

El despertar de la infografía en la prensa escrita: el caso de La Voz de Galicia

MARÍA DOLORES CALVO FERREIRO
madocafe@usc.es

MARÍA LUISA OTERO LÓPEZ
marotlo@usc.es

Xosé LÓPEZ GARCÍA
xlmorgan@usc.es
Grupo de investigación Novos Medios
Universidad de Santiago de Compostela

Recibido: 27 de julio de 2007

Aceptado: 13 de diciembre de 2007

RESUMEN

En este artículo vamos a abordar el estudio de una forma de expresión que cuenta cada vez con mayor prestigio y presencia en los medios de comunicación: la infografía. Para eso nos centraremos en un hecho histórico: la I Guerra del Golfo, como primer gran acontecimiento mundial ocurrido en el momento en el que la informática comienza a asentarse en las redacciones; y en un periódico: *La Voz de Galicia*, como publicación de referencia en España y, fundamentalmente, en Galicia. En las próximas páginas estudiaremos las características, estructura, composición, contenido y funciones de los infográficos realizados en aquella época y comprobaremos si, como ocurrió en otros diarios españoles, la I Guerra del Golfo fue el motor que propició el desarrollo de la infografía en *La Voz de Galicia*.

Palabras clave: infografía, *La Voz de Galicia*, I Guerra del Golfo, gráficos informativos

The infographics awakening in print newspapers. The case of La Voz de Galicia

ABSTRACT

In this article we are going to approach the study of a way of expression that has more prestige and presence in mass media every day: the infographics. We will concentrate on a historical fact: 1st Persian Gulf War, as first worldwide event happened when computing starts settling down in newspaper editorial offices; and on a print newspaper: *La Voz de Galicia*, as a publication of reference in Spain and, especially, in Galicia. On next pages, we are going to study the characteristics, structure, composition, content and functions of the infographics done at that time and we check too if, like happened in other Spanish newspapers, 1st Persian Gulf War was the engine that favoured the development of infographics in *La Voz de Galicia*.

Keywords: infographics, *La Voz de Galicia*, Persian Gulf War, informative graphics

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Infografía, en busca de una definición. 3. Cuando se dibuja el mensaje. El lenguaje periodístico visual. 4. *La Voz de Galicia*, el periódico gallego de mayor difusión. 5. Los grandes acontecimientos bélicos a través de la prensa. 6. La I Guerra del Golfo: el conflicto sobre el papel. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

El lenguaje visual es la forma de expresión más antigua que se conoce. La fuerza y el poder comunicativo de la imagen son indudables. Las representaciones visuales narran, instruyen, notifican, transmiten, ilustran, manifiestan, comunican e informan. La infografía, como combinación de imagen y texto, opera a modo de sistema híbrido entre lo verbal y lo visual, pudiendo incrementar, en consecuencia, la efectividad comunicativa del mensaje.

En el mundo de hoy, sin apenas tiempo para prestarle atención a los acontecimientos cotidianos, la televisión y los medios electrónicos se han convertido en los modelos de transmisión de información predominantes. La integración de la imagen, el sonido y el movimiento ha permitido que se desarrollen nuevas posibilidades comunicativas hasta hace poco impensables. Ante este nuevo panorama multimediático, los periódicos han perdido la hegemonía de la que disfrutaron durante más de dos siglos y se han visto obligados a buscar nuevas fórmulas para superar las limitaciones impuestas por su propio soporte y a luchar por la audiencia con los nuevos medios y canales de comunicación. Una de esas fórmulas es la infografía, entendida como una forma de narrar acontecimientos y de presentar la información de manera eficaz, precisa y comprensible para un público heterogéneo. Los gráficos informativos son uno de los elementos que más han crecido y evolucionado en la prensa durante los últimos años. Los grandes acontecimientos, como las guerras o las catástrofes naturales, han constituido siempre un gran incentivo para su elaboración buscando atraer la atención de los lectores, incluso la de aquellos que no tienen el hábito de la lectura, y erigiéndose como la mejor forma de explicar y de hacer inteligibles todo tipo de hechos y de situaciones independientemente del lugar del mundo en el que se produzcan.

