, las portadas presentaban una relación gráfica estrecha entre ellas.

Lo anterior se debe a que se comenzó a manejar un solo titular de gran tamaño, donde lo único que variaba era el tipo de alineado que

se le proporcionaba a esa caja de texto. En 1955, se muestra una diferencia en la cara del periódico. Ya que aparece un titular de puntaje bastante alto que ocupa 3 líneas de texto. Característica que difiere mucho en relación a lo que tenía acostumbrado usar La Prensa Gráfica. Así mismo, era la única que dejaba de mostrar un subtítulo o llamada para el lector.

En el año de 1970, resalta una peculiaridad del periódico. Puesto que hace uso de letras minúsculas para generar el título. Era un cambio que se hacía más notable dado que el tamaño del puntaje era menor y el alineado se hacía más obvio.

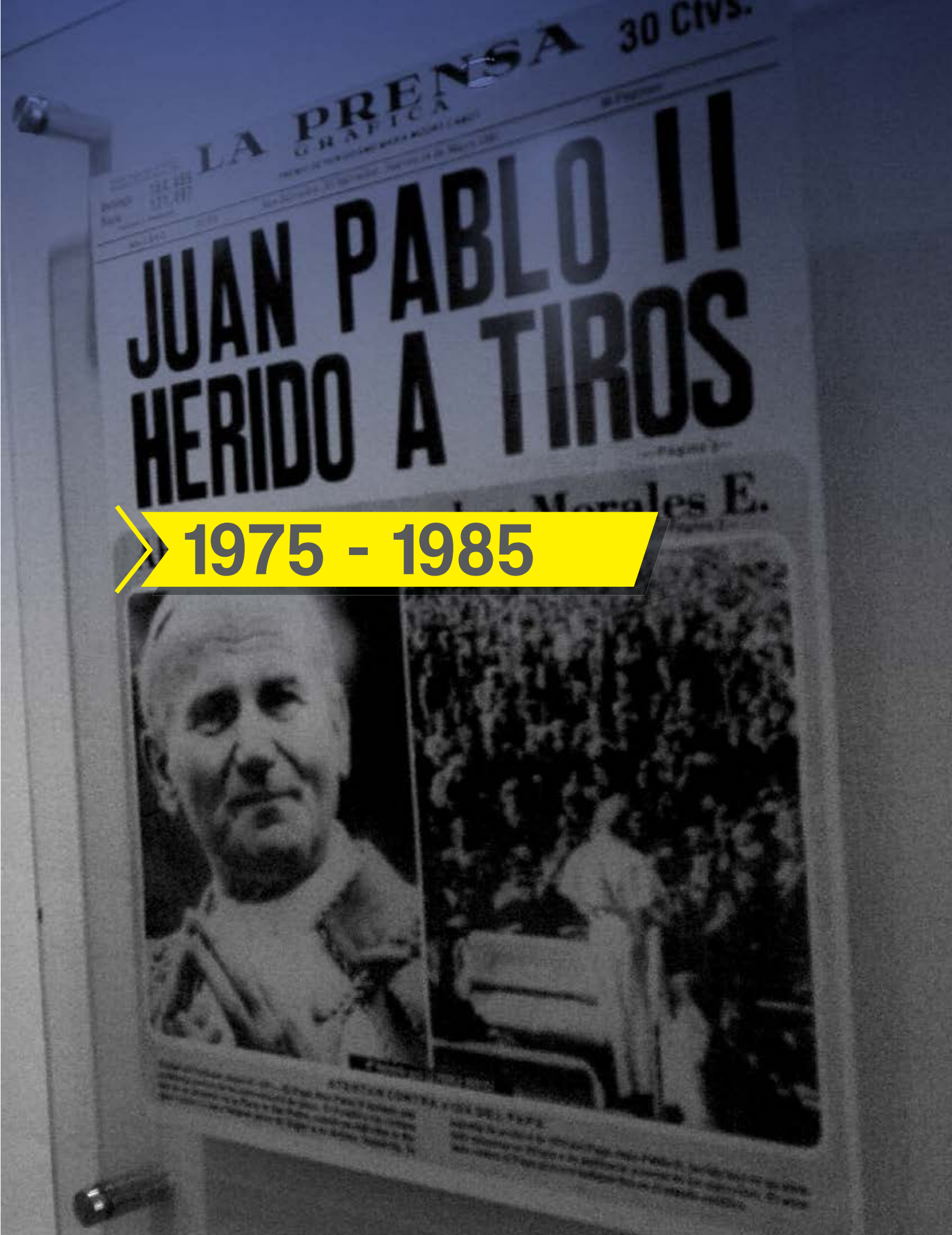
Otro aspecto a recalcar, se hace una diferencia notable entre las tipografías que se utilizaban. Ya se buscaba separar una noticia de la otra de manera más visual y rápida. Se encuentra por primera vez la aparición de una tipografía al estilo Garage (como se conoce actualmente); la cual utilizan para enmarcar un título y diferenciarlo del principal. La interpretación que se le da, es que se buscaba tener una jerarquización que no se veía en años anteriores por la enorme cantidad de texto que contenía la portada. Después de 1945, empezó a ser más estable las tipografías que se seleccionaban y sobre todo la cantidad.

Comenzaron a establecer un patrón a seguir que les permitiera hacer un trabajo más efectivo y ordenado. Posiblemente era de los más exitosos, puesto que la diagramación perduró por más tiempo. Sin embargo, entre unas y otras parecían estar mezclando diferentes estilos como el bold, la itálica, etc. buscando llegar a una que cumpliera con lo que querían comunicar.

En la época, se retomó mucho el recurso del grosor de línea para diferenciar los textos unos de otros, enmarcar los espacios entre columnas, ornamentar, etc. buscando hacer hincapié en la separación del contenido. A parte, es importante mencionar que por ser un medio impreso en máquina tipográfica cuyo acabado era manual, se observaban discrepancias en la ubicación de algunos textos. Algunas oraciones se encontraban movidas ligeramente hacia arriba lo que modificaba el alineamiento de los párrafos.



Imagen 21
Portada especial, edición del fin de la segunda guerra mundial, La Prensa Gráfica (1945)



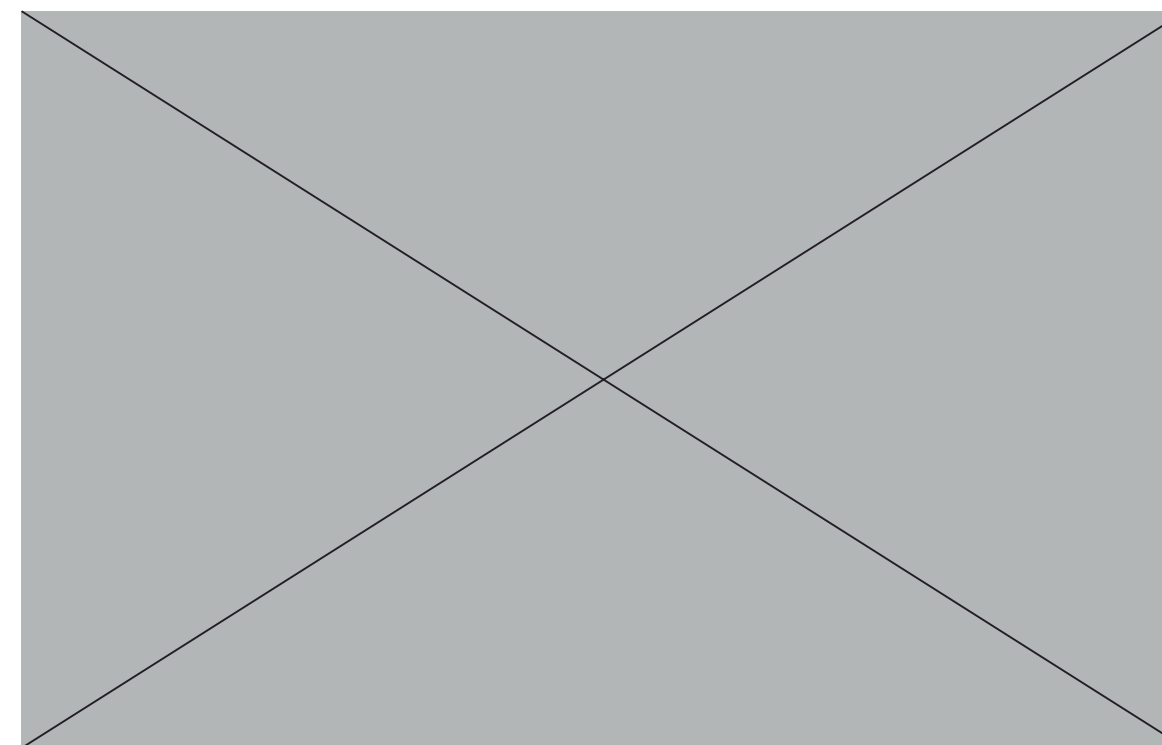


Portada, La Prensa Gráfica (1975)

CABECERA

MADERA (TITULAR)

NOTICIA SECUNDARIA (SEGUNDA MADERA)



PIE DE IMAGEN

LLAMADA

M
A
R
G
E
N

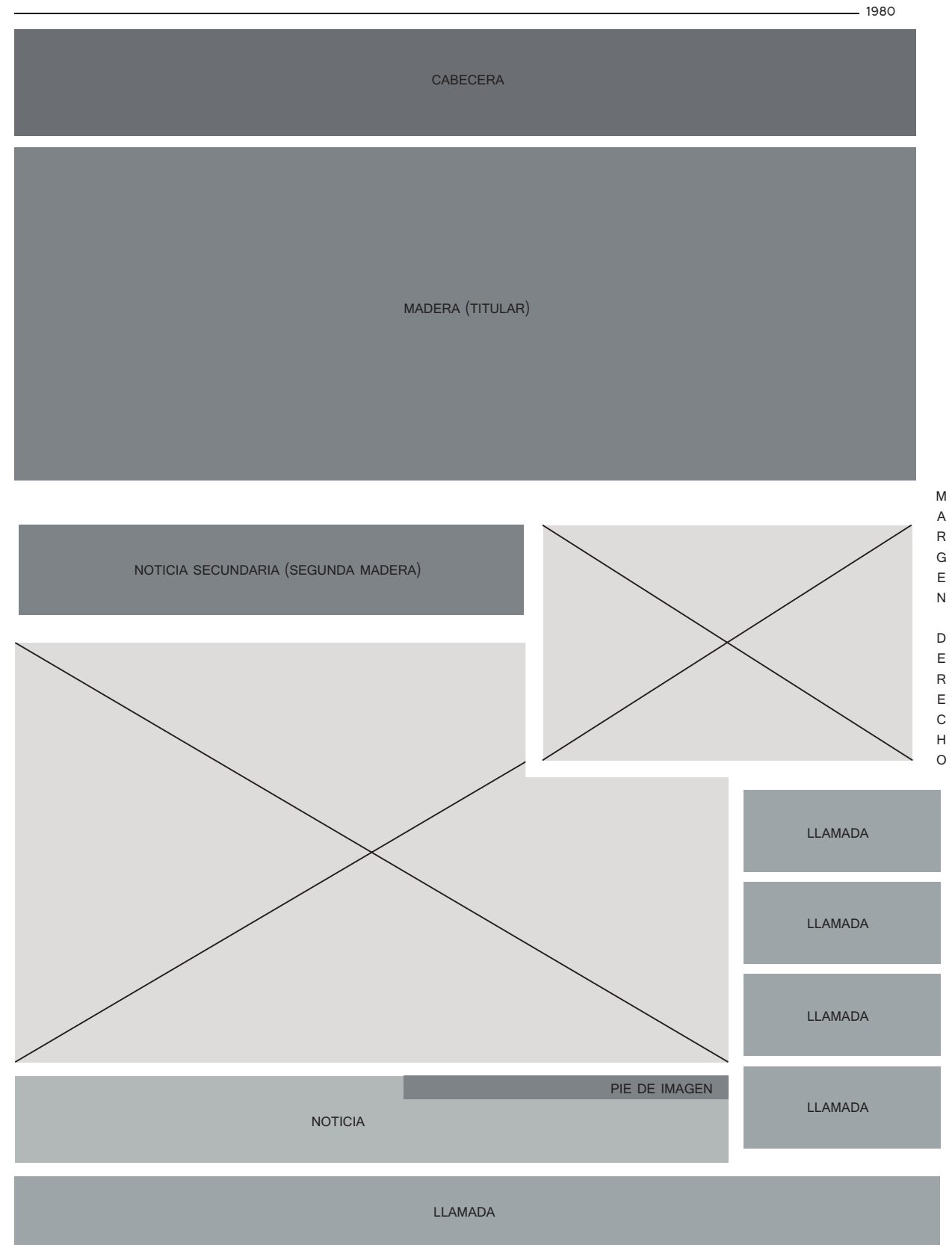
I
Z
Q
U
I
E
R
D
O

M
A
R
G
E
N

D
E
R
E
C
H
O



Portada, La Prensa Gráfica (1980)





Circulación
Auditada y Certificada
por el ABC

LA PRENSA 50 Cts.

