



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](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

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

## El grafismo en un diario regional

Lic. Óscar Goñi Alfaro ©

Grafista de "El Diario Vasco" (San Sebastián, Guipúzcoa)

En ocasiones, un tópico sigue siendo la mejor forma de empezar. En consecuencia, podríamos iniciar el artículo diciendo que cualquier parecido entre lo que ocurre en un periódico nacional y otro regional es pura coincidencia. Y si estamos hablando de gráficos, es un puro milagro (1). Como es obvio, muchas de las observaciones que voy a plasmar en estas páginas surgen de la experiencia adquirida a lo largo de los años en "El Diario Vasco" de San Sebastián. Tras confrontar muchas opiniones de colegas grafistas, he llegado a la conclusión de que el tratamiento que los grafistas de prensa regional recibimos en nuestros periódicos es similar al menos en un aspecto; aún hoy, resultarnos ser *unos curiosos individuos*. (\*)

Así pues, es imprescindible que dejemos claro un aspecto: para el resto de los periodistas que trabajan con nosotros no somos como ellos, no hacemos lo que hacen ellos, es decir, lo que hacen los periodistas de toda la vida. No estoy diciendo que no se respete nuestra labor -cosa que ocurre en demasiados periódicos- sino que, simplemente, somos raros. Nuestras herramientas de trabajo son diferentes, nuestros requerimientos son distintos y nuestro ritmo de trabajo está radicalmente alejado de sus parámetros. El resto de los periodistas no sabe -ni tiene por qué- cómo hacemos los gráficos, lo que nos cuesta cada uno de ellos y la tremenda soledad en la que nos desenvolvemos. Un redactor, si en un momento dado precisa de un compañero para que le termine una información o le ajuste una noticia, sólo tiene que mirar a su alrededor. En un diario hay muchos redactores. Pero si un grafista se siente asfixiado y *siente que no llega*, o bien se encuentra inmerso en la estructura de un departamento gráfico, o puede que tenga que rechazar encargos, dado que no va a poder abordarlos todos. Y en este punto es preciso dejar constancia de algunos hechos:

- 1.- En algunos periódicos regionales NO se entiende que un grafista no pueda hacer un millón de gráficos al día.
- 2.- En algunos periódicos regionales NO existe un departamento gráfico en el que distribuir, organizar, planificar el trabajo.
- 3.- En algunos periódicos regionales, la sección de gráficos se concreta en una persona (2).
- 4.- Es de todo punto lamentable y aberrante que supuestos teóricos del grafismo en prensa de este país no reparen en estas circunstancias a la hora de valorar el trabajo que se está desarrollando en periódicos regionales.

Queda enunciada de esta forma la tesis que me propongo llevar a buen puerto: el grafismo de prensa regional, a diferencia de lo que ocurre en los Estados Unidos, no está en modo alguno valorado en España.

Se desconoce hasta extremos brutales la labor que día a día cumplimos en nuestros medios los grafistas y, salvo honrosísimas excepciones, ello acarrea que periódicos de ámbito nacional acaparen el prestigio del grafismo en España, cuando en más oportunidades de las que por su infraestructura sería admisible, la prensa *pequeña* demuestra que no lo es tanto.

Pondré un ejemplo (2): "El Diario Vasco" comenzó su andadura incluyendo gráficos en sus páginas con periodicidad diaria hace casi cinco años [1986], fecha en la que aún no habían irrumpido en el panorama periodístico español algunos diarios de difusión nacional, y en la que todavía otros periódicos de solera no habían aceptado dicha apuesta. He de puntualizar, sin embargo, que otros medios, tanto nacionales como regionales, precedieron a mi periódico en esta aventura (3).

En estos cuatro años transcurridos desde entonces, no he podido recoger el más mínimo interés por parte de quienes estudian el fenómeno de los gráficos en prensa hacia la prensa regional en su conjunto (4).

Sin embargo, intentaré que estas líneas sirvan para ubicar en su debido contexto las conclusiones con las que cerraré el artículo.

Para ello, estructuraré mi análisis partiendo de los tres puntos capitulares que son los que a mi entender enmarcan el trabajo de un grafista en prensa: Tiempo, espacio y tema.

El tema -datos, hechos y/o situaciones que se nos dan-, marca más que ningún otro aspecto el sentido o carencia del mismo ¿qué tiene el gráfico. El espacio material que se nos adjudique para plasmar en la página esa terna significará poder contarlo a los lectores sin excesos ni defectos. Eso, si se dispone del tiempo necesario.

