

El papel de la tipografía en los estudios universitarios de Periodismo en España

The role of typography in the Journalism university studies in Spain

Presentació: 09-09-2014 · Acceptació: 13-10-2014

10 **Volumen 3.** FERNANDO SUÁREZ CARBALLO, JUAN RAMÓN MARTÍN SAN ROMÁN, Universidad Pontificia de Salamanca; fsuarezca@upsa.es; jrmartinsa@upsa.es

Resumen

El presente artículo busca indagar en la formación tipográfica que reciben los estudiantes universitarios de Periodismo en España a partir de las valoraciones de profesionales y profesores especializados en este ámbito. Mediante una metodología principal de encuesta cuantitativa, la investigación trata de analizar conceptos como la utilidad, el tipo de competencias contempladas en los programas académicos o el grado de preparación resultante. El estudio revela una percepción muy heterogénea sobre la enseñanza de esta materia y apunta, en líneas generales, a una modesto nivel de aprendizaje en relación a los requisitos de la profesión periodística.

Palabras clave: tipografía; diseño gráfico; universidad; enseñanza

ABSTRACT

This article aims to analyze the typographic training of the Journalism university students in Spain through the beliefs of professionals and professors specializing in this field. With a quantitative survey main methodology, the research tries to investigate concepts like utility, kind of competences included in these programs or training level. The study reveals very heterogeneous perceptions about this subject and concludes that the learning standards are generally intermediate, according to the requirements of the journalistic profession.

Keywords: typography; graphic design; university; training

Introducción

En la actualidad, parece existir un consenso absoluto sobre la extraordinaria influencia que posee el diseño gráfico en la transmisión eficaz de cualquier mensaje (por lo menos, de aquellos que recurren al canal visual como vehículo principal de comunicación); como apunta Gamonal (2014: 121), “el diseño tiene el don de la ubicuidad: se ha infiltrado en nuestra vida cotidiana, formando parte indisoluble del individuo y de su relación con los otros y su entorno”.

Esta trascendencia no es menor, en modo alguno, en el ámbito del Periodismo. El diseño gráfico (entendido como la vertiente más funcional e intencional de la comunicación visual) es parte inseparable del contenido informativo, cuyo significado refuerza, matiza o consolida y cuya percepción (por parte el receptor) debe siempre considerarse desde su diálogo con el capítulo formal. En cualquier medio de comunicación de este ámbito (impreso, electrónico, interactivo, audiovisual) el diseño debe interpretarse, por tanto, como información misma.

Igualmente, dentro de los recursos empleados por el diseño gráfico en el contexto de los medios periodísticos, la tipografía se erige como uno de los componentes fundamentales. La capacidad semántica de su morfología, su amplia repercusión sobre la jerarquización del contenido o su responsabilidad inmediata de facilitar la lectura y la comprensión del texto convierten a este ingrediente en un recurso esencial en la definición del producto informativo. Parece evidente, por tanto, que esta relevancia debe ir acompañada de una inversión proporcional en la formación del futuro periodista. Es, en este punto, en el que se detiene el presente trabajo para comprobar si los estudios de Periodismo son conscientes de este compromiso y si responden efectivamente a las demandas del sector profesional.

Así pues, el reto de esta investigación está orientado a evaluar el papel que debe desempeñar la tipografía (como uno de los ingredientes específicos más importantes del diseño gráfico) en la formación del estudiante de las facultades de Periodismo en España, mediante un análisis de la percepción de profesionales de diferentes ramas y de docentes de este ámbito, en aras a descifrar si efectivamente los criterios académicos se ajustan a las exigencias de la profesión y, así, trazar los mecanismos que permitan afrontar este apartado con las máximas garantías educativas.

Fundamentación teórica

En clara alusión a sus objetivos, Satué (1999: 10) describe el diseño gráfico como “el conjunto de operaciones técnicas-proyectuales necesarias para elaborar un modelo singular para una determinada información visual, al objeto de dotarla de la mayor cantidad posible de atributos eficaces, comprensibles y persuasivos para la fácil y completa percepción de su mensaje (y que atienden, básicamente, al tratamiento y repertorios de imágenes y signos alfabéticos, a la composición, la forma y el color)”. Para respaldar esta definición en el ámbito periodístico, González Díez y Núñez-Romero (2009: 84) insisten en que el concepto de diseño gráfico debe emplearse siempre como sinónimo de información:

En cualquier caso, lo que no debemos olvidar es que el Diseño Gráfico de la Información es una especialidad dentro del Periodismo, en particular, y de la Comunicación en general –y que diseñar también es informar–. El diseño no es decoración y tiene que estar siempre al servicio de la información, no puede existir sin las noticias y sin una actitud ante ellas. El diseño es comunicación, forma parte del mensaje y debe estar al servicio de la información.

