



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

La irrupción del infografismo en España ⁽⁹⁾

Lic. Josep María Serra ©

Redactor de 'La Vanguardia' y profesor de periodismo gráfico en Estudios de Periodismo de la Universidad Pompeu Fabra, de Barcelona.

josep.serra@peca.upf.es

Peter Sullivan, en su libro "Newspaper graphics", cita como primer mapa publicado en un diario el aparecido en el Daily Post de Londres el 29 de marzo de 1740, en donde se informaba del ataque del almirante inglés Vernon a la ciudad de Portobello, entonces española, en el transcurso de una incursión de la armada inglesa contra el tráfico de oro hacia España.

El mismo Peter Sullivan cita como primer infográfico de la historia del periodismo el publicado en 1806 en el diario The Times, en el que aparecía la vivienda de Mr. Blight, lugar donde había sido asesinado. La parte superior del gráfico estaba ocupada por un dibujo de la casa vista desde el otro margen del Támesis y en la parte inferior un plano del interior de la vivienda en el que se podía ver el recorrido seguido por el asesino desde el retrete, lugar en el que se había escondido, hasta donde disparó su arma.

Gonzalo Peltzer, en uno de los pocos libros escritos en castellano que se ha publicado sobre infografismo, titulado "Periodismo iconográfico", se hace eco de los autores Maurice Horn y Mark Monmonier que dan como primer gráfico periodístico el publicado por el The Pennsylvania Gazette de Benjamin Franklin el 9 de mayo de 1754. Bajo el título de "Join, or die" -Unión o muerte- aparece una serpiente cortada en ocho partes, cada una de las cuales representa uno de los ocho primeros estados de la nación americana.

Mientras el gráfico de la serpiente se puede considerar como una manifestación de periodismo gráfico visual, el gráfico sobre el asesinato de Mr. Blight se acerca mucho más al concepto de grafismo informativo o infografismo.

Desde esas fechas hasta prácticamente la década de los ochenta del presente siglo, los diarios de todo el mundo realizaron un tipo de grafismo muy similar. La mayor parte de los gráficos eran mapas y estadísticas que sólo ocasionalmente se acompañaban de algún tipo de ilustración. Normalmente los mapas reflejaban hechos acaecidos en el transcurso de alguna operación bélica. La Vanguardia, por citar un ejemplo, contrató a Sanz Lafite, a la sazón caricaturista amén de licenciado en físicas a principio de los años cuarenta, para que realizara mapas y dibujos. Durante casi cuarenta años, hasta su jubilación, Sanz Lafite hizo cientos de mapas, caricaturas, dibujos, logotipos, etc. Durante bastantes años estaba él solo sin ningún suplente hasta que la empresa le puso sustitutos para que pudiera hacer vacaciones. Su tarea en La Vanguardia se hizo imprescindible y sus mapas durante la segunda guerra mundial eran seguidos con gran interés por los lectores, entre otras cosas por la gran objetividad con que estaban hechos. Junto con un redactor de internacional seguían las noticias de la BBC de Londres, mucho más reales que las fuentes oficiales, y a partir de ellas dibujaba los frentes. Él mismo cuenta que una vez se presentó en la redacción un notorio falangista que venía a pedir cuentas al dibujante pues había colocado la División Azul mucho más atrás de lo que decían los partes oficiales. Afortunadamente la cosa no pasó de un susto.

Lo que se hacía en La Vanguardia era más o menos lo que se hacía en los diarios de la época de similar estilo y lo que se continuó haciendo hasta prácticamente finales de los años setenta. La presencia de dibujantes e ilustradores permitía un tipo de ilustración que se puede confundir con infografismo, pero que la mayor parte de las veces era una recreación de los hechos, realizada con más imaginación que verosimilitud. Estas piezas estaban normalmente dibujadas y rotuladas a mano. Sólo en contadas ocasiones se puede hablar de ejemplos que fueran más allá. Casos como el del citado Peter Sullivan, que empezó a trabajar en el Sunday Times hace treinta años realizando todo tipo de trabajos gráficos, son más una excepción que una regla.

En mayo de 1977, Juan Luis Cebrián, por entonces director de El País, leyó una ponencia titulada "Relación lenguaje-imagen en el periódico" en la que, entre otras cosas, decía lo siguiente:

"La relación lenguaje-imagen en el periódico adquiere dos significados de principio. Uno que podríamos considerar tradicional, consistente en el análisis de la relación entre la palabra escrita, el texto del diario y todo lo demás: fotografías, dibujos, cómics, publicidad y titulares, en cuanto que los titulares son muchas veces más un signo puramente gráfico que un concepto verbal. Es interesante constatar como tan sólo hace dieciséis años el grafismo en los diarios ni tan sólo era mencionado en una ponencia que hablaba precisamente de la imagen en la prensa.