## **El tema**

En un diario regional, los temas que los grafistas abordamos se pueden clasificar en dos grandes bloques:

-Gráficos basados en lo local.

-Gráficos basados en lo general.

Con toda certeza, explicar ambos epígrafes significaría rozar lo elemental. No obstante, una disquisición tan simple es, para los grafistas de prensa regional, el centro de su singular problemática.

Los gráficos elaborados para una información local son aquellos que, aun teniendo importancia, no rebasan el ámbito de influencia de la región, por lo que dichos temas no son tenidos en cuenta por los periódicos nacionales ni por aquellos periódicos regionales de otras provincias ajenas a aquella en la que se ha dado lo noticiable.

Conclusión: la labor del grafista en esa tesitura (diaria, en nueve de cada diez casos), es gris y efímera, con la de que si, al mismo tiempo, tiene encargados cuatro o cinco gráficos, no podrá jamás acudir a la ayuda que supuestamente brindan las agencias de gráficos que poco a poco han ido proliferando en España, ya que, por los mismos motivos expuestos, ninguna habrá realizado dicho trabajo.

Evidentemente, trabajar para uno o dos medios no es rentable (5).

Segunda cuestión: los datos con los que se han de elaborar los gráficos de tema local llegan al grafista sólo por un conducto: los propios redactores de su periódico. Asumir que estos redactores tienen la mentalidad gráfica requerida es una falsedad sin paliativos. Y ésta es la segunda ocasión en la que debo hacer un alto para decir que ello no es una crítica hacia mis compañeros periodistas. No son grafistas ni tienen por qué serlo. Por contra, la pregunta es, ¿No sería obligado que el grafista pudiera exigir los datos que él estima imprescindibles para realizar su trabajo con la misma dignidad y precisión que la esgrimida por el redactor?

Se da por cierto que los grafistas somos diferentes. Se da por cierto que nuestro trabajo es importante y de gran penetración en el lector. Pero no se da por cierto que, para rendir al cien por cien, necesitemos instrumentos que sólo nosotros podemos concretar.

Los gráficos elaborados para una información de carácter general son aquellos cuyo peso específico los convierte en universales, ya que se refieren a noticias de impacto. No importa el lugar en el que hayan nacido dichas noticias, sino la trascendencia de las mismas. Aunque una noticia de este género surja en una región liderada por un periódico local, será recogida por todos los medios estatales y, a la sazón, ya no podrá ser tenida como parte del grupo anterior (6).

Y es aquí donde, más que en ningún otro plano, se evidencian las profundas distancias que existen entre el grafismo de prensa regional y el de prensa nacional.

En teoría, todos los grafistas estaríamos aquí en abierta competición. Salvo problemas coyunturales, todos los periódicos publicarán en la edición del día siguiente la noticia con un gráfico del tema.

En la práctica, NO existirá NUNCA, posibilidad de competir. Después de más de cuatro años de sufrir esta realidad, puedo asegurar que, para competir, hay que estar en igualdad de condiciones. ¿Y en qué nos diferenciamos de los grafistas de prensa nacional? Trabajamos solos, no tenemos fuentes propias y por cada gráfico que un grafista afronta en un periódico nacional, nosotros afrontamos cuatro. Y no son cifras descritas al azar.

Ciertamente, este argumento es rebatible desde el momento en que he partido de la base de estar en una competición. Con no competir, basta. Pero ESTAMOS OBLIGADOS a competir con los *grandes*. Nuestros periódicos nos obligan a hacerlo. Con todo el derecho, en verdad. Sin los medios imprescindibles, en verdad.

En los últimos años, el abismo se ha ido haciendo cada vez mayor. Para un grafista que trabaja en solitario, es imposible trasladarse al lugar de los hechos para cubrir desde su óptica una información, porque en su sección no queda nadie para

hacerse cargo del resto de los encargos del día (7).

De igual forma, el tema en sí puede que exija una documentación adicional a la suministrada por las agencias de noticias. En la prensa regional, la documentación se limita a los teletipos y las enciclopedias disponibles. En la prensa nacional, se puede llegar a destinar efectivos humanos que recolecten los datos pertinentes (8).

No quisiera ignorar aquí la irrupción de las agencias de gráficos, cuyo exponente español es Grafía (9).