Atendiendo a la materia prima que conforma esta información visual, De la Torre (1992) se refiere, a grandes rasgos, a dos sistemas básicos: la información pictográfica (relativa al mundo de las *imágenes*¹) y la información tipográfica (que recoge los signos de escritura convencionales). En efecto, dentro de los componentes que influyen en la construcción formal de estos mensajes, la tipografía, en tanto que la materialización física del discurso, se erige como uno de sus ingredientes más trascendentales; en mayor o menor medida, la práctica totalidad de los medios actuales (salvo aquellos que prescinden absolutamente de la sustancia visual, como la radio) recurren a ella como uno de sus más rentables recursos de expresión. Acerca de esta omnipresencia tipográfica, Frascara (2000: 20) señala que “en muy pocos casos el diseñador gráfico trabaja en mensajes no verbales. A veces la palabra aparece brevemente, otras veces aparece en forma de textos complejos”.

1. Dado que la tipografía tiene también, evidentemente, una naturaleza gráfica (en el escalafón más abstracto), debe entenderse este término como aquellas manifestaciones visuales de mayor nivel de iconicidad, según la clasificación de Moles (1991).

El peculiar tratamiento de la tipografía, por tanto, posee una responsabilidad crucial en los efectos sobre la correcta recepción del mensaje; en palabras de Ledesma (2003: 53), “no escapará a nadie que esta organización gráfica del universo textual actúa de alguna manera sobre el conocimiento”. Heller (en Zavala y Mendoza, 2005: 105-106) apoya esta tesis al considerar que este elemento debe interpretarse “no solo como una forma de representación de la letra manuscrita o como forma de manifestación del lenguaje, sino entendida como una guía cultural que hace posible el análisis de fenómenos sociales diversos”. Y, en este sentido, también Royo (2004: 116) recuerda que uno de sus más urgentes cometidos está orientado a maximizar la comprensión del contenido, “organizando la información para que los diferentes lectores accedan rápidamente a los contenidos que buscan, [al establecer] niveles diferentes de navegación y lectura aplicando tipografías y tamaño a los contenidos, etc.”.

El ámbito del Periodismo, por supuesto, no es ajeno a la máxima relevancia del componente tipográfico. En los medios de información se acentúa su capacidad como recurso expresivo y su contribución a la eficacia comunicativa. Ambos aspectos (significado y funcionalidad) son abordados por Martín Montesinos y Mas Hortuna (2001) mediante los términos de tipografía creativa (el perfil que trata de explotar los recursos semánticos de su grafismo) y tipografía de edición (condicionada por su compromiso con la funcionalidad del diseño gráfico en términos de legibilidad y lecturabilidad²). Así, en relación a este segundo papel, “el imperativo de la transmisión del eficaz del mensaje es incuestionable” (Martín Montesinos y Mas Hortuna, 2001: 95). Y, citando a Paul Renner, concluyen que tales funciones no pueden desvincularse en la confección del producto visual: “técnica, práctica y estética no ocupan compartimentos separados en la tipografía, sino que representan facetas distintas, constituyen tareas parciales que contribuyen a una sola obra y que se plantean de forma recurrente en su realización” (Martín Montesinos y Mas Hortuna, 2001: 20).

2. La lecturabilidad (también denominada comprensibilidad o *readability*) alude a las características estructurales y de contenido del texto y a otros factores personales (nivel cultural e intelectual, personalidad, cultura, etc.). Santa María (2014: 6) la relaciona con la interpretación del texto, mediante el impacto emocional y y el esfuerzo que requiere para ser leído. Según Martínez de Sousa (2001), la legibilidad, en cambio, no está sujeta a aspectos de fondo, sino formales, relativos a cuestiones de índole somática (edad, agudeza visual), materiales (soporte, tinta), tipográficas (cuerpo, tipo de letra, etc.) y otras, vinculadas a los atributos textuales (longitud de frases o párrafos y clases de palabras, por ejemplo).

En cualquier medio de comunicación, además, las decisiones tipográficas no pueden valorarse si no es desde su estrecha relación con las restantes rutinas informativas (como el contenido o el estilo redaccional): conceptos como la jerarquía o el recorrido de lectura deben explicarse desde la consideración conjunta de todos estos procesos. Es decir: se necesitan mutuamente. Sobre este punto, Ledesma (2003: 81) sostiene que, “al diseñar los modos de acceso a la información, diseña los modos de lectura. Es cierto que no los determina (por lo menos no solo él), pero su acción no se reduce a transformar los datos en un hecho visible sino que, al diseñar, diseña los modos en que ese hecho visible será apropiado por el ojo”.