En los años setenta, y en los EE.UU., hay que hablar de 'una quiebra sobre el mismo concepto de gráfico informativo. Nigel Holmes, desde las páginas de la revista Time, empieza a poner en práctica lo que él piensa debe ser el grafismo informativo en prensa. Holmes defendía que las estadísticas tenían que tener una representación gráfica, que inmediatamente y casi sin leer el texto mostraran al lector el tema que se trataba y los principales datos. Holmes era, y es, un gran defensor de la repetición de elementos en las barras y de las ilustraciones integradas con los datos. En marzo de 1981, con motivo del atentado contra el presidente Reagan, los infografistas de Time, comandados por Holmes, pusieron tanto empeño en explicar el hecho que la propia policía que investigaba el caso reconoció que era mejor la información reconstruida por estos periodistas que la elaborada por sus propios especialistas.

En 1982 nació un diario al que se puede considerar como el "padre de todos los infográficos" que recogió las ideas y los trabajos de Holmes e incorporó a su equipo a varios de los colaboradores de éste. Me estoy refiriendo, naturalmente, al USA Today. Este diario no sólo puso en práctica lo que venía predicando gente como Nigel Holmes o incluso Harold Evans, sino que lo hizo con una gran profusión de medios. El ejemplo se extendió rápidamente a lo largo de los Estados Unidos.

Precisamente en 1982 Argentina invadió las islas Malvinas, y con ese motivo podemos conocer con una cierta extensión cómo se trabajaba en España mientras en los Estados Unidos nacía el USA Today. Todo lo que se publicaba eran mapas y estadísticas, en algún caso con ilustraciones alegóricas. En la mayor parte de las redacciones había uno o, a lo sumo, dos dibujantes dedicados normalmente a hacer los mapas del tiempo y algún gráfico de barras. Desde 1982 hasta hoy sólo han pasado once años (*) y, sin embargo, al contemplar esos gráficos nos da la sensación de estar ante algo ya muy lejano.

Fue en 1985 cuando John Warnock y Charles Geschke desarrollaron el lenguaje de descripción de página Post Script. En ese mismo año Apple presentó su primera impresora láser equipada con lenguaje Post Script, lo que permitió el nacimiento de la autoedición y que los entonces incipientes programas de diseño gráfico tuvieran una salida de impresión económica de la que hasta entonces carecían. A partir de ese momento los diarios empezaron a incorporar a sus redacciones, con bastantes titubeos en un principio, ordenadores que permitían la realización de gráficos. Por citar un ejemplo, El Periódico de Catalunya incorporó el primer Apple Macintosh -un SE20- con motivo de las elecciones municipales de 1987. Su primer trabajo fueron 120 gráficos de barras elaborados con el programa Cricket Graph que, aunque eran muy sencillos, ofrecían al lector un número apabullante de estadísticas. Sin el ordenador no hubieran podido realizar tantos gráficos en tan poco tiempo.

Los años que van de 1985 a 1990 son años de aprendizaje en España, en los que se empieza a asimilar y a comprender el concepto de infografismo. Aunque ni tan sólo en aquellos diarios en los que estaban naciendo secciones de diseño gráfico como El Periódico de Catalunya, El País, La Vanguardia, etc. se tenía claro en qué consistía esa técnica del infografismo.

No está establecido en qué momento se empieza a conocer a este nuevo género informativo como "infografismo" ni quién es el autor del bautismo. No he encontrado ninguna referencia a este término anterior a 1988. Seguramente la coincidencia con la informatización es lo que ha provocado que muchas veces se interpretara como grafismo informático en lugar de la, a mi entender, más correcta de grafismo informativo. El término designa un hecho periodístico consistente en la transmisión de información por medio de gráficos, dibujos, textos, fotos y/o ilustraciones y que se realiza de forma manual o por medios informáticos.

Tim Harrover, en su libro "The newspaper designer's handbook" publicado en 1989, define muy bien el término: "Muchos de nosotros -dice- preferimos escudriñar primero las imágenes que leer las columnas de texto. ¿Y qué quiere decir esto para los diarios? pues quiere decir el amanecer de la era de los gráficos informativos, o de los infográficos para hacerlo más corto." El término nació coincidiendo con un auténtico "boom" del infografismo en toda la prensa mundial. En diciembre de 1989, Karl Tate, periodista de Associated Press, escribía en la revista Design editada por la SND: "El gran cambio en los infográficos es el espacio que los diarios dan a los infográficos. USA Today forzó a los diarios a pensar más en los infográficos. No han sido tanto las nuevas tecnologías, como el hecho que los editores han empezado a ver que los gráficos pueden ayudar a contar historias".

