

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD: CIENCIAS SOCIALES

CARRERA: TÉCNICO UNIVERSITARIO EN PERIODISMO



TEMA:

**EL DISEÑO PERIODISTICO COMO RECURSO PARA
INCENTIVAR LA LECTURA EN LOS MEDIOS IMPRESOS.**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

GLORIA STEPHANIE MEJÍA AMAYA

VERONICA GUADALUPE RODRIGUEZ MONTANO

PARA OPTAR AL GRADO DE: TÉCNICO EN PERIODISMO

ABRIL, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA.

AUTORIDADES ACADEMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADEMICO

LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. FRANCISCO ELÍAS VALENCIA SORIANO

PRESIDENTE

LIC. ANA ARELY UMANZOR DE BARAHONA

PRIMER VOCAL

LIC. RENÉ SANTOS GALDÁMEZ

SEGUNDO VOCAL

ABRIL, 2018

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA



ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:

Licda Ana Arely Umanzor de Barahona, Lic. René Alfredo Santos Galdámez, Lic. Francisco Elías Valencia Soriano, a las 5:00p.m. del día lunes, 27 de noviembre de dos mil diecisiete.
Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

<u>1-Verónica Guadalupe Rodríguez</u>	<u>Carnet 36-0192-2015</u>
<u>2-Gloria Stephanie Mejía Amaya</u>	<u>Carnet 36-2812-2014</u>

QUIENES PRESENTAN DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACIÓN TITULADO:

"El diseño periodístico como recurso para incentivar la lectura en los medios impresos"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

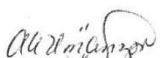
TECNICO EN PERIODISMO

Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO,
POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

APROBADO

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACIÓN DE LA
UNIVERSIDAD.

San Salvador, 23 de junio de dos mil diecisiete.

F. 
PRIMER VOCAL

Licda. Ana Arely Umanzor de Barahona

F. 
SEGUNDO VOCAL

Lic. René Alfredo Santos Galdámez

F. 
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. Francisco Elías Valencia Soriano

Agradecimientos.

En primer lugar, agradezco infinitamente a Dios por la vida que me ha regalado, por siempre brindarme la fuerza, la sabiduría necesaria para seguir adelante. Por darme siempre la oportunidad de conquistar mis sueños.

Asimismo agradezco a mis padres por su amor y apoyo incondicional, que a pesar de los obstáculos de la vida me han enseñado a levantar, ponerme de pie y seguir luchando por mis sueños, gracias por ser un pilar muy importante en mi formación académica.

Le agradezco también a mi abuela María Cristina por su ayuda y apoyo durante este tiempo, a mi hermana Jenny, Wendy mi hermano José, a mis hermosos sobrinos por inspirarme a ser mejor cada día.

Agradezco infinitamente a esa persona tan especial en mi vida, por mostrarme su apoyo incondicional durante esta carrera, por motivarme siempre a no desmayar y seguir luchando por cumplir los objetivos.

Stephanie Mejía Amaya.

Agradecimientos.

Agradezco a nuestro Dios quien con su infinita misericordia nos ama y nos permite vivir y realizar cada una de nuestras metas en nuestras vidas

También agradezco a cada uno de los catedráticos que me impartieron el saber de mi carrera.

A mis padres por el esfuerzo que han hecho en ayudarme a pagar mis estudios universitarios, ya que no me los hubiera pagado sola, eso ha sido un gran aporte para culminar mi carrera y el esfuerzo y esmero que he puesto de mi parte para culminar mis estudios universitarios.

Verónica Rodríguez

ÍNDICE

Introducción.....	
--------------------------	--------------

Capítulo I

Planteamiento del Problema

1.1 Formulación del Problema.....	1
1.2 Justificación.....	2
1.3 Enunciado del Problema.....	2
1.4 Delimitaciones.....	3
1.5 Objetivos.....	4
1.5.1 Objetivo general.....	4
1.5.2 Objetivos específicos.....	4

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Periodismo Impreso.....	5
2.1.1 Historia del periodismo impreso.....	5
2.1.2 Periodismo impresos en El Salvador.....	6
2.1.3 Periódicos en la actualidad.....	7
2.2 Diseño Gráfico.....	8
2.2.1 Elementos del diseño gráfico.....	9
2.2.2 Principios del diseño gráfico.....	12
2.2.3 Áreas del diseño gráfico.....	13
2.3 Definición de Diseño Periodístico.....	15
2.3.1 Principios básicos del diseño periodístico.....	16
2.3.2 Elementos del diseño periodístico.....	18

Capítulo III

Marco Metodológico

3.1 Método.....	24
3.2 Muestra.....	25
3.3 Técnicas	26
3.4 Procedimiento.....	27
3.5 Instrumentos.....	28

Capítulo IV

Análisis de Resultados

4.1 Descripción de los Hallazgos.....	32
4.2 Análisis tras realizar un Grupo Focal.....	35
4.3 Análisis del Diseño y Maquetación del Periódico La Prensa Gráfica.....	41
4.3.1 Descripción de contenido.....	41
4.3.2 Análisis de contenido.....	45

Capítulo V

Conclusiones

5.1 Conclusión.....	49
5.2 Recomendaciones.....	50
5.3 Referencias.....	52
5.4 Anexos.....	54

Introducción.

En la presente investigación se aborda el tema “El diseño periodístico como recurso para incentivar la lectura en los medios impresos”.

Según Martínez-Fresneda “El origen del diseño gráfico es el descubrimiento del trazo. La escritura y el dibujo como expresión gráfica se convierten desde los primeros tiempos en el producto del gesto y la voluntad del hombre que tiene necesidad de comunicarse”.

El diseño gráfico cobra cada día mayor importancia, convirtiéndose en un recurso necesario e indispensable para la prensa escrita, gestionando activamente su carácter y reputación. Actualmente, es el protagonista para incentivar la lectura a través de la organización del texto, imágenes, mapas, gráficos y todo tipo de dibujos.

El proyecto de investigación consta de cinco puntos.

En el capítulo I, se describe el planteamiento del problema, se explica la razón de la investigación, además se delimita el objetito de estudio y se expresan los diferentes tipos de objetivos que son de gran importancia en la investigación.

En el capítulo II, se plantea el marco teórico, que se organiza en una breve historia de la imprenta, los primeros periódicos en El Salvador y introducción al diseño gráfico, luego se describe los elementos del diseño periodístico y sus principales características.

En cuanto al capítulo III, trata de la metodología que se ha utilizado en la investigación, que se basa en el modelo mixto, es decir, la combinación de los enfoques cualitativos y cuantitativos. En el método cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico.

En el capítulo IV, se hace una descripción de los hallazgos de la investigación y se hace un análisis de los mismos.

En el capítulo V, se plantean las conclusiones y recomendaciones de la investigación confirmando el tema y aportando a futuras investigaciones periodística

Capítulo I

Planteamiento del problema.

1.1 Formulación del Problema.

El diseño periodístico ha adquirido una gran importancia con el paso de los años a nivel mundial, y El Salvador no ha sido la excepción, pues de esta manera los medios impresos hacen ver al público las noticias mejor elaboradas y estructuradas de una forma dinámica, fácil de asimilar y percibir la veracidad de los hechos.

El diseño se convierte en una herramienta de ordenamiento, trabajando en la parte visual y atractiva de un medio, haciéndolo interesante para los lectores y facilitando el recorrido visual por el periódico.

A través del diseño periodístico se busca incentivar la lectura enganchando al lector por la parte visual, la presentación de distintas tipografías, color, imagen y gráficos. Es importante destacar cada uno de estos elementos ya que son ellos los encargados de dar vida a los hechos narrados a través de las notas.

1.2 Justificación.

El diseño gráfico y el periodismo fusionados tienen la particularidad de recoger, elaborar y difundir información que sea útil y estética.

La presente investigación tiene como objetivo principal identificar las características del diseño periodístico que son más utilizadas en los medios impresos para transmitir información de emisor a receptor, obteniendo una buena comunicación y facilitando la legibilidad a través del diseño y estructuras de las notas periodísticas. Tratando de incentivar la lectura, ya que el diseño da una aptitud a cada nota, y estimula al lector a asimilar mejor el mensaje.

Es importante realizar esta investigación porque permitirá dar a conocer lo que actualmente están haciendo los medios desde el departamento de diseño para que el lector se interese en informarse a través de un periódico.

1.3 Enunciado del Problema.

El diseño periodístico nace con el fin de crear y transmitir información de forma estética, convirtiéndose en una nueva forma de comunicación, con la intención de organizar de forma jerárquica las notas periodísticas, integrando color, formas, gráficos, fotografías y el equilibrio de todos los recursos facilitan la comprensión de la lectura.

De lo anterior se formula la pregunta de investigación.

¿Qué elementos del diseño periodístico predominan en La Prensa Gráfica y sirven como conductores o enganche para incentivar la lectura?

1.4 Delimitaciones.

La presente investigación se enfocó en el periódico La Prensa Gráfica, ya que es uno de los medios con más trayectoria informativa en el país, ubicado en Antiguo Cuscatlán, La Libertad.

En este medio se analizó la producción informativa general, especificándonos en los diseños dados a cuatro secciones del periódico y corroborando si se cumplen todos los elementos básicos del diseño, en el periodo del 15 octubre al 30 del mismo mes del presente año 2017.

