



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 1º – Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Grafía. El trabajo en una agencia de prensa especializada en infográficos (6)

Julio Alonso ©

Periodista - Consultor de prensa

julioalonso@sendanet.es

La infografía es un género periodístico del que recientemente casi todo el mundo hace uso, y alabanzas, pero no tantos dominan. En parte, por lo que su actual utilización, mediante ordenadores, tiene todavía de novedosa y experimental: en los casos más precoces, apenas diez años. Pero, sobre todo, porque es más fácil cambiar de herramienta que de mentalidad, y de ahí que no siempre todos cuantos intervienen en el moderno proceso de producción de infográficos -dibujantes, documentalistas, periodistas e informáticos- concedan igual importancia o tengan idéntico concepto de lo que ha de ser la infografía aplicada a la prensa. Esto es: fundamentalmente, información, con lo que ello implica de veracidad, exactitud, claridad expositiva y rapidez de ejecución. Además de eso, información expresada en un lenguaje visual, de imágenes, en el que las formas, los volúmenes, la interposición de planos, el ángulo de perspectiva o de fuga, así como los claros y los oscuros -y no digamos el color-, constituyen su propia sintaxis. Y, por último, información gráfica ejecutada, manipulada, almacenada; transmitida y reproducida mediante ordenadores.

Pero no siempre es ése el orden que se sigue en la concepción y ejecución de un infográfico. En el caso concreto de Grafía, porque -justo es reconocerlo- en ocasiones nos hemos dejado llevar por lo decorativo, en detrimento de lo informativo. Y luego, porque; también a veces, éstos son los infográficos que mayor demanda tienen, de manera que la pescadilla acaba mordiéndose la cola. No lo digo como excusa, sino para subrayar que siendo España uno de los países europeos en los que el uso generalizado de la infografía está más extendido, ello no significa que, en términos generales, la explotemos correctamente.

El infográfico perfecto, aquel que contiene todos los elementos de una noticia, y por lo mismo, susceptible de publicarse solo, sin necesidad de un texto paralelo, en nuestro país es algo todavía excepcional. Los más aceptados son, por el contrario, aquellos que se conciben para apoyar o complementar una información textual, junto a la cual se publican. Y en casos extremos, más como recurso de ilustración o diseño -por ejemplo, para aligerar una página cargada de textos- que por sus cualidades estrictamente informativas. De ahí las preferencias por los grandes tamaños, por la espectacularidad del dibujo, con lo que se desvirtúan los valores de la infografía.

En Grafía sabemos muy bien que, aun cuando las imágenes y textos que componen un infográfico satisfagan todas las exigencias noticiosas, sólo se publicará si va subordinado a un texto. Y que los datos recogidos en el infográfico se repetirán luego en el texto al que acompaña (a mi modo de ver, por un subconsciente convencimiento de que sólo la expresión escrita de esos datos es la solvente). Todo lo cual evidencia cuán lejos estamos aún de usar apropiadamente la infografía.

A todo esto hay que añadir la dificultad que presenta la obtención de datos para realizar un buen infográfico, que no siempre son los mismos que se necesitan para redactar una información. Hasta tal punto es así que, en ocasiones, una noticia perfectamente graficable -supongamos, un accidente de carretera- resulta imposible de plasmar en un infográfico por falta de datos mucho más concretos, o más específicos, de los que suelen facilitar las fuentes informativas habituales.

Así, siguiendo el ejemplo sugerido, saber que el vehículo chocó contra el pretil del puente y que cayó al lecho del río, que tantos de sus ocupantes fallecieron y que otros tantos resultaron heridos, más el modelo del vehículo, las causas del accidente, la hora y punto kilométrico, etcétera, quizá sean suficientes para redactar una noticia, pero no para hacer un infográfico. Hay que saber cómo es el puente, si en ese punto la carretera es recta, curva o está en pendiente, cuál fue la trayectoria que siguió el vehículo, en qué posición cayó, por dónde y cómo salieron los supervivientes, entre otros muchos detalles.