Esta acción de la tipografía guarda relación con los dos ámbitos que tradicionalmente se han empleado para su análisis (Hochuli, 1987), y que se prevén esenciales para las tareas que, en teoría, debe acometer el diseñador gráfico:

- La macrotipografía: Ligada a la disposición y estructuración de las unidades formales de la página, o composición. Hochuli (1987: 7) se refiere a concepto como “la tipografía de elementos mayores, el concepto tipográfico, también llamado el *layout* -se ocupa del formato, del tamaño y de la situación de las columnas de texto, así como de las ilustraciones, del orden de los títulos y de las leyendas”.
- La microtipografía: Vinculada a los atributos de los elementos individuales que configuran las unidades formales, como la letra (y el interletraje), la palabra (y el espacio entre palabras), la línea o el interlineado.

En relación al capítulo formativo, el diseño gráfico ha sido una pieza tradicional de los estudios de Periodismo en España. Como apuntan González Díez y Núñez-Romero (2009), en la actualidad, sin ir más lejos, el rol de diseñador gráfico está destacado en el Libro Blanco del Grado de Periodismo elaborado por la ANECA (2005: 191) dentro del primero de los cuatro posibles perfiles profesionales (sobre todo), que alude a las “tareas de redactor, reportero, presentador y director [...], incluido el diseño, escritura y ejecución de guiones de reportajes y documentales audiovisuales o multimedia”.

Si se interpreta, pues, que el diseño gráfico es parte fundamental del mensaje periodístico (y, por ende, de la formación de los futuros profesionales en esta área) y, al mismo tiempo, se atiende a la

tipografía como uno de los ingredientes fundamentales de la comunicación visual, parece oportuno suponer que estos conocimientos deban estar sólidamente representados en los planes de estudio de Periodismo. Así lo señala De Pablos (2003: 50): “he vuelto a comprender que la tipografía es una de las más valiosas herramientas diarias de trabajo que debe controlar y dominar el profesional de la redacción periodística, para saber en todo momento qué está haciendo y cómo va a aparecer lo que hace a los ojos del lector”.

Es en este escenario, sin embargo, en el que se elevan voces que se lamentan de la excesiva distancia entre el aprendizaje del estudiante y las necesidades de la industria. Así lo expresa McAdams (2006): “not many people set type anymore, but we still use typography every day in the news and information business. My students don’t know nearly as much about typography as they ought to know”. En esta misma línea, sobre las carencias globales en tipografía y su presencia en la vida cotidiana, se pronuncian Del Olmo Barbero y Alonso Seco (2006: 2): “una presentación desaliñada de los textos, que tiene su origen en el desconocimiento de las más elementales normas de edición, inunda los impresos que manejamos cotidianamente”. Barnhurst (1998) resalta también el desapego de muchos profesionales hacia las tareas propias del diseño gráfico, al detectar que “la mayor parte de los periodistas de hoy no tienen ningún interés en el arte ni en las materias visuales”. Y añade:

El pensamiento visual tiene gran influencia en la calidad de la información en un periódico. La palabra no existe, o por lo menos no se puede ver, a menos que sea en forma visual. Toda palabra escrita depende de su forma concreta, como tinta en la página. Así que la forma de la palabra, o sea, su tipografía, es importante para cada periodista. Por esto es una desgracia que tan pocos sepan algo de diseño gráfico.

Estas dudas se incrementan en relación a los saberes específicos que debe adquirir el alumno en relación a esta herramienta y a los requisitos demandados por el mercado de la información en el quehacer diario del periodista. González Solas (2014: 20) aboga, en esta línea, por impulsar la parcela crítica “incluso en las disciplinas de carácter más especializado e instrumental, como podría ser la tipografía”, en relación a la misión que se atribuye a la Universidad: “la pregunta no sería cómo hacer la tipografía, sino

qué hacemos con la tipografía [...]. Si no se encontrara la relación entre una enseñanza instrumental y el análisis crítico de la sociedad actual es que no es un saber universitario”.

Habida cuenta, pues, del importante debate que suscita el papel de la tipografía en la trabajo del periodista (y, por tanto, en su formación), cabe preguntarse cuál debe ser su presencia en los estudios de Periodismo. O, en otras palabras, ¿qué nivel deben alcanzar los programas académicos o en qué debe hacer hincapié su aprendizaje? ¿Cuáles deben ser las competencias prioritarias (microtipografía, mactrotipografía, creatividad, funcionalidad) para un alumno de Periodismo? ¿Qué aptitudes exige al periodista actual el mundo profesional? ¿Puede afirmarse que su preparación realmente responde a estos requisitos? Estas son algunas de las cuestiones a las que busca dar respuesta el presente estudio, en aras a intentar mejorar la experiencia académica en esta materia.