La investigación se realizó en su totalidad en un periodo de 4 meses, tomando como muestra un importante medio de comunicación del país, abordando a los especialistas de esta rama. Se desarrollaron entrevistas dirigidas a lectores de La Prensa Gráfica, estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador, con la finalidad de conocer su opinión sobre el impacto visual o la influencia creada por el diseño periodístico.

1.5 Objetivos.

1.5.1 Objetivo general:

- Analizar el diseño periodístico de La Prensa Gráfica, los métodos y técnicas que utiliza este medio para incentivar la lectura.

1.5.2 Objetivos específicos:

- Identificar los elementos del diseño periodístico en La Prensa Gráfica para hacer más llamativo y atractivo su medio.
- Mostrar que secciones del periódico son más llamativas para el lector.
- Dar a conocer las estrategias e instrumentos del diseño periodístico más utilizadas en la prensa escrita en nuestro país.

Capítulo II

Marco teórico.

2.1 Periodismo Impreso.

El periodismo impreso es un sistema de comunicación humana que se encarga de procesar una gran cantidad de hechos acontecidos en un margen de tiempo determinado, con periodicidad diaria (en cuyo caso se le llama diario, o comúnmente llamado periódico), semanal (semanario o revista), mensual (revistas especializadas), o anual (anuario). Existen desde la creación de la imprenta, siendo este el primer medio de comunicación masiva. Como todo medio de comunicación sus objetivos son informar, persuadir, promover, formar, opinión, educar y entretener.

2.1.1 Historia del periodismo impreso.

El nacimiento de la prensa, incluso en su denominación, se debe al invento de Gutemberg, la imprenta de caracteres móviles o prensa, en torno a 1450. Los primeros impresos con noticias contemporáneas, en forma de hojas sueltas, aparecieron a finales del siglo XV. Durante los siglos siguientes empezaron a crecer numerosos periódicos. El periódico más veterano que aún existe es el Post- ochInrikes Tidningar, de Suecia, fundado en 1645, si bien

desde 2007 sólo se publica en línea. La generalización de los periódicos tuvo que esperar a la sociedad industrial; fue a partir de mediados del siglo XIX cuando se experimentó un gran desarrollo de estos medios.

2.1.2 Periodismo impreso en El Salvador.

La imprenta fue introducida en El Salvador el año 1824, su establecimiento significó un gran adelanto en la vida cultural, política y social del país. La primera prensa era muy rudimentaria. El equipo fue adquirido por colecta popular, suscrito por el Pbro. José Matías Delgado, quien, conjuntamente con el Pbro. Miguel José Castro, editó el semanario político "El Mercantil", en julio de 1824.

Los nombres de los periódicos en El Salvador entre 1824 y 1850 no son familiares hoy en día. En buena medida esos medios habitan el territorio del olvido, según María Tenorio Góchez, estos son algunos de ellos:

- El Semanario Político Mercantil de San Salvador (1824)
- Gaceta del gobierno del Estado del Salvador (1827)
- El Iris Salvadoreño (1836)
- Correo Semanario del Salvador (1840)

Poseían cuatro páginas o un máximo de hasta ocho, no tenían un tamaño estandarizado del papel empleado. Los formatos eran variables de cuarto y octavo, en sus variaciones de mayo o menor, el cuarto podía medir entre 25 y 30 centímetros de altura, mientras el octavo entre 14 y 22 centímetros.; También habían periódicos en formato de folio, cuya altura oscilaba entre 34 y 40 centímetros.

Los primeros periódicos se caracterizaban por ser diagramados a una columna, con escasez de titulares y publicaban artículos de opinión más o menos extensos cifrados en discusiones políticas relativas a la organización de la federación centroamericana.

Los que poseían dos columnas, con abundantes titulares, tenían contenidos que iban desde cartas oficiales y decretos hasta artículos sobre instituciones públicas, agricultura, teatro y poesías pasando por las noticias extranjeras extraídas de periódicos de fuera del istmo.

2.1.3 Periódicos en la actualidad.

Los periódicos actualmente no son como eran en sus inicios, han evolucionado constantemente, el cambio más significativo es el cambio de blanco y negro a color, dando un paso muy importante que dio la pauta para cambiar también el sistema tipográfico a offset, y de este a flexografía, jugando

un rol esencial para una mejor visión y comprensión, asimismo la calidad de los papeles ha cambiado adecuándose a cada sistema de impresión.

El periódico es uno de los medios más utilizado e importante por ende requiere una fuerte inversión económica en recursos técnicos, pero también no se puede descuidar la parte fundamental y es el cómo llegar a sus lectores.

En la actualidad los periódicos salvadoreños son más estructurados y con un diseño de identidad de cada medio. El Salvador cuenta con seis periódicos impresos, El Diario de Hoy, La Prensa Gráfica, El CoLatino, Diario el Mundo, El Más y Mi Chero, los cuales son más extensos en comparación con los primeros periódicos publicados en el país.

Estos medios utilizan más columnas en sus páginas que varían según su diseño, abundantes titulares, sin perder el orden jerárquico de estos, es decir, utilizan una nota primaria, nota secundaria, y llamados destacados de diferentes sesiones en sus portadas, fotografías, gráficos, recuadros, color y distintas tipografías e infografías.

2.2 Diseño Gráfico.

El diseño gráfico es una profesión cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales, ocupándose de organizar imágenes, texto, color para darle forma al contenido, transmitiendo un lenguaje específico a grupos

sociales, con objetivos determinados. Esta actividad ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas.

Para muchos el diseño gráfico es considerado una nueva forma de arte moderna, debido a su manejo del contenido y mostrando una forma de comunicación visual que atrapa al lector por su forma de expresar la información, siendo más amplio, compleja y específica al mismo tiempo.

Aún que según Daniel Tena solo es un medio de comunicación y no nos debemos referir a ella más allá de eso, teniendo en cuenta que es un área que facilita la transmisión de información y la venta de productos a grupos de individuos; *“No nos debemos referir al diseño gráfico como una obra de arte aun que, con el tiempo, los mejores productos del diseño gráfico se han convertido en verdaderas obras de arte”.* (Daniel Tena Parea Madrid: 2005, 2).

2.2.1 Elementos del diseño gráfico

- **El Punto:** Es un señal de dimensiones pequeñas, ordinariamente circula, que, por contraste de color o de relieve, es perceptible en una superficie. En sentido gráfico el punto es una especie materializada, es decir, reconocible por el ojo humano; es la unidad gráfica más pequeña. Es la

unidad mínima de comunicación visual, el elemento gráfico fundamental y, por lo tanto, el más importante y puede intensificar su valor por medio del color, el tamaño y la posición en el plano.

- **La Línea:** La línea puede ser considerada como la traza que deja el punto al moverse, o como la unión de dos o más puntos. A su vez es una suma de puntos que son conectados en el espacio.

Casi siempre genera dinamismo y definen direccionalmente la composición en la que la insertemos. Su presencia crea tensión en el espacio donde la ubiquemos y afecta a los diferentes elementos que conviven con ella. Puede definirse también como un punto en movimiento o como la historia del movimiento de un punto, por lo cual tiene una enorme energía, nunca es estática y es el elemento visual básico del boceto. Además, la línea separa planos, permitiendo crear diferentes niveles y volúmenes.

- **El Contorno:** Hablamos de contorno cuando el trazo de línea se une en un mismo punto. En la terminología de las artes visuales se dice que la línea articula la complejidad del contorno. Cuando la línea cierra un determinado espacio se crea una tensión entre el espacio y sus límites y es entonces cuando la línea tiene un gran poder de atracción. La característica principal del contorno es que son estáticos o dinámicos

dependiendo del uso que se les de las diferentes direcciones que éste adopte.

- **Plano:** Permite fragmentar y dividir el espacio, de esta forma podemos delimitar y clasificar las diferentes zonas de nuestra composición.
- **La textura:** Consiste en la modificación o variación de la superficie de los materiales utilizados, ya sea de una forma visual o táctil. La reunión de puntos sobre una superficie es considerada como trama o textura, pues se produce un efecto colectivo tonal según la densidad y/o tamaño de los puntos.
- **Color:** El ojo humano puede distinguir entre 10.000 colores. Se pueden además emplear tres dimensiones físicas del color para relacionar experiencias de percepción con propiedades materiales: saturación, brillantez y tono.
- **Espacio:** ¿Recuerdas el principio de repetición y la línea de puntos? ¿Qué ocurre si separamos o damos espacio a esos puntos? Podemos provocar la sensación de distancia e incluso de velocidad. Este principio se aplica, por ejemplo, a las líneas de incorporación o salida en las autopistas. A mayor distancia, más velocidad permitida / recomendada.