Todo ello nos lleva a una conclusión obvia, fácil de enunciar, pero no siempre posible en el actual estado de evolución de la infografía: el periodista -en este caso, periodista-dibujante- ha de acudir al lugar de los hechos, contemplar él mismo lo ocurrido, recoger testimonios de los testigos, etcétera. A veces podrá auxiliarse de la información obtenida por otros colegas suyos -un redactor o un fotógrafo, y mejor ambos, pero no siempre éstos habrán visto el suceso lo mismo o habrán retenido de él los mismos detalles, ya que la palabra escrita o el encuadre fotográfico, lenguajes diferentes pero complementarios entre sí, son también diferentes y complementarios del infográfico, o viceversa. Así que tenemos una dificultad añadida, pero fundamental, puesto que se trata nada menos que de la obtención de datos: la escasez de medios disponibles.

Tener una nutrida Redacción de dibujantes-periodistas, y, además, una red de corresponsales infográficos de mayor o menor cobertura geográfica -como se tienen redactores o fotógrafos-, algo que ni siquiera han acometido las grandes agencias internacionales, como Reuter, Associated Press, France Press o la española Efe. Nadie, hoy por hoy, tiene esa red redaccional (una prueba más del camino que queda aún por recorrer en el mundo de la infografía), y mucho menos Grafía.

No podemos hacerlo con nuestras exclusivas fuerzas, pero intentamos hacerlo en colaboración con otros; en primer lugar, con nuestros propios abonados. En esto, nuestro ejemplo es la agencia norteamericana Knight Ridder Tribune (KRT), propiedad de la cadena periodística del mismo nombre, así como del Chicago Tribune, cuyo servicio infográfico distribuye Grafía en exclusiva para España. El contrato que KRT mantiene con algunos de sus clientes estipula incluso el compromiso por parte de éstos de poner en la red un determinado número de gráficos propios al cabo del año. De esta forma garantiza una buena cobertura, pero a costes razonables. Grafía no llega a tanto, pero ha contado en casos concretos y cuenta con la contribución de algunos de sus periódicos abonados (por ejemplo, *La Voz de Galicia*), de sus distribuidores en el extranjero (Publishing and Gráfica -P&G-, con sede en Milán) y de otras agencias (Colpisa y Serviprensa).

Media de transmisión: un minuto

La agencia, al margen de otros clientes ocasionales, cuenta con 18 periódicos abonados fijos entre los que figuran las cabeceras de mayor prestigio y circulación de la prensa española regional. El sistema general de contratación de nuestros servicios se basa en exclusivas regionales o locales, según los casos, y tiene en cuenta dos variables: una cuota fija y el consumo. La primera no es igual para todos; depende del número de ejemplares que venda, que se calcula con las cifras certificadas a cada periódico por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). El consumo se factura no por el número de infográficos retirados mensualmente del servicio, sino por los kilobytes que sumen; es decir, por la ocupación de memoria de cada uno de ellos, una vez comprimidos, la cual suele guardar cierta relación con el tamaño o complejidad del infográfico. Un último criterio de ponderación hace que a medida que crece el consumo, con unos saltos de millares de kilobytes preestablecidos, el precio de la unidad sea inferior.

Al tratarse de una red interactiva -basada en ordenadores Macintosh-, cada cliente puede retirar del servicio diario sólo los infográficos que le interesen. El contenido, dimensiones y hora de entrega de éstos los conoce de antemano, a través de unas previsiones para el día que -cuando así lo imponen los acontecimientos- se van modificando a lo largo de la jornada. Salvo casos excepcionales, el último infográfico se pone en la red a las siete de la tarde. De cada gráfico se cargan dos ficheros: uno con la Imagen real y otro en baja resolución, y, por tanto, de menor número de kilobytes, para que el cliente pueda ver el gráfico prometido antes de retirar el de mayor peso. Ambos se ponen en la red en forma comprimida (aproximadamente, la mitad de su ocupación real) y van acompañados por un comentario (contenido del fichero, programa de dibujo utilizado, medidas, número de kilobytes y tiempo previsible de transmisión), cuya ventana se abre en la pantalla receptora nada más hacer doble clic en el icono del fichero.