No negaré que una agencia gráfica es valiosa, y menos aún discutiré su sentido. Ahora bien; es muy peligroso crearse una dependencia de sus servicios por dos razones:

- El mérito principal que se puede derivar de un gráfico es la creación del mismo. En el instante en que un periódico edita sus propios gráficos, creados por su gente, nos hallamos ante un sello, una firma distintiva de ese medio, como son sus fotografías o sus redactores. Publicar gráficos de agencia por sistema dinamita esa personalidad e identifica el producto de un periódico con otro de la competencia (10) (Utilizar algún elemento de agencia es otra cosa, aun cuando yo no sea partidario de hacerlo).

- En determinadas circunstancias, un gráfico de agencia puede estar disponible a unas horas en las que ajustarlo al estilo de nuestro periódico (tipos de letra, tramas, formato) puede significar un retraso en el tiempo de entrega del mismo superior al que se hubiéramos sufrido elaborándolo personalmente.

Aquí se hace preciso matizar que, si bien las agencias de gráficos remiten a sus abonados un avance de los temas que van a estar a disposición de los usuarios durante la jornada con una previsión horaria, ésta no se respeta con el exigible rigor en algunos casos.

Por fin, cabría distinguir entre los gráficos provocados por el hecho puntual de aquellos que, ora responden a la puesta en marcha de un reportaje intemporal (citar dentro de esta categoría los gráficos que sobre temas de salud publica periódicamente "La Vanguardia" (11), ora a un hecho predecible en cuanto a su impacto. El ejemplo más reciente por su penetración en la sociedad lo han constituido, las Olimpiadas de Barcelona.

Tanto en los unos como en los otros, la prensa regional se encuentra aún en un círculo vicioso. Son estos probablemente los gráficos más golosos de realizar para cualquier grafista. Tiene documentación o el tiempo de conseguirla, y temas más agradecidos que las frías estadísticas que le inundan día a día su mesa de trabajo para ser reconvertidas en barras, tartas o sierras.

Sin embargo, ello nos lleva al siguiente aspecto.

## **El tiempo**

El tiempo es un lujo para un grafista de un medio regional. Téngase en cuenta que si en un departamento gráfico de un diario de difusión nacional pueden llegar a trabajar cinco grafistas, esa media pasa a ser de uno en la prensa regional.

El cálculo es bien sencillo; lo que en un medio es en un día de trabajo un gráfico para cada periodista, en el otro son cinco gráficos para uno.

O bien: Se precisa un gráfico. El grafista del periódico regional lo hace entero. Los grafistas del medio nacional se distribuyen el trabajo. No es extraño ver gráficos firmados por tres, cuatro e incluso cinco personas.

Y el tiempo ES CALIDAD.

El tiempo es, como anteriormente apuntaba, posibilidad de conseguir documentación, detalle y reflexión que redundarán sin duda en el gráfico final.

La documentación, nunca insistiré bastante, es VITAL. Lo es todo. Y es patética la lista interminable de ocasiones en que, careciéndose de datos, los grafistas publicamos trabajos.

El grafista no debe inventar porque NO es un artista. Es un periodista. Presenta los hechos de una forma más accesible, más sencilla para la interpretación, pero siempre ha de tener bien claro que sus gráficos son periodismo, no exposiciones de pintura. Y esto no sólo lo deberíamos tener *in mente* los propios profesionales, sino nuestros superiores. No hablo de las utopías que a todos los que hemos pasado por facultades de periodismo nos han enseñado y que, con posterioridad hemos descubierto que sirven para bien poco.

Hablo de los medios que provocan respuestas. El tiempo es uno de ellos. Una infraestructura es otro.

Ciertamente, un gráfico es la conjunción de hechos bien contados, con claridad y calidad en la ilustración. Este tercer factor es el más prescindible, aunque sea el más llamativo.

Narrar bien y con claridad es el fruto de una reflexión previa a la ejecución del gráfico. Pero, ¿qué se puede reflexionar si no se ha impreso un original cuando ya estarnos inmersos en el siguiente?

En unas jornadas celebradas en 1992 en Pamplona a las que asistimos grafistas de toda España y destacados teóricos del medio, escuché atónito las explicaciones que el ponente efectuaba, mostrando los sucesivos bocetos que su departamento había realizado para enfocar de la mejor manera un gráfico. La lectura que extraje fue triple: todo aquello era un montaje destinado a impresionar a la audiencia; en ese departamento tenían cantidades industriales de tiempo o bien yo era un mal profesional, porque jamás había hecho algo parecido.