2.2.2 Principios del diseño gráfico

- **Balance:** El balance es similar al equilibrio o compensación entre dos elementos. Por ejemplo: Componer un elemento a la izquierda y compensarlo con un elemento más grande o más pequeño a la derecha. Creando una relación de fuerza entre ambos, bien para compensar o bien para todo lo contrario, descompensar la composición.
- **Contraste:** Blanco y negro, objeto y fondo. El contraste nos ayudará a diferenciar dos elementos, o bien a separar un elemento del fondo. Es sin lugar a duda, uno de los principios básicos. La falta de contraste puede provocar que no se diferencien suficientemente todos o algunos de los elementos de la composición. Pero el contraste no se refiere únicamente al color, también a la forma o la dirección.
- **Alineación:** La alineación nos ayudará a crear orden, o su opuesto, creando conexiones visuales entre ellos. Por ejemplo: los elementos alineados a la izquierda, se diferenciarán de los elementos alineados a la derecha. Si no los alineamos y en función de su cercanía, es muy posible que no los veamos como dos grupos claramente diferenciados.

- **Proximidad:** La proximidad crea relaciones entre dos o más elementos. Por ejemplo: dos elementos que estén más próximos, se podrán ver más “conectados” que otro elemento más apartado. Una situación que no siempre se cumplirá porque, recordemos, tenemos otros principios y elementos como el color, que puede modificar la percepción.
- **Repetición:** La repetición es otro principio que refuerza la relación y consistencia entre elementos. Por ejemplo: Una serie de círculos repetidos, uno detrás de otro, se transforma en una línea de puntos.

2.2.3 Áreas del diseño gráfico

- **Diseño Publicitario:** Esta área es estrictamente comercial, cultura o político, se ve reflejado el uso intensivo de la persuasión, la persuasión visual, está apoyada por el Marketing, carteles y anuncios son los exponentes más claros entre un sinfín de medios gráficos y el objetivo principal es convencer, producir emociones y acciones específicas.
- **Diseño de Identidad Corporativa:** Este hace referencia a toda la identidad visual de las empresas, es decir, es la representación de

marcas, requiriendo mucha más investigación de los públicos a los que se quiere llegar y disciplina para hacerlo sin perder el objetivo principal de la empresa, instituto o cualquier otra agrupación o asociación; representando las marcas y los logotipos, también en espacios donde las empresas se publicitan

- **Diseño Web:** El más reciente de todos, este se encarga del diseño de sitios web incorpora prácticamente todas las enseñanzas de las demás disciplinas, revolucionando la forma en que se diseñó debido a algunas limitaciones del medio y sus grandes alcances también; este medio a ganado más importancia y llegando a más público en menos tiempo, aportando un poco en cada área que son utilizadas todo las ramas del diseño gráfico.
- **Diseño tipográfico:** A pesar que en tipografía se refiere netamente al diseño de la letra, juega un rol muy importante ya que es el contenido al que se le da una personalidad única y marca un estilo propio al contexto.
- **Diseño Editorial:** Este realiza publicaciones de carácter informativo, de entretenimiento y llanamente contenidos escritos, entre estos tenemos

libros, revistas o periódicos; acompañados muchas veces con fotografía, ilustraciones y hasta animación según el soporte, siendo el objetivo principal que el producto sea consumido fácilmente por el público (de esta se desglosa el diseño periodístico).

2.3 Definición de Diseño Periodístico.

Es la técnica que permite determinar la situación de un conjunto de elementos impresos sobre un espacio gráfico con el fin de estructurar jerarquizar y facilitar la legibilidad de la información.

Para Edmund Arnoldo, diseñador estadounidense, la misión del diseño periodístico es la utilización de una moderada persuasión para instruir al lector en la segunda parte del proceso comunicativo, el consumismo. Y así convertir al que mira en lector y hacer que consuma texto durante el mayor tiempo posible.

La escritura y el dibujo como expresión gráfica son parte del diseño, convirtiéndose en herramientas para comunicar. Esto surge como una manera para perpetuar los mensajes en el tiempo esto ha sido el código utilizado por el hombre para almacenar y comunicar sistemáticamente y ordenadamente convirtiéndose en la comunicación que se transmite en libros o periódicos, cabe destacar que el diseño periodístico es una herramienta importante en los

medios de comunicación impresa, ya que los medios escritos hacen uso de cada uno de los elementos del diseño, para poder transmitir información a los lectores y persuadirlos a leer.

Dentro del diseño periodístico tenemos los principios básicos del diseño y sus elementos, estos son utilizados para comunicarse y transmitir mensajes.

2.3.1 Principios básicos del diseño periodístico

Se utilizan a la hora de diseñar una página de un periódico, entre los principios básicos tenemos:

- **Contraste:** Su misión es dar enlace a la noticia o noticias más importantes, llamar la atención sobre ellas. En síntesis, el contraste es, “un elemento que se distingue del resto por su singularidad o especificidad, por la forma, tamaño, color u otras cualidades propias del objeto”. El contraste es utilizado para sugerir distinciones visuales y táctiles, las cuales permiten realzar la visibilidad o el tacto, o disminuir el choque visual o táctil, dependiendo del objetivo con que se desee, este se logra asimilando o incrementando ciertos elementos a través de los distintos tipos de contraste.

- **Equilibrio:** En el equilibrio los elementos visuales fuertes de la página se distribuyen dentro de la página de manera que ninguna parte de la misma pese más que otra.
- **Sencillez:** Cualquier diseño, independientemente de la categoría a la que pertenezca, requiere de sencillez, con esto no nos referimos a la simpleza, sino a la capacidad sintética de sus formas, y a la posibilidad de demostrar su valor con pocos elementos visuales.
- **Organización:** Cada elemento de la unidad informativa está estructurado de tal manera que no hay duda de la pertenencia de cada uno de ellos a la unidad informativa.
- **Proporción:** Es la relación entre los elementos de una unidad informativa y entre cada una de ellas con el conjunto de la página.
- **Homogeneidad:** Su objetivo es mantener el mismo estilo a lo largo de las páginas del periódico.

2.3.2 Elementos del diseño periodístico



- **Viñetas o parte soft:** Permite nombrar a los recuadros de una serie que, con sus dibujos y textos, forman una historieta. El concepto también refiere a la escena impresa en una publicación que puede ir acompañada de un comentario y que, por lo general, tiene carácter humorístico.

- **Sumario:** Son frases cortas que se extraen literalmente del contenido de un artículo en una publicación periódica o similar (una revista, un periódico, un anuario...) y que se compone tipográficamente de forma resaltada (en un cuerpo mayor, en una letra distinta, a doble columna do) para llamar la atención del lector y captar su atención.
- **Créditos:** Complemento de afirmación y aceptación de algo que es cierto.
- **Nota principal:** es la apertura del periódico, es decir, que es la nota o noticia del día.
- **Nota secundaria:** Es la noticia o nota de un periódico que es relevante pero está en segundo lugar.
- **Infografía:** Es una combinación de imágenes sintéticas, explicativas y fáciles de entender y textos con el fin de comunicar información de manera visual para atraer al lector.
- **Código de barras:** Es un código basado en la representación de un conjunto de líneas paralelas de distinto grosor y espaciado que en su conjunto contienen una determinada información, es decir, las barras y

espacios del código representan pequeñas cadenas de caracteres. De este modo, el código de barras permite reconocer rápidamente un artículo de forma única, global y no ambigua en un punto de la cadena logística y así poder realizar inventario o consultar sus características asociadas.

- **Logotipo:** Este es un signo gráfico que representa la identidad de un periódico o empresa.
- **Foto principal:** es un elemento esencial e informativo en el periódico ya que hace que llame más la atención.
- **Pie de foto:** Es un texto que aparece dispuesto siempre en el borde inferior de una imagen, recurrentemente, sobre impuesto a la misma, cuya misión hacer una breve descripción del hecho.
- **Título:** Elemento fundamental del titular, siempre va en un cuerpo superior y ocupando un lugar destacado. Anuncia el contenido del texto que sigue. Se trata de sintetizar en una frase lo más destacable de la información.

- **Antetítulo:** título secundario que precede al principal en una noticia, reportaje, etc. Generalmente, aportan algún dato más sobre la información, que no está incluida en el título porque no cabe. No conviene que tenga más de dos líneas.
- **Subtítulo:** sirve de complemento al título. Hay publicaciones que los utilizan en lugar del antetítulo y cumplen la misma función que él. Amplían la información en algún aspecto que no ha podido ser incluido en el título.
- **Sumario o entradilla:** resume los principales elementos de la información, va situado después del subtítulo, generalmente, en negrita. Fundamental es la de aportar al lector información específica sobre la fotografía.
- **Publicidad:** Son mensajes pagados por un auspiciador y que tienen fines de persuasión e inducción a comportamientos de compra. Se llama publicidad en prensa a las campañas promocionales que utilizan medios escritos como periódicos, revistas.

Las adecuadas relaciones de estos elementos dan un ajuste necesario para la estructura visual externa del periódico.

El diseño periodístico a través de su evolución en los trazos, escritura, ilustraciones, elementos tipográficos ha venido facilitando el proceso de comunicación atrayendo en primer lugar a los lectores y reteniendo a su vez el interés de ellos, facilitándole la lectura y el desplazamiento a través de las páginas del periódico, de esta manera se persuade al lector.

Los editores y diseñadores de periódicos.

Manejan una serie de requisitos básicos de diseño periodístico que les permiten influir en la percepción que reciben los lectores a través de la información.