PREMIO DE PERIODISMO MARIA MOORS CABOT

Año LXXI — N° 25.324

San Salvador, El Salvador, Jueves 6 de Junio, 1985

64 páginas

COSTA RICA PIDE ARMAMENTO A EU

(Información en página 5)

Finaliza conflicto en el ISSS

(Información en página 32)

Penetración del FMLN en paros
(Información en página 2)

Transportistas desean tratar con Ing. Duarte
(Información en página 27)

Situación del Café conoce la Asamblea
(Información en página 2)



SEMINARIO SOBRE MEDIO AMBIENTE

De izquierda a derecha, Ing. José Ricardo Perdomo, Pdte. de ANDA; Dr. José A. Morales Ehrlich, alcalde capitalino; Dres. Benjamín Valdez h., ministro de Salud y Agustín Lago Arroyo, de OPS e Ing. Joaquín Guevara Morán, Pdte. del BFA, durante la inauguración del Primer Seminario Nacional del Medio Ambiente. Inserta. Los doctores Rommel Gilberto Villacorta viceministro y José Max Molina, colocan la primera piedra del Centro de Rehabilitación de San Miguel, de Teletón 20-30.



Lista de Lotería Nacional en página 34

1985



CABECERA



MADERA (TITULAR)

LLAMADA



BAJADA

LLAMADA



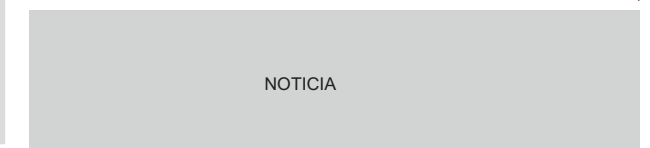
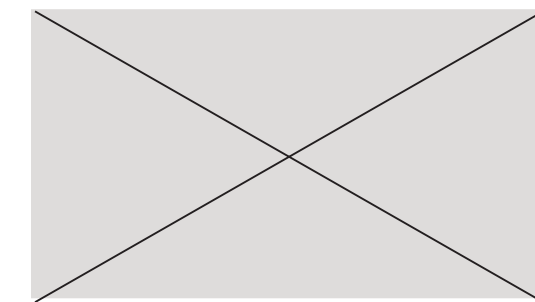
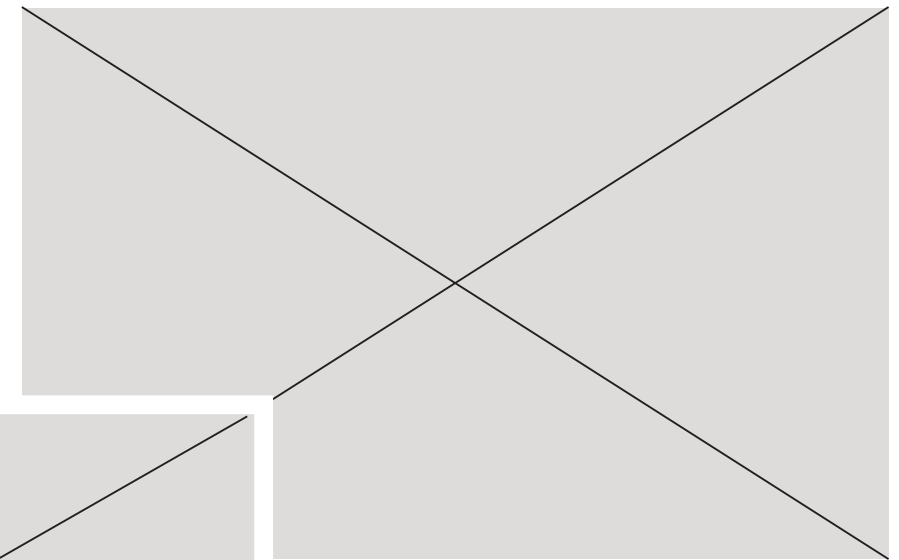
LLAMADA



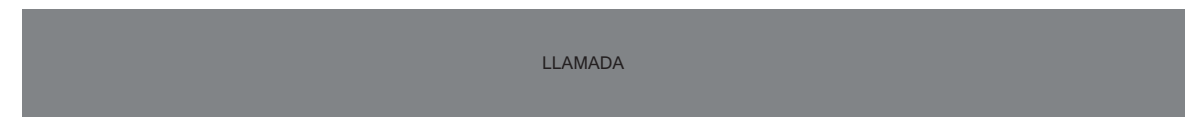
LLAMADA



LLAMADA



NOTICIA



LLAMADA

M
A
R
G
E
N

I
Z
Q
U
I
E
R
D
O

M
A
R
G
E
N

D
E
R
E
C
H
O

> DESCRIPCIÓN DE DATOS (1975 - 1985)

Cabecera

Durante la década de los 70, la cabecera del periódico no mostró mayor cambio al diseño que se venía manejando en aquel entonces. El logo de La Prensa Gráfica, de un carácter altamente tipográfico, ocupaba la parte fundamental del encabezado.

Por otra parte el precio del ejemplar se colocaba siempre al lado derecho del logotipo, lo que se mantuvo como un dato importante para su comercialización en el mercado. No obstante se hizo una excepción en los ejemplares del año 1980, en donde la empresa festejaba sus 65 años de fundación. Por ello dicha conmemoración tomó el lugar del precio en la diagramación de la portada, dándole un cierto realce con un color amarillo en su tipografía, siendo la tinta amarilla el primer color, aparte del negro, en formar parte

de la cabecera.

Al lado izquierdo se colocaban siempre los datos de circulación del periódico, los cuales eran avalados por la ABC y nos mostraban datos de ejemplares vendidos de este.

Para los demás datos concernientes a la cabecera, tales como la fecha, año, edición y número de páginas; se mantuvo la diagramación a una sola línea de texto. En marcando estas dentro de dos líneas horizontales, que a la vez nos daban la separación visual entre la cabecera y el cuerpo de la portada utilizado para noticias.

El tamaño general de la cabecera se mantuvo en un promedio de 25 cm de ancho por 3cm de alto, espacio en el que se ubicaban todos los elementos, anteriormente mencionados.

Retícula

En lo que concierne al espacio del cuerpo de la portada, cabe destacar que para el año de 1970, el titular principal del periódico, volvió a redactarse en letras capitales. A diferencia de 1965, que manejaba mayúsculas y minúsculas en la noticia principal, y se mantuvo así hasta los años 80. Sin esa modificación la madera del periódico hubiera sido exactamente la misma, porque, como podemos apreciar en las imágenes, el texto de llamada de la noticia se mantuvo en la misma posición y con la misma jerarquía.

Justo debajo del titular, yace la segunda noticia relevante de la edición, o la segunda madera. Dicho texto tuvo la peculiaridad, de enmarcarse dentro de un cuadro gris, en el cual compartía espacio con las fotografías que se encontraban en las portadas.

Con márgenes que oscilan entre 1 cm. y

1.4cm, se rige el cuerpo de las portadas en un tamaño total del formato que promediaba 28.5cm por 37.0cm. Contando una retícula de tres columnas base cuyo medianil era de 1.2cm., en donde como ya lo decíamos anteriormente, el titular principal ocupa un rol protagónico en el diseño de portada. Con una alineación centrada y colocado en la parte superior del cuerpo de la portada, sobresale y llama la atención debido a su gran tamaño y concisa redacción.

El cambio más relevante del año 1980 con relación al anterior en estudio (1975), es el uso del color en las imágenes presentes. Podemos apreciar la utilización de una o dos imágenes que remarcaban una noticia de suma importancia, las cuales eran siempre acompañadas por el pie de imagen. Que se

Imagen 22
Portada, La Prensa Gráfica
(1980)



encargaba de brindar la información necesaria para la comprensión de la fotografía.

A partir de dicho año, el área espacial que incluía la fotografía era enmarcada en un cuadro gris que las contenía a todas, incluyendo distintos llamados de otras noticias y el ya mencionado pie de página. Apreciamos pues, las imágenes de la portada con una medida máxima de 20.3cm por 13.1cm, las cuales se sobrepone y generan espacios vacíos donde yace el pie de foto, contenido de la noticia y el sumario de noticias, que no son más que un conjunto de llamadas dispuestas en sentido vertical, donde nos expresan visualmente las diferentes jerarquías de la noticia de acuerdo a su importancia en el ámbito. Fue en este año, cuando se utilizó por primera vez el fullcolor en la portada del periódico.

> 4.3.1 INTERPRETACIÓN



Imagen 23
Portada especial Lunes deportivo, La Prensa Gráfica (1970)

Tipografía

Al tener un titular principal de todo el periódico este sobresale, con un puntaje de 170pts. Las fuentes tipográficas utilizadas en los ejemplares fueron de tipo Sans serif en su mayoría. Se utilizaron diferentes estilos tipográficos, tales como "Bold" para titulares y subtítulos. Luego el segundo titular, situado justamente debajo del anterior, con un tamaño de 50pts. Nos expresa una noticia secundaria y nos hace un llamado a revisar las páginas internas. Por su parte las llamadas agrupadas en el sumario se presentan en un tamaño de 24pts. Mientras que el cuadro de texto mayoritario o pié de foto ha sido redactado en una fuente tipo serif con 10pts.

Se deduce entonces, que su intención era el llamado de atención del ojo, por encima de las demás partes de la portada.

Sistemas de Impresión

Como ya lo mencionamos anteriormente, para 1980 la portada de La Prensa Gráfica tuvo un gran avance con respecto a su similar anterior. Cabe destacar que hubo un cambio de maquinaria en dichas instalaciones para la mejor producción del periódico. Luego de muchos años con máquinas de linotipo, se abren las puertas a una máquina rotativa. Tecnología con la que se trabaja hasta la fecha de este documento y que permitía mejor calidad en las imágenes y mayor producción de ejemplares por hora.

Por ello se dejó de lado la impresión en monotono y se dio paso a las imágenes en fullcolor. No obstante, la maquinaria rotativa sigue siendo un sistema de impresión tipo offset, que ocupa tintas directas para su tiraje. Para generar una impresión fullcolor se utilizan tintas Cyan, Magenta, Amarillo y Negro (sistema CMYK) sobreimprimiendo dichas tintas se logra la impresión de la fotografía con sus colores originales. Con la máquina rotativa se logró también un acabado del periódico de forma automática. Quiere decir que permitía plegar las páginas de tal manera que el ejemplar se obtenía ya completo y finalizado para su distribución.

Recapitulando brevemente sobre la descripción anterior, podemos deducir que en cuanto a la cabecera del periódico, se ha mantenido la misma base reticular, los datos vistos en otros años anteriores y el logotipo. La única peculiaridad es la incorporación del distintivo correspondiente a la celebración de los 65 años de fundación, para 1980.

