

# Nacimiento y recepción del diseño periodístico moderno.

## Las publicaciones en lengua vasca (1921-1936)

Javier Díaz Noci

Profesor titular de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.  
Universidad del País Vasco

---

### Resumen:

*En el primer tercio del siglo XX, el periodismo responde a los cambios de concepción que se producen en el diseño. Los periódicos, sobre todo las primeras páginas, se convierten en mapas sociales, propuestas para que lector recupere la información en base a la importancia y la jerarquización de cada una de las noticias. Los elementos gráficos cobran entonces una importancia inusitada. Las tendencias se mundializan, y las pautas marcadas por los medios estadounidenses las recogen también los periódicos vascos. Estudiamos, por creerlos paradigmáticos y especialmente interesados en la experimentación en renovar el diseño periodístico, tres publicaciones en lengua vasca: los semanarios Argia (1921-1936) y Euzko (1932-1934) y el diario Eguna (1937).*

### Abstract:

*During the first three decades of the twentieth century, some major changes happened on design, also in journalistic design. Journals, specially their first pages, are developed as social maps, that propose an information retrieve based on the importance and hierarchy of every new. Graphic elements are more and more wisely used. Trends get world wide, and the ways begun by American media are also received in Basque journals. We research then, because we think they are paradigmatic and specially interested in the renewal of the journalistic design, three media in Basque language: Argia (1921-1936) and Euzko (1932-1934), weeklies, and the first whole Basque language daily, Eguna (1937).*

---

### [Introducción](#)

[Tres casos paradigmáticos: Argia, Euzko y Eguna](#)

[Argia, sábana y tabloide](#)

[Euzko y las nuevas corrientes](#)

[El experimento de un photomagazine](#)

[El diseño de Eguna, primer diario en euskera](#)

[Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

---

### **Introducción: Estado de la cuestión de los estudios sobre historia del diseño periodístico**

Es algo ya aceptado, y no hay más que ver la importancia que tienen en las facultades de Ciencias de la Información las asignaturas relacionadas con la tecnología de los medios impresos, que el diseño es parte consustancial de la efectividad del mensaje periodístico, con la misma importancia que tiene la redacción del mensaje periodístico. El aspecto externo, en ocasiones muy cuidado y estudiado al milímetro, de las publicaciones impresas es parte en sí mismo del mensaje periodístico.

A pesar de esta importancia innegable, comparativamente son muchos menos los estudios que se refieren al diseño periodísticos que los que se refieren a la producción textual, al lo que en ha dado en llamar redacción periodística. Los recientes libros de Jesús Canga, José Ignacio Armentia y José Luis Martín Aguado, manuales para el uso docente en las citadas asignaturas de diseño periodístico de las universidades españolas se unen a clásicos americanos como lo de Mario García y Harold Evans. En

cuanto a estudios especializados, sobre todo en forma de artículos, son, insistimos, muy pocos los que se producen en castellano, e incluso relativamente pocos los que ven la luz incluso en idiomas tan extendidos como el inglés. La mayoría, por otro lado, son textos que se decantan hacia el lado más técnico -descripción de nuevas tecnologías de paginación e impresión- y aparecen en las publicaciones especializadas en artes gráficas. Existen también algunas tesis, en Estados Unidos (por ejemplo Stark, 1985) y en España (Armentia, 1994).

La mayor parte de esta bibliografía hace referencia al diseño actual, pero rara vez se detienen en un análisis perspectivo, más allá de unos cuantos años atrás, de lo que ha sido la evolución histórica del diseño periodístico. Y, sin embargo, es más que probable que, al igual que ocurre en otras disciplinas, incluso periodísticas, el conocimiento del devenir histórico nos aportase algunas claves para entender mejor el presente, el cómo y por qué de, en este caso, el aspecto externo de nuestras publicaciones periódicas.

Algún ensayo se ha hecho ya al respecto. Como en otras tantas cuestiones, en especial las referidas a la investigación del periodismo -no hay que olvidar que allí es donde nace la enseñanza universitaria de este oficio-, hay que acudir a las fuentes estadounidenses para hallar algún estudio sobre el nacimiento y la evolución del diseño periodístico moderno. En concreto, John C. Nerone y Kevin G. Barnhurst pueden ser considerados pioneros al respecto, ya entrados los años 90, así como los breves pero interesantes apuntes que en su tesis doctoral aportó, a mediados de los 80, Margaret Mary Stark, de la Universidad de Indiana.