- Comunicar claramente, con la mayor legibilidad, distribuyendo de la mejor manera la información.
- Comunicar desde un punto de vista periodístico. Es necesario dar el adecuado tratamiento visual a las noticias, según el impacto visual.
- Comunicar con estilo reconocible y con coherencia que sea útil para el lector, ya que los lectores agradecen la fidelidad y la coherencia de un medio de comunicación escrita.
- El equilibrio, la sencillez, la organización, proporción y homogeneidad.

Todo esto contribuyen a que se pueda implementar la lectura es por eso que el diseño periodístico influye no solo en medios escritos, sino también en los lectores convirtiéndose en una herramienta importante para persuadir, diseñar, atraer e implementar la lectura.

Capítulo III

Marco metodológico.

3.1 Método.

De acuerdo a los objetivos propuestos la presente investigación es descriptiva, según Sabino (1986, pág 51) “trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”.

El enfoque de la investigación se basa en el modelo mixto, es decir, la combinación de los enfoques cualitativo y cuantitativo. En el método cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Sampieri, 2006).

La investigación se enmarcó en los tipos de estudio que se diseñan de la siguiente forma:

- **De campo**, porque se llegó a los medios a recolectar información de primera mano con diseñadores y se realizó un focusgroup con pequeños grupos de lectores.
- **Documental**, debido a que se realizó un análisis de contenido del periódico La Prensa Gráfica, enfocado en su diseño gráfico, con previos conocimientos sobre las características del diseño periodístico y su aplicación.

3.2 Muestra.

El interés de esta investigación es analizar los medios impresos de El Salvador con el fin de detectar el impacto visual que crea el diseño periodístico en sus lectores, sirviendo este como efecto conductor para incentivar la lectura. Para la operatividad del estudio se han determinado los siguientes objetos de estudio:

El medio seleccionado es La Prensa Gráfica ya que es uno de los medios con más trayectoria informativa en el país y cuenta con una gran variedad de secciones, que diariamente son diseñadas con la finalidad de atraer al lector.

En este medio se analizó la producción informativa general, especificándonos en los diseños dados a cada sección del periódico y corroborando si se

cumplen todos los elementos básicos del diseño, en el periodo del 10 octubre al 25 del mismo mes de 2018.

Además, se entrevistó a los diseñadores gráficos del medio para conocer su punto de vista, ha analizar su propio concepto de diseño y saber de primera mano cuales son los elementos de la herramienta periodística que más ha evolucionado con los años y sigue atrapando la atención del lector.

3.3 *Técnicas.*

Este trabajo de investigación implicó el uso de las siguientes técnicas:

Se realizó el análisis de contenido o codificación, Berelson lo define como “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1984, p 18).

La otra técnica es la entrevista a profundidad. Es básicamente una técnica basada en el juego conversacional. Una entrevista es un diálogo, preparado, diseñado y organizado en el que se dan los roles de entrevistado y entrevistador. Los temas de la conversación son decididos y organizados por el entrevistador (el investigador), mientras que el entrevistado despliega a lo largo de la conversación elementos cognoscitivos (información sobre vivencias y experiencias), creencias (disposiciones y orientaciones) y deseos (motivaciones y expectativas) en torno a los temas que el entrevistador plantea. La entrevista

en profundidad, por lo tanto, supone una conversación con fines orientados a los objetivos de una investigación social. Benny y Hughes (1970), la entrevista es “la herramienta de excavar”.

La entrevista se desarrollará con los expertos en la materia de diseño gráfico que diariamente trabajan para llevar la información conceptual de una nota periodística a una obra de arte visual.

Asimismo, la técnica de grupo focal (focusgroup en inglés) es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales. Se realizó con un selecto grupo de estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

3.4 Procedimiento.

El procedimiento y análisis de datos se realizó a partir de las etapas siguientes:

- **Obtención de la información.**

Se efectuó un registro manual y electrónico, proveniente de la investigación bibliográfica y electrónica que inicialmente acercaron la investigación a las principales variables.

- **Captura, transcripción y ordenamiento de la información.**

Se captó la información de los participantes por medio de un registro en papel manuscrito proveniente del empleo de instrumentos como el focusgroup, informe individual y grupal. (Anexos).

- **Integración de la información.**

Se realizó una relación entre las categorías y subcategorías entre sí y con los fundamentos teóricos del abordaje informativo del diseño periodístico.

3.5 Instrumentos.

Durante la investigación se realizaron encuestas a profesionales en diseño gráfico y aun pequeño grupo de estudiantes de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

A continuación se presentan los cuestionarios realizados para evaluar aspectos de diseño periodístico. Las siguientes preguntas se les realizaron a estudiantes:

1. ¿Lee el periódico todos los días?

SI _____ NO _____

2. ¿sabe usted qué es el diseño periodístico?

SI _____ NO _____

3. ¿considera usted que el diseño periodístico facilita la lectura?

SI _____ NO _____

4. ¿cuál es el elemento del diseño periodístico más importante según usted?

Tipografía _____ Fotografía _____

Color _____ Infografía _____

5. ¿Qué prefiere ver en una noticia para entender mejor el hecho de forma visual?

Fotografía _____ Infografía _____

6. ¿Qué sección del periódico prefiere más por su diseño?

Nación _____ Opinión _____

Economía _____ Plus _____

7. ¿Qué capta su atención como lector al ver la portada de un periódico?

Fotografía _____ Titular _____

Diseño _____ Color _____

8. ¿Cree que los colores utilizados en las diferentes secciones del periódico influyen en la percepción visual ayudando a comprender la noticia?

SI _____ NO _____

9. ¿Considera usted que el diseño periodístico tiene poder para incentivar la lectura?

SI _____ NO _____

10. ¿El recorrido visual por el periódico se le facilita por?

El color _____ Tipografía _____

Titulares grandes _____ fotografías _____

A continuación las preguntas elaboradas para profesionales en diseño gráfico. Son preguntas abiertas para que puedan expresar con toda libertad su conocimiento en diseño.

1. ¿Cómo define usted el diseño periódico?
2. ¿Cuál es el objetivo del diseño periodístico en un medio de prensa escrita?
3. ¿Cuál es el aporte del diseño periodístico en su medioimpreso?
4. ¿De qué manera cree usted que el diseño ha venido evolucionando y avanzando en los medios escritos?
5. ¿En qué momento el diseño periodístico se convierte en una herramienta importante para implementar la lectura en su medio?
6. ¿De qué manera ustedes como medio están trabajando a través del diseño periodístico para incentivar la lectura a los lectores?
7. ¿Con que objetivo diseñan ustedes su periódico?
8. ¿El diseño periodístico será una forma de diálogo que utilizan los editores para transmitir el contenido de un periódico?
9. De qué manera debe utilizarse el diseño periodístico para orientar al lector en la lectura y ayudarlo a facilitar el recorrido visual por el periódico?

10. Cree usted que el diseño periodístico es una herramienta de ordenamiento que trabaja en la parte visual de un periódico ¿Por qué?
11. Todo medio de prensa escrita hace uso de los elementos del diseño periodístico ¿qué elementos ejercen ustedes y cuál es la función y aporte de cada uno de estos elementos dentro de su medio?
12. ¿Cuáles son las características más utilizadas del diseño periodístico para transmitir la información al lector?
13. ¿Por qué todos los periódicos utilizan la misma tipografía en el cuerpo de la nota?
14. ¿De qué manera el diseño periodístico trabaja en las diferentes áreas de un periódico?
15. ¿Qué es lo que hace más llamativo a su periódico?

Capítulo IV

Análisis de resultados.

4.1 Descripción de los Hallazgos.

A través del tiempo el diseño periodístico ha tenido cambios significativos y una evolución constante, que permite que en nuestra época el diseño sea más interactivo con el lector.

Según el diseñadores Héctor Ramírez, la evolución del diseño periodístico comienza cuando los medios impresos pasaron de blanco y negro al dúo tono, luego al full color, formatos y luego el intento de diseñar páginas editoriales con formatos diseño de revistas.

Ramírez inició su carrera haciendo dibujos de manera empírica en El Diario de Hoy, descubriendo así su amor por el diseño gráfico, trabajó para EDH y actualmente labora para La Prensa Gráfica, a lo largo de su carrera ha logrado ganar junto a su equipo de trabajo más de 80 premios The Society for News Design otorgado a las mejores páginas de diseño periodístico.

También opina que los medios impresos han evolucionado y seguirán evolucionado, pero es importante reconocer que no se perderá el formato original, el cual es desde la portada el encabezado, madera que cuenta con el

titular principal, sumario y fotografía; Sino que será una mejor utilización de estos elementos.

Ramírez menciona que el diseño periodístico se convierte en una herramienta importante para incentivar la lectura, ya que al ver la desidia de parte de los lectores en tomar lectura y empieza a dejar de lado el medio impreso, el diseño empieza a buscar nuevos formatos, tipografías adecuadas para que esto comience a cambiar. Y asegura que en su medio esto se ha logrado en gran manera, ya que las ideas no son solo locales, si no que se vuelven universales.

Por otro lado, tenemos a Alicia Dubón, diseñadora gráfica de El Diario de Hoy, quien también expresa que el diseño es la presentación gráfica de la información diaria de forma agradable y visualmente atractiva.

Menciona también, que el diseño de un periódico es una herramienta para fomentar la lectura desde que se presenta la noticia de forma ordenada y visualmente atractiva, ésta invita y atrapa al lector a involucrarse con la información.