Metodología

El diseño metodológico del estudio se basa en la combinación de dos técnicas de investigación: un análisis de datos secundarios (para recoger información sobre los profesores universitarios vinculados a la tipografía en los estudios de Periodismo) y una encuesta cuantitativa, dirigida a este primer grupo docente y a profesionales del ámbito periodístico.

HIPÓTESIS DE TRABAJO

El objetivo principal de la investigación consiste en examinar las prácticas formativas en tipografía dentro de los estudios universitarios de Periodismo en España, de cara a evaluar su utilidad en el mundo laboral y detectar si, efectivamente, este aprendizaje responde a las necesidades de la profesión.

Partiendo de este objetivo inicial, el estudio se basa en la siguiente hipótesis principal: “La preparación en tipografía que ofrecen los estudios universitarios de Periodismo en España no responde adecuadamente a las exigencias del mundo profesional”.

Para justificar esta hipótesis, el estudio plantea una serie de tres hipótesis secundarias:

- Subhipótesis 1: Tanto el número de horas como la preparación final del alumno en tipografía resultan

escasos en relación a las necesidades del mundo profesional, que demanda periodistas con unos conocimientos mínimos en esta disciplina.

- Subhipótesis 2: La formación en tipografía es notablemente mejor apreciada durante la vida profesional que en la etapa estudiantil, en la que esta valoración es baja.
- Subhipótesis 3: La formación en tipografía está dirigida, principalmente, a la capacidad de desenvolverse en estilos ya definidos (maquetación o edición básica, por ejemplo).

MUESTRA

Para responder a las predicciones anteriores, el trabajo recurrió a dos grupos principales de sujetos:

Perfil docente: Personal docente e investigador con responsabilidad en alguna asignatura relacionada con el diseño gráfico en los Grados de Periodismo³ durante el curso 2013-2014. La muestra final de este primer grupo estuvo compuesta por 36 profesores pertenecientes a los siguientes 26 centros universitarios: UDIMA, Universidad de Navarra, Universidad de Málaga, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad Complutense de Madrid, Universidad Nebrija, Universitat de Vic, Universidad de Deusto, Universitat Jaume I de Castellón, Universitat Ramon Llull, Universidad Miguel Hernández, Universidad CEU San Pablo, UCAM, Universidad CEU Cardenal Herrera, Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universidad de Zaragoza, UPV/EHU, Universidad de Castilla-La Mancha, Universitat de Valencia, Universidad de La Laguna, Universidade de Santiago de Compostela, Universidad de Sevilla, Universidad Carlos III, Universidad de Murcia y UNIR.

Perfil profesional: Periodistas profesionales (en activo o no) o antiguos alumnos de licenciaturas o grados de Periodismo con algún tipo de experiencia laboral (no necesariamente especializada en diseño gráfico) y estudios finalizados en el año 2014 o anteriores. Finalmente se alcanzó un total de 91 sujetos (48 mujeres y 43 hombres), de los cuales 78 ejercen actualmente actividades de carácter periodístico. Con un espectro de estudios finalizados que cubre desde 1985 hasta 2014, estos individuos proceden de un amplio abanico de instituciones académicas españolas (con un 64% de antiguos alumnos de la Universidad Pontificia de Salamanca, un sesgo que deberá valorarse en la interpretación de los resultados).

3. Se incluyeron también aquellos Grados en Comunicación que apuestan por los medios informativos como posible salida profesional.

Debe subrayarse también que, mientras el análisis efectuado por los docentes alude a los grados actuales, las respuestas de los profesionales se refieren, salvo contadas excepciones (6 sujetos) a los diferentes planes anteriores. Motivada por la reciente implantación de los nuevos programas (cuyas primeras promociones acaban de finalizar sus estudios), esta circunstancia deberá igualmente ser considerada en la evaluación de los resultados.

Desarrollo

La investigación estuvo compuesta por dos fases claramente diferenciadas:

- a. Un estudio exploratorio en el que, mediante la técnica de análisis de datos secundarios, se trató de obtener información objetiva sobre la oferta de estudios de Periodismo en España, las asignaturas de sus respectivos programas vinculadas al diseño gráfico y los docentes responsables de estas (que constituyen el primer grupo de la muestra).
- b. La investigación principal, que recurrió al método de encuesta cuantitativa constituida principalmente por escalas tipo Likert y opciones múltiples y que se distribuyó entre los dos grupos de sujetos (docentes y profesionales, en este orden). En la Tabla 1 se incluyen las diferentes preguntas y los grupos a los que fueron destinadas.