El abonado puede también coger infográficos de días anteriores o elementos sueltos de dibujo con los que confeccionar sus propios gráficos, sea la hora que sea, puesto que el sistema permanece abierto las veinticuatro horas. Aparte de la carpeta

con los gráficos de la semana, el servicio cuenta con dos apartados más: un archivo cronológico y otro temático, a través de los cuales pueden canalizar las búsquedas (en la actualidad, entre uno y otro suman 15.000 ficheros). Dispone, por último, de una carpeta de correo electrónico para cada cliente, a la que sólo acceden aquellos usuarios que él indica. Ese es, como ya se avanzó antes, el vehículo utilizado por algunos periódicos para que las delegaciones envíen sus originales a la central.

El sistema es totalmente interactivo; esto es, cada abonado puede modificar fácilmente el infográfico que recibe, tanto en lo que se refiere a los dibujos como a los textos. De hecho, todos son modificados, siquiera sea para ajustar sus dimensiones a los anchos de columna estándares del periódico y, en menos casos, a los tipos de letra o fuentes propios del diario.

El sistema de transmisión de Grafía funciona a 14.400 baudios, de manera que son raros los abonados que todavía reciben el servicio con módem de 9.600 o de 2.400 baudios. Así, un infográfico de 100 a 130 kilobytes, que viene a ser la media de ocupación de los más *pesados*, tarda en pasar un minuto, dependiendo de la calidad o saturación de la línea telefónica. De todas formas, si se corta la conexión, el sistema memoriza el punto en el que fue interrumpida y desde ahí reinicia la transmisión cuando el cliente vuelve a llamar.

El servidor de comunicaciones de Grafía –por razones de seguridad, duplicado mediante *mirroring*- cuenta con los suficientes puertos de salida como para soportar hasta ocho transmisiones simultáneas, lo que raramente ocurre. Asimismo, está informando continuamente al que llama del tiempo que lleva conectado y de la cantidad de kilobytes transferidos.

Sucesos y deportes, lo más "infografiable"

Nuestro servicio suele componerse de ocho a diez infográficos diarios, divididos en dos grandes apartados: actualidad y servicios; entre estos últimos, los mercados bursátiles, las listas de las loterías y otros ocasionales o de temporada (estado de las pistas de esquí, situación de los embalses, zonas de riesgo con incendios, etcétera).

Para cubrir y seleccionar la actualidad, de la que nuestra principal fuente externa es la agencia Efe, aplicamos un doble tamiz. El primero corresponde a las generales de la ley; esto es, que se trate de una noticia de interés general -de interés para todos o casi todos nuestros abonados-, que sea susceptible de *graficar* y, además, que dispongamos de los datos necesarios para ello. En esta primera criba tenemos que renunciar a veces a informaciones importantes, bien porque sólo interesan a unos pocos abonados, porque únicamente es *graficable* rizando el rizo o, lo que más lamentamos, porque carecemos de la suficiente información. El ejemplo más próximo de este último supuesto lo constituye el atentado contra el World Trade Center neoyorquino. Sencillamente, no teníamos planos de sus sótanos, y menos de cómo y dónde estaba la bomba. Y no hubo infográfico.

Este primer criterio de selección nos aparta de dos tipos de gráficos: el de textos más o menos ilustrados o iluminados y el de carácter secuencial cogido por los pelos. Al primer supuesto pertenecen casos como los de una tabla en la que, por ejemplo, se comparan las posiciones de los partidos políticos respecto a cuestiones candentes -salud, vivienda, pensiones, etcétera-, cada una de ellas encabezada por un pictograma. Aquí, al menos, el elemento gráfico cumple una función: ordenar y aliviar la lectura, y en esa misma medida se trata de un recurso aceptable, aunque no vaya con nuestro estilo. Más que nada porque, siendo nuestra producción limitada, preferimos concentra la en noticias más necesitadas de tratamiento infográfico. A la postre, iluminar un texto, y que ese texto no abunde ni disienta de lo dicho en las mismas páginas, tanto informativa como editorialmente, es algo que se nos escapa. Tampoco podemos olvidar que somos una agencia, al servido de varios y muy distintos diarios.