Oscar Corvera, infografista de La Prensa Gráfica, coincide con los diseñadores Ramírez y Dubón en que el diseño a evolucionado y es través de la infografía, tipografía, trazos, de manera que el diseño ha venido mejorando la captación de parte del lector a los medios, el diseño periodístico siempre ha

tratado de buscar nuevas formas adecuadas para comenzar a cambiar la perspectiva visual y mejorarla y a traer a las personas a leer.

Coinciden que dando una buena portada llamativa y de impacto dándole al lector información de forma ordenada a través de nuestras diferentes secciones del periódico. Jorge Contreras añade que el uso de la infografía, tipografía, gráficos, ilustraciones, color, viñetas, contextos, frases, todo esto le da un diseño atractivo en la parte visual del periódico a través del impacto visual por medio de cada elemento persuadimos a los lectores a leer nuestro periódico.

En los resultados de la encuesta realizada a los diseñadores se puede constatar que diariamente se trabaja de manera exhaustiva para atraer al lector a través de diferentes técnicas de diseño periodístico, que tratan de persuadir al lector enganchándolo a otras notas o secciones del medio.

Los profesionales coinciden en que la gran evolución y masiva emigración de los lectores de medios impresos prefieren hoy en día medios digitales, no quiere decir que la información en papel esté llegando a su fin, sino que es tiempo de innovar como medio y darle al lector mayores razones para comprar un periódico.

4.2 Análisis tras Realizar un Grupo Focal.

En cuanto a la opinión de los lectores, fueron encuestadas 30 personas dentro de la Universidad Tecnológica de El Salvador respecto al diseño periodístico, los hallazgos son los siguientes:

Gráfico 1: La mayoría de personas si leen el periódico todos los días, esto los hace estar pendientes de las noticias de última hora, de esta manera se informan desde un periódico impreso y otros prefieren hacerlo desde su celular o Tablet.



Gráfico 2: Los estudiantes de comunicaciones y periodismo si tienen conocimiento del diseño periodístico y saben que este se aplica en los medios de comunicación impresa para atraer a los lectores.

Un 5% de los encuestados no estaban de acuerdo a lo antes mencionado y no tenían conocimiento del diseño periodístico.



Gráfico 3: La mayoría dijo que si están de acuerdo que el diseño periodístico es una herramienta importante para implementar e incentivar la lectura a través de sus elementos y nuevas técnicas que aporta en cada medio que se aplica.

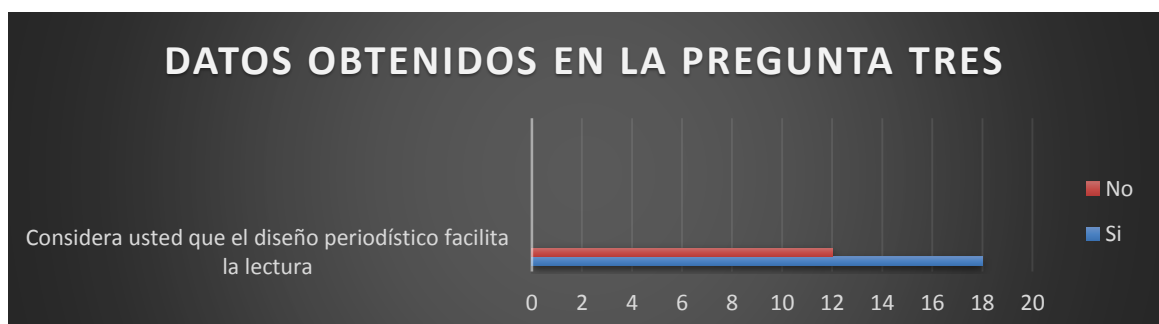


Gráfico 4: Según la encuesta el diseño periodístico es una herramienta importante ya que a través de sus elementos y sus técnicas de diseño influye en incentivar a las personas a leer.



Gráfico 5: Según datos obtenidos los elementos del diseño periodístico son lo que le dan vida a los periódicos, la mayoría de lectores son atraídos por el color las fotografías de última hora en las noticias y la infografía plasmada en una página de periódico ya que a través de la fotografía y la infografía podemos transmitir impacto visual.



Gráfico 6: Los lectores son atraídos más por la parte visual por la fotografía que ven en una portada o en cada sección del periódico.

Un 5% de las personas encuestadas dijo que les atraía más la infografía, estos elementos son atractivos al ojo de las personas que leen.

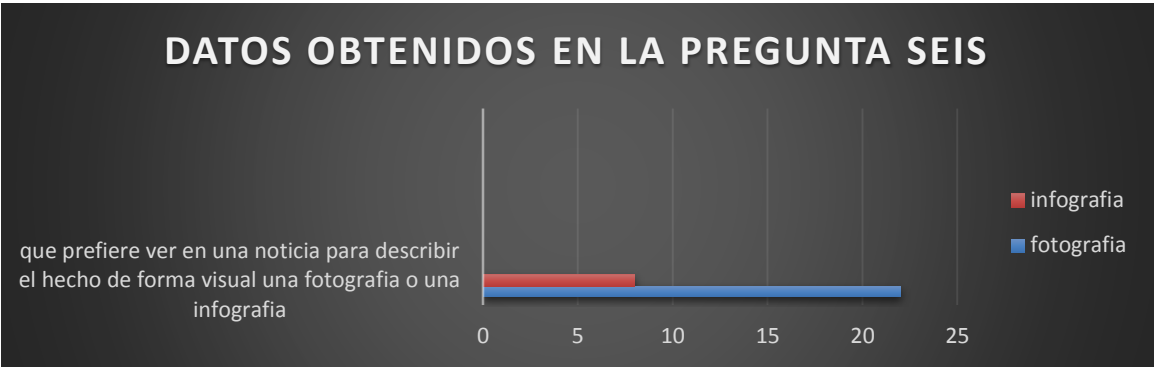
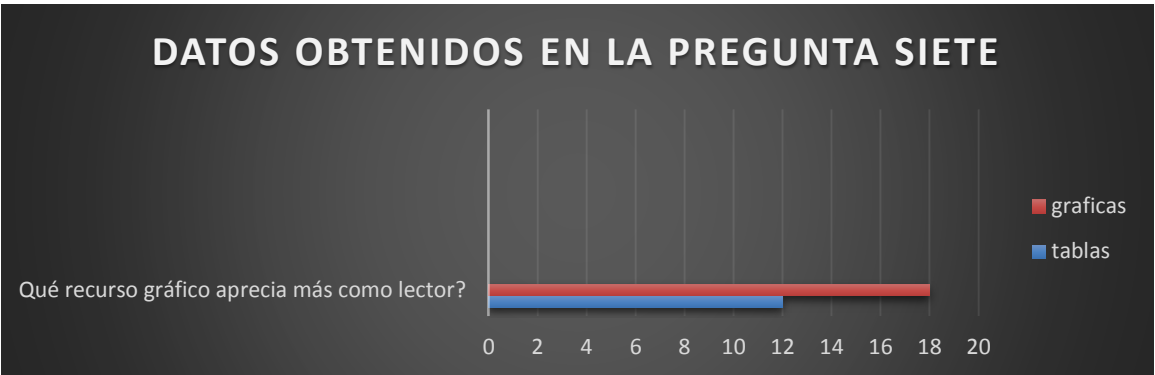


Gráfico 7: Según datos obtenidos los lectores optan más por ver una gráfica ya que son atraídos por sus colores el tipo de grafico o diseño de esta.



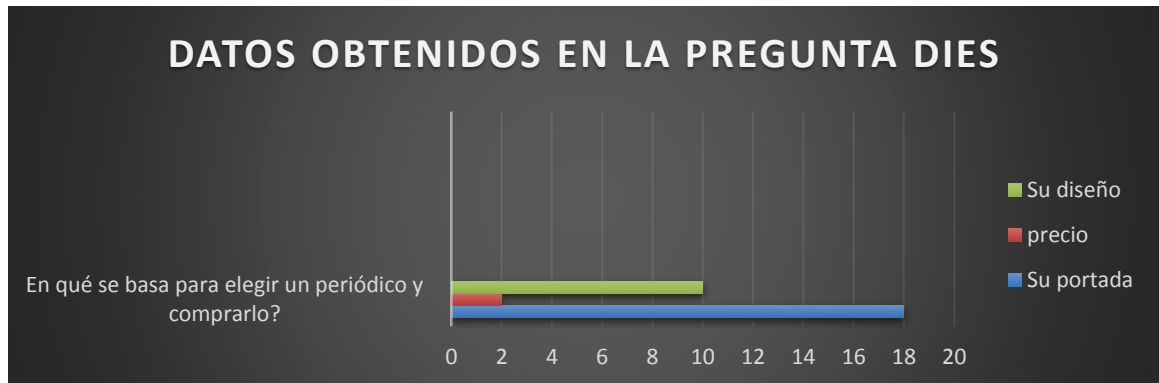
Gráficas 8: Las personas son más atraídas por el impacto visual que da una portada y títulos de noticias o sucesos destacados, el tipo y tamaño de tipografía de un periódico esto lo hace atractivo al ojo del lector.