2. Infografía, en busca de una definición

El término “infografía” es un neologismo que procede de *infographics*, palabra aparecida en Estados Unidos como resultado de la contracción de *information* y *graphics*. Su traducción al español supone un pequeño problema porque el término *graphic* hace referencia a algo que está dibujado mientras que “gráfico”, el término literal en nuestro idioma, tiene un sentido mucho más amplio y abarca tanto los dibujos, como las ideas, las fotografías o cualquier otro tipo de representación visual. En realidad, la traducción más próxima a *graphic* en cuanto a su significado sería “dibujo”, entendiendo por dibujo cualquier tipo de ilustración no fotográfica hecha en base a una serie de puntos y líneas. Pero si “grafía” puede albergar algún tipo de ambigüedad, más controvertida aún resulta la partícula “info” ya que, como veremos a continuación, para unos procede de informática y para otros de información.

Si acudimos al diccionario de la Real Academia Española tenemos que: “Infografía (acrónimo de informática y – grafía, marca registrada) es la técnica de elaboración de imágenes mediante ordenador o la imagen obtenida mediante dicha técnica”. Una de las primeras autoras que se pronunció en este sentido fue Françoise HOLTZ-BONNEAU,

(1986: 247) quien define la infografía como “la aplicación de la informática a la representación gráfica del tratamiento de la imagen”. Habla además de imagen de síntesis, de la recreación de mundos inexistentes, de imágenes virtuales y de la construcción de personajes de animación, es decir, hace referencia a la imagen, no al diseño. En la misma línea, EL-MIR, HERNÁNDEZ y LALLANA (1995: 267) definen el término infográfico como la “fusión de informática y grafía. Moderno sistema de representación informativa basado en dibujos realizados por ordenador o a mano, con posterior escanografiado, que muestra gráficos y texto”.

Por otro lado, José Manuel DE PABLOS y José Luis VALERO SANCHO afirman que la raíz “info” procede de información. Así, VALERO SANCHO (2001: 21) dice que “la infografía de prensa es una aportación informativa, realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto informativo” y afirma con rotundidad que “ni el vocablo ‘info’ viene de informática, ni ‘grafía’ viene del concepto de animación que hoy se le pretende dar. Tampoco infografía es lo mismo que información gráfica, ya que hay otras formas en el periódico que también lo son”. DE PABLOS (1999: 19), por su parte, define la infografía como “la presentación impresa de un binomio, imagen más texto (bI + T), cualquiera que sea el soporte en el que se presente esa unión informativa: pantalla, papel, plástico, barro, pergamino, papiro, piedra...”.

La corriente que defiende que la infografía es la unión de la informática y el diseño gráfico se asienta sobre la base de que los infográficos nacieron en los años ochenta con la llegada de los ordenadores *Macintosh (Mac)* a las redacciones, con el desarrollo de nuevos y potentes programas informáticos y con la irrupción del diario estadounidense *USA Today* en el panorama mediático. Nada más lejos de la realidad. Es cierto que fue a partir de esa época cuando se produjo un cambio formal importante y empezaron a destacar, a cobrar fuerza y a consolidarse como un producto comunicativo fundamental y, en poco tiempo, imprescindible para los medios de comunicación impresa, pero aquel no fue el momento de su nacimiento ya que, como veremos a continuación, por aquel entonces los gráficos informativos contaban ya con más de dos siglos de antigüedad.

3. Cuando se dibuja el mensaje. El lenguaje periodístico visual

Si entendemos el lenguaje como un sistema de signos a través del que se pueden expresar pensamientos e ideas, podemos decir que el lenguaje periodístico visual es un sistema de signos visuales a través del que se transmiten mensajes de actualidad o de interés para un grupo de individuos, utilizando como soporte los medios de comunicación de masas.