### **Tres casos paradigmáticos: *Argia*, *Euzko* y *Eguna***

Basándonos en esa exigua bibliografía, y en una investigación de campo propia, vamos a examinar brevemente las características de ese diseño periodístico moderno que en los años 20 y 30, en plena cuarta generación de los medios de comunicación de masas, a la salida de la Primera Guerra Mundial, se extiende desde la pujante posición de los medios informativos de los Estados Unidos de América. Hemos escogido tres medios de comunicación en lengua vasca editados en esos años, que fueron analizados en nuestra tesis doctoral sobre la historia del periodismo en euskera desde su nacimiento hasta la Guerra Civil: *Argia*, *Euzko* y *Eguna*, medios guipuzcoano (el primero) y vizcaínos (los otros dos), con referencias ocasionales al modelo hegemónico de la prensa en vascuence del País Vasco continental, *Eskualduna*. Aunque de público lector y tirada exigua si los comparamos con los grandes diarios vascos en castellano (*Euzkadi* y *El Liberal*, por ejemplo, cuyo análisis de diseño daría sin duda también jugosos resultados), consideramos que se trata de tres casos interesantes para todo aquel que se interese por estas cuestiones, aunque no se trate de un vascoparlante, y hasta cierto punto de tres casos paradigmáticos a la hora de Exponer cuál fue la recepción y adaptación que de ese naciente diseño periodístico moderno se hizo en el País Vasco. Explicamos brevemente por qué.

*Argia* y *Euzko* fueron semanarios, *Eguna* diario. A pesar de ello, puede decirse sin temor que los dos primeros fueron sendos ensayos, sendos embriones para un diario íntegramente en euskera. El limitado público lector en euskera, entonces, a diferencia de hoy, apenas alfabetizado en su propia lengua, habituado en todo caso a leer en castellano (o francés, en la caso del País Vasco continental), la fragmentación de una lengua dividida en dialectos, no unificada como en la actualidad, incluso con ortografías diversas, era un obstáculo para la puesta en marcha de un diario redactado exclusivamente en lengua vasca. Un semanario, con un ritmo de lectura diferente, era aún posible, y la fórmula, con bastante de experimental, se probó con un cierto éxito. Por tanto, *Argia* (1921-1936) y *Euzko* (1932-1934) tenían apariencia de periódico diario. El primero, más exitoso que el semanario euskérico vizcaíno del Partido Nacionalista Vasco, ensayó, antes de los años 30, incluso el entonces poco habitual formato tabloide (imperaba entonces el considerado más "serio" formato sábana), y, ante la imposibilidad de convertirse en diario como en 1929 propuso un grupo encabezado por el poeta y periodista José María Agirre Lizardi, y aprovechando la compra de una moderna máquina de huecograbado que sólo otro periódico, ABC, tenía entonces en la Península, ensayó diseños propios de los entonces nacentes *newsmagazines* (el modelo de *Time*, nacido en 1923) y *photomagazines* (*Life*).

Probablemente, si la situación hubiese sido otra, con el tiempo estas iniciativas hubiesen madurado y hubiésemos asistido al surgimiento de revistas y diarios en euskera equiparables a los publicados en otras lenguas. La Guerra Civil, sin embargo, aceleró los trámites. Constituido el Gobierno Vasco en octubre de 1936, incautada la maquinaria y los locales de periódicos afines a los facciosos, fue posible, durante apenas seis meses, de enero a junio de 1937, editar un diario en euskera. Allí hubieron de ensayar, con las premuras y la escasez de medios que podemos imaginar, las técnicas periodísticas, redaccionales y de

diseño, los jóvenes periodistas que componían su redacción. La intuición, pero también las tendencias que ya se imponían en el diseño periodístico y que también se reprodujeron en la prensa euskérica anterior, desembocaron en el aspecto gráfico de *Eguna*.

La época estudiada es también, consideramos, suficientemente significativa. Como recalcan John Nerone y Kevin G. Barnhurst (1995: 9), es precisamente en las décadas de los años 20 y 30 donde se sitúa claramente el paso de un diseño de páginas caótico y amontonado a una disposición jerárquica de la información. Es entonces cuando los periódicos, sobre todo las primeras planas, se convierten en mapas visuales con un mensaje que transmitir, y es un proceso paralelo al que se produce, por una parte, en el diseño artístico en general, que el periodismo absorbe y adapta a sus necesidades, y por otra parte, cuando los periodistas comienzan realmente a sentirse considerados profesionales y lo son efectivamente por la sociedad de su tiempo.