Mientras los contactos del primer grupo se consiguieron mediante el estudio exploratorio, la invitación a los profesionales (una población notablemente superior) se tramitó a través de las redes sociales. En ambos casos, se empleó la herramienta de cuestionarios de Google Drive, cuyos resultados se exportaron en formato .xls (*Excel*) para su medición posterior.

Resultados

A continuación, se ofrece, de forma sucinta, un análisis descriptivo de los datos que arrojaron los cuestionarios facilitados a ambos grupos. Es preciso señalar que, para la evaluación de aquellas cuestiones en las que se emplean escalas numéricas, se utilizaron dos medidas fundamentales: el promedio (para obtener un análisis de la impresión general) y la desviación estándar (como un indicador de la dispersión de las valoraciones). Todos estos resultados, así como el análisis de su consistencia interna, están reflejados en el anexo posterior.

Tabla 1. Instrumento de recogida de datos: preguntas, valores y perfil analizado

Pregunta (D:Docente / P:Profesionales)	Opciones
Asignaturas que incluyen, de forma importante, la tipografía en su programa (D) ⁴	[Pregunta abierta]
En tu vida profesional (actual o anterior) ¿cuál es o cuál ha sido tu relación con el diseño gráfico? (P)	<ul style="list-style-type: none"> - Soy diseñador/a o el diseño es parte importante de mi trabajo - Habitualmente hago o he tenido que hacer trabajos de diseño gráfico. - En alguna ocasión puntual he tenido que realizar algún trabajo de diseño gráfico. - No soy diseñador gráfico, pero necesito de estos conocimientos para trabajar en equipo con diseñadores. - No tengo ninguna relación en absoluto.
¿Cómo valora el número de horas que ofrece la carrera de Periodismo para el aprendizaje en tipografía? (D)	0 (residual) - 5 (muy completo)
¿Para qué tareas capacita esta formación? (D/P)	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de alfabetos - Creación de nuevos prototipos desde cero (selección de fuentes, definición de estilos, etc.). Por ejemplo, el diseño de una publicación - Saber desenvolverse en estilos y prototipos predefinidos. Por ejemplo, cambiar maquetas en una publicación diseñada previamente - Para tomar alguna decisión de diseño, juzgar piezas y/o debatir con los responsables de diseño (opción solo para profesionales)⁵
¿Y para qué tareas cree que debería capacitar esta formación? (D)	
¿Cómo valora, en este sentido, el aprendizaje en relación a la tipografía? (D/P)	0 (Nada) - 5 (Excelente)
¿Cómo se considera la importancia de la tipografía durante la carrera? (D/P)	0 (Nada importantes) - 5 (Muy importantes)
¿Y cómo se considera la importancia de la tipografía en el mundo profesional? (D/P)	
¿Cómo interpreta utilidad de la tipografía en la formación del futuro periodista? (D)	<ul style="list-style-type: none"> - Es fundamental para todo periodista, más allá de la especialización. - Es importante disponer de unos conocimientos mínimos. - Es prescindible: únicamente es relevante para determinadas disciplinas
Comentarios (D/P)	[Pregunta abierta]

En primer lugar, los números son muy discretos en relación a las impresiones sobre el nivel de preparación que reciben los estudiantes en esta materia, y resultan de gran similitud entre docentes y profesionales, con unos promedios muy cercanos: 2,4 y 2,2, respectivamente. Asimismo, la heterogeneidad en la respuesta es ligeramente mayor en los últimos (desviación típica de 1,3 frente a 1,1); esta dispersión, sin embargo, constituye una constante en la evaluación de las respuestas, debido a la natural mayor diversidad que ofrecen las valoraciones particulares frente a las genéricas. Al mismo tiempo, este dato está estrechamente unido a la impresión sobre el número de horas que ofrece la carrera en esta materia, que los docentes consideran escaso (promedio de 1,9).

4. Debido a la elevada heterogeneidad de las respuestas y la complejidad estadística que comportaba su inclusión, esta pregunta se desestimó, finalmente, en el análisis e interpretación de los resultados.

5. Esta alternativa fue incluida en el cuestionario de los profesionales tras considerar muchas de las aportaciones ofrecidas por los docentes en la distribución de la primera encuesta

Los citados números guardan también cierto paralelismo con la apreciación de la mayoría de los docentes (26 sujetos), que abogan por la necesidad de unos conocimientos mínimos de tipografía en la profesión, mientras que 9 individuos los contemplan como imprescindibles. Tan solo un participante de este grupo considera, por tanto, que la pertinencia a este ámbito deba limitarse exclusivamente a las profesiones más especializadas en diseño gráfico.