Gráfico 9: La fotografía es un elemento llamativo y atractivo al ojo del lector lo que lo insita a leer cada sección de un periódico al igual que la infografía también es bastante llamativa para ellos.



Gráfico 10: Las personas son atraídas a comprar un periódico por su portada y diseño esto lo hace llamativo al ojo de los lectores para comprarlo y leerlo.



Según la encuesta el diseño periodístico es una herramienta importante para incentivar a los lectores a leer, ya que lo que motiva al lector es una buena portada, que los elementos del diseño estén presentes en cada sección de un periódico que el diseño sea atractivo que el recorrido visual sea interesante para ellos.

Los elementos del diseño periodístico juegan un rol importante dentro de los medios escritos ya que por medio de estos se emplean bien ayudando a comunicarse mejor con los lectores y facilitándoles el recorrido visual y que entiendan mejor el contenido del medio.

El lector lo que busca es algo llamativo e interesante y ordenado para tener un mejor recorrido visual y entender mejor el contenido del periódico,

según la encuesta se está trabajando bien en la parte del diseño aunque eso no quiere decir que cada día se deje de innovar en nuevos diseños se tiene que seguir trabajando un poco más para que el habito de la lectura siga aumentando y no disminuya.

4.3 Análisis del diseño y maquetación del periódico La Prensa Gráfica.

A continuación se detallan las conclusiones obtenidas tras el análisis y maquetación del periódico La Prensa Gráfica, diario matinal de difusión nacional, del 15 al 30 de octubre del presente año 2017. De la portada y las cuatro secciones previamente seleccionadas, las cuales son nación, opinión, economía y plus.

4.3.1 Descripción de contenido.

- **Portada.**

En la cabecera se utiliza la tipografía Time New Roman mayúsculas con el nombre del periódico en color azul (cian) o color blanco con fondo azul, como color representativo de LPG, el cual ya es parte de la identidad del periódico.



Siempre irá bajo el filete a su costado izquierdo la fecha y a la derecha el número de ejemplar, abajo del filete o dentro dependen las cuentas sociales del medio.

La cabecera puede variar mucho un día cuente con la parte soft en esta situada en la parte superior de la porta y siempre tendrá llamados de la sección plus o de la sección de deportes.

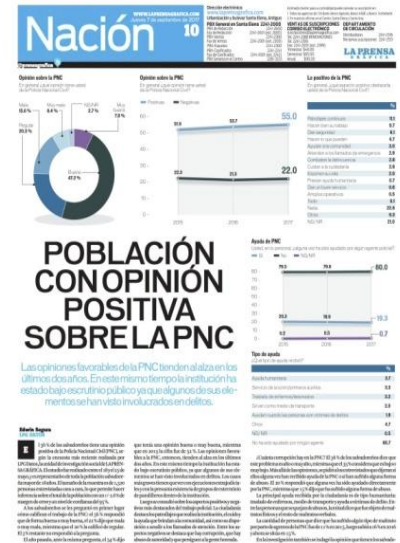
Por lo general, el principal titular o noticia del día irá a la izquierda o a lo ancho de la página, seguido del sumario, la fotografía principal casi siempre es referente de la nota secundaria.

En la parte inferior del periódico encontramos destacados de diferentes secciones del periódico, puede colocar en la parte inferior izquierda, parte inferior derecha, y siempre va acompañado de titular y fotografía.

Por lo general, la portada suele contener de cuatro a cinco noticias entre principal, secundaria y llamados destacados de secciones y la zona soft, siempre a color y cambia su maquetación diariamente, su diseño no es el mismo todos los días.

- **Nación.**

Como cada sección del periódico tiene su apertura, en la parte superior al lado izquierdo, como un encabezado pero esta se caracteriza por el color azul, y letra blanca o negra, la tipografía utilizada en todo el periódico para cuerpo de la nota siempre será serif (tipografía con patín) en esta sección encontramos noticias solamente nacionales, la estructura de la pagina puede variar pero casi siempre va a cuatro o cinco columnas, las fotografías se colocan dependiendo el orden jerárquico de la nota de mayor a menor importancia.



- **Opinión.**

En esta parte podemos encontrar una variedad de notas de opinión y una mezcla de uso tipográfico, haciendo llamativo y atractivo para el lector, utilizando el color cian que identifica al medio impreso, esta sección no se extiende más allá de cuatro páginas.

- **Economía.**

La sección de economía es caracterizada por usar mucho contenido tipográfico aunque más gráfico, ya que en la apertura color verde seguido podemos observar en la parte superior una serie de gráficos con los precios de la canasta básica y sondeo diario de dichas estadísticas, a tres o cuatro columnas. Las notas se dividen de igual manera con orden jerárquico, acompañadas la mayoría de estas con gráficos o cifras en recuadros para mejor comprensión del texto, esta sección tiene un apartado llamado marketing el cual va vestido de color naranja, cuenta con una gran cantidad de fotografías.



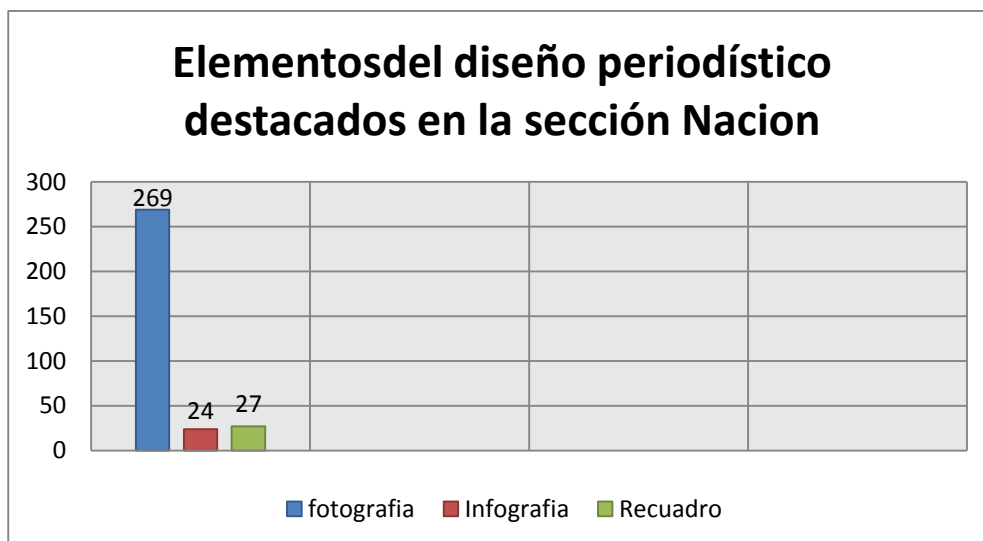
- **Pluss.**

Esta sección se divide en varias categorías dependiendo el día o las notas especiales, pero si tiene una categoría específica farándula, en ocasiones agrega temas de salud y belleza, estrenos de cine, hogar, y no tiene un color marcado, sin embargo, es la única sección que puede variar de diseño en cuanto a color, tipografía, tamaño de fotografías, la utilización de infografías, juega con las notas a doble página.

4.3.2 Análisis de contenido

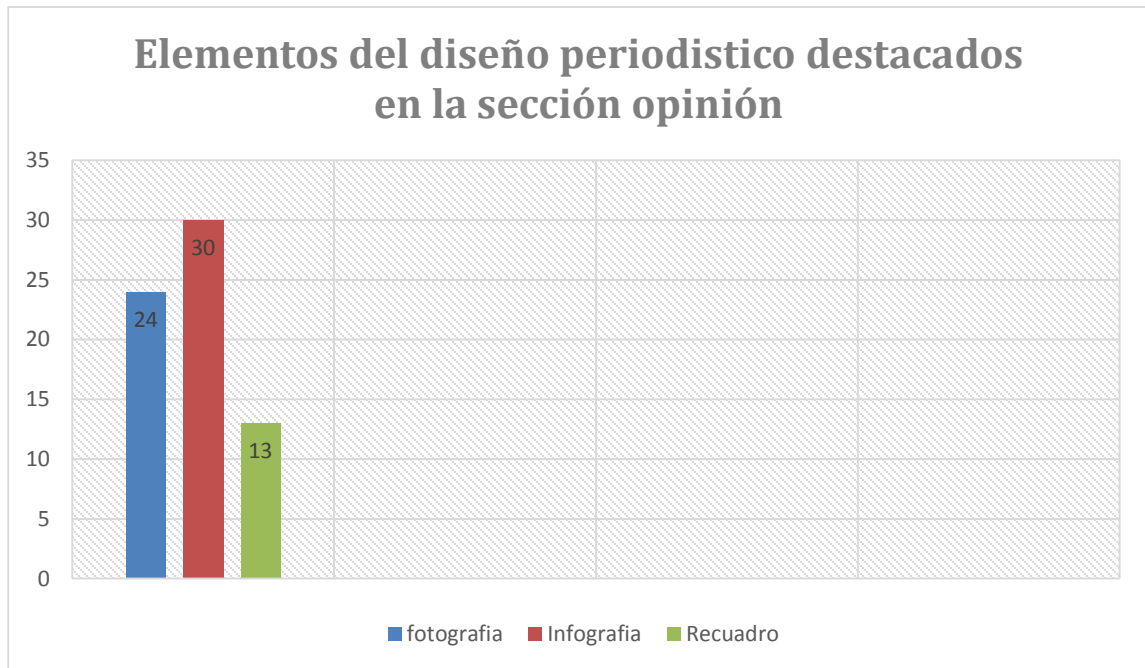
Se presentarán gráficas correspondientes a las secciones antes mencionadas y la portada, para evaluar cuáles de estas son más utilizadas.