Dentro del cuerpo propio del formato, podemos observar como se le otorga un protagonismo a un titular en específico, el cual se escribe en un tamaño significativamente grande en comparación a los demás. Casi la misma jerarquía apreciamos en la fotografía, que con la tecnología fullcolor sobresale de entre los elementos. Es conveniente recordar que el carácter principal de La Prensa Gráfica es precisamente ser gráfica en sus noticias, tomando como base las imágenes con las que se acompañan los artículos.

Varios elementos de diagramación de la portada se mantuvieron vigentes al menos por los 15 años de este período, con una serie de modificaciones leves que llevaron a la portada de dicho año a diferenciarse con su diseño antecesor.

Como otro aspecto a recalcar, se puede apreciar una cierta limpieza en la diagramación, particularmente en el uso de los subtítulos y la selección de tipografías. Al inspeccionar la portada de 1985, nos damos cuenta del uso de pocas familias tipográficas, tres para ser precisos. Ello conlleva a una mejor armonía entre los diferentes cuerpos de texto y por ende, a un mayor orden.



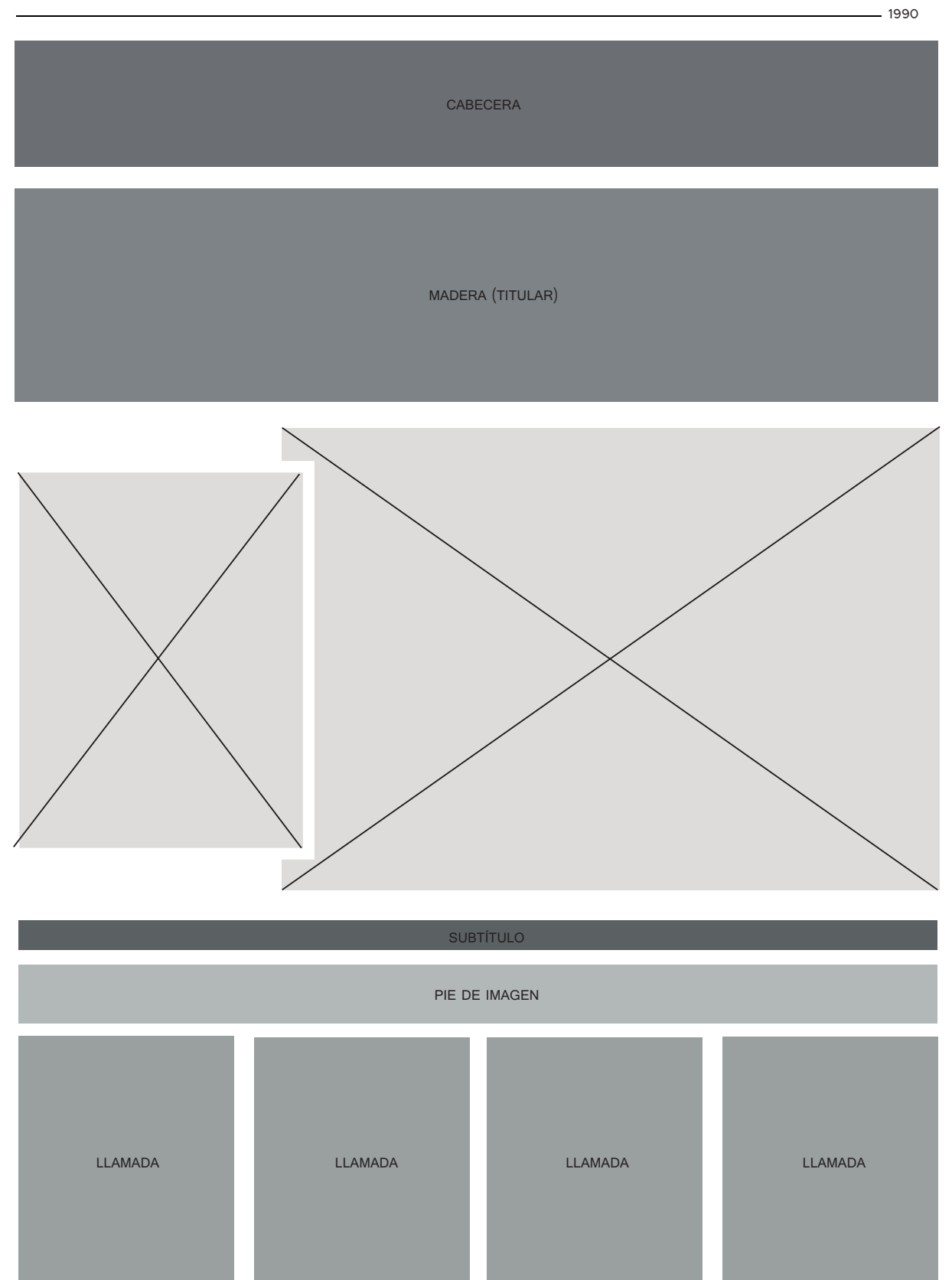
Imagen 24
Portada especial, La Prensa Gráfica (1970)



➤ 1990 - 2010

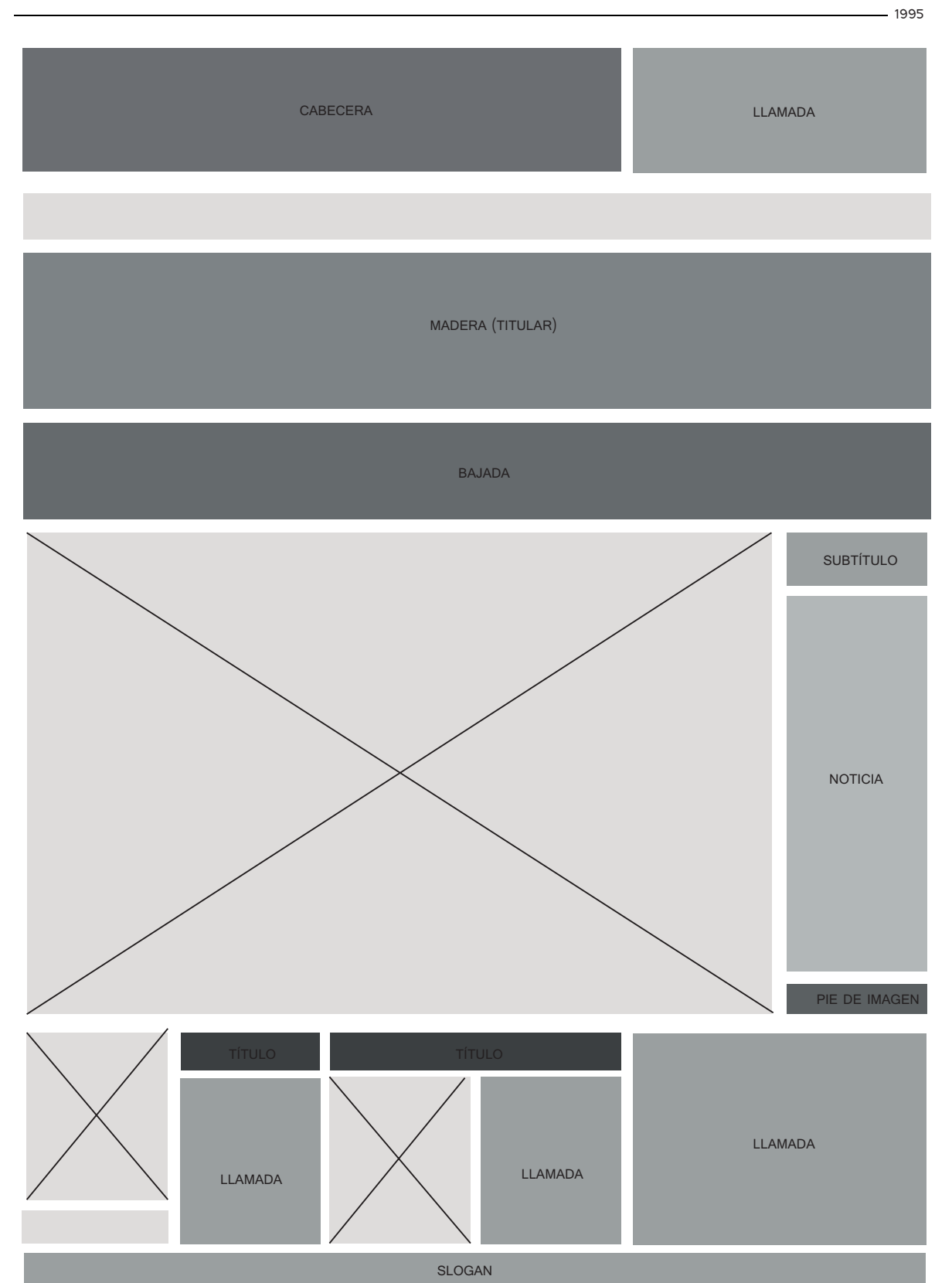


Portada, La Prensa Gráfica (1990)



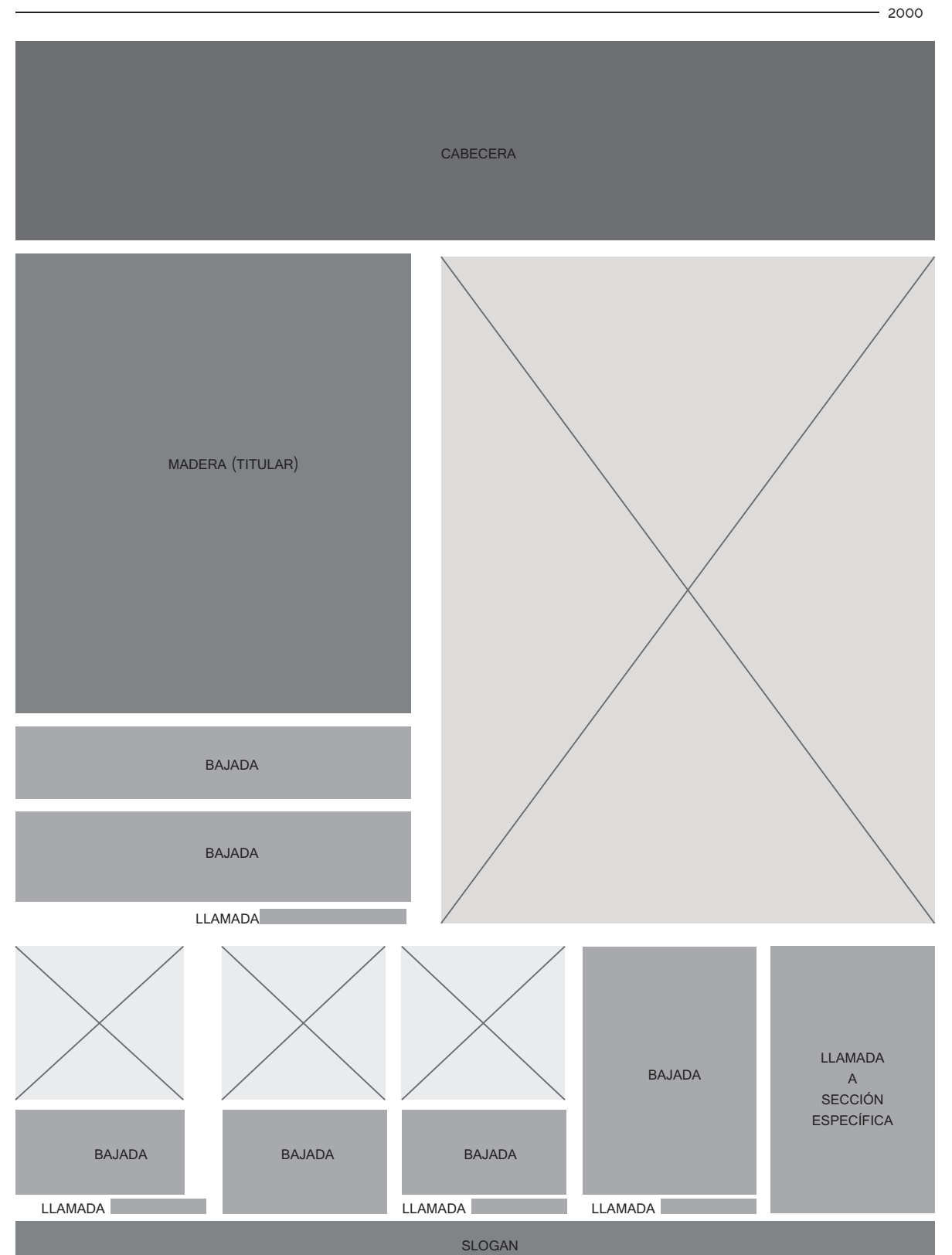


Portada, La Prensa Gráfica (1995)