La información gráfica en la prensa apareció prácticamente con los primeros periódicos, aunque al principio estaba considerada más como un arte decorativo o como un complemento del texto que como un elemento con identidad propia o una

información en si misma. Desde hace casi dos décadas, el periodismo visual está ganando terreno dentro de los medios de comunicación impresos. En una época en la que “la tendencia es precisamente gráfica, visual más que literal: entender las cosas fácil y rápidamente, de un vistazo por complejas que sean” (PELTZER, 1991: 12), el hecho de contar historias de forma gráfica es prácticamente imprescindible.

La exposición de la información de forma gráfica o visual no es algo novedoso. Ya a principios del siglo XVIII, los primeros panfletos periodísticos de aparición regular incorporaban viñetas y motivos decorativos en sus hojas, a imitación de los libros de la época. Resulta prácticamente imposible establecer cual fue el primer dibujo que apareció en un medio de comunicación escrito con fines más allá de los meramente decorativos. Según el libro *Infografía. I Exposición de Gráficos Periodísticos*, editado por el Capítulo Español de la Society for News Design¹ (2002: 25), el primer mapa se publicó en la portada del diario *The Daily Courant* el 12 de septiembre de 1702. El gráfico representaba la Bahía de Cádiz después de un ataque frustrado de las tropas inglesas a la ciudad como consecuencia de la llegada al trono español de Felipe V. Por otra parte, según recoge Gonzalo PELTZER (1991: 108), Peter SULLIVAN afirma que el primer mapa² publicado en la prensa apareció el 29 de marzo de 1740 en el *Daily Post*.

El primer gráfico informativo³, según Harold EVANS y Edwin TAYLOR, fue el del asesinato de Isaac Blight aparecido en la portada del periódico *The Times*, el 7 de abril de 1806 (PELTZER, 1991: 109). Es decir que, la primera infografía publicada en un medio de comunicación impreso, acaba de cumplir doscientos años.

Las imágenes tienen una presencia cada vez mayor en la prensa actual, sin que nos demos cuenta de que, en realidad, lo que estamos haciendo es lo mismo que hacían los primeros homínidos en las cuevas en las que habitaban: dibujar lo que querían comunicar para tratar de transmitirlo mejor, con más eficacia y buscando la forma de que sus mensajes llegasen a un público determinado. El ser humano entiende mejor lo que ve que lo que le cuentan y, sobre todo, que lo que lee. Donis A DONDIS (1998: 14) afirma que “en la conducta humana no es difícil detectar una propensión a la información visual. Buscamos un apoyo visual de nuestro conocimiento por muchas razones pero, sobre todo, por el carácter directo de la información y por su proximidad a la experiencia real”. Los dibujos se ven y se comprenden en un tiempo muy breve. Su lectura es casi inmediata y ahí es donde radica gran parte de su eficacia: en la velocidad de descodificación derivada de la rapidez de escrutinio de los ojos, capaces de explorar el espacio de representación a un ritmo vertiginoso.

¹ El Capítulo Español de la Society for News Design (SND-E) agrupa a profesionales y estudiantes de Periodismo, Diseño Gráfico y Bellas Artes con el objetivo de mejorar los niveles de calidad en el diseño de la prensa escrita. Tiene su sede en el Departamento de Proyectos Periodísticos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

² Un grabado que mostraba el ataque del almirante inglés Vernon a la ciudad caribeña de Portobello (por aquel entonces española).

³ *The Times* publica una vista de la casa de Blight, un plano de la casa, los pasos del asesino desde que estaba escondido hasta que disparó, la trayectoria de la bala y los movimientos de la víctima hasta que falleció.