El segundo supuesto -el que he llamado gráfico secuencial cogido por los pelos- es peligroso en la medida en que, por sus apariencias de infografía plena, siempre se corre el riesgo de caer en él.

Entre las varias posibilidades de enfoque o planteamiento que ofrece la infografía -mapas, diagramas, etcétera-, el tratamiento secuencial de una noticia es una de las más válidas y más agradecidas. Sin embargo, es también la que más se presta a dar gato por liebre, incluso de buena fe.

Para dar respuesta en un relato visual de este tipo al qué, quién, cómo, cuándo y dónde de una noticia hay que conocer más detalles de los imprescindibles para redactar una información, como ya hemos dicho. Cuando, por ejemplo, se sabe que el prisionero se descolgó desde la ventana de su celda a un patio Interior de la cárcel, en realidad se sabe bien poco. Sin embargo, lo inmediato es representarlo bajando por una cadena de sábanas anudadas en sus extremos. De manera que si realmente no fue así (pudo bajar deslizándose por una tubería), y sí las demás viñetas de la narración se construyen con Información de este tenor, en realidad no se están relatando unos hechos, sino fantaseándolos. Advuértase que en una

información textual la frase, 'se descolgó desde la ventana' es un dato, mínimo pero suficiente para explicar cómo se inició la huida, mientras que en una información visual la única manera de expresar que se descolgó es plasmando cómo lo hizo.

Pues bien, de este tipo de infográfico -en apariencia periodístico pero en realidad de ficción- es del que tratamos de huir en *Grafía* cuando, por las mañanas, nos planteamos la tarea diaria. De ahí la importancia de la primera criba a la que antes me refería. Porque si no se analiza fríamente la validez de los datos de que se dispone, y se deja uno llevar por el primer impulso, entonces lo más normal es que se caiga en el error.

Existe desde luego una segunda criba en la selección de noticias infografiables, que voy a pasar por alto puesto que se hace teniendo en cuenta los gustos, preferencias y necesidades de nuestros abonados, y desde este punto de vista es irrelevante.

Sólo voy a referirme a uno de los criterios que se barajan en esta segunda selección, pues dice mucho sobre el estado en que, hoy por hoy, se encuentra la infografía en nuestro país: las noticias a *infografiar* no deber ser de las que provocan una buena cobertura fotográfica. Me explico: entre dos o más noticias de igual importancia informativa, en *Grafía* optamos por *infografías* aquella o aquellas en las que suponemos que nuestros abonados no dispondrán de muchas fotos. Por el momento, si a la hora de publicar hay que elegir entre una fotografía y un infográfico, la primera es la que gana aun cuando en ese determinado caso la información más completa la contenga el segundo.

Durante los Juegos Olímpicos de Barcelona, ocasión para la que nos estuvimos preparando durante meses, y cuyo preludeo fueron las 40 láminas a todo color que en España publicó el diario *Ya*, hicimos un total de 242 infográficos. Sin embargo, la mayoría de ellos, aunque puestos en la red, ni siquiera llegó a publicarse. Pagamos así la novatada de creer que el peso de la información gráfica en un acontecimiento de esta índole iba a recaer sobre el esfuerzo del atleta y su comparación con el desarrollado por otros, por poner un solo ejemplo; esto es, en aspectos muy adecuados para un tratamiento infográfico. Pero no fue así. La cobertura gráfica que la mayoría de los medios impresos dieron de los Juegos abundó más en la instantánea (alegría y fatiga al cruzar la meta, o júbilo en las gradas) que la información secuencial (cómo se materializó esa victoria, tiempos, desgaste, técnicas, etcétera). En resumidas cuentas, se incidió más en el espectáculo deportivo que en la competitividad del deporte.