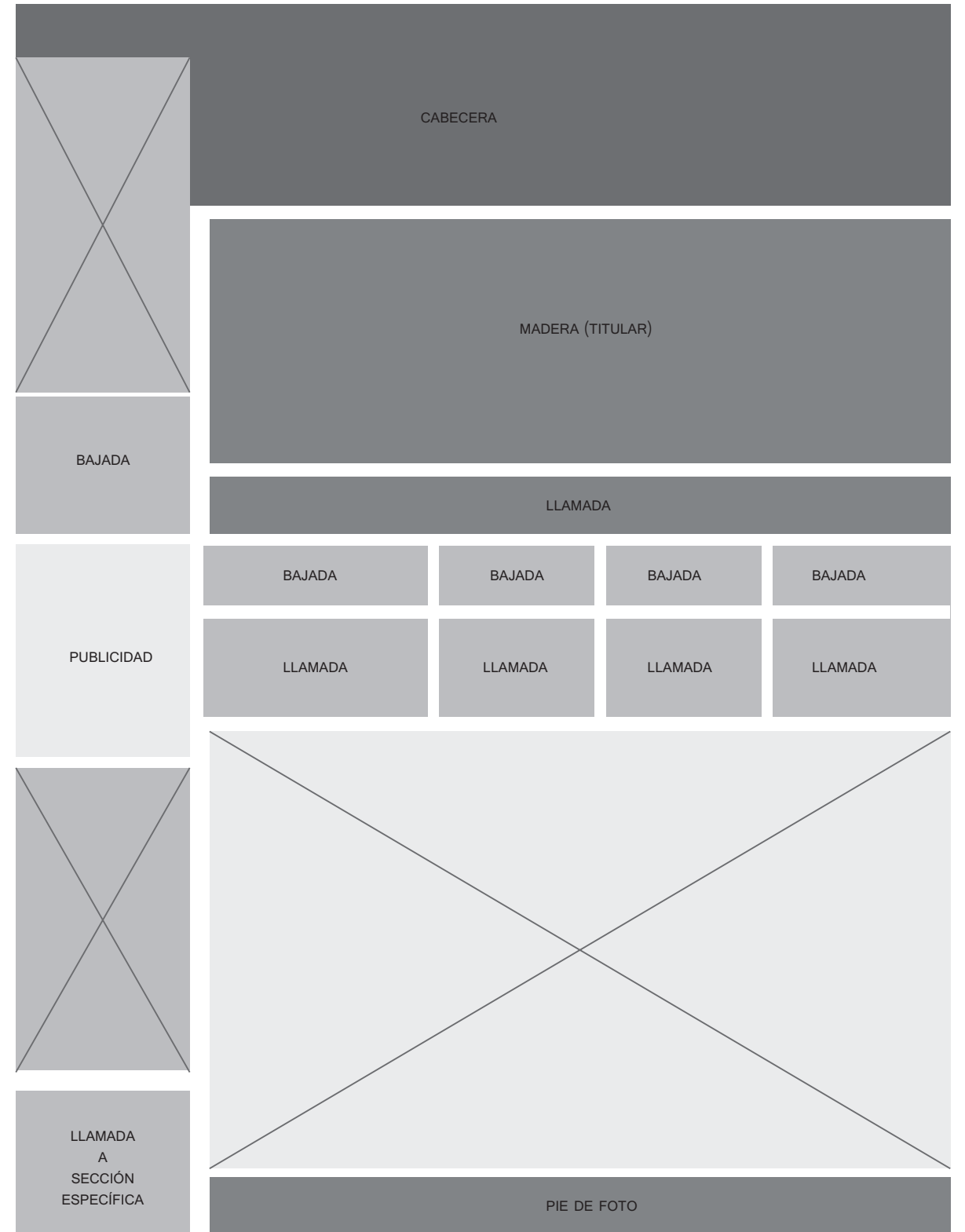


Portada, La Prensa Gráfica (1995)



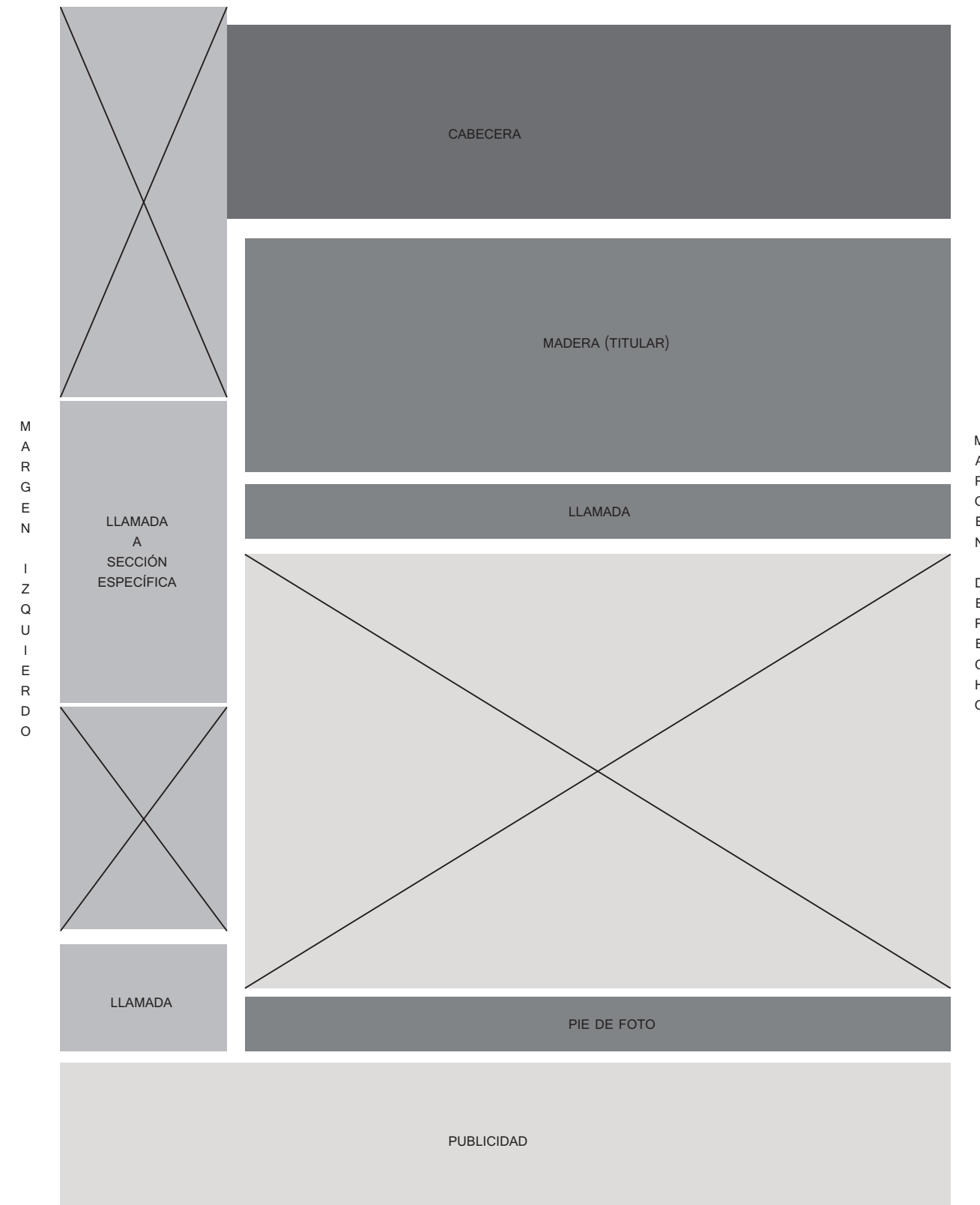


Portada, La Prensa Gráfica (2005)





Portada, La Prensa Gráfica (2010)



> DESCRIPCIÓN DE DATOS (1990 - 2010)

Cabecera

Bajo una imagen sobria, limpia y mejor organizada, La Prensa Gráfica presenta la cabecera con la que recibe la década de los 90. Sin duda el principal llamado de atención que nos da es que por primera vez apreciamos color en el área de la cabecera del periódico. Enmarcada en una medida de 25.9cm por 3.5cm, muestra su logotipo al centro con una medida de 17.1cm por 3.5cm registrando un aumento con respecto a la portada estudiada anteriormente (1985); no obstante, sin cambio alguno en su estética.

Fue hasta el año de 2005 que el logotipo de La Prensa Gráfica, se renovó por completo dándole una imagen más ligera y contemporánea. Así como la redacción de una frase publicitaria para la marca que se convertiría en su eslogan: "Noticias de verdad".

Podemos observar que a partir de 1990 cuando se conmemora los 75 años de circulación para La Prensa Gráfica es de suma importancia el

recaltar y tener siempre presente, el número de años que tienen de existencia y toda la historia escrita en sus páginas a lo largo del tiempo. Si analizamos un poco este aspecto, mediáticamente es muy conveniente para ellos, debido a que es uno de los periódicos más antiguos de El Salvador. Con casi un siglo de circulación, superan por varias décadas a su competencia directa y se sabe que en un medio escrito como la prensa, mientras más años de longevidad posea, mejor fundamenta su credibilidad.

Durante este período de tiempo las cabeceras de los ejemplares abarcaron todo el espacio ancho del formato, con medidas que variaron en todos los años y que registraron un rango entre 5.2cm (en el 2010) y 3.5cm (en 1990). No obstante cabe resaltar el diseño de cabecera del año 1995, con un alto de 3.5cm y un ancho de 17.9cm se alineaba a la izquierda superior del periódico y todos los datos relevantes de la edición se adaptaron a

este tamaño en una sola línea de texto.

Cabe destacar que, dentro de nuestro estudio cronológico, para el año de 2005 se dio otro cambio significativo y fue que los datos relevantes del periódico, los que siempre ocuparon la parte baja de la cabecera, ahora se ubican en la parte izquierda de esta. Con un juego tipográfico que maneja diferentes números de puntaje y letras Bold, se muestranv información como la fecha, el número de páginas, el precio, la página web, el año, la edición y la ciudad.