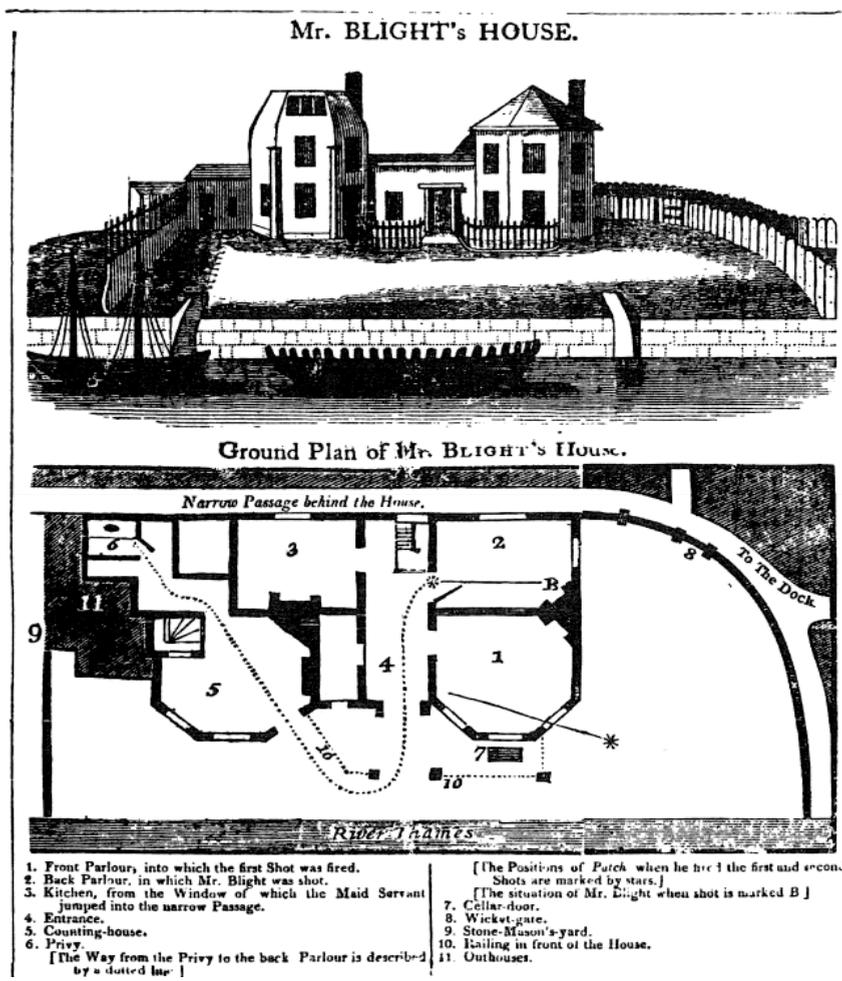


Figura 1: primer infográfico publicado en prensa

Fuente: PELTZER, Gonzalo (1991: 109)

Las representaciones visuales se han convertido en un elemento fundamental a la hora de transmitir información. En realidad, el ser humano al comunicarse a través de gráficos informativos no está haciendo nada que rompa con su tradición comunicativa anterior, ya que a lo largo de toda la historia nos hemos comunicado mediante representaciones visuales, sólo que ahora esas representaciones están abiertas a un mundo de posibilidades gracias a los adelantos de la informática y de la tecnología y pueden emplearse para explicar casi cualquier tipo de acontecimiento, independientemente de su grado de complejidad. Hoy en día, es muy importante presentar los hechos, las acciones y los sucesos de actualidad de la forma más visible e inteligible posible. A los periodistas se les pide que narren historias de forma icónica, es decir, que sean capaces de comunicar el mensaje mediante imágenes y, justamente,

esa búsqueda de apoyo en elementos icónicos es una de las grandes armas con las que cuenta el periodismo impreso para hacer frente a los nuevos soportes y medios de comunicación, procurando superar su estática tradicional y buscando atraer a un nuevo tipo de público.