Al adquirir los primeros ordenadores para producir gráficos, los empresarios empezaron a darse cuenta que sus inversiones en la nueva tecnología eran mucho más elevadas que cuando se limitaban a media docena de Rotrings del 0.2. Aunque sólo fuera por este motivo empezaron a autorizar el fichaje de grafistas que fueran capaces de sacar el máximo provecho de esos aparatos tan fantásticos que "costaban una fortuna" y a apoyar los cambios en el sistema de trabajo. La mayor parte de los infografistas vieron en los nuevos medios la posibilidad de mejorar la calidad técnica de sus productos y los adoptaron inmediatamente como herramientas de trabajo. Con la incorporación de nuevos profesionales a las secciones y el aumento de los medios, a finales de los ochenta ya existían en España más de media docena de diarios -en algunos de los cuales trabajaba gente con muchos años

haciendo grafismo en prensa- que producían buenos infográficos por medios informáticos.

Estos diarios, entre los que citaré El País, El Periódico de Catalunya, La Vanguardia, La Voz de Galicia o El Correo Español/El Pueblo Vasco, empezaron a tirar del carro y pronto hubo un núcleo, sobretodo el formado por la prensa editada en Madrid y Barcelona, que disponía de secciones infográficas capacitadas para sacar un gran partido a sus Macintosh. En el resto de España el proceso ha sido más lento y, aunque hay interesantes excepciones, aún hoy son numerosos los diarios que no han incorporado el infografismo en sus páginas o lo han hecho con una calidad y unos medios humanos y técnicos muy reducidos.

A finales de los ochenta nació el grupo de usuarios de Macintosh en prensa a raíz de la celebración de las primeras jornadas sobre infografismo celebradas en julio de 1989 en Pamplona. En 1990 nacen El Mundo y El Sol, dos diarios que desde el primer momento expresan una clarísima voluntad de incorporar el infografismo a sus páginas. Con este "boom" empezó a ser un problema el encontrar personal disponible y con experiencia capaz de realizar infográficos de calidad. En este contexto se produjeron dos hechos significativos:

La Vanguardia nombra, por primera vez en España, un director de arte, con categoría de 'director adjunto, en la persona de Carlos Pérez de Rozas, el cual organiza un departamento de arte integrado por la secciones de compaginación, infografismo y fotografía.

El norteamericano Jeff Goertzen se incorpora a la redacción de El Mundo. Este fichaje es importante no sólo por la aportación de sus conocimientos y formas de trabajo sino por el hecho de que por primera vez en España el director de un diario da poder de decisión al responsable de los infográficos. Y por primera vez éste puede aplicar unos criterios que, aunque otros infografistas españoles venían predicando desde hacía tiempo, ningún director les había hecho mucho caso. Una vez más tuvo que venir alguien de fuera. A finales de 1991, Jeff Goertzen dejó El Mundo ante una mejor oferta de El Periódico de Catalunya.

Ese mismo año se produjo un hecho que a mi entender trajo consigo la consolidación de todo el trabajo que se había realizado con anterioridad. Me estoy refiriendo a la guerra del Golfo. El Sol, El Mundo, La Vanguardia, El Periódico, ABC, El País, etc., publicaron diariamente grandes mapas donde reflejaban los combates del día anterior, algunos de ellos a todo color y dieron a los lectores una información completa de los movimientos bélicos efectuados en el campo de batalla:

- Pudimos conocer con gran detalle el funcionamiento de las máquinas de destrucción, como tanques, aviones, misiles, etc.
- Cómo funcionaban las comunicaciones aliadas y cómo se hacía para destruir las de los iraquíes.
- Cómo iba a desarrollarse la batalla terrestre.
- Cómo se incendiaban los pozos de petróleo y cómo se apagaban.
- Cómo era el búnker de Sadam.
- Incluso hubo algún diario que publicó cada semana un gran póster en color e impreso en papel couché, en donde se resumía lo más importante acaecido a lo largo de las jornadas anteriores.

Hubo algún caso, como el gráfico publicado por el Sunday Time y el USA Today sobre el búnker de Sadam que gran parte de la prensa española se limitó a copiar adaptándolo cada uno a su estilo. Este seguimiento se produjo en otros casos, como el de los búnkers que el ejército de Sadam tenía en el desierto o los que protegían sus aviones, pero en general la respuesta de los periódicos españoles al reto profesional que significó la guerra del Golfo fue de una gran calidad.