Es en esa época también cuando, tímidamente, en los incipientes manuales de periodismo comienzan a aparecer algunas nociones tipográficas específicas. Así, en *El arte del periodista*, de 1906, Rafael Mainar hace algunas referencias a lo que entonces se llama "confección del periódico", y estudia algunos casos franceses, estadounidenses e ingleses, amén de españoles. Tampoco en Estados Unidos es mucho más temprana la bibliografía sobre diseño periodístico, ya que uno de los primeros libros sobre la materia fue *Newspaper Makeup*, de John E. Allen, publicado en 1936. (Stark, 1985: 3).

Por aquellos años el diseño sufre una importante metamorfosis, con el paso del rígido estilo victoriano, vertical y decimonónico, el modelo de *The Times* en periodismo -ausencia de imágenes, gran tamaño, disposición en largas columnas horizontales, escasez de titulares corridos- a un estilo modernista. En este sentido, la Bauhaus influye decisivamente no sólo en la arquitectura, la pintura o la escultura, también en el diseño de periódicos y revistas, que incorporan cada vez más imágenes y colores. Igualmente, aparece una preocupación por la legibilidad del diseño en la década de los años 30. En el caso vasco, la introducción en los periódicos del tipo de letra Bookman es exponente de esta tendencia. Asimismo, se imponen características modernas, aún hoy en día destacadas en el diseño periodístico: además de la legibilidad, la claridad, la organización y el orden.

### **Argia, sábana y tabloide**

A pesar de estos avances en el diseño, acompañado de nuevas técnicas de impresión como el huecograbado, que permite reproducir fotografías de alta calidad, los periódicos se resisten en ocasiones a cambiar definitivamente. Eso es palpable en las portadas de *Argia* que reproducimos, todas ellas correspondientes a los años 30: en la mayoría de las ocasiones aparece una imagen, bien sea una fotografía, bien un dibujo de John de Zabalo "Txiki", uno de los introductores del modernismo pictórico en el País Vasco (Mur y Trenc, 1989). La primera portada, sin embargo, relega la imagen a la parte inferior derecha, al igual que lo hace la tercera, una en horizontal y otra en vertical. El impacto visual se supone en los grandes titulares a cuatro columnas que presiden las páginas. De ahí que sea posible encontrar también planas sin imágenes, con un diseño totalmente vertical (figura 2) salvo un titular centrado a tres columnas. La figura 4, por último, con titulares a toda plana y varias líneas rematadas por un dibujo y un pie de grandes dimensiones parece apostar más por la horizontalidad, que se reserva para introducir un sensacionalismo más "moderno".

La verticalidad, es decir, la obsolescencia en el diseño, es patente en el conservadurismo del semanario *Eskualduna* de Bayona. Rara vez incorpora imágenes, ni siquiera bien entrados los años 30, los titulares corridos, en todo caso a dos columnas, corresponden a secciones fijas de la primera plana. No se utiliza la jerarquización de las noticias mediante la flexibilidad del diseño. Puede apreciarse esta rigidez decimonónica.

También hubo experimentos sobre el tamaño y el formato. No era muy habitual entonces sacudirse la distinción anglosajona entre periódicos serios, de tamaño grande ("sábana") y sensacionalista (tabloides), y aún hoy persiste la división en gran medida en Reino Unido y en los Estados Unidos. *Argia* tuvo, en sus quince años de vida, un formato sábana, como el de los diarios de entonces, pero en 1928 y durante apenas un año, fue tabloide. Los cambios en el diseño, simultáneos a la adquisición de una nueva rotativa que permite tirar 10.000 ejemplares, fueron notables: no hay más que comparar las maquetas que presentamos en la segunda colección de imágenes, las dos de arriba correspondientes a la etapa de formato sábana, con una evolución de la verticalidad a la inclusión de imágenes (recuadros con un aspa dentro) o publicidad (recuadros con un diagonal de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo). La tipografía juega en cambio un papel más destacado en el diseño tabloide, con más blancos, mayor