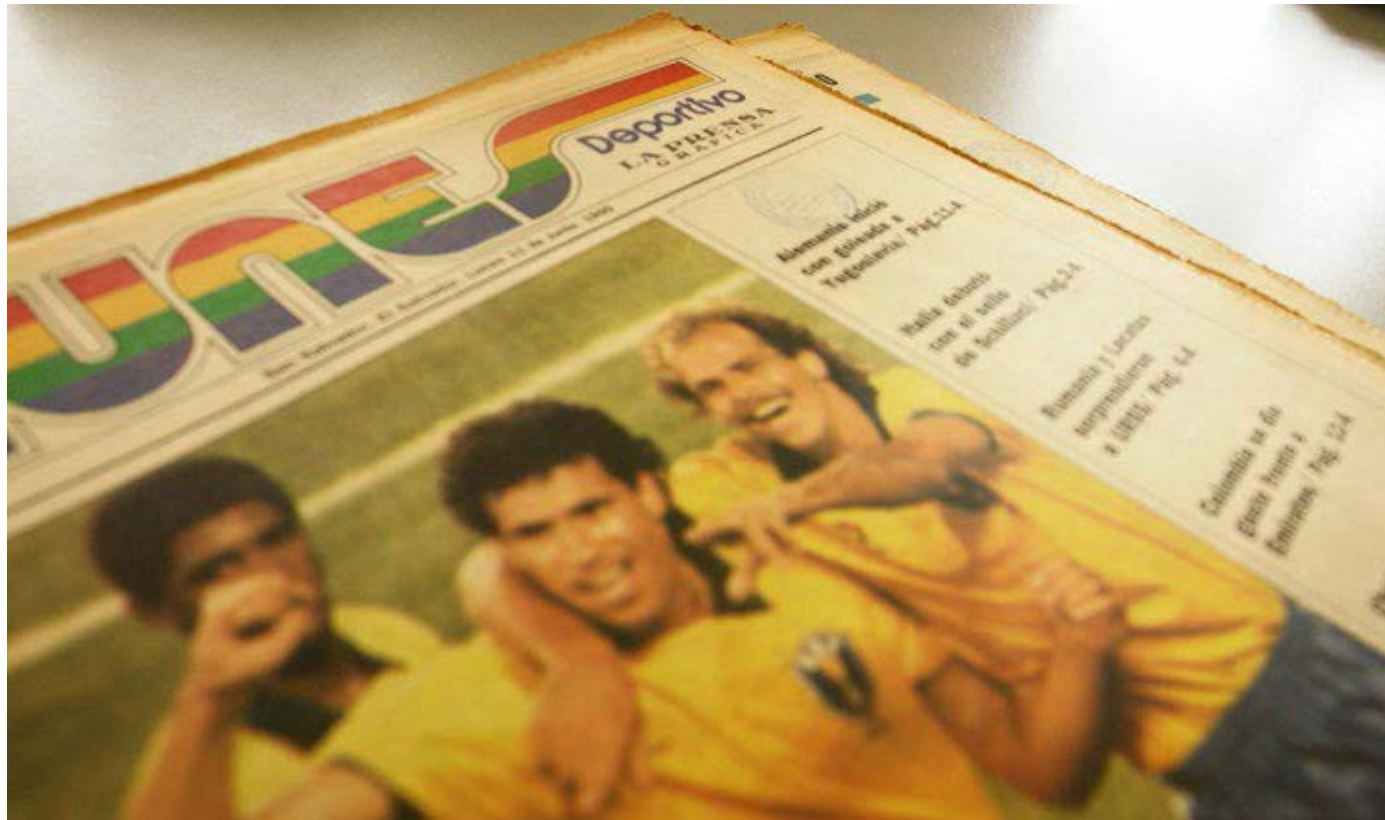
Para el año 2010, los datos mencionados se movieron al lado opuesto, la derecha de la cabecera. Manejando ahora un cintillo azul/cyan en la base, que les permitía colocar la dirección web con un poco más de protagonismo. De la misma manera el distintivo de la conmemoración de los 95 años.

Retícula

En el diseño reticular, el punto de atención principal son las imágenes colocadas en el formato, dos o más fotografías, comenzaron a ser protagonistas de las portadas, acompañadas siempre de su respectivo pie de foto, el cual se ubica debajo o a un lado de ellas y nos explica brevemente el carácter de la foto. Arriba, el titular con alineación centrada y en letras negras de gran tamaño, si observamos nos daremos cuenta que el titular principal, a partir de los años 90, contiene letras mayúsculas y minúsculas a diferencia de los anteriores ejemplares en donde apreciábamos solo letras capitales en todo el titular principal. Para entonces, se deja de lado la concepción del titular en letras mayúsculas y se le da protagonismo a un solo titular gracias a otras características del texto, tales como el

alineado, el color tipográfico, el tamaño, etc.

En cuanto al tamaño del periódico, una medida de 29.0cm por 37.0cm, con márgenes perimetrales que oscilaban entre 1 o 2 centímetros. Siendo de mayor medida los márgenes laterales, no así el superior y el inferior que eran más pequeños. Durante el inicio del período se manejaban 4 columnas base, esto se cambió en 1995 cuando añadieron dos columnas más y se contaron 6 columnas para su retícula base. En el año 2000, la diagramación tuvo otro cambio y el número de columnas se modificó a 5, que se mantienen hasta 2010. Con un promedio de 0.8cm en el medianil.



Imágen 25
Portada especial, suplemento principal Lunes deportivo La Prensa Gráfica (1990)

Tipografía

La cantidad de familias tipográficas se redujo considerablemente en relación a los anteriores, llegando a contar solamente 2 familias distintas y predominando la clase Sans Serif para los titulares y subtítulos. Que llegan a medirse hasta en 94 pts. el más grande. Por su parte, los subtítulos alcanzan un tamaño de 25pts. y 21pts. Mientras que el contenido utilizado para ampliar la noticia en el pie de foto y en las diferentes llamadas, se ha dispuesto con texto Serif a 12pts.

Publicidad

Los tiempos modernos, en los que la publicidad es parte fundamental del periódico y que siempre se buscan nuevas maneras de llamar la atención del comprador, existen muchos tipos de anuncios publicitarios, distribuidos por todo el cuerpo del periódico y por sus diferentes secciones.

Como se aprecia en los años anteriores, la publicidad en la portada no es algo que inició su utilización en los últimos años, sino que desde las primeras ediciones de La Prensa Gráfica existen. Sin embargo, se dejó de utilizar por una considerable cantidad de tiempo y se retomó para el año 2010.

En el ejemplar del 2010, es posible ver el uso contemporáneo de la utilización de la publicidad en las portadas de periódico, dispuesto a manera de cintillo, la empresa de telefonía Movistar se hace de un espacio dentro de la diagramación de la primera plana y nos muestra una imagen fullcolor, a colores llamativos, con fotografía y texto incorporado.

Sistemas de Impresión

En los tiempos modernos, las empresas de prensa escrita necesitan estar siempre cumpliendo con su rol de informar al lector, lo más pronto posible, del acontecer mundial. Para finales del año 2010, las redes sociales y la tecnología multimedia que nos permite saber noticias casi instantáneamente, no era tan popular como lo es ahora (año 2014). Por tanto, los periódicos impresos de circulación eran altamente demandados por la población. Las máquinas rotativas de impresión vinieron a revolucionar todo el sistema de prensa, volviéndolo más rápido el tiraje, más efectivo el acabado del periódico, más estético a nivel de calidad de impresión y muchísimo más económico y práctico. Como lo mencionábamos, las máquinas rotativas y el uso de la computadora como herramienta, dieron a La Prensa Gráfica un mejor empuje para hacer realidad muchos elementos de diseño editorial que ahora se manejan y que continúan evolucionando con el correr de cada año.

4.4.1 INTERPRETACIÓN

Sin duda alguna, se puede señalar el año de 1990, como el punto de partida del diseño contemporáneo de las portadas de La Prensa Gráfica. La década de final de siglo marcó un antes y un después en la manera de cómo eran diagramadas las portadas y en cuanto al uso que se le daba a las imágenes y colores.

La cabecera del periódico se vio altamente realzada con la implementación del color y con el uso del logotipo, como su parte primordial. Es necesario retomar el tema del distintivo conmemorativo, como parte importante tanto de la portada como de la historia de la empresa. Lo anterior, por el hecho de que por primera vez apreciamos el color utilizado en este tipo de elementos gráficos. En un medio de comunicación escrita, la vistosidad y la vanguardia con la tecnología son imperativas y es la misma sociedad la que se encarga de demandarles novedades con el correr de los años. Por dicho motivo, los logros y avances tales como la llegada del color para todos los ejemplares del periódico son altamente apremiantes.

Tanto el color como la nueva diagramación dentro de la cabecera del periódico le dieron un nuevo estilo, más amigable y mucho más llamativo. Desde el año 2005, las portadas se volvieron todavía más gráficas y un poco más saturadas de imágenes, llegando incluso a trabajarse como portada de revista, en donde algunas imágenes se contraponen al logo y cubren cierta porción del mismo. La Prensa Gráfica retomó dicho recurso y lo hizo suyo durante los dos últimos años de nuestro estudio.

Detalles tales como el color en el texto, dieron a los ejemplares más vistosidad en el Diseño Gráfico, el que ahora se trabajaba digitalmente y posteriormente impreso; definitivamente, al final permite un mejor control en los elementos gráficos que conforman la portada y una facilidad enorme para su edición.

Desde la década de los 80, los sumarios en la portada formaron parte

importante en la diagramación y para el diseño de la portada se volvió una manera de resumir varias noticias relevantes que se desenvolvían en las páginas internas. Como vimos en las muestras, a través del tiempo los sumarios de noticias, fueron cambiando de posición, en la década de los 90 se colocaron en la parte inferior, justo debajo de la noticia titular, mientras que en el nuevo siglo su ubicación fue a la derecha de la portada, abarcando todo el alto del periódico en la primera columna. No obstante, la posición que tiene ha logrado aceptación dentro de los lectores y genera un sistema de resumen de noticias, funcional, práctico, ordenado y conciso.

Cabe mencionar que la empresa como vimos anteriormente, tuvo sus inicios con una fuerte influencia de los periódicos estadounidenses, con el transcurrir del tiempo su diseño fue cumpliendo otras funciones, fue mutando de tal manera que se acoplaba cada vez más a nuestra cultura y se desligaba poco a poco de los cánones establecidos por los norteamericanos.

Debido a nuestra cultura latinoamericana, los estándares de diseño estadounidense, nunca encajan por completo en la sociedad salvadoreña. Aunque en la actualidad son muy utilizados, su falta de compatibilidad radica en que nuestra cultura se diferencia a la de ellos en: el uso de colores intensos, empleo de más imágenes, el tamaño de los textos, etc. Por tanto, la sociedad salvadoreña se identifica por ser un público más visual. Mientras que en los periódicos norteamericanos, el predominante sigue siendo el texto y las portadas más sobrias. El periódico en El Salvador, desarrolló un sistema más amigable en su redacción, más versátil en cuanto a su tamaño, más llamativo por sus imágenes y más salvadoreño por su personalidad. Tras casi 100 años de historia, el periódico de La Prensa Gráfica ha circulado en el país desde 1915. Es notable que en su Diseño Gráfico y contenido editorial ha logrado entender al público salvadoreño.



Imágen 26
Portada, La Prensa Gráfica (2005)

> 4.5 TENDENCIAS GRÁFICAS



Imagen 27
Portada, La Prensa Gráfica (1920)



Imagen 28
Portada, La Prensa Gráfica (1945)



Imagen 29
Portada, La Prensa Gráfica (2010)

1915

En la primera portada publicada de La Prensa Gráfica se expusieron las primeras tendencias gráficas que marcarían una diferencia en cuanto al diseño que seguiría en los siguientes años. Las más utilizadas en el comienzo fueron el uso de líneas dobles, líneas con grosores diferentes para separar unas noticias de otras. También, aparecían ornamentos para realzar el slogan. Un tercer tipo de líneas servían para diferenciar cada columna, ya que el texto era mucho. Por último, tenían menos títulos, pero más mezclas de tipografías diferentes.

1920

A diferencia del año estudiado anteriormente, se suprimieron las dobles líneas. Se empezaron a encajonar publicidades y algunos títulos dentro de cuadrados y rectángulos. Dejaron de aparecer los ornamentos; sin embargo, habían más historias y textos cuyos tamaños que ocupaban en el formato se diferenciaban unos de otros, porque aparecían noticias que solo ocupaban una pequeña porción de la portada. Además, se usó una tipografía más condensada y alta.

1925

Siempre se utilizó una delgada línea para dividir las noticias unas de otras, pero ya no se utilizaban entre columnas. Se dejaron encajonados únicamente los elementos de la cabecera y la publicidad pero se dejó de usar esta tendencia en los títulos. Además, se empleaban mucho las ilustraciones que abarcaban gran parte del formato.

1930

Se vuelven a implementar tendencias de años pasados: incorporando la doble línea para los encabezados. Se dejan de utilizar recuadros en los textos, publicidades, etc. Aparece la necesidad de usar nuevamente una línea de separación entre cada columna de texto porque el medianil era muy reducido. De igual manera, se siguen mostrando ilustraciones bastante grandes y por último, se lee un solo título y se habla de una sola noticia.