1991 significó lo que podríamos llamar la puesta de largo del infografismo en España. La guerra del Golfo significó un gran esfuerzo no sólo de las secciones de infografismo, sino también de las secciones de internacional de todos los diarios. Entre ambas secciones tuvo que existir una gran colaboración para que pudiéramos ver tan buenos resultados. Una buena entente entre secciones es imprescindible para producir gráficos de calidad. Para una sección es mucho más sencillo recurrir a una fotografía, "J. Temouse" a los infografistas con objeto de ganar la batalla y ser los mejores. A mi entender las secciones de infografismo fueron presa de una especie de furor olímpico en el momento de plantearse la cobertura de los Juegos, al margen incluso de las propias secciones de deportes. Se estaba preparando una "guerra" y todos querían ganarla.

Este afán ha producido algunos resultados altamente espectaculares y de gran calidad.

Antes hablaba de los pósters olímpicos de El País, a los que tal vez se les podría poner un pero. Se centraban en una gran ilustración realista a modo de fotografía que aportaba poca información y restaba espacio a la parte infográfica. El hecho de plantearse el trabajo como un póster y dar el mismo tipo de información por las dos caras, privándole de la principal característica de un póster como es el ser colgado de una pared, fue otro factor que podía reducir el interés de los lectores. En cualquier caso, fue un trabajo altamente espectacular y de mucho nivel profesional.

El sábado 25 de julio, el día de la inauguración de los Juegos, El Periódico de Catalunya obsequió a sus lectores con un suplemento con los mejores infográficos que se han realizado en España con motivo de los JJ. OO., tal como han demostrado

los numerosos premios nacionales e internacionales con que han sido reconocidos. Este suplemento fue realizado en colaboración con El Mundo (que lo entregó el domingo 19 de julio con su Magazine) y Associated Press (que lo distribuyó por todo el mundo con un gran éxito). Sin embargo, el impacto de estos infográficos se vio mermado por el hecho de que tuvieran una divulgación casi clandestina en España, puesto que aparecieron en un solo día y prácticamente sin publicidad previa. De estos infográficos hay que destacar las magníficas ilustraciones realizadas por Andrew Lucas, la originalidad del trazo y el hecho de estar producidos desde tres lugares distintos con todas las dificultades de coordinación que comportó este hecho. Como factor negativo está el que nadie pensara en cuál era el mejor método para hacerlos llegar al lector y se hiciera deprisa y corriendo. El trabajo se merecía un final más digno.

Me gustaría destacar el esfuerzo realizado por otros diarios con un ejemplo que me parece interesante. El Diario Vasco de San Sebastián obsequió a sus lectores, el domingo anterior a la inauguración de los JJ. OO., con un suplemento a todo color en el que había numerosos infográficos, tal vez no de tanta calidad de diseño pero sí altamente divulgativos.

No sé hasta que punto el esfuerzo que requiere realizar tal número de infográficos vale la pena para ser consumido en un solo día de venta al público. Evidentemente éste es un tema que deberían tratar los editores de diarios. Aunque pienso que es más rentable y genera un impacto mayor el irlos repartiendo de forma escalonada.

Una mención aparte se merece la prensa deportiva, entre la que destaca el diario madrileño Marca. Desde hace tiempo sus páginas acogen un infografismo de mucha calidad. No sólo durante los JJ. OO. hemos podido disfrutarlo, sino que ejemplos como los suplementos realizados con motivo del Tour de Francia y de La Vuelta Ciclista a España de 1992 son un acicate para los que de una forma u otra nos dedicamos a este tema. Tanto Marca como El Mundo Deportivo han hecho recientemente un gran esfuerzo tecnológico para incorporar el diseño periodístico a sus páginas.

Durante los días que duraron los JJ. OO. se realizaron, además de estos casos especiales, numerosos gráficos. Me gustaría destacar que la prensa madrileña, a diferencia de la catalana, fue bastante parca en gráficos olímpicos, como si no fuera con ellos la cosa. El Periódico de Catalunya, por su parte, produjo algunos de los mejores infográficos que se realizaron en España. En unos se detecta una clara influencia norteamericana presente en las grandes ilustraciones y caricaturas, mientras que en otros se aprecia una búsqueda de la mayor información posible, sin cargarlos de intención. En cualquier caso son infográficos que creo que hay que destacar por encima de lo que se hizo en el resto de diarios españoles.