Sobre la naturaleza de estos conocimientos, los profesores señalan que están dirigidos principalmente a desenvolverse en prototipos ya creados (maquetación o edición básica, por ejemplo), en primer lugar (con un respaldo del 83% de sujetos), y al desempeño de tareas más avanzadas (desarrollo creativo de productos informativos), en segundo término, con un apoyo del 61%. En general, además, los propios docentes sostienen que estos planteamientos son los más oportunos. Otras competencias no registradas en estas opciones y especificadas por los profesores hablan de la necesidad de dominar la selección de tipografías (en función de las peculiaridades del mensaje), de comprender sus diferencias y funciones, así como de adquirir nociones de semántica, jerarquía, combinaciones o tecnología.

Las anteriores cifras, no obstante, se reducen significativamente en el caso de los profesionales al valorar la utilidad de esta formación: casi la mitad (48%) se refiere a la presencia del aprendizaje tipográfico en la aplicación de estilos creados a priori, y un 35% subraya su importancia en las tareas vinculadas a la creación de nuevos proyectos. Además, a partir de los comentarios recogidos inicialmente en el cuestionario de docentes, en este grupo se incluyó una última opción: la posible relevancia de la tipografía en la toma de decisiones o en la comunicación con otros colectivos (ligados al diseño gráfico), alternativa señalada por la mitad de los sujetos, frecuentemente de forma simultánea con alguna de las anteriores.

Con respecto a este apartado, más de un cuarto de la muestra de profesionales (26%) afirma que el aprendizaje tipográfico carece de utilidad directa en su trabajo cotidiano (esto es, en la ejecución de tareas concretas de diseño gráfico). No obstante, de estos, únicamente 13 personas (14%) califica estas aptitudes de absolutamente prescindibles; el resto admite la relevancia de la tipografía, por lo menos, en su relación laboral con perfiles más afines al capítulo visual o como evaluadores de trabajos ajenos. En el lado opuesto, es asimismo oportuno mencionar que las tareas más avanzadas (diseño de alfabetos)

son anecdóticas en la formación, según ambos grupos; no obstante, un reducido número de docentes (4 sujetos) considera que los programas académicos deberían abordar este tipo de competencias.

Todas las respuestas anteriores guardan íntima relación con la importancia atribuida a la tipografía por los periodistas profesionales, que en el transcurso de su vida laboral es muy modesta (promedio de 3,2), aunque supera notablemente a la valoración otorgada durante la etapa estudiantil (2,4), con apreciaciones muy variables en ambos momentos. Estos datos son corroborados por el grupo de docentes, aunque con una puntuación considerablemente inferior en ambas fases (medias de 2,8 y 2, respectivamente) y una dispersión también menor (desviación típica de 1, en ambos casos).

En todo caso, es preciso insistir en la significativa correlación entre los juicios de los profesionales y su especialidad: así, tanto en relación a la importancia atribuida a la tipografía en la vida laboral (en menor medida en la etapa académica) como al nivel de conocimientos en esta materia, los resultados apuntan a que las puntuaciones más altas (valores de 4 y 5) pertenecen, en su amplia mayoría, a aquellos periodistas que se dedican más activamente al diseño gráfico. El interés o la afinidad, por tanto, parecen constituir factores decisivos.

Conclusiones

Tras la observación y análisis de los resultados obtenidos, este capítulo recoge las conclusiones finales respecto a los objetivos e hipótesis mencionados en el tercer epígrafe, acompañadas de algunas de las limitaciones encontradas durante el proceso de investigación:

- a. Existe, en general, una elevada heterogeneidad en la percepción sobre la enseñanza de la tipografía en los estudios de Periodismo españoles.

Aunque el consenso es mayor en las impresiones de los docentes, se aprecia una importante variabilidad en la valoración del grupo de profesionales, tanto en las cifras que revelan los resultados (a tenor de las elevadas desviaciones típicas) como en los comentarios vertidos en el cuestionario, de muy diferente signo. Esta diversidad en la respuesta parece estar motivada por varios factores, como las inquietudes personales o la trayectoria profesional de cada individuo, y, en este sentido, las respuestas se inclinan prácticamente hacia todas las opciones, desde el olvido absoluto hasta el mayor énfasis de su relevancia.

En este punto, el dato más homogéneo es el que se refiere, por parte de los docentes, a la necesidad de contar con unos conocimientos básicos para un desempeño eficiente de la profesión. Este criterio, no incluido directamente en el cuestionario de los profesionales (se preveía, ingenuamente, que podía haber estado recogido con claridad a través de las restantes preguntas), podría haber arrojado más nitidez sobre su percepción. Es un deber, por tanto, contemplarlo en sucesivas investigaciones al respecto. Igualmente, en esta línea, aunque las cifras reveladas por el test Alfa de Cronbach para medir la fiabilidad interna parecen legitimar la validez del proceso (puntuaciones de 0,72 y 0,74 en las encuestas de ambos perfiles, respectivamente), sugieren, al mismo tiempo, enriquecer las aportaciones de la herramienta, afianzar la solidez y precisión de las preguntas y mejorar la consistencia y el volumen de la muestra (especialmente en el grupo de profesionales).

