

## CONCLUSIONES

Desde los años sesenta hasta la fecha, teóricos del diseño editorial han argumentado que el diseño no es decoración sino comunicación. Por lo tanto los periódicos no deben considerarse como páginas donde se condensan masas de texto con algún gráfico insertado, sino un medio de comunicación interactivo en el que texto, imágenes y diversos elementos de diseño permiten una conexión directa con los lectores.

En este trabajo se enfatizó la importancia de integrar en el diseño editorial de *La Catarina* estos elementos, así como mantener la consistencia de éstos en los números a publicar y con ello establecer un enlace con los receptores. Para cumplir estos objetivos se fabricó este libro de estilo que abarca no sólo los requisitos para el diseño editorial y los criterios editoriales que se deben seguir para la confección de *La Catarina*, sino también aquellos manuales donde se describen las responsabilidades de los colaboradores del periódico, las políticas para insertar anuncios publicitarios, los criterios de imagen corporativa y el código de ética que rige el comportamiento de los miembros de *La Catarina*.

La meta principal de este libro de estilo es ser una guía rápida y fácil para los colaboradores, diseñadores y editores sobre los diferentes elementos que componen *La Catarina*. Se espera que este libro de estilo sea consultado y que los procedimientos y criterios aquí estipulados se pongan en práctica por cada miembro del periódico.

Existen otras medidas necesarias para que *La Catarina* cumpla estratégicamente con su misión y así poder continuar con el buen contenido y la credibilidad que caracteriza a este periódico.

1. Los manuales de *La Catarina* deben renovarse anualmente para satisfacer las necesidades de información de sus lectores y ayudar a éstos a navegar en sus páginas.
2. Los editores deben tener presente que el periódico se manufactura para los lectores; por ello es fundamental consultar la opinión de éstos y así conocer cómo *La Catarina* puede mejorar.
3. Para evitar la evaporación de lectores, es elemental rediseñar anualmente las páginas de *La Catarina* de forma dinámica e interesante integrando los textos y el diseño como un todo y no como elementos aleatorios sin relación alguna.
4. Es necesario que los colaboradores de *La Catarina* cuenten con una formación tanto en la comunicación verbal como en la visual. Esto se puede lograr impartiendo pequeños cursos donde se explique y/o enseñe no sólo las bases de la producción periodística, sino la estructura para la creación de un proyecto gráfico o el rediseño de éste.

5. Existen áreas dentro del periódico que deben mejorar como lo es, principalmente, la coordinación de distribución ya que ésta se encarga de hacer llegar la publicación a las diferentes zonas de la universidad. La deficiencia en esta área puede causar pérdida de lectores.

A pesar de que *La Catarina* cuenta con sólo 4 años informando a la comunidad UDLA ha permanecido como el medio de información más solicitado de la universidad. Esto se ha logrado gracias al esfuerzo y dedicación del Consejo Editorial y los colaboradores de *La Catarina*, que semana a semana procuran ofrecer a los lectores información veraz, completa, interesante, actual y de calidad.

Ahora el desafío que enfrenta *La Catarina* es satisfacer a una audiencia saturada de información donde los periódicos o impresos compiten con mensajes llamativos atraer la atención de los lectores.