1935

Las portadas de 1935 se incorporan nuevamente líneas para separar las noticias unas de otras. Además, se implementa una línea en zigzag para separar texto dentro de una misma noticia. Se regresa a la tendencia de utilizar varios estilos de fuentes en cada título. En cuanto a las ilustraciones, se dejan para llamar la atención en un aviso específico; por tanto, su tamaño es considerablemente reducido en comparación a otros años.

1940

El uso de la línea se aplicó de manera diferente en este año. Se creó un estilo de línea cortada o interrumpida que subrayaba o encajonaba los títulos. También, servía para resaltar partes de los títulos. Se escogía uno o dos títulos principales a los que se le aplicaba un gran tamaño. El texto era poco y comenzaron a utilizar la fotografía como punto de atención.

1945 - 1960

En este grupo de años, se redujeron considerablemente los grafismos empleados en las portadas. El cambio se debía a un cambio de retícula que tuvo La Prensa Gráfica. Por tanto, la única tendencia que se mantuvo vigente fue la disposición de una línea delgada para dividir las noticias de las fotos o del texto. También se empleó desde 1950 a 1960 debajo los títulos y subtítulos para indicar los números de página.

1965 - 1975

Aquí se marcó una pauta para la diagramación de la portada del periódico. Se dejaron de usar las líneas como parte del diseño en los textos, para dejarlo únicamente en la cabecera para marcar una separación más obvia. El uso de la fotografía ocupaba la mayor parte del formato. Además, se mezclaban estilos de fuentes entre Bold para lo más importante y regular para subtítulos.

1980 - 1985

Se empezaron a usar bloques monocromáticos con tonos que iban desde un gris al 10% de intensidad; hasta un color casi negro. La diferencia más notable, es que se alejaron de las esquinas duras que miraban en los primeros años en los cuadrados que utilizaban para enmarcar los títulos. En vez de eso, los bloques de color presentaban bordes redondeados y eran figuras más ovaladas. Además, empezaron a experimentar con la superposición de fotografías.

1990

En el año de 1990, se implementa el color en la cabecera. Es decir, que lo que antes estaba adornado por solo líneas finas, ahora era un rectángulo de color azul. Se dejaron atrás las tendencias a figuras más redondas, para volver a los recuadros con ciertos toques de color. Lo único que permaneció vigente desde 1980 fue la superposición de fotos para jugar con el formato.

1995

Se vieron pocas variaciones en cuanto a tendencias gráficas, ya que se empezó a establecer un patrón. Siempre se utilizaban rectángulos

de color azul para la cabecera y se incorporó al pie del formato. Se jugaba con el tamaño de dicho rectángulo para poder usarlo dentro de los textos. Además, se empezó hacer uso de "bullets" en forma de rombo en color rojo para los subtítulos.

2000

En el diseño de portada, se pudo apreciar la reutilización de la línea en la cabecera como en los primeros años; la diferencia es que ahora se mezclaba con el bloque de color que surgió en el año de 1990. Jugaban con la forma y color que se les daba a los "bullets", en esta ocasión servían para enumerar una lista de subtítulos. Finalmente, la posición del título ocupaba un lugar diferente en el formato.

2005

Se incorpora la fotografía en diferentes partes del formato. Se vuelve a jugar con los grosores de líneas, dejando atrás la pesadez de los bloques de color. En esta etapa, se hacen más juegos tipográficos en el sumario. Para finalizar, se implementa un diseño de "bullet" en forma de flecha que ayuda a indicar los números de página.

2010

Para concluir esta sección sobre las tendencias gráficas encontradas en las portadas de La Prensa Gráfica, llegamos al año de 2010. En el cual, se retoman los grafismos lineales para separar unos elementos de otros. Lo más relevante, es el uso de elementos gráficos que interfieren con los datos de la cabecera. Dicha tendencia empezó incluyendo fotografías, publicidad, textos, conmemoraciones, etc.



4.6 GR[AFICOS COMPARATIVOS

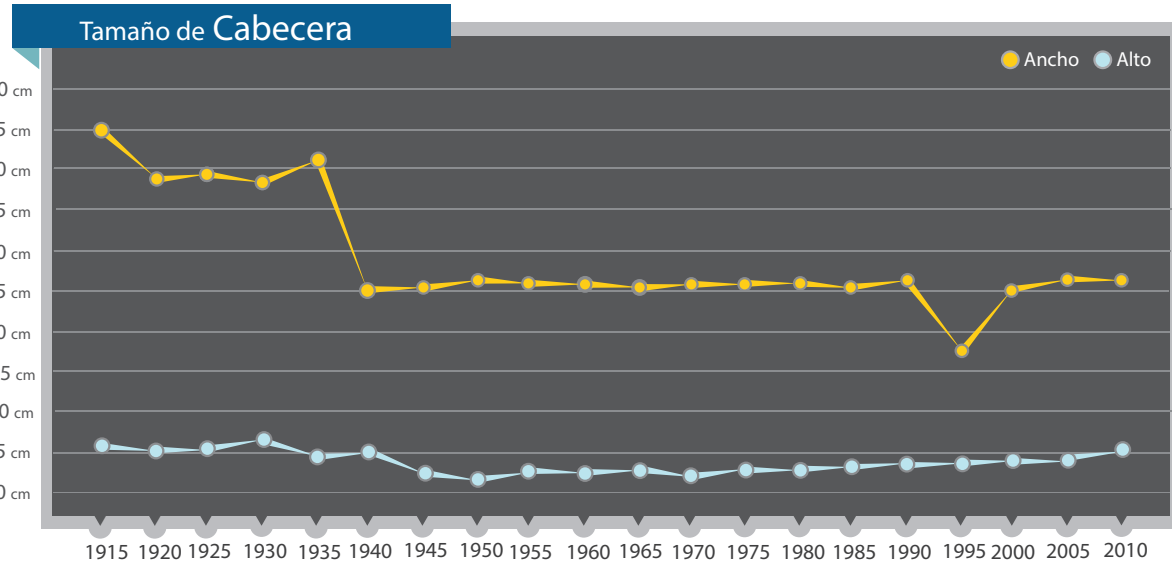


Gráfico 1
comparación de tamaños de cabecera principal.

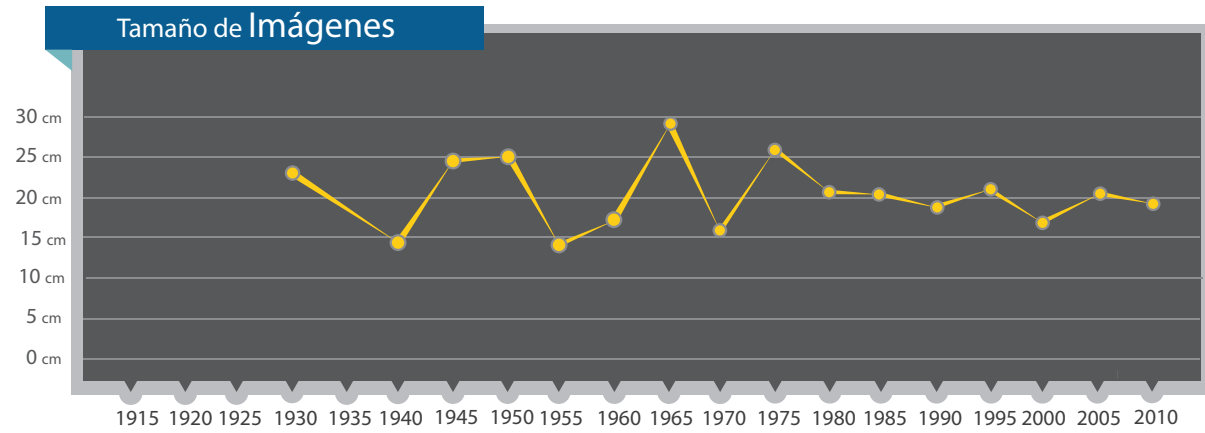


Gráfico 2
comparación de tamaños de imágenes presentes en las portadas, desde la aparición de estas, en 1930.

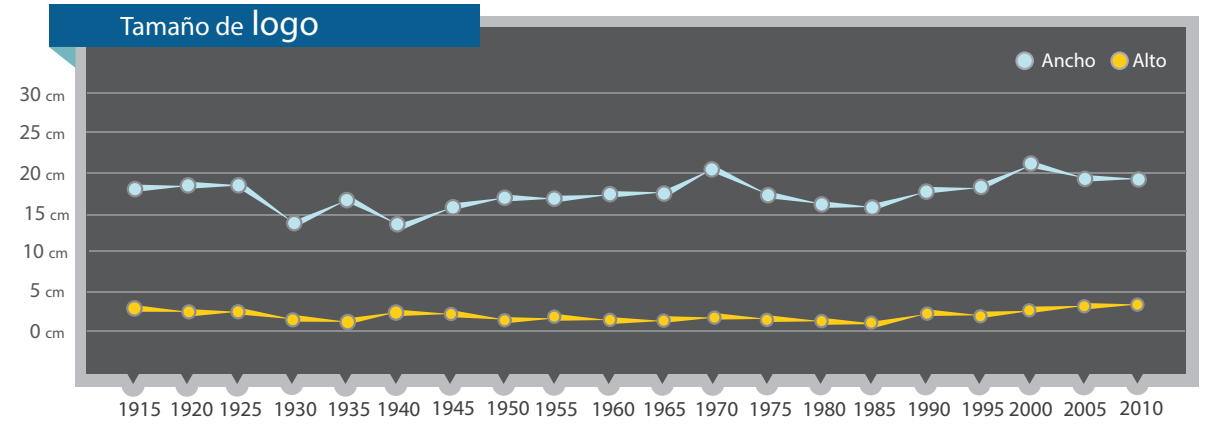


Gráfico 3
comparación de tamaños de logotipos en la cabecera del periódico.

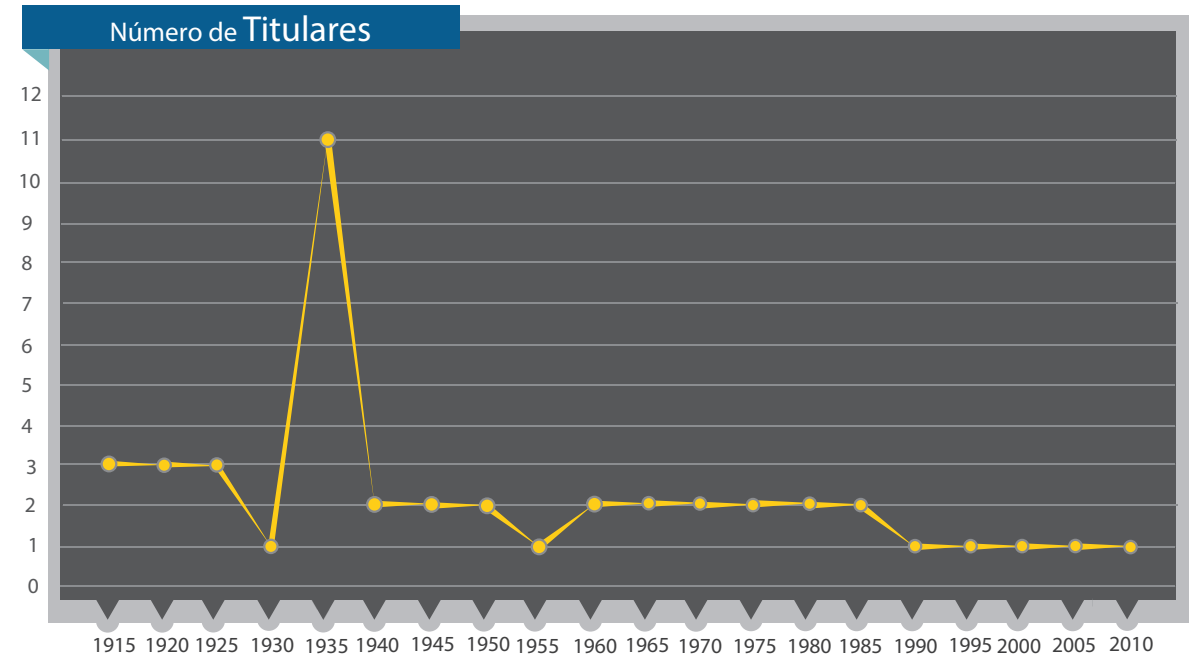


Gráfico 4
comparación de número de titulares utilizados en las portadas.