Todos esos bocetos pasan por la cabeza del grafista en segundos, descarta los que a su juicio son erróneos y, con la idea del más correcto en su interior, se vuelca a realizarla de inmediato. No hay tiempo para nada más.

Dicen que todas las historias han de tener una moraleja. La de esta mala historia es que miré a mi alrededor, escuché y comprobé que todos los espectadores opinábamos lo mismo.

Resumiré la realidad. Si un gráfico ha de hacerse por fuerza mayor, se hace. En última instancia, hay que esperar que quienes toman las decisiones por encima de los grafistas y nos encomiendan los trabajos, nos concedan también la responsabilidad de mandar sobre un trabajo que lleva impresa nuestra firma.

## El espacio

Cada gráfico requiere un tamaño. Si hay algo exasperante es tener que rellenar un cuadro de cuarenta cíceros con una estadística de tres coordenadas, o disponer de otro espacio de quince cíceros para reconstruir el desembarco de Normandía.

El soporte de un periódico es rígido y sobre él poco se puede hacer.

Ahora bien; depende del medio en el que se trabaje será más sencillo 'negociar' un tamaño adecuado. No depende en este caso de que el periódico en cuestión sea de difusión nacional o regional, sino de la filosofía que se tenga en los puestos directivos del mismo.

No obstante, en los últimos tiempos el reportaje gráfico ha cobrado importancia y, en un posterior salto cualitativo, los portafolios coleccionables, generalmente son puestos en circulación como elemento promocional del periódico.

En España el por desgracia desaparecido "El Sol" fue un precursor no tanto de esos portafolios, sino de unos gráficos encartados a formato de doble tabloide con motivo de la guerra del Golfo (12).

Este desafío al espacio cerrado de las columnas y módulos sólo está al alcance de periódicos no ya de difusión nacional, sino de aquellos que apuestan decididamente por los gráficos como manera de promocionarse, asumiendo un coste económico (13).

## ¿Qué es un diario regional?

Aquel que se distribuye en un ámbito geográfico circunscrito a una región. Punto. Parece una enorme perogrullada, cierto. Pero no lo es.

¿Un diario regional es un diario *pequeño*? En modo alguno. Y antes de que alguien, aturdido por las *grandes* cifras de la prensa nacional, esgrima una sonrisa compasiva, aclararé algo: pongamos un ejemplo. "El Diario Vasco" es, desde luego, un diario regional. Se vende en su mayor proporción sólo en Guipúzcoa, que en 1992 tenía una población de unos 700.000 habitantes. La difusión media del periódico a lo largo de este año fue de 92.441. ejemplares diarios (14).

Aunque las extrapolaciones sean engañosas, hágase una sencilla regla de tres y se observará que la penetración de este medio es mayor que la de los *grandes* diarios.

Todo esto tiene como único objetivo demostrar que las clasificaciones en un sentido u otro son cuando menos peligrosas.

Recientemente se convocaron en España unos premios centrados en el mundo del grafismo con una serie de categorías en las que concursar (15). Ahora bien; se establecían dos categorías distintas: la primera incluía a los periódicos con más de 75.000 ejemplares de difusión y la segunda para los que no llegaban a esta cifra. En definitiva, los periódicos nacionales entraban en el primer grupo y los regionales en el segundo. Basta revisar las cifras arriba mencionadas para comprobar que en la práctica eso es falso. Se supone que la infraestructura de un diario de difusión nacional es mayor, por lo que no debía competir con los *pequeños*.

Quizá la argumentación era otra bien distinta. Quizá se asume que los medios con una difusión superior a 75.000 ejemplares se hallan dotados de una infraestructura humana y material mayor que la de sus homólogos de menor venta, independientemente de su ámbito de difusión. Si ésta es la razón de fondo, estamos ante un error dramático; el que surge del desconocimiento más

absoluto de la realidad periodística en España porque, como acabarnos de ver, existen diarios que, sobrepasando ampliamente esa cifra arbitraria, no disponen de la misma estructura que sus competidores.

En consecuencia, la forma de clasificar a los medios no puede tener como parámetros ni su difusión ni su ámbito (16). Cada caso obliga a un análisis profundo de su realidad. España no funciona como los Estados Unidos.

