

FICHA DEL LIBRO

La comunicación a través
del diseño periodísticoAUTORES
Humberto MARTÍNEZ-FRESNEDA OSORIOEDITORIAL
Fragua, Madrid, 2007, 254 págs.

El libro "La comunicación a través del diseño periodístico" del profesor Humberto Martínez-Fresneda y editado por Fragua, es un buen ejemplo de la vitalidad intelectual y creativa que existe en las áreas de estudio del periodismo de carácter más tradicional, es decir, las centradas en el estudio de los medios escritos. La importancia de la obra que nos ocupa reside por una parte en la sencillez con que el profesor Martínez-Fresneda aborda el estudio del diseño periodístico como pieza esencial del proceso de comunicación social. Por otra parte, esta sencillez y claridad a la hora de abordar el tema, no ensombrece la riqueza y profundidad de los diferentes contenidos expuestos a lo largo de las páginas del texto.

La obra que presentamos se debe entender como parte del esfuerzo que los docentes universitarios realizan dentro de su labor investigadora para la transmisión de sus conocimientos a los alumnos. La actividad investigadora de todo profesor universitario no debe mostrarse únicamente en resultados científicos contabilizados en informes y memorias, inexcusablemente debe mostrarse también en textos como el del profesor Martínez-Fresneda que se significan como la unión de lo esencial de la actividad investigadora y de la actividad docente. Desde el ámbito universitario se debe fomentar este tipo de publicaciones que contribuyen decisivamente a la mejora de la institución. El autor deja bien claro desde el principio sus motivaciones: "Intentar ayudar a los alumnos de las Facultades de Ciencias de la Comunicación y a cualquier lector a plantearse cómo se utiliza el diseño periodístico en las estrategias comunicativas de los medios sabiendo que es este, quizás, uno de los elementos de ese proceso de la comunicación cada vez más utilizado por los medios y más desapercibido por el lector". Compartimos las palabras y destacamos la necesidad de nutrir de este tipo de publicaciones el campo de estudio del diseño periodístico para beneficio de los estudiantes y de los estudiosos del Periodismo y para todo aquel que quiera "ver" mejor el periódico.

En el momento presente, los diferentes elementos redaccionales presentes en cualquier medio escrito pasan por ser los que, en un sencillo primer análisis, aportan el significado e influyen en el público, pero es necesario comprender que los elementos estructurales o de carácter formal que acompañan a los textos son igualmente esenciales a la hora de construir el sentido de cualquier contenido periodístico. A nadie se le escapa

que el tamaño de un titular, la colocación de un texto, un espacio en blanco, la utilización del color y el resto de elementos que pueden formar parte de una noticia, influyen decisivamente en la interpretación de los lectores. No se trata de discutir si su influencia es mayor o menor que la de los textos que forman el mensaje, se trata de entender que todo unido significa e influye en los públicos. Cualquier análisis de contenido de un medio escrito realizado con rigor debe tener muy en cuenta la significación que se obtiene a través del análisis estructural morfológico centrado en la descripción y explicación de las diferentes formas de expresión propias del diseño.

Es importante señalar que el diseño periodístico no se puede considerar un aspecto menor y de carácter puramente formal, debe entenderse, siguiendo al autor, como un elemento importante del proceso de la comunicación y parte esencial de las estrategias de los medios. Nuestra sociedad, acostumbrada a consumir abundantemente medios de carácter audiovisual, sobre todo la televisión, se enfrenta cada día a los medios escritos esperando una recepción y comprensión similar. Es probable que la influencia de los periódicos y revistas resida en buena parte en los elementos propios del diseño que sutilmente los emisores aprovechan para "conducir" a los públicos hacia determinados caminos de opinión. En el texto que reseñamos se destaca la importancia de estos elementos y se indaga sobre su utilización en los procesos de eficacia de los medios de comunicación social. Además los ejemplos estudiados por el autor demuestran de manera práctica, clara y visual las principales propuestas teóricas desarrolladas en el cuerpo de la obra.