utilización de tipos diferentes de letras, más orden y un aspecto visual más claro en general. Como dicen Barnhurst y Nerone (1991: 799), menos historias y menos items significan menos caos y más jerarquía, así como más uniformidad de una página a otra. esa tendencia, que en América se produce alrededor de 1925, llega tan sólo tres años después al País Vasco, aunque con un éxito relativo, porque acaba imponiéndose el formato tabloide. Sin embargo, el formato tabloide supone, además de una cierta audacia en la época (como recuerda Harold Evans, "estaba muy arraigada la idea de que un tabloide supone necesariamente un periódico sensacionalista o de contenido menor") un coste superior, ya que, "el tabloide, al originar más páginas, obliga a perder más tiempo en fundir el plomo de la página y en la justificación de sus líneas y grabados" (Evans, 1985). Por ello, pronto *Argia* regresó al habitual formato sábana.

### ***Euzko* y las nuevas corrientes**

El semanario que el Partido Nacionalista Vasco edita en Bilbao entre 1932 y 1934 como ensayo para un diario íntegramente en euskera es también tabloide. Son asimismo patentes las nuevas corrientes en diseño periodístico en el semanario *Euzko*, que tenía bastante de sensacionalista y popular, o al menos pretendía serlo. De ideología nacionalista, era más radical en todos sus planteamientos que el muy serio - y exitoso- diario *Euzkadi*. Como hacen notar Barnhurst y Nerone (1995:10), los cambios en la forma visual, aunque indiscutiblemente unidos al avance tecnológico y a la creciente profesionalización del oficio periodístico, afectan más a la prensa más popular y menos profesional que a la prensa de elite. Se están refiriendo a los tabloides, cuya aparición se sitúa en la década de los años 20. Pueden apreciarse la mayoría de las características del nuevo estilo de los años 20 y 30 en el que inciden los dos autores citados: el estilo modernista se presenta, en periodismo, como un mapa social, en el que la autoridad es un rasgo indiscutible. Una autoridad que da la seguridad de contar con diseñadores profesionales, con objetivos concretos que se traducen en la eficacia del diseño.

El de *Euzko* es un diseño fundamentalmente claro y directo. Al ser tabloide, algo no muy usual en la época, aún menos en el País Vasco, los textos son más cortos. En la primera página una fotografía marca siempre el centro de impacto visual, o al menos, un titular grande. Se utilizaban también dibujos. Las dos primeras páginas de *Euzko* situadas en la parte superior son rotundas, la primera sin titulares, con un gran luto envolviendo la información única de la primera plana, y en vez de titular, un dibujo de gran fuerza expresiva y una entradilla de grandes caracteres. La segunda, en cambio, opta por una solución contraria, pero igualmente audaz, al no incluir ninguna imagen pero sí en cambio un titular a toda plana, seguido de una entradilla en un cuerpo de letra grande y un segundo titular bajo él que divide, la mancha de la página exactamente por la mitad. La sensación de orden y rotundidad es en ambos casos notable. Los periódicos modernos presentan las informaciones a sus lectores de manera que éstos puedan entenderlas y las usen como base para la acción (Barnhurst y Nerone,1995:10). No es casualidad que se utilicen conjuntamente elementos tipográficos que ya existían anteriormente: dibujos, fotografías, titulares corridos, tipos y cuerpos de letra diferentes, etc. Ni siquiera se rehúye la simetría, como puede apreciarse en las maquetas de las páginas 1 y 2 de *Euzko*. En la primera, una gran foto y un titular corrido ocupa las dos columnas centrales, y deja a ambos lados sendas columnas. La estricta simetría se rompe con un titular escalonado en la parte inferior de las columnas centrales y una foto en la parte superior de la columna derecha. Es prácticamente simétrica la segunda página (paradigma de las páginas interiores), con un corondel en medio que divide las cuatro columnas que componen la página. Una leve asimetría, consciente y estudiada, rompe la monotonía de la página, y presenta las informaciones de manera clara y ordenada, indicando al lector las alternativas y el camino a seguir, característica también del diseño modernista. Se cumplen así las dos caras de la moneda de este movimiento, el funcional y el expresivo.