- b. Los estudios de Periodismo en España ofrecen un nivel de preparación modesto en materia de tipografía.

Tanto el número de horas que dedica la carrera a esta materia (en opinión los docentes) como el nivel de preparación del estudiante (según ambos perfiles) es sumamente discreto. En general, este dato debe ser interpretado desde una perspectiva crítica, a partir de la utilidad atribuida por el primer grupo, en el que todos apuntan a la necesidad de contar con unos conocimientos tipográficos, más o menos avanzados, o a la importancia manifestada por los periodistas durante el ejercicio de la profesión, cuyas cifras globales (aunque con una dispersión muy grande, como se ha descrito) superan con creces el primer dato (capacitación).

- c. La formación en tipografía es notablemente más apreciada durante la vida profesional que en la etapa estudiantil.

Docentes y profesionales coinciden en señalar que la utilidad de la tipografía es significativamente mejor valorada durante el período laboral que en la vida académica. Sin embargo, la fluctuación en las respuestas es muy considerable, sobre todo en estos últimos, y parece responder a las diferentes especialidades desempeñadas durante la etapa profesional.

- d. La formación en tipografía está dirigida, principalmente, a la capacidad de aplicar estilos predefinidos, seguida por habilidades de carácter más creativo.

En relación a la defensa mayoritaria, por parte de los docentes, de que son necesarios unos conocimientos mínimos de tipografía, los estudios hacen especial hincapié en competencias más elementa-

El papel de la tipografía
en los estudios universitarios
de Periodismo en España

*The role of typography
in the Journalism university
studies in Spain*

les de edición y maquetación a partir de estilos ya creados, principalmente, y de competencias ligadas al diseño de nuevos productos, en segundo lugar. Junto a estas tareas, el segundo grupo reconoce, además, una relevancia muy notable de este aprendizaje en la valoración de proyectos de diseño elaborados por terceros o en la relación con los departamentos gráficos. Tanto el desempeño de tareas más complejas como la mayor constatación de su relevancia o los mejores niveles de capacitación están, en general, ligados a aquellos perfiles más próximos al ámbito del diseño gráfico. Al mismo tiempo, en la medida en que el trabajo periodístico cotidiano se aleja de esta disciplina, las percepciones sobre su importancia y sobre la envergadura de su función resultan más débiles.

Referencias bibliográficas

- ANECA (2005). *Libro blanco. Títulos de grado en Ciencias de la Comunicación*. Madrid. Disponible en www.aneca.es/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf.
- BARNHURST, K. (1998): Periodismo visual (Infografía-5). *Revista Latina de Comunicación Social*, 7. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/62kevin.vis.htm>
- DE LA TORRE, G. (1992). *El lenguaje de los símbolos gráficos. Introducción a la comunicación visual*. México: Limusa.
- DE PABLOS, J.M. (2003). *Tipografía para periodistas*. Madrid: Universitas.
- DEL OLMO BARBERO, J. y ALONSO SECO, J. (2006): Más allá de la Comic Sans. La enseñanza de la tipografía en la era digital. *Edutec: Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 20. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1372694&orden=57501>.
- FRASCARA, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Infinito.
- GAMONAL, R. (2014). El diseño como proceso discursivo. Jarauta, F. y Medina, P. (eds.). *Cuadernos de diseño 4. Diseño de procesos*. Madrid, IED Madrid Editorial, 120-137.
- GONZÁLEZ DÍEZ, L. y NÚÑEZ-ROMERO, F. (2009). La enseñanza universitaria del Diseño Periodístico como vehículo para la inserción en el mercado laboral. PÉREZ CUADRADO, P. y PUEBLA, B. (coords.). *Cómo se configura el mercado laboral*. Madrid, Servicio de Publicaciones de la URJC, 75-86. Disponible en <http://eciencia.urjc.es/bitstream/10115/11309/3/libro%201%20repositorio.pdf>.
- GONZÁLEZ SOLAS, J. (2014). Antes del Diseño. *Icono 14*, volumen (12), 7-30. doi: 10.7195/ri14.v12i1.671
- HOCHULI, J. (2008). *El detalle en la tipografía*. Valencia: Campgràfic.
- LEDESMA, M. (2003). *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires: Argonauta.
- MARTÍN MONTESINOS, J.L. y MAS HORTUNA, M. (2001). *Manual de tipografía*. Valencia: Campgràfic.
- MARTÍNEZ DE SOUSA, J. (1994). *Manual de edición y autoedición*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- MCADAMS, M. (2006). Learning about typography. *Teaching Online Journalism*. Disponible en <http://mindymcadams.com/tojou/2006/learning-about-typography>.
- MOLES, A. (1991). *La imagen. Comunicación funcional*. México D.F.: Trillas.
- ROYO, J. (2004). *Diseño digital*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- SANTA MARÍA, J. (2014). *On web typography*. New York: A book apart.