De todas formas, los infográficos de deportes figuran entre los de mayor demanda. Primero están los de sucesos (atentados, accidentes aéreos y de carretera, etcétera). Les siguen los de deportes; sobre todo, cuando se trata de láminas previas a una competición o prueba. A continuación van los de divulgación técnica. Y, en contra de lo que cabría imaginar, los de economía, cuyos contenidos son muy apropiados para expresar en diagramas, sólo cuando tocan asuntos no especializados, de interés muy general, como, por ejemplo, la evolución del IPC o de las tasas de paro.

Nuestro estilo

En la actualidad existen dos grandes escuelas de hacer infografía en el mundo, y que, por resumir, vamos a personificar en los hombres más representativos de cada una de ellas: Nigel Holmes, conocido por sus trabajos en el semanario norteamericano *Time*, y Peter Sullivan, por los que realizó para el dominical británico *The Sunday Times*. La primera de ellas –aunque no necesariamente en el tiempo–, luego consagrada y extendida a partir del éxito del diario *USA Today*, se caracteriza por su capacidad de síntesis o reducción, hasta tal extremo que sus técnicas de dibujo y de empleo del color se aproximan al cómic. La segunda es de trazo más complejo y realista, quizá porque sus raíces están en los magníficos dibujantes con que contó la por algo llamada prensa ilustrada (al menos, hasta la aparición de la fotografía y de la retícula como técnica de reproducción impresa); un estilo de hacer prensa que inició el *Illustrated London News*, en cuya tercera página escribía Chesterton, y que tuvo imitadores en todo el mundo (*La Illustration Française*, *La Ilustración Española y Americana*...).

Pues bien, entre esas dos grandes escuelas –ninguna mejor ni peor, sino distintas; o en todo caso, cuestión de gustos– *Grafía* opta claramente por la segunda. Nuestro afán es la perfección en las formas, lo cual no está reñido con la claridad y la sencillez del mensaje periodístico, ni es sinónimo de abigarramiento, complejidad y, en definitiva, confusión. Significa, sencillamente más trabajo. Hilando muy fino, puede que las preferencias por esta segunda escuela infográfica tengan su explicación en la diferencia que hay entre el lector de prensa norteamericano y el español, más que europeo; entre un consumidor habituado al *burger* y al *digest*, que compra barato, lee de camino a la oficina y luego tira el periódico, y el que proporcionalmente paga más por un periódico, que quizá no acaba de leer, pero que conserva hasta llegar a casa.

Cualquiera que sea la forma de expresión utilizada –mapa, diagrama, infográfico ilustrativo o secuencial–, otra nota distinta de nuestros trabajados es que están bastante contrastados. Se trata de una conclusión a la que hemos llegado

paulatinamente guiados no tanto por la calidad que daban en pantalla, una vez terminados, como por la que resulta de su reproducción impresa. Esta norma de la casa se plantea a cuatro niveles:

1. Todas las figuras van perfiladas, en negro o en blanco, dependiendo del fondo que lleven
2. Los medios tonos, sean de negro o de cualquier otro color, tienen al menos un 15% de trama, ya que si no se pierden. Y salvo que lo que se pretenda sea un color llamemos puro (al 100%), una trama no superior al 55%, pues de lo contrario se empastan.
3. Excepto en los degradados, cuyos porcentajes de trama están en función de los pasos intermedios necesarios para que a la hora de reproducir el dibujo no aparezcan saltos, las diferencias de escala entre medios tonos de un mismo color han de ser al menos de un 10%, puesto que los porcentajes menores apenas si se distinguen.
4. Un fondo continuo resta fuerza al infográfico, lo apaga, así que es preferible que no ocupe toda la superficie, o que sufra un degradado. Y todavía mejor, que se recurra para contrastar a la fuerza del negro y del blanco.