Tras estos dos grandes esfuerzos realizados por las secciones de infografismo en poco más de un año y medio (la guerra del Golfo y los JJ.OO.), se produjo una cierta recesión o resaca. Al igual que el resto de la sociedad, nos hemos quedado sin una meta clara donde remitirnos, sin un objetivo a corto término. Tras los JJ.OO. se produjo un descenso, no de la calidad, pero sí de la producción de infográficos por parte de los medios de comunicación impresa. En un primer momento los periódicos se vieron casi vacíos de gráficos, aunque pasado ese primer momento parece que de nuevo el infografismo vuelve a recuperar su espacio en las páginas de la prensa.

En ciencia y medicina

Me gustaría constatar que se están produciendo muy buenos gráficos en suplementos semanales de ciencia y de medicina donde es evidente que el infografismo tiene un papel destacado. La misma La Vanguardia, en su suplemento de "Medicina y calidad de vida", lleva más de un año (*) publicando cada semana un infográfico a todo color sobre algún aspecto del cuerpo humano. También el suplemento "Futuro" de El País publica asiduamente "infos" científicos, aunque el hecho de ser en blanco y negro les quita la fuerza y la calidad que permite el color. Del mismo modo, El Mundo presta mucha atención a los gráficos científicos. En general pienso que el periodismo científico pueden jugar un importante papel en la consolidación del infografismo en España.

De lo dicho hasta ahora me gustaría destacar el hecho de que las secciones gráficas están preparadas para hacer frente a grandes eventos (como la Conferencia de Paz árabe-israelí celebrada en Madrid en octubre del 1991) pero en cambio se echa en falta una mayor profundización en lo que a fin de cuentas es la razón de ser del infografismo: La explicación diaria por medio de gráficos de los hechos cotidianos que no han podido ser plasmados en fotografías. ¿A qué es debido? Es posible que las dificultades de relación con las distintas secciones del diario, a que antes aludía, tengan bastante que ver con esta carencia. Otro factor para tener en cuenta es el hecho de que, en general, muchas de las personas que se dedican al infografismo provienen de campos alejados del periodismo y les falta una base periodística y, por qué no decirlo, el nervio propio que imprime esta profesión.

Ante esta situación, similar en toda la prensa mundial, algunos diarios estadounidenses han incorporado a sus secciones gráficas la figura del "editor gráfico", profesional encargado de velar por la fluidez y la eficacia en los circuitos de relación funcional entre las secciones clásicas de redacción y las secciones de gráficos. Desde hace un año (*), El Periódico de Catalunya ha nombrado "editor gráfico" con la categoría de jefe de sección a un redactor de la casa. Aunque su experiencia no ha estado exenta de dificultades, sí que ha podido constatar un aumento en la producción gráfica y una mejora notable de las relaciones redacción-infografistas. Asimismo, con la presencia del "editor-gráfico", la sección ha tomado iniciativas, proponiendo temas susceptibles de ser cubiertos mediante infográficos y, con ello, ha consolidado su papel como una sección más del diario. Éste será un ejemplo a seguir por el resto de la prensa española.

El infografismo tiene una corta, pero intensa vida. El que su futuro sea próspero y rico en nuevas aportaciones depende en gran parte de los que se dedican a ello en los diarios, sean capaces de darle un impulso creativo y sobretodo consigan convencer a las redacciones y direcciones de los medios que el infografismo es mucho más que una simple ilustración, que es algo tan necesario como los mismos artículos. En 1973, Harold Evans en su libro "Diseño y compaginación en la prensa diaria" hacía unas reflexiones referidas a los diarios y a los compaginadores que, a mi entender, son perfectamente trasladables a los infografistas:

"Los periódicos deben comenzar a crear una nueva estirpe dentro de su colección de talentos -decía- y deben crear nuevos sistemas para una fertilización cruzada de ideas entre quienes poseen dotes verbales y quienes los poseen visuales. Deberán existir diseñadores-periodistas, o periodistas-diseñadores: es decir, diseñadores que se preocupen del periodismo y periodistas que se ocupen del diseño." Que esto sea así hasta sus últimas consecuencias, pienso que es un buen reto para los noventa.

(*) Este texto, sin publicar hasta ahora, data de 1992: fue presentado el 4 de noviembre de 1992 en el seminario sobre infoperiodismo celebrado en la sede de la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo en Cuenca (España), dirigido por el Prof. J.M. de Pablos.

(**) Transcripción de Raquel Díaz.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Serra, Josep María (1998): La irrupción del infografismo en España. Revista Latina de Comunicación Social, 11.

Recuperado el x de xxxx de 200x de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/10Ainfo9.htm>