El papel de la tipografía
en los estudios universitarios
de Periodismo en España

*The role of typography
in the Journalism university
studies in Spain*

- SATUÉ, E. (1999). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días (9ª edición)*. Madrid: Alianza Editorial.
- ZAVALA, S. y MENDOZA, M. I. (2005): Significación tipográfica en periódicos electrónicos venezolanos. *Quórum Académico*, Vol. 2, Nº 2, 104-125. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3995944.pdf>

Anexo

A continuación se ofrece la relación completa de resultados obtenidos mediante el instrumento de recogida de datos para ambos grupos de sujetos. En cada caso, se indica el número de individuos de cada opción y, entre paréntesis, el porcentaje sobre el total (*n*).

Tabla 2. Relación completa de resultados obtenidos

Pregunta	Docentes (n=36)	Profesionales (n=91)
En tu vida profesional (actual o anterior), ¿cuál es o cuál ha sido tu relación con el diseño gráfico? (P)		Diseñador profesional: 13 (14%); Diseñador habitual: 17 (19%); Diseñador puntual: 29 (32%); Trabaja con diseñadores: 24 (27%); Ninguna relación con el diseño: 8 (8%).
¿Cómo valora el número de horas que ofrece la carrera de Periodismo para el aprendizaje en tipografía? (D)	0: 3 (8%); 1: 12 (33%); 2: 8 (22%); 3: 11 (31%); 4: 2 (6%); 5: 0 (0%). M: 1,9; D.T.: 1,1.	
¿Para qué tareas capacita la formación en tipografía (D) y/o para qué tareas resulta útil (P)? <i>Respuesta múltiple</i>	Diseño de alfabetos: 1 (2%); Diseño de prototipos: 22 (61%); Aplicación de estilos: 30 (83%).	Diseño de alfabetos: 2 (2%); Diseño de prototipos: 32 (35%); Aplicación de estilos: 44 (48%); Relación con diseñadores: 46 (50%); Sin capacitación en tareas concretas de diseño: 24 (26%); Ninguna utilidad: 13 (14%).
¿Y para qué tareas cree que debería capacitar esta formación? (D) <i>Respuesta múltiple</i>	Diseño de alfabetos: 4 (11%); Diseño de prototipos: 20 (55%); Aplicación de estilos: 26 (72%).	
¿Cómo valora, en este sentido, el aprendizaje en relación a la tipografía? (D/P)	0: 3 (8%); 1: 4 (11%); 2: 7 (19%); 3: 17 (47%); 4: 5 (14%); 5: 0 (0%). M: 2,4; D.T.: 1,1.	0: 9 (10%); 1: 18 (20%); 2: 26 (29%); 3: 23 (25%); 4: 11 (12%); 5: 4 (4%). M: 2,2; D.T.: 1,3.
¿Cómo se considera la importancia de la tipografía durante la carrera? (D/P)	0: 2 (5%); 1: 8 (22%); 2: 13 (36%); 3: 11 (31%); 4: 2 (5%); 5: 0 (0%). M: 2; D.T.: 1.	0: 9 (10%); 1: 19 (21%); 2: 19 (21%); 3: 23 (25%); 4: 12 (13%); 5: 9 (10%). M: 2,4; D.T.: 1,4.
¿Y cómo se considera la importancia de la tipografía en el mundo profesional? (D/P)	0: 1 (3%); 1: 2 (5%); 2: 10 (28%); 3: 13 (36%); 4: 10 (28%); 5: 0 (0%). M: 2,8; D.T.: 1.	0: 3 (3%); 1: 6 (6%); 2: 21 (23%); 3: 16 (18%); 4: 26 (29%); 5: 19 (21%). M: 3,2; D.T.: 1,4.
¿Cómo interpreta utilidad de la tipografía en la formación del futuro periodista? (D)	Fundamental: 9 (25%); Necesarios conocimientos mínimos: 26 (72%); Prescindible: 1 (3%).	
Alfa de Cronbach	0,727	0,746
Leyenda: D: Docentes; P: Profesionales; M: Media; D.T.: Desviación típica. En las preguntas de respuesta múltiple, la suma de los porcentajes es superior al 100%.		