El libro está estructurado en tres partes: la primera aborda el concepto de diseño periodístico, en la segunda se describen los principales elementos del diseño periodístico y la última centrada en estudiar y ejemplarizar la utilización actual del diseño periodístico. Sin ánimo de ser exhaustivos queremos destacar los contenidos más re-

levantes de cada una de los apartados en que se organiza la obra.

En la primera parte del texto se realiza un repaso a las cuestiones más teóricas sobre el diseño periodístico incidiendo en su evolución histórica y en su concepto. En primer lugar el autor muestra el cambio que se produce en la utilización del diseño periodístico desde las publicaciones periódicas de primera hora hasta los inicios del periodismo moderno a finales del siglo XIX. A continuación, se aborda el concepto de diseño periodístico destacando su importancia y recogiendo las aportaciones de los autores más relevantes. Termina el capítulo repasando los requisitos, los principios y las normas básicas para poder exponer los estilos tradicionales del diseño periodístico destacando la actualidad del tipo de diseño modular.

La segunda parte de la obra, estudia los diferentes elementos que tienen que ver con el diseño periodístico, partiendo de la página, exponiendo los tipos de tipografías, los conceptos básicos sobre la legibilidad de los textos, los diferentes recursos tipográficos (filetes, tramas, gráficos, blancos, color, cabeceras, entre otros), para terminar resaltando la importancia de la utilización de la fotografía y de las infografías en las publicaciones periódicas. Es un repaso completo de los principales elementos que conforman el diseño de los contenidos periodísticos en los medios escritos y que conjuntamente le otorgan parte importante de su sentido o significación. Estos elementos aisladamente no pasan de ser recursos propios de los diseñadores, pero al mostrarse juntos, con un determinado orden y en un contenido concreto cobran toda su importancia y nos ofrecen claves para interpretar los distintos mensajes informativos.

Una vez desarrollado el concepto y los elementos del diseño periodístico la obra avanza hacia lugares más prácticos para su posterior aplicación. Bajo el título "Utilización del diseño periodístico" el autor centra su estudio en destacar el papel del diseño en el proceso de la comunicación,

primero de manera teórica y después a través de una serie de ejemplos muy claros y lúcidos. El profesor Martínez-Fresneda nos lleva a entender el papel del diseño en los procesos informativos libres y a descubrir los procesos viciados o desequilibrados que sobre todo desinforman a los públicos. Nos lo deja muy claro cuando explica: "Acercar de manera sutil determinados contenidos erosiona el derecho a una información veraz y honesta (...) Aceptando que el diseño periodístico forma parte del proceso de la comunicación, es necesario que el lector se oriente no solo en la lectura de lo que ve, sino en el recorrido visual por el periódico a través del lenguaje del diseño periodístico". Para orientar al lector nada mejor que el análisis de casos desarrollados en el último capítulo que sirve de brillante colofón al texto.

Queremos destacar el análisis de los casos prácticos presentado en la obra por ofrecer una clara ejemplificación de lo expuesto teóricamente, utilizando contenidos reales de los periódicos más importantes de difusión nacional en España (EL País, ABC, El Mundo y La Razón). El autor analiza en primer lugar las portadas de los diarios durante cuatro semanas completas, seleccionadas de entre los meses de febrero a junio de 2007, para después completar el análisis con la selección de 14 días

concretos destacados por incluir noticias relevantes. De esta manera se aprecia lo cotidiano en el diseño de un diario y lo extraordinario en el diseño de sus páginas especiales. La virtud de esta propuesta práctica reside en su acentuado estilo visual al plasmar las portadas de los diarios, analizarlas y compararlas con los presupuestos teóricos expuestos en el libro y valorar su significación para el lector.

Por último queremos recalcar que nos encontramos ante un texto importante que, en su doble perfil docente e investigador, repasa lo esencial del diseño periodístico, destaca sus principales elementos, examina sus principales técnicas de construcción e influencia y defiende el papel del diseño periodístico como parte esencial del proceso de la comunicación social y en las nuevas estrategias comunicativas utilizadas por los medios escritos. Para concluir felicitamos al autor por esta obra que se distingue como un libro revelador y necesario para el estudio en las áreas generales del Periodismo y muy singularmente para la investigación actual del diseño periodístico. ■

POR Francisco Javier Davara Torrepo
Universidad Francisco de Vitoria