### **El experimento de un *photomagazine***

Sin embargo, las cosas no se veían igual en aquel tiempo, y lo que hoy nos parece un diseño correcto y diáfano era entonces un experimento vanguardista. El peso de una tradición de un siglo pesa, y es evidente en los periódicos que se pretenden serios, informativos de calidad. Por ejemplo, por seguir con los casos de los tres periódicos aquí citados, cuando, tras plantearse en 1929 la posibilidad de que *Argia* pasase de ser un semanario a convertirse en el primer diario redactado íntegramente en euskera, finalmente no se cumple esa ambición, el periódico euskérico donostiarra, que imprimía desde 1921 la imprenta de Ricardo Leizaola, adquiere una de las mejores máquinas de impresión de la Península, de huecograbado, y se encuentra ante la disyuntiva de qué modelo de publicación hará desde ese momento. Entre 1935 y 1936, *Argia* soluciona esa disyuntiva con una solución de compromiso: las páginas de cubierta se imprimen con abundancia de fotos (una gran imagen para la primera página, a dos colores, no necesariamente blanco y negro: se incorpora el azul, verde, rojo, marrón), a la manera no ya de los newsmagazines americanos, que hubiera parecido lo lógico (*Time*, que marca la pauta, comienza a

publicarse en 1923), sino de los photomagazines cuyo modelo es *Life*. Sin embargo, mantiene el tamaño sábana, y sus páginas interiores, impresas en papel de periódico normal, continúan siendo diseñadas a la manera de un diario de elite. Sin duda, se trataba de una etapa de transición que hubiese desembocado en la adopción definitiva de uno u otro modelo no sólo de diseño, sino de publicación en sí. El estallido de la Guerra Civil el 18 de julio de 1936 abortó para siempre la posible solución a esta pregunta.

### **El diseño de *Eguna*, primer diario en euskera**

*Eguna*, el primer diario redactado íntegramente en lengua vasca, nació en difíciles circunstancias en 1937. Su vida, corta, se rigió pro los designios de la Guerra Civil. Se publicó por primera vez el 1 de enero de 1937 y dejó de aparecer al conquistar Vizcaya, último reducto del gobierno legalmente constituido, las tropas franquistas en junio de ese mismo año. La política de incautación de los locales y las maquinarias de los periódicos afectos a los sublevados permitió que *Eguna* naciese, a partir sobre todo de la página en euskera que el diario Euzkadi llevaba publicando desde 1913.

A pesar de la muy peculiar situación en que nació este periódico y de sus medios personales precarios -el director, Manuel Ciarso, apenas apareció por la redacción, y el peso de lograr que el diario saliese todos los días recayó en tres jóvenes periodistas, Agustín Zubikarai, Eusebio Erkiaga y José María Arizmendiarieta-, *Eguna* utilizó todos los recursos periodísticos modernos: recursos tipográficos, periodísticos e imágenes. El diseño de *Eguna*, forzado por la escasez de papel a incluir el mayor número posible de informaciones en el menor espacio posible, no es, por fuerza, tan claro como el de sus antecesores *Argia* y *Euzko*. Es particularmente interesante la utilización de la fotografía, que aumentó debido a la necesidad de hacer propaganda y de la fuerza de la imagen, de forma constante en la primera página, lo que condicionó el diseño de este periódico.

Normalmente, el diseño de la primera página de *Eguna* era bastante simétrico: seis columnas, con titulares corridos a dos columnas en la parte superior, utilización de corondeles finos para separar las diferentes informaciones, y fotos situadas en diversos lugares. Este último dato es especialmente interesante, porque condiciona el centro de impacto visual (CIV), que se sitúa en diversos lugares.

En realidad, esto, lejos de ser un síntoma de desorientación de los diseñadores de *Eguna* -que, en efecto, bastante tenían con llenar el periódico de informaciones cada día- habla también de la dificultad teórica que algunos autores (Stark, 1995: 12) muestran a la hora de identificar claramente cuál es el movimiento que sigue la vista a la hora de enfrentarse a la lectura de una primera página, a la decodificación en definitiva de lo que es un mapa de acontecimientos sociales por el que, utilizando una palabra hoy muy en boga, navegar con un cierto rumbo. Mientras Moen dicen que los lectores parten indistintamente de la parte superior izquierda o derecha, Mario García asegura que primero se dirigen a la parte superior derecha, aunque el diseñador puede manipular la dirección de lectura del lector situando en cada página lo que él denomina un centro de impacto visual (García, 1983). Esto último es lo que, consciente o inconscientemente, hicieron los que diseñaron *Eguna*. Lo cual se aprecia en las cuatro primeras planas que proponemos, y en la cual, si aceptamos que el centro de impacto visual lo marcará normalmente el elemento más destacado (un titular a toda plana, por ejemplo, una foto en otro caso) y el resto de los elementos se encuentran en una clara situación de jerarquía, siguiendo el camino trazado por aquél, determina en definitiva diferentes modos de trazar un primer recorrido óptico por ese mapa informativo. Los modelos son: de arriba hacia abajo, en círculo de derecha a izquierda; de arriba hacia abajo, en círculo de izquierda a derecha; de la parte superior izquierda hacia la derecha y hacia abajo; y una última disposición triangular, de arriba hacia abajo. Esos modelos pueden apreciarse en las figuras, y, aunque ocasionalmente existieron otros (de la parte inferior derecha hacia arriba, en círculo) los consideramos suficientemente marginales como para no incluirlos aquí.