> 4.7 REFLEXIÓN

La Prensa Gráfica cuenta con casi 100 años de publicaciones, en los cuales ha trazado no solo una historia como empresa y familia; sino también, ha documentado parte de los acontecimientos de la sociedad salvadoreña. Toda esta documentación ha permitido retroceder en el tiempo, analizando desde 1915 cada tópico que tenga relación con el diseño editorial. A partir de ello, identificamos los elementos de estudio que nos han dado paso a realizar nuestro análisis.

Dichos elementos y algunas variaciones entre ellos, indican que las portadas de la Prensa Gráfica; iniciaron bajo influencias de diseño americanas, las cuales con el tiempo fueron experimentando cambios y adaptándose a la época según el momento de las noticias. Los elementos dentro de las portadas donde se observaron cambios significativos fueron, el sentido de la lectura, el número de columnas que se utilizaban dentro de la diagramación, el medianil bastante reducido que existía entre párrafos y algunas veces en imágenes; también, la publicidad que era colocada de una forma peculiar dentro del formato, el excesivo uso de diversas tipografías y tamaños para titulares y subtítulos.

A raíz de todo lo mencionado anteriormente, en cuanto a la diagramación de los primeros años de estudio, se ha considerado que las mismas no muestran bases fijas que marquen una guía establecida para la retícula de las portadas. A medida transcurrió el tiempo se notó un cambio importante, se mezclaron influencias latinas de otros países, por ejemplo: el uso de colores vibrantes y el empleo de varias imágenes en diferentes escalas que ilustran no solamente una noticia. Es así como se aportaron ideas retomando nuestra cultura, para enriquecer la retícula, convirtiéndose ante los ojos del público objetivo en una portada más atractiva. Uno de los cambios que se ha observado, en algunos años, ha sido que se implementó la jerarquización de la información, lo cual permitió que las noticias más importantes se

destaquen a simple vista.

Un cambio radical que se apreció entre 1915 y 1970, en cuanto a retícula fue en los primeros seis años porque se utilizó una retícula entre 5 y 8 columnas, con una cantidad mínima de ilustraciones, en cambio; desde 1945 en adelante cambió significativamente entre 1 y 4 columnas, donde lo más relevante eran las fotografías y los tamaños de las maderas y subtítulos extremadamente grandes. Basándonos en lo anterior, identificamos que pasaban de un extremo al otro, en cuanto a número y tamaño de elementos en las portadas. Cabe aclarar, que el cambio extremo también aportó positivamente en algunas áreas de la diagramación, como la exploración de otro tipo de imágenes; las cuales se volvían cada vez más atractivas, el incremento del medianil, exploración tipográfica y el apareamiento de nuevos elementos, etc.

Los ejemplares demuestran que a partir de 1975 se implementa el color, generando un mayor impacto visual en los lectores; a la vez, se agrega un sumario a la portada empezando a salir de lo convencional. El año de 1990 se marca como punto de partida del diseño contemporáneo de las portadas de La Prensa Gráfica; pues no solo eran impresas full color, sino que se sumaba a ellas un sin fin de elementos que seguían enriqueciendo los temas y el diseño del formato, demostrándonos que cada día más la misma se estaba acoplado a nuestra cultura salvadoreña permitiéndole al público sentirse más atraído visualmente al periódico.

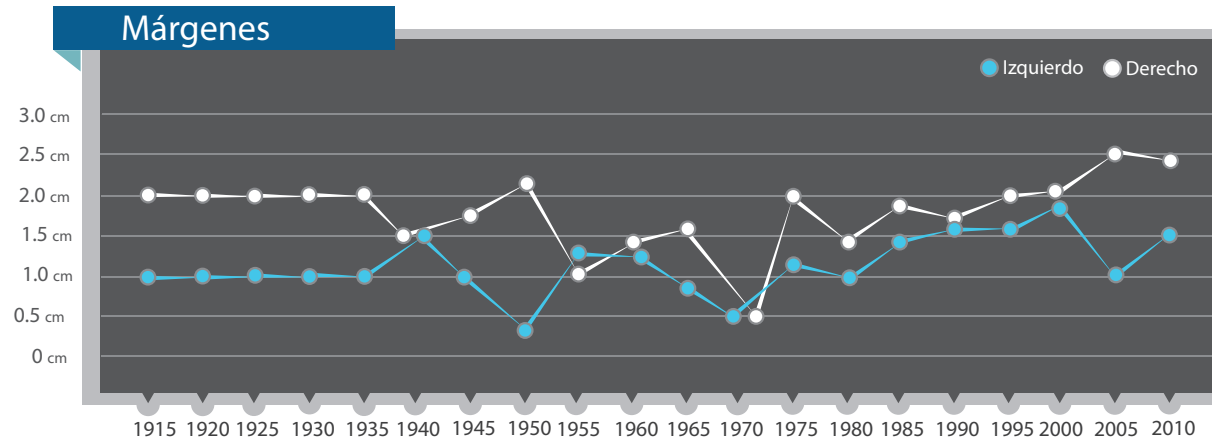


Gráfico 5
Comparación de márgenes perimetrales del formato (izquierdo y derecho)

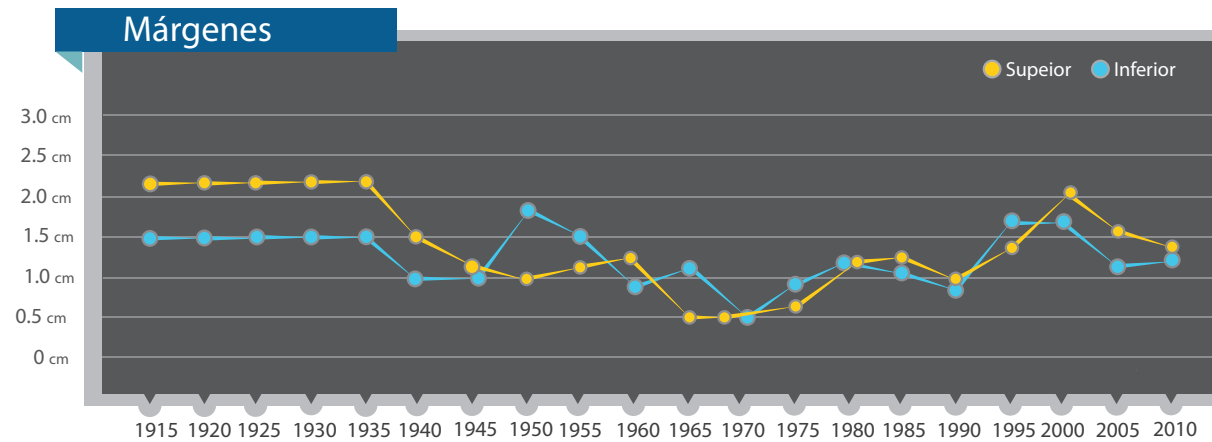


Gráfico 6
Comparación de márgenes perimetrales del formato (superior e inferior)



1915

10 DE MAYO DE 1915

En esta fecha se hace la primera publicación de La Prensa Gráfica. Su portada tiene un diseño de muchas columnas y tipografías. Marcaría parte de la historia de El Salvador.



1920

PERIODO 1915 - 1940.

En sus primeros años de publicaciones, influencias americanas muy marcadas de diseño editorial. Es por eso, que en todos los años de estudio observamos un orden muy calculado y cuidado.



1925



1930

CARACTERÍSTICAS

Al respecto de lo anterior, conviene decir que la cabecera en todos los años no sufre un cambio drástico de proporciones, tamaños, ni posición. En cuanto a los márgenes completos del periódico, eran tamaños estándares que cumplían perfectamente con su función. La cantidad exagerada de tipografías, contribuía en algunas portadas a la difícil identificación de maderas principales. Se podía notar diferentes estilos ilustrativos en las imágenes y elementos decorativos para dividir las noticias.



1935



1940



1945

PERIODO DE 1945 - 1975

A partir del año 1945, la diagramación de la portada tuvo un cambio significativo. Los elementos presentaban un orden más definido en cuanto a noticias, texto e imágenes.



1950

CARACTERÍSTICAS

El cambio de la portada de 1945 se considera radical en relación a la de 1940. Su modificación más obvia fue el logotipo que había cambiado varias veces anteriormente. Su representación era una versión más limpia y legible. Se hace una selección de temas más relevantes y se busca ilustrar los hechos y no dejar solamente a base de texto todo el contenido.



1955

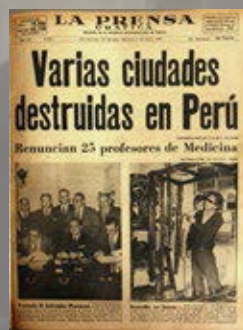


1960



1965

Además, se hace una diferencia notable entre las tipografías que se utilizaban. Ya se buscaba separar una noticia de la otra de manera más visual y rápida. Se encuentra por primera vez la aparición de una tipografía al estilo Garage. Buscaba tener una jerarquización que no se veía en años anteriores por la enorme cantidad de texto que contenía la portada. Después de 1945, empezó a ser más estable las tipografías que se seleccionaban y sobre todo la cantidad.



1970



1975



1980



1985

PERIODO DE 1985 - 1995

Se puede apreciar una cierta limpieza en la diagramación, particularmente en el uso de los subtítulos y la selección de tipografías



1990

CARACTERÍSTICAS

Una peculiaridad es la incorporación del distintivo correspondiente a la celebración de los 65 años de fundación, para 1980. Se le otorga un protagonismo a un titular en específico, que se escribe en un tamaño significativamente grande. Se puede apreciar una cierta limpieza en la diagramación lo que conlleva a una mejor armonía entre los diferentes cuerpos de texto y por ende, a un mayor orden.



1995



2000

PERIODO DE 2000 - 2010

Este período se considera el punto de partida del diseño contemporáneo de las portadas de La Prensa Gráfica.



2005

CARACTERÍSTICAS

Tanto el color como la nueva diagramación dentro de la cabecera del periódico, le dieron un nuevo estilo, más amigable y mucho más llamativo. Las portadas se volvieron más gráficas y más saturadas de imágenes. El periódico en El Salvador, desarrolló un sistema más amigable en su redacción, más versátil en cuanto a su tamaño, más llamativo por sus imágenes y más salvadoreño por su personalidad.



2010

EXTRA

-
- CONCLUSIONES
 - RECOMENDACIONES
 - AGRADECIMIENTOS
 - BIBLIOGRAFÍA
 - GLOSARIO
 - ANEXOS

LA PRENSA GRÁFICA

NOTICIAS DE PERÚ

www.laprensa.com

DEJA ESCARLETT
LA NUEVA
GATUBELA

LIONEL
MESSI
VALE SU
PRECIO

VIETE A LA
FACIA CON
AIRLES
DE NY

EXTORSIONAN A LOS PERRONES EN PENAL

Juan Colorado y Reynerio Flores bajo amenazas : 10

Macón
ESPERA FINES
MÁS APLICACIÓN DE
PARTE DEL FMI

Macón
RESPONDE A
MISMOS LOS
CONSEJEROS

Macón
NEGOCIA UN AM
TARIFA A 5 DÍAS

Una noche de cruceros

"LA PRENSA GRÁFICA, LIDERA UN PROCESO DE INNOVACIÓN
EN TIEMPOS MODERNOS DE AVANCES TECNOLÓGICOS."