Gráfica #1 Sección Nación.



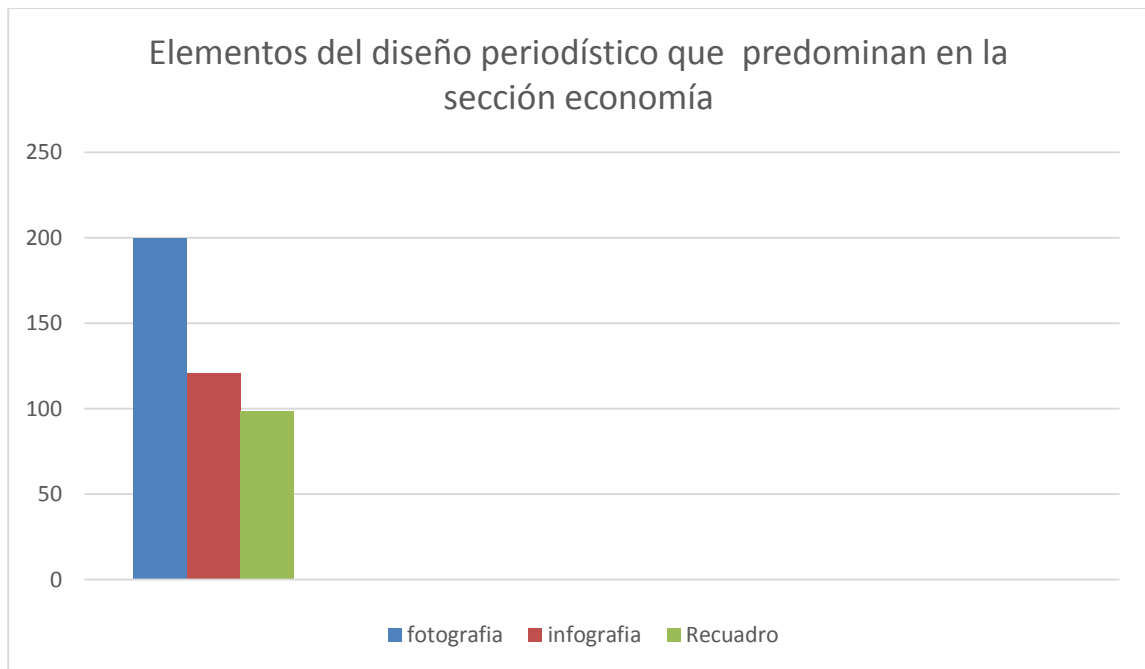
Análisis: Como revela la gráfica podemos comprobar que La Prensa Gráfica hace uso de una gran cantidad de fotografías en su sección Nación, donde se muestra contenido únicamente nacional, también destaca un elemento del diseño muy importante, la infografía. Asimismo, los recuadros son muy utilizados en esta sección para resaltar cifras o frases

Grafica #2 Opinión



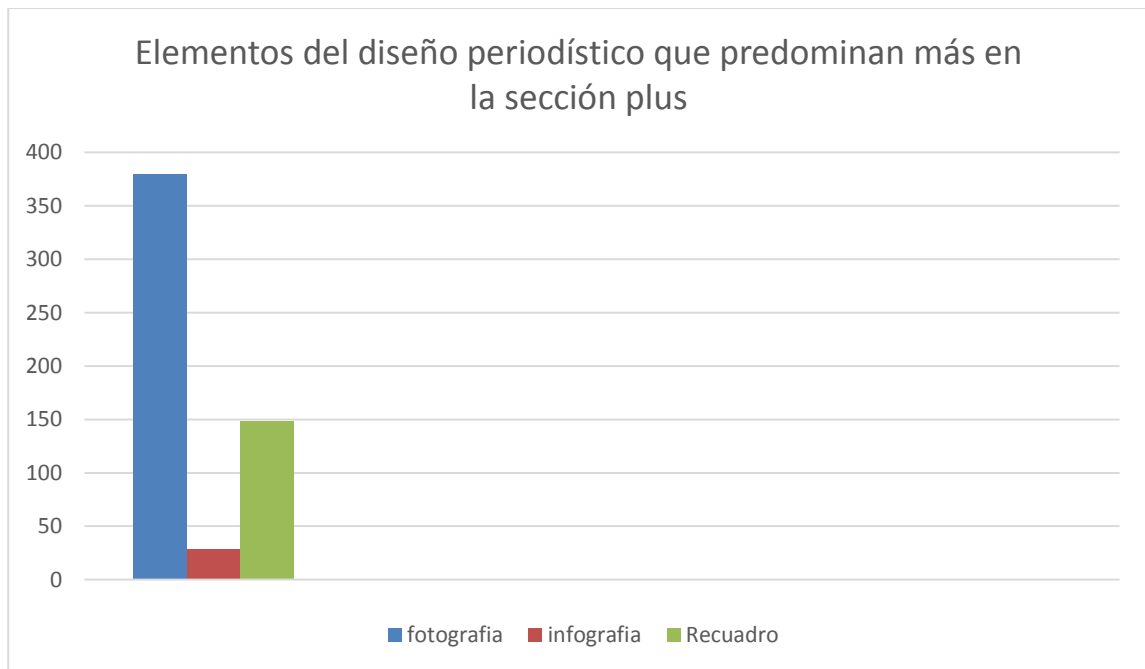
Análisis: En este grafico podemos observar que el elemento más destacado aparte del texto es la infografía que desde hace un par de años LPG la incluye en su diseño, ya que esto permite al lector tener una sección de opinión no aburrida, sino dinámica con su color cian y el uso de gráficos y tipografías, la fotografía se maneja más para identificar al autor, glosas y críticas.

Gráfico #3 Economía



Análisis: La fotografía siempre destaca, siendo un gancho para atrapar al lector, aunque en economía podemos ver mucho color, mucha infografía, gráficos y los recuadros ya que LPG los utiliza mucho con cifras resaltando así la importancia de estas dentro de la nota.

Gráfico #4 Plus



Análisis: Esta sección se caracteriza por usar una gama de colores y poco texto pero mucha fotografía, buen contenido gráfico, gracias a la utilización de la tipografía y fotografía esta sección del periódico se vuelve la preferida de muchos lectores.

Capítulo V

Conclusiones.

5.1 Conclusión.

Luego de que con el tiempo se vio una disminución de interés de parte del lector por leer, se empezó a trabajar de más de la mano con el diseño periodístico y empiezan a buscar nuevos formatos.

Que el Diseño periodístico con el tiempo ha venido evolucionando en los medios impresos, ya que los medios hacen uso de él y de sus elementos icnográficos para elaborar un mejor material de lectura y motivar al lector al leer más los periódicos.

El diseño periodístico ha venido trabajando con la variante de elementos para diseñar informar atraer a las personas a leer, el diseño además de ser un recurso para incentivar la lectura es una forma de diálogo para comunicarse.

Los lectores son atraídos por el diseño de portada de los periódicos, los colores, su tipografía el tamaño de letra, la fotografía que contiene así como gráficos e infografías. Estos son elementos muy importantes del diseño periodístico que se ha aplicado en la elaboración de un periódico, estos elementos hacen que el lector no solo se familiarizarse con el medio, sino que también lo motivan a leer porque lo encuentran llamativo y tienen un mejor recorrido visual por las diferentes secciones que contiene un periódico, también

cabe destacar que el orden en que se distribuye la información ayuda a los lectores a entender y captar mejor el mensaje.

5.2 Recomendaciones.

En la actualidad, los medios de comunicación impresos tienen que seguir innovando y trabajando en la parte visual de su medio porque esto influye bastante en incentivar cada día a leer.

Estar siempre a la vanguardia de la tecnología, en siempre aplicar nuevas técnicas a través del diseño para que el diseño se mantenga en los medios y cada día incentivar al lector a comprar un periódico y que el hábito de leer que es tan importante no se pierda.

Seguir dando un impacto visual en las noticias y en cada contenido que se publica mostrar los hechos con inmediatez relevancia y claridad esto seguirá dando la pauta para seguir motivando y atrayendo a los lectores.

Teniendo el diseño periodístico como una herramienta para trabajar en la parte visual y atractiva a través de él se puede seguir buscando cada día nuevos formatos nuevas ideas que se puedan aplicar en los medios para que la esencia del diseño periodístico pueda seguir motivando a leer a los lectores, y que el hábito de la lectura continúe y el interés de leer no se pierda por parte de las personas.

El medio impreso debe seguir trabajando en la parte visual de su medio y en la portada.

Y en cada uno de los elementos periodísticos que aplican al periódico ya que los lectores son atraídos por el impacto visual que contiene la portada lo hace atractivo porque esta muestra el contenido y invita a leerlo.