## Conclusiones

Es hora de asumir lo que en otros países es hace años una realidad incontestable. La prensa regional tiene el mismo peso específico que la nacional y, en algunos casos, una presencia mucho más cercana en sus lectores.

Dado que se quiere aspirar a ofrecer a estos lectores la misma calidad informativa que consigue la prensa de difusión nacional merced a grandes despliegues, es preciso que la prensa regional dote a sus departamentos de la misma infraestructura.

La prensa regional es una sombra de lo que debería representar en el mundo del grafismo en España. Existen buenos periodistas-grafistas en casi todas las regiones, muchos de los cuales no pueden desarrollar su talento porque el medio en el que trabajan les encaja en una cinta de Moebius de la que no tienen medio de escapar.

Pongamos las cosas claras. En los periódicos, muchos redactores no saben qué es un gráfico, qué es una ilustración, qué es un estadillo y, en definitiva, qué es un grafista. Así, ¿por qué no se confía en los propios grafistas para que sean ellos quienes aporten las decisiones pertinentes a cada problema en su terreno? Pero, claro, confiriéndoles los medios que son menester. Es decir, la evidencia grita que la sección de gráficos es eso, una sección dentro de la estructura del periódico. Una sección a la que acuden todas las demás de la redacción para que les resuelva la información en forma de gráfico. De hecho, en las redacciones sólo existen tres departamentos que no son estancos, sino que aportan su trabajo a todas las demás:

- El departamento fotográfico.
- El departamento de diseño y confección.
- El departamento gráfico.

Actualmente, en muchos periódicos regionales los grafistas carecen del necesario filtro que les garantice trabajar a pleno rendimiento. Atención, un filtro real.

Es obligado, por contra, reconocer que el panorama no es tan deprimente en todos los diarios regionales, ya que, como he ido insistiendo a lo largo del artículo, las diferencias entre los medios son tan sustanciales que cualquier intento de englobar un horizonte tan dispar en un espectro uniforme redundaría en lo incorrecto.

En consecuencia, me limitaré a enumerar cómo deberían integrar la sección gráfica en sus estructuras los diarios de prensa regional.

1.- Como ha quedado enunciado en este prólogo, en los diarios de prensa regional que decidan apostar sin reservas por los gráficos, debe ponerse en marcha una sección gráfica, siempre y cuando, como es obvio, la coyuntura económica del medio se lo permita.

2.- Los medios con que debe dotarse a esa sección han de ser determinados por quienes trabajen en ella, no por gestores al margen de los grafistas.

3.- Esos medios incluyen:

- \* Elección del hardware y software que los grafistas prefieran.
- \* Determinación de si es acertada la contratación por parte del periódico de los servicios de determinadas agencias gráficas.
- \* Elección de toda la documentación necesaria (cartografía, enciclopedias...)

4.- El departamento gráfico ha de estar dirigido incuestionablemente por un grafista o, en su defecto, por un especialista en diseño. En este caso, dicho especialista no sólo dirigiría la sección gráfica. Lo óptimo es que también fuera el responsable de las áreas de confección y fotográfica.

No obstante, dicha persona contaría con un grafista que, con rango de jefe de sección, negociaría con aquel.

5.- Si la sección gráfica no se encuentra inmersa en ese macrodepartamento arriba citado, el grafista que dirija la sección deberá tener rango de redactor jefe. Esta es, por definición, la única forma de que los filtros de control mencionados con

anterioridad sean operativos.

6. - Este redactor jefe, de no existir la macrosección del punto 4, asistirá a las reuniones del consejo de redacción. Tras haber analizado los temas del día, será él quien establezca cuáles son los gráficos que en la jornada se realizarán.

7.- Salvo noticias de impacto, todos los gráficos del día se encomendarán a través del responsable de la sección antes de las seis de la tarde. Ello permitirá organizar el trabajo de la sección cabalmente y evitar el "goteo" al que están sometidos en ocasiones los grafistas.

8.- El departamento gráfico tendrá a primera hora una reunión en la que se repartirá el trabajo del día.

9.- El departamento gráfico estudiará todos los posibles temas no diarios que, siendo previsibles, puedan abordarse para dar una información más amplia.

10.- Igualmente, será de suma importancia que presten atención especial a los temas de su región ya que, hoy por hoy, y motivado por la falta de medios, se dejan de lado aspectos de la realidad regional que podrían dar lugar a reportajes gráficos e incluso a portafolios de enorme penetración en sus lectores.