Como complemento a estas normas existen otras, más de diseño, que contribuyen a dar personalidad a nuestros infográficos. Las fundamentales son las siguientes:

1. El infográfico ha de ir enmarcado por un cierre de 0,5 puntos de pica. Este grosor es, por otro lado el mínimo permitido para toda clase de líneas, puesto que los valores por debajo de él se reproducen mal.
2. Los bordes del infográfico constan de una calle interior de 3mm que, como excepción, puede rebasar en algún punto el extremo de un dibujo, pero nunca una línea de texto. Esa misma separación es la que han de guardar entre sí las columnas de texto.
3. A veces el remate de un dibujo puede sobresalir de la caja del infográfico, pero siempre que no exceda de los 4 mm. Este tope máximo, ligeramente inferior al equivalente de una pica o de un cíceros, que es lo que los periódicos suelen dar a los corondeles ciegos o calles entre las columnas de una página, evita que el infográfico tenga que ser reducido de tamaño o que, por el contrario, la columna de texto contigua tenga que ser mordida; es decir, sufrir lo que en lenguaje tipográfico se conoce como *recorrido*.
4. Un texto por negro no puede llevar un fondo tramado superior al 20%; de lo contrario, resultaría ilegible.

Los textos son para leer

Otra nota distintiva de nuestros infográficos podría ser el esmero que ponemos en la tipografía; a mi modo de ver, un aspecto que, por lo general, no se cuida lo suficiente. En Grafía partimos del principio de que en un infográfico el texto es un elemento complementario, pues sirve para situar y explicar el contenido del dibujo. Ahora bien, así como el dibujo no puede reducirse a mera ilustración, ya que lo informativo ha de primar siempre sobre lo estético, pensamos que tampoco el texto puede ser tratado como un simple recurso decorativo, de relleno o adorno. Que sea complementario no implica que sea accesorio.

Por tanto, es norma que los textos de un infográfico se dispongan de tal forma que su lectura resulte ordenada y fácil. Lo primero exige una lógica en la colocación y en el uso de la tipografía: de lo importante a lo fácil. Lo primero exige una lógica en la colocación y en el uso de la tipografía: de lo importante a lo menos importante, de arriba hacia abajo, de izquierda a derecha, de tipos de mayor cuerpo o mancha a otros de menor tamaño o peso. Lo segundo –esto es, la legibilidad del texto–, depende de todos estos factores, a su vez, interrelacionado: el diseño, cuerpo y grosor del tipo empleado, el ancho de columna al que se componga, la separación existente entre las letras, entre palabras y entre líneas, la disposición que guarden estas últimas entre sí (en bandera, justificadas, etcétera), la intensidad de los fondos, la presencia o no de obstáculos que impidan al ojo discurrir normalmente por el texto y la sabia administración de otros recursos tipográficos (bolos, cuadratinos, filetes, lutos y, quizá el más importante de todos: el blanco).

Estos principios generales se traducen luego en estas normas comentadas:

1. En la composición de los textos sólo se utilizan tres familias tipográficas: Helvética condensada y Zapf Dingbats. Esta última, porque preferimos que los elementos del tipo de estrellas (para indicar en un mapa cuál es la capital del país) o de cuadratinos (para marcar los comienzos de párrafo en un bloque de texto con varios apartados) figuren en una misma caja de texto, y no como piezas sueltas. Si son dibujados aparte, se corre el riesgo de que en un desplazamiento del texto ellos se queden donde estaban.