### **Conclusiones**

Con las peculiaridades propias de un ecosistema informativo condicionado por la existencia de un mercado reducido (el de los lectores en euskera), bastante fragmentado y diglósico, en competencia además con el mercado dominante periodístico en castellano, podemos afirmar que el periodismo en lengua vasca de preguerra no sólo supuso un avance en la normalización de modelos lingüísticos y estilísticos informativos, sino que también se produjo una recepción de las pautas de diseño presentes en todo el mundo occidental, y marcadas sobre todo por los medios estadounidenses.

*Argia* es quien comienza, en la década de los veinte, a experimentar con el diseño periodístico en el mundo de la producción en euskera. Semanario, toda la publicación es sin embargo un ensayo para editar un diario (sobre todo a finales de la década de los veinte), el sustituto de éste ante las limitaciones que

imponía el mercado en euskera (toda la Segunda República) o la posibilidad de convertirse en un magazine (*newsmagazine* o *photomagazine*) a partir de mediados de 1935. Ensayó incluso un formato tabloide cuando prácticamente nadie lo hacía, aunque finalmente se decantó por el formato sábana, considerado entonces más serio.

Por su parte, *Euzko* fue siempre un tabloide con vocación de tabloide. Igualmente semanario, pero con diseño de diario, exploró los caminos del sensacionalismo informativo y las normas del diseño de periódicos populares, obviamente importada directamente de los Estados Unidos. Su escaso éxito de ventas (sólo estuvo dos años en la calle) nos impide conocer cuál hubiese sido su evolución a largo plazo.

Por último, *Eguna* se enfrentó en poco tiempo a retos importantes que hubiesen tomado más tiempo en condiciones normales. Editar un diario en euskera en medio de una situación bélica, sin apenas criterios ni experiencia, por un lado, y por otro utilizar al máximo todos los recursos periodísticos (incluidos, y muy especialmente, los de diseño) de que se disponía en aquel momento. Es en ese instante cuando claramente la fotografía ocupa un lugar destacado en el discurso informativo y se utilizan conceptos como en centro de impacto visual o las rutas de recuperación de la información a través de mapas informativos.

---

### Referencias bibliográficas

Armentia, José Ignacio (1994). *Las nuevas tendencias en el diseño de la prensa española a finales de los 80*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

Barnhurst, Kevin G.; Nerone, John C. (1991). "Design Trends in U.S. Front Pages, 1885-1985". En: *Journalism Quarterly*, vol. 68, nº 4 (Winter 1991), pp. 796-804.

----- (1995). "Visual Mapping and Cultural Authority: design Changes in U.S. Newspapers, 1920-1940". En: *Journal of Communication* 45(2), Spring, pp.9-43.

Evans, Harold (1985). *Diseño y compaginación de la prensa diaria*. Barcelona: Gustavo Gili.

García, Mario (1983). *Diseño y remodelación de periódicos*. Pamplona: Universidad de Navarra.

Mainar, Rafael (1906). *El arte del periodista*. Barcelona: Soler.

Martín Aguado, J.A. (1987). *Lectura y técnica de un diario*. Madrid: Alhambra Universidad.

Mur, Pilar y Trenc, Eliseo (1989). *El arte gráfico en Euskadi y Cataluña (1888-1936)*. Bilbao: Museo de Bellas Artes.

Stark, Margaret Mary (1985). *Newspaper Design Principles and Practices: A Survey of Front Page Editors and Designers Representing 112 National Newspapers*. Chicago: Indiana University.

---