5.3 Referencias.

Aslamn, A. (2017). *Periodismo radial y televisivo*. Recuperado de [https://C:/Users/estephany/Downloads/10.3916-c30-2008-02-012%20\(2\).pdf](https://C:/Users/estephany/Downloads/10.3916-c30-2008-02-012%20(2).pdf)

Edmund, A. (1989). *Diseño total de un periódico*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/44496169_Disenio_total_de_un_periodico_Edmundo_C_Arnold

Díaz, I., & Rodríguez, D. (2015). *El conocimiento de los periodistas de la ley de acceso a la información pública como herramienta de investigación en el periodismo*. (Tesis de licenciatura), Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, SV. Recuperado de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/88709.pdf>

Hernández Samperio, R. (2016). *Metodología de la investigación*. Recuperado de <https://www.esup.edu.pe/descargas/depinvestigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf>

González Díez, L. (2006). *La importancia del diseño periodístico en una comunicación de calidad*. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/271740830_La_importancia_el_Diseño_Periodistico_en_un_a_comunicacion_de_calidad

Ruiz González, W., Méndez Galina, X., & Maravilla Delgado, M. (2015). *Aporte a la caricatura política en los lectores*. (Tesis de licenciatura), Universidad Tecnológica de El Salvador, SV. Recuperado de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/88709.pdf>

Tena Perera, D. (2005). *Diseño gráfico y comunicaciones*. Recuperado de <https://sites.google.com/site/tinccatichen/disenio-grafico-comunicación86607788>

5.4 Anexos.

Cuestionario Realizado a Diseñadores e infografías profesionales.

Preguntas	Diseñador Gráfico 1 Héctor Ramírez La Prensa Gráfica	Diseñador Gráfico 2 Alicia Dubón El Diario de Hoy	Infografista 1 Oscar Corvera La Prensa Gráfica	Infografista 2 Jorge Contreras La Prensa Gráfica
1. ¿Cómo define usted el diseño periodístico?	Es una herramienta esencial de los medios impresos	Es la presentación gráfica de la información diaria de forma agradable y visualmente atractiva.	El diseño periodístico es la parte esencial y creativa para el medio, a través del diseño exponemos temas y noticias de relevancia haciéndoles más fácil a los lectores que entiendan el contenido.	Debe de ser un diseño sencillo de mucho impacto para captar la atención del lector.
2. ¿Cuál es el objetivo del diseño periodístico en un medio de prensa escrita?	Mostrar una noticia con impacto, con atención en la importancia de la misma noticia, agradable y que sorprenda al lector a ca es donde los elementos del diseño marcan la diferencia en los medios.	Mostrar las noticias de forma gráfica, destacando elementos importantes dentro de ella, como recuadros, frases, etc.	Facilita la comunicación con nuestros lectores facilitándoles mejor un recorrido visual por nuestro periódico.	Atraer al lector.
3. ¿Cuál es el aporte del diseño periodístico en su medio impreso?	Dar a los lectores una lectura agradable desde la selección de la tipografía que se	Aportar un diseño fresco, que se renueve, y sea vanguardista	Facilita la comunicación con nuestros lectores facilitándoles mejor un recorrido visual por nuestro	Poder explicar ciertos procesos o eventos a través de infografía imágenes, gráficos, ilustraciones.

4. ¿De qué manera cree usted que el diseño periodístico ha evolucionado y avanzando en los medios escritos?	usa en los textos, tamaño y paletas de colores en todas las noticias y secciones.		periódico	
	Con el tiempo los medios evolucionaron de blanco y negro a full color, formatos, el intento de diseñar páginas editoriales con formatos de diseño revistas.	Ha evolucionado de forma rápida en donde la tecnología es la mayor partícipe.	A través de la infografía, tipografía, trazos, de manera que el diseño ha venido mejorando la captación de parte del lector a los medios, el diseño periodístico siempre ha tratado de buscar nuevas formas adecuadas para comenzar a cambiar la perspectiva visual y mejorarla y a traer a las personas a leer.	
	5. ¿En qué momento el diseño periodístico se convierte en una herramienta importante para implementar la lectura en su medio?	Cuando los medios empiezan a ver una desidia de parte de los lectores el medio empieza a buscar mejores formatos a través del diseño periodístico.	Desde que se presenta la noticia de forma ordenada y visualmente atractiva, ésta invita y atrapa al lector a involucrarse con la información.	Desde cuando queremos atraer a los lectores e incitarlos a leer, el diseño periodístico se vuelve un recurso importante dentro del medio ya que nos facilita la comunicación con nuestros lectores.
6. ¿De qué manera ustedes como medio están trabajando a través del diseño periodístico para incentivar la	Los formatos de relatos, historias, crónicas, columnas de opinión van dando esa pauta grafica para que los lectores tengan diferentes opciones y sea	Presentando la información de forma clara y puntual dentro del esquema gráfico.	A través de la infografía, tipografía y elementos del diseño periodismo que los aplicamos en todas las secciones del periódico ya que estos elementos nos facilitan mejor la comprensión del	

lectura en sus lectores?	agradable a forma de leer y ver noticias.		mensaje que transmitimos.	
7. ¿Cuál es el objetivo de diseñar su periódico?	Informar.	El objetivo es presentar la información clara dentro de elementos gráficos que le destaquen.	El propósito de nuestro medio es facilitar el recorrido visual a los lectores e informar de forma veraz y concisa	Motivar al lector a leer un periódico e informar.
8. ¿El diseño periodístico será una forma de dialogo que utilizan los editores para transmitir el contenido de un periódico?	Desde luego, ellos son los que manejan la pauta diaria viendo en consenso la pauta diaria de temas con relevancia.	El diseño es la herramienta que permite presentar la información en forma gráfica.	Si por que el diseño periodístico nos facilita la comunicación con los lectores de manera que ellos entiendan el contenido y se les haga más atractivo y llamativo nosotros como medio hacemos uso de cada elemento del diseño para poder comunicar mejor a los lectores.	Si definitivamente a través de las diferentes secciones del periódico transmitimos un contenido visual en el cual aplicamos elementos del diseño periodístico para dar un mensaje entendible al lector.
9. ¿De qué manera debe utilizarse el diseño periodístico para orientar al lector en su recorrido visual por periódico?	Todo medio impreso trata la manera de ordenar según pauta la relevancia de las noticias de esa forma le damos al lector una buena portada de impacto, luego el desglose de secciones.	Sin perder lo básico, se debe utilizar de forma ordena, y se deben priorizar los elementos más importantes de la noticia que se pueden destacar para atraer al lector (frases, numerales, recuadros, etc.)	Dando una buena portada llamativa y de impacto dándole al lector información de forma ordenada a través de nuestras diferentes secciones del periódico.	De una manera ordenada y que el contenido de cada sección del periódico sea un mensaje claro para que el lector capte con facilidad el mensaje que se le está transmitiendo.
10. ¿Cree usted qué el diseño periodístico es una	Como lo vemos en la pregunta anterior es claro que somos la base para dar una identidad	Si, lo he mencionado anteriormente	Este facilita la comprensión y análisis del contenido que publicamos.	Si porque a través de ella podemos hacer un trabajo periodístico más ordena.

herramienta de ordenamiento o que trabaja en la parte visual de un periódico? 11. Todo medio de prensa escrita hace uso de los elementos del diseño periodístico ¿Qué elementos ejercen ustedes y cuál es el aporte de cada elemento? 12. ¿Cuáles son las características más utilizadas del diseño periodístico para transmitir información al lector? 13. ¿por qué todos los periódicos utilizan la misma tipográfica en el cuerpo de la nota? 14. ¿De qué manera el diseño periodístico trabaja en las	grafica a todo el mundo.			
	Comenzamos desde lo esencial, desde un puntual contexto a grandes infografías de doubles páginas.	Primero debe existir la comunicación periodista-diseñado para tener conocimiento de cómo se va a presentar la noticia y de qué elementos vamos a requerir a la hora de diseñar.	El uso del color, la tipografía, infografía que aportan al medio una mejor visualización y comunicación con los lectores.	El uso de la infografía, tipografía, gráficos, ilustraciones, color, viñetas, contextos, frases todo esto le da un diseño atractivo en la parte visual a nuestro periódico a través del impacto visual que le damos por medio de cada elemento persuadimos a los lectores a leer nuestro periódico.
	Relevancia, veracidad Actualidad Inmediatez.	Actualidad, Inmediatez.	Relevancia, veracidad, Actualidad, inmediatez.	Relevancia, veracidad, Actualidad, Inmediatez.
	Nunca es la misma es parecida es una Serif (tipografía con patín).	. No se usa la misma tipografía, quizá similar. En periódicos la tipografía que más se utiliza es la de tipo Serif, de ahí, se derivan infinidad de fuentes o tipos	Cada medio de comunicación escrita utiliza diferentes tipos de tipografías en su medio.	Los medios utilizan diferentes tipografías aunque en algunos casos se parezcan pero no es la misma.
	Con la variante de elementos, datos, paletas de colores.	El diseño periodístico debe ser proactivo, de tal forma que debe dar una solución gráfica a	Aplicando sus elementos en cada sección del periódico para facilitar la	El diseño periodístico ha venido a facilitar el trabajo de diseñadores infografías a través de sus elementos lo

diferentes áreas de un periódico?		la hora de presentar la información.	comprensión del contenido.	que hace que también el lector pueda beneficiarse de ello.
---	--	--	-------------------------------	---