2. En el caso de las Helvéticas, aunque normalmente se emplee la regular, cabe igualmente recurrir a sus variantes bold y black, pero con moderación y criterio. El abuso de las negritas tiene efectos contraproducentes: de puro querer destacar no se destaca nada. De todas formas la negrita es de obligado uso cuando ha de imprimirse en blanco sobre fondo
3. En cuanto a la variante *oblique* -de lectura más difícil- sólo se utiliza para mencionar las fuentes de un gráfico. Aunque en bastantes periódicos las cursivas se utilicen para denotar que la palabra así marcada es un neologismo, un barbarismo o que se emplea en sentido figurado, en Grafía se recurre para ello a las comillas simples.
4. Salvo que se trate de textos muy breves, de dos o tres palabras como mucho (por ejemplo, los topónimos de un mapa), el cuerpo menor permitido es el 9
5. Los signos que se componen pegados a una palabra (paréntesis, comas, etcétera) han de ir del mismo cuerpo y en la misma variedad que la palabra a la que acompañan-
6. Los textos se componen siempre en bandera, y preferentemente, en bandera justificada a la izquierda. Un texto sólo puede justificarse al centro mientras no supere las tres líneas de composición, y a la derecha, cuando no quede otro remedio.
7. Por lo mismo, si un texto contornea una figura y ese recorrido impide que todas las líneas vayan claramente justificadas a la izquierda, entonces se ha de recurrir a la bandera justificada de salida.
8. Nunca se parten palabras a final de línea.
9. En cuanto a la división de una frase en varias líneas, se ha de procurar que ésta entorpezca lo menos posible la comprensión de la frase, así como que las líneas resultantes no tengan igual ancho. En este sentido, lo ideal, en el caso de dos líneas, es que la más larga sea la primera. Si se trata de tres o más líneas, las más largas pueden ser, indistintamente, las centrales o las extremas, pero evitando siempre el efecto de escalera.
10. El interlineado de cualquier texto ha de ser, cuando menos, superior en un punto al cuerpo empleado, y como mucho, de dos puntos. Pero nunca igual o inferior.
11. Por lo que respecta al interletraje, sólo está permitido modificarlo, sea en sentido negativo como en positivo, en dos casos: en los titulares y en algunos textos de los mapas; esto es, en los que constan de pocas palabras.
12. En los textos formados por varios párrafos, éstos han de ir separados entre sí por un blanco adicional de dos o tres puntos.
13. Salvo que se trate de textos breves (cuatro o cinco líneas, no más), el ancho permisible en una composición esta condicionado por el número de palabras que quepan como media en una línea: como mínimo, 3; como mucho, 12.
14. De los dos blancos que separan a un ladillo del texto, el de arriba debe ser mayor que el de abajo; a fin de cuentas, el ladillo pertenece al párrafo o párrafos que le siguen.
15. Los inicios de párrafo no se sangran.

Todas estas normas, de diseño y tipográficas, se completan con otras de carácter funcional, cuyo último propósito es facilitar el trabajo a quienes han de manipular luego nuestros infográficos: los editores y filmadores de los periódicos abonados. Así, a nuestros dibujantes se les exige que todos los trazos de una misma figura estén agrupados entre sí, que lo estén a su vez las distintas piezas de dibujo, que éstas se bloqueen en caso de que, por la naturaleza del infográfico, quepa presumir que sus textos serán modificados o actualizados y que, por supuesto, las cajas de texto estén a primer nivel de pantalla. Se trata, en todo caso, de normas cuyo alcance sólo podrán entender bien quienes estén familiarizados con el mundo del Macintosh y, de ahí que sólo las esboce. Por si para alguno de ellos tuviera interés, solo añadiré que nuestra principal herramienta de trabajo es el programa Adobe Illustrator (el FreeHand apenas lo usamos) y que, con carácter auxiliar, empleamos principalmente este otro *software*: Satellite, Swivel y DeltaGraph para dibujo; Photoshop y MacView Plus, para digitalización y tratamiento de imágenes; QuarkXPress, para diseño y maquetación; WireFlash, para recepción y consulta del teletipo; StuffIt Deluxe y Capture, para compresión de datos; File Marker Pro y Excel, para gestión administrativa y TeleFinder y PressLink, para comunicaciones.

Nota: este texto se presentó en el seminario sobre infografía periodística celebrado en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo, sede de Cuenca (España) a principios de la década de los 90.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Alonso, Julio (1998): Grafía. El trabajo en una agencia de prensa especializada en infográficos. Revista Latina de Comunicación Social, 8. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/49inf6.htm>