CONCLUSIONES

Para darle fin al desarrollo del registro cronológico de La Prensa Gráfica, presentamos las siguientes conclusiones:

En los inicios del periódico en el año de 1915, se muestra la ausencia de diseño editorial que permitiera establecer las pautas necesarias para un buen resultado de diseño en la portada. Todo conocimiento relacionado a la rama provenía de otros países, ya que en nuestra sociedad no se había explorado el concepto de diseño en general; por tanto, no se conocían las bases que regían una retícula o diagramación adecuada para la presentación de información. Es así, como se vuelve muy difícil identificar un patrón de lectura, de textos, de tipografías, etc., ya que son conceptos reconocidos y aplicados desde hace relativamente poco tiempo.

La volubilidad era una de las características que prevalecía en el diseño de portadas en la mayoría de los años estudiados. A pesar de que las portadas eran producto de la época, el periódico experimentó una evolución. Puede hacerse la afirmación, dado que en el pasado no existía el diseño en el país. Mientras que a partir de la década de los 80 se comenzaron a establecer parámetros. Con la llegada de dichas pautas, la información se presentaba de forma diferente. El orden, los esquemas y plantillas le dan la oportunidad al

diseñador de crear una portada que permita transmitir un mensaje de la mejor forma posible para ser decodificado.

Por tanto, otra de las resoluciones es ver que los cambios están ligados a la sociedad y sus necesidades. También se encuentran relacionados al progreso que se tiene no solo en la rama del diseño, sino en otras. Con el pasar del tiempo, se logró desligar de la influencia americana y apegarse a un estilo más vivo y explosivo cargado de carácter latino. Y esto se manifestó en las portadas al usar tipografías y colores más llamativos, al igual que el uso de más imágenes para cautivar a primera vista la atención del lector. Es decir, que se logró incorporar parte de la cultura salvadoreña a la imagen del periódico. Permitió conocer más sobre la importancia del diseño editorial y cómo funciona tanto en nuestra cultura como en la sociedad.

Finalmente, la utilización de los medios informativos impresos de amplia circulación llegan al público para recordarles, aunque sea de forma indirecta y poco percibida, el crecimiento a través de los años que ha tenido el periódico. Estamos encaminados hacia el desarrollo óptimo y propio del diseño editorial. Aunque aún hay mucho camino que recorrer, las nuevas generaciones reconocen la importancia de las reglas y bases como fundamento de la expresión de la información. Al final, estar consciente de la necesidad de una buena estructura en el diseño editorial, permitirá dar más atención a su arraigo y crecimiento en las generaciones futuras de diseñadores de El Salvador.



RECOMENDACIONES

La historia de La Prensa Gráfica, nos ha brindado gran aprendizaje y conocimiento, tanto de la empresa como de nuestro país en general. Sin embargo, ninguno de estos dos se detiene, luego de su próximo centenario, la historia se continuará escribiendo, en otras páginas, con otros nombres y en otras portadas. Es por ello, que con la finalización de un proyecto tan ambicioso como fue el registro gráfico de los primeros cien años, siempre se desea que exista una continuidad en cuanto a la investigación. Una mirada a lo que pasaría tiempo después de la edición de este documento. Por tanto, se hace la más cordial exhortación a:

- A estudiantes o egresados de la carrera de Diseño Gráfico a darle mantenimiento a la investigación. Otorgando la posibilidad de realizar un estudio crítico de portadas a partir del año 2010 en adelante; con el propósito de generar con el tiempo un legado y un documento cada vez más completo y actualizado de la realidad del diseño editorial en los periódicos de El Salvador.
- A las universidades, que imparten la carrera de Diseño Gráfico. Para que en las cátedras que convenga, transmitan datos a cerca de la historia del diseño editorial de nuestro país. A la vez, en las mismas se debe motivar al estudiante; para desarrollar proyectos de exploración referentes al tema y así descubrir nuevas líneas de investigación.
- A la Biblioteca Nacional, museos o entidades gubernamentales encargadas de la preservación de la historia salvadoreña. Puesto que es considerado de gran importancia, incluir dentro de su archivo el presente documento o estudios históricos similares; con la finalidad de ofrecer a la población el conocimiento de la historia del país desde principios del siglo 20, en ámbitos vagamente conocidos por la sociedad local, como el Diseño Gráfico.
- Al Ministerio de Educación de El Salvador (MINED), a integrar temas como los abordados en el documento dentro del material escolar del país, como parte de la historia nacional que todos deberíamos conocer. Lo que ahora conocemos como diseño editorial y que ha cobrado fuerza en los últimos años, funda sus bases en periódicos y documentos publicados de hace más de cien años y dieron pie al diseño contemporáneo.
- A investigadores en general, a realizar estudios similares con otros periódicos o diferentes medios de comunicación, de circulación longeva en el país. Con la finalidad de conocer y dar a conocer el desarrollo que se ha logrado como país, a nivel de Diseño Gráfico, Periodismo, tecnología, etc.

AGRADECIMIENTOS

Finalmente, hemos culminado nuestra investigación, nuestro esfuerzo, dedicación y empeño ha sido grande. Al embarcarnos en el arduo proceso sabíamos que sería difícil, pero todo ha valido la pena. Dicho proceso aportó a nuestros conocimientos de manera positiva y nos ha permitido en el camino conocer personas maravillosas, que nos brindaron ayuda de manera desinteresada. De igual forma, fuimos de la mano construyendo nuestro trabajo con algunos profesionales en diferentes áreas de investigación y diseño que ya teníamos el placer de conocer.

Muy especialmente agradecemos a nuestros asesores Msc. Celina Andino, Msc. Jorge Arturo Colorado, Msc. Noé Samael Rivera, Lic. Carlos Cordero; quienes estuvieron presentes desde el principio orientándonos y guiándonos de manera profesional. Gracias a todos ellos por el esfuerzo que día a día mostraban revisando los avances de nuestro proceso, brindándonos horas extras de su tiempo, aclarando nuestras dudas, dándonos ánimos, agradecemos hasta las reprimendas que recibíamos con el fin de enfocarnos correctamente en nuestra investigación.

Debemos agradecer a la Lic. Reina Turcios, quien fue nuestra catedrática años anteriores y de manera desinteresada aportó sus conocimientos a nuestro proceso como asesora externa.

Queremos expresar nuestros más sinceros agradecimientos, a La Prensa Gráfica por abrirnos sus puertas para que personas que laboran en ella de manera profesional, colaboraran con nuestra investigación. De manera especial, expresamos nuestra gratitud al Sr. Héctor Ramírez, Editor Gráfico; por hacer posible el acceso más de una vez a las instalaciones del periódico, lo cual; nos permitió conocer algunas áreas de trabajo. Siendo él nuestro guía, muy amablemente nos mostró los espacios explicándonos paso a paso los procesos y materiales que se utilizaban y se utilizan hoy en día para imprimir los periódicos. También a la Licda. Ana María Guardado, encargada del Archivo Digital; quien de manera inmediata y cordial colaboró, permitiéndonos el acceso a los primeros periódicos impresos que no se encuentran en las hemerotecas.

Finalmente, agradecemos a todo el personal de los lugares que visitamos para compilar la información como La Biblioteca Nacional, El Palacio Nacional, la hemeroteca del museo MUNA, biblioteca de la universidad Dr. José Matías Delgado y La Prensa Gráfica.

Gracias por estar dispuestos a ayudarnos para coronar con éxito nuestra investigación.



BIBLIOGRAFÍA

-Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación (Tercera edición ed.). Colombia: Pearson Educación.

-Cordero, C. (2014). Coordinador Diseño Gráfico Universidad Dr. José Matías Delgado. Asesoría.

-de Sagastizábal, L., & Esteves Fros, F. (2002). El mundo de la edición de libros. Buenos Aires: Paidós Diagonales.

-Elejalde, E. (29 de Mayo de 2012). 25-horas.com. Recuperado el 10 de Abril de 2014, de <http://25-horas.com/quince-ramas-del-diseno/>

-Fernández, T. (1997). El Universo del papel (primera edición ed.). España: Grupo Comunicar.

-Flores, J. A., Hughes, M., & Rivera, M. A. (2008). Investigación histórica del Diseño Gráfico publicitario en el medio prensa de El Salvador, desde 1950 al 2005.

-Gonzáles, L., Pérez P. (2001). Principios básicos sobre diseño periodístico. Madrid: Universitas S.A.

-Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). Metodología de la investigación (Cuarta Edición ed.). Iztapalapa: Mc Graw Hill.

-López, I. (1987). El periodismo en El Salvador (Segunda Edición ed.). (U. editores, Ed.) El Salvador: Universitaria.

-Mercado, S. (2009). ¿Cómo hacer una tesis? México: Limusa.

-Newsom, E. (1987). El Periódico. México D.F.: Publigráficos S.A.

-Ramírez, Héctor (2014). Editor de diseño de La Prensa Gráfica. Entrevistado.

-Riera Alvear, D. E. (2013). "ANÁLISIS CRONOLÓGICO DEL DISEÑO EDITORIAL EN LOS PERIÓDICOS DE LA CIUDAD DE QUITO DESDE LA ÉPOCA COLONIAL HASTA LA ACTUALIDAD, CASO: PRIMICIAS DE LA CULTURA DE QUITO, EL PROGRESO, EL TIEMPO, EL COMERCIO, HOY, ÚLTIMAS NOTICIAS, EL QUITAÑO". Tesis . Quito, Ecuador.

-Meggs, P. (2000). Historia del Diseño Gráfico. México D.F.: Mc Graw Hill.

-Serrano, S., & Velasco, G. (2009). "El proceso de diseño en publicaciones editoriales, consideración de los aspectos visuales y su influencia en la percepción". Antiguo Cuscatlán, El Salvador.

-Turcios, R.(2014). Lic. Diseño Gráfico. Asesoría en diseño editorial.

-Zappaterra, Y. (2007). Diseño Editorial - Periódicos y Revistas. In Y. Zappaterra, Diseño Editorial - Periódicos y Revistas (p. 8). Editorial Gustavo Gili, SL, Barcelona.

GLOSARIO

› AFP:

Agence France Presse

› AP:

Associated Press

› Diagramación:

f. Distribución proporcional de los espacios de un texto.

› Familia tipográfica:

Conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos con características estructurales y estilísticas comunes, que permiten reconocerlas como pertenecientes a un mismo sistema.

› Fuentes:

tipos o estilos de letras.

› Infográfico:

Representación visual de los propios textos; en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos y/o sonidos.

› Maquetación:

f. Preparación del formato de un texto.

› Medianil:

Espacio entre las columnas que conforman un texto.

› Monotono:

Modo de color que muestra una imagen impresa a una sola tinta..

› Multimedia:

adj. Que utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información.

› San Serif:

Significa sin "serifa" . Es la tipografía que en cada carácter no tiene unas pequeñas terminaciones llamadas remates.

› Serif:

Llamadas también "remates o terminales". Son pequeños adornos ubicados generalmente en los extremos de las líneas de los caracteres tipográficos.

› Slogan:

m. Fórmula o frase breve con fin publicitario o propagandístico, generalmente aguda y fácil de recordar.

› Teletipo:

m. Sistema de transmisión de textos, vía telegráfica, a través de un teclado que permite la emisión, recepción e impresión del mensaje.

› Tipografía:

Forma gráfica de expresar el lenguaje.

› Tipómetro:

m. Regla graduada que se utiliza en artes gráficas para medir el tamaño de las letras, la separación entre las líneas, las dimensiones de las columnas y demás elementos que intervienen en la composición de una página.

› Wirephoto:

n. Sistema de reproducción de fotografías a distancia por medio de impulsos eléctricos transmitidos por cables.

LA PRENSA

» 1915

LA PRENSA

» 1920

LA PRENSA

» 1930

LA PRENSA

» 1935

**LA PRENSA
GRAFICA**

» 1939

**LA PRENSA
GRAFICA**

» 1945

**LA PRENSA
GRAFICA**

» 1950

**LA PRENSA
GRAFICA**

» 1990

**LA PRENSA
GRAFICA**

» 2005

**LA PRENSA
GRAFICA**



» 2010

**LA PRENSA
GRAFICA**