11.- El departamento gráfico podrá en los momentos que considere oportuno solicitar la ayuda de los fotógrafos del periódico. Dado que en muchos casos estas fotografías no tendrán por objeto el ser publicadas, sino el servir de documentación extra, el diario tendrá que atender que los fotógrafos embarcados en estos proyectos no reciban su salario en función de las fotografías publicadas.

12.- Cuando la noticia lo requiera, el grafista podrá trasladarse al lugar de los hechos si con ello va a cubrir la información más detalladamente. Esto, que en la prensa nacional de envergadura se comienza a instituir con relativa fuerza, es preciso que se aplique también a la regional.

13.- Si, pese a que un diario regional haya decidido incluir gráficos en sus páginas, esta decisión no acarrea la creación del departamento y todo el trabajo se vuelca en una persona, no podrá exigirse bajo ninguna circunstancia que sus trabajos sean iguales en volumen y desarrollo a los publicados por periódicos que sí estén dotados de una sección gráfica.

14.- Aun en el caso de trabajar en solitario, ese grafista debe tener rango de jefe de sección como mínimo. Una vez más, insistiré en que ésta es la única manera de filtrar las presiones y peticiones absurdas que muchas veces tiene que acatar.

15.- "Reivindicación de un rango para los grafistas" no es "barrer para casa". En la práctica, se produce una curiosa paradoja. Por una parte, la responsabilidad que se exige a su trabajo es total; su trabajo, una vez acabado, supone la asunción para el grafista de la responsabilidad de lo que allí aparece (entre otras cosas, porque en casi todos los medios, regionales o nacionales, los gráficos llevan la firma del autor). Por otra, no puede rechazar un encargo que, a su juicio, sea competencia de alguien que no es él o que no venga acompañado de la imprescindible documentación.

Así, en infinidad de ocasiones no se le dan los datos que tienen que ser reflejados en el gráfico, sino que se le supone la responsabilidad de discernir lo valioso de lo sobrante. Así, se le concede el poder de ejecución sin que no se pueda discutir su estilo aunque luego, en el día a día, puede que tenga que cambiar los colores de un gráfico porque al redactor de turno no le gustan.

En definitiva, se confía en el grafista o no. Si se confía en él, se le deben dar las herramientas para trabajar. Si no se confía en su labor, se le deben quitar todas las responsabilidades y, en esa tesitura, ponerle bajo las órdenes de un superior.

Un grafista no puede tener como jefe inmediato a toda la redacción.

La conclusión, una vez más, es alentadora.

Muchos grafistas en periódicos de región trabajan en malas condiciones. Y, pese a ello, realizan un trabajo encomiable. Su mérito, sin desmerecer a nadie, es mucho mayor que el que tienen los grafistas en periódicos de difusión nacional. Trabajan con menos medios, menos tiempo y menos apoyo. Y su trabajo, pese a todo, es tan bueno como el de los demás.

Entonces, ¿cuáles son, de verdad, los periódicos *grandes* y cuáles los *pequeños*? En el fondo, ¿se puede hablar todavía de periódicos grandes y pequeños?

## Notas

(1) A lo largo del artículo, el lector observará que no empleo los términos "infografista", "infográfico" ni "infografía". Realmente, la etimología de estas palabras no sólo me parece dudosa, sino confusa, y más teniendo presente que responden a la traducción literal que en su día se dio del vocablo aparecido en los Estados Unidos.

Infografista, ¿es aquel que hace gráficos informativos, con el auxilio de un soporte informático, o ambas cosas? Por definición, un gráfico ha de ser informativo. Somos y realizamos funciones de periodista, no de ilustradores, por lo que el prefijo "info" se convierte en redundante y a la sazón innecesario (Otra cosa es que en ocasiones dibujemos ilustraciones. Una ilustración por sí misma no es informativa).

Nadie puede afirmar que los gráficos deban construirse necesariamente con un programa de diseño de Macintosh o PC. Los orígenes del grafismo moderno están en los principios del siglo XIX e incluso antes y, evidentemente, en aquellos años nadie sabía siquiera lo que era un ordenador. ¿Vamos, por ello, a aseverar que toda la cartografía estadística y recreación de la prensa anterior a la era de los microchips no pertenecía a la misma familia de los trabajos que hoy hacemos?

Así pues, seguiré empleando la palabra "grafista": Especialista en grafismo, diseño gráfico (Definición de la última edición del Diccionario de la Real Academia de la Lengua. En esta misma edición no aparece recogida la palabra "infografía" ni sus derivados).

\* N. del E.- Este trabajo fue preparado para presentar en el seminario sobre infografía periodística celebrado en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo en su sede de Cuenca, en noviembre de 1992.

(2). Por citar un ejemplo que conozco bien, en "El Diario Vasco".

(3). Sirvan de muestra "Diario 16", "El Correo Español - El Pueblo Vasco" o "El País", si bien este último era en los primeros años muy selectivo con los gráficos a publicar. Con posterioridad ha incrementado notablemente la producción de los mismos.

(4). A excepción del mostrado por el profesor José Manuel de Pablos, de la Universidad de La Laguna, de Santa Cruz de Tenerife.

En cuanto a esta protesta, entiendo que pueda provocar la queja encendida de quienes pudieran sentirse aludidos. En consecuencia, matizaré que una cosa es mantener un correo protocolario con los medios regionales y otra muy distinta conocer a ciencia cierta qué es lo que en ellos se hace.

(5) Lo cual no ha de interpretarse como una crítica bajo ningún concepto. Me parece que una agencia de gráficos no estará en disposición de realizar estas tareas jamás. Una infraestructura que precisaría sería tan enorme que alcanzar la rentabilidad en semejantes condiciones sería una quimera

Así, el 22 de enero de 1993, cuando se produjo el atentado en el que perdió la vida en San Sebastián el funcionario de prisiones José Ramón Domínguez, recibí una llamada de Grafía solicitándome información del lugar en el que se habían producido los hechos. La cartografía habitual de San Sebastián no incluye la periferia de la ciudad, por lo que no habían podido localizar el barrio de Martutene.

(6). Por ejemplo, el caso citado en la nota número 5.

(7). El primer caso en el que un grafista en España se trasladó al lugar de la noticia ocurrió el 20 de noviembre de 1989, cuando el diputado de Herri Batasuna Josu Muguruza fue asesinado en el restaurante madrileño "Basque". Jordi Clapers realizó un gráfico para "El Mundo» en el que se mostraba el interior del local.

Con posterioridad ha sido cuestionada la validez de esta fecha.

(8). Me estoy refiriendo en todo momento a gráficos que deben ser resueltos de principio a fin en unas horas. Más adelante me referiré a los reportajes gráficos (que no fotográficos), apartado en el que también persisten las diferenciaciones.

(9). No es mi cometido en este artículo valorar la calidad de la información suministrada por Grafía. Sin embargo, su insistencia en trabajar con el programa de diseño "Illustrator" cuando la mayoría de los grafistas españoles lo hacen con "FreeHand" es cuando menos chocante.

Esta tendencia no se circunscribe a España. La agencia estadounidense KRTN (quizá la mejor del mundo), pasó en 1992 de vender sus trabajos producidos hasta la fecha en "McDraw" e "Illustrator" a hacerlo con "FreeHand".

(10). Por supuesto, tal argumento asume que en dichos periódicos trabaja al menos un grafista. En España viven todavía diarios que no creen en los gráficos. Más que nunca, es su problema.

(11). "La Vanguardia" es, hoy por hoy, el diario español que, a mi juicio, más calidad tiene en su sección gráfica. El magnífico esfuerzo que realizó Carlos Pérez de Rozas en el rediseño del periódico, junto con el estilo absolutamente personal y característico que poseen los gráficos de su departamento, es un ejemplo a seguir.

(12). Durante las Olimpiadas, "Ya" primero y "El País" después publicaron con periodicidad diaria los primeros y semanal los segundos trabajos encartados centrados en la presentación de todas las pruebas de los campeonatos. En mi opinión, los

trabajos de "El País" vieron la luz con más fortuna que los realizados por Graffía para "Ya".

13). En los casos citados en el punto 12 las láminas incluían los logotipos de las firmas comerciales que aprovechaban tal soporte para anunciarse. Como es obvio, ello redundaba en un beneficio económico para los rotativos.

(14). Según datos de la OJD.

(15). Los Premios Malofiej 1993.

(16). Téngase presente que mis argumentaciones siempre se refieren al mundo del grafismo en prensa.

[Transcripción de Raquel Díaz]

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Goñi Alfaro, Óscar (1998): El grafismo en un diario regional. Revista Latina de Comunicación Social, 10.

Recuperado el x de xxxx de 200x de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/28goni.htm>