4. La Voz de Galicia, el periódico gallego de mayor difusión

Según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD)⁴, *La Voz de Galicia* es el diario gallego⁵ que cuenta con una mayor difusión, con un promedio de 103.112 ejemplares diarios frente a los 41.044 de *Faro de Vigo*, 15.614 de *El Progreso*, 11.289 de *La Región*, 7.181 de *Diario de Pontevedra*, 6.391 de *La Opinión de A Coruña* y los 4.458 de *Atlántico Diario*. En cuanto al número de lectores, *La Voz de Galicia* ha conseguido consolidarse como el sexto diario de información general de pago más leído del territorio nacional con una media diaria de 668.000 lectores⁶, sólo superado por *El País* (2.058.000), *El Mundo* (1.338.000), *El Periódico* (789.000), *ABC* (739.000) y *La Vanguardia* (697.000). Entre las estrategias que le han llevado a convertirse en un diario de referencia destacan principalmente dos: una atención especial a la información de proximidad (con catorce ediciones locales que cubren las zonas de Vigo, Pontevedra, Arousa, Lalín/A Estrada, Ourense, Lugo, Lemos, A Mariña, Barbanza, Ferrol, Carballo, Santiago de Compostela, A Coruña y Madrid) y una fuerte apuesta por el diseño gráfico y la visualidad como forma de reforzar su identidad.

4.1. El departamento de infografía

La Voz de Galicia fue el primer diario gallego en vislumbrar la importancia y el potencial de los gráficos informativos. Los primeros pasos de su departamento de infografía hay que situarlos a finales de 1989 y principios de 1990. Por aquel entonces, estaba formado por seis personas: Pablo Manzano, Xoán González, Manuela Mariño, Ana Remeseiro, Xosé Carlos Vázquez y Manuel Agrafojo.

Hoy en día, también está integrado por seis infografistas de los que tres, Pablo Manzano, Xoán González y Manuela Mariño, pertenecen al equipo original. Además de los gráficos que se hacen cada día en la redacción, unos diez de media, el departamento cuenta con el apoyo del servicio gráfico de la agencia *Reuters*. La primera que contrataron fue la española *Grafía*⁷, pero optaron por el cambio buscando una cobertura más amplia de la actualidad internacional. El hecho de disponer de un

⁴ Oficina de Justificación de la Difusión [en línea]. Enero – Diciembre de 2006. <<http://www.ojd.es/ojdx4/diarios2.asp>> [Consulta: 10 de abril de 2007]

⁵ No están auditados por OJD: *Diario de Arousa*, *El Ideal Gallego*, *Diario de Ferrol* y *Diario de Bergantiños*. Tampoco lo están las ediciones impresas de *El Correo Gallego* y *Galicia Hoxe*, pero sí las digitales a través de la OJD Interactiva.

⁶ Resumen del Estudio General de Medios (EGM) [en línea]. Datos de febrero a noviembre de 2006. <<http://download.aimc.es/aimc/02egm/resumegm306.pdf>> [Consulta: 10 de abril de 2007]

⁷ *Grafía S.A.* es la primera agencia de infografía independiente de Europa. Compañía líder en prensa diaria en España, Italia y Portugal trabaja con más de 120 periódicos, tanto de soporte estático como multimedia.

servicio de noticias gráficas externas proporciona una serie de recursos muy importantes, sobre todo, si se realizan trabajos complejos a diario porque puede equipararse a contar con uno o dos infografistas más en la redacción. En cuanto al proceso de elaboración, la mayor parte de las infografías responden a temas de actualidad y acompañan o complementan noticias del día. “La ventaja que tenemos – apunta Xoán González⁸ – es que somos muy rápidos para dar la noticia en gráficos, porque en otros medios pueden tardar hasta tres o cuatro días, y muy rigurosos porque si no se sabe cómo es algo no se hace. Por el contrario, algo que nos echan en cara es que no tengamos un acabado tan perfeccionado como esos otros medios”.

A pesar de esa posible falta de perfección en el acabado, lo cierto es que el departamento de infografía de *La Voz de Galicia* es uno de los más laureados de la península y cuenta, entre otros galardones, con varios oros, platas, bronce y menciones de honor en los Premios Malofiej⁹, así como con un European Newspaper Award y una Mención Honorífica de la Oficina Europea del Diseño en Prensa, lo que lo convierte en el más premiado de Galicia y en uno de los más prestigiosos de toda la península.

5. Los grandes acontecimientos bélicos a través de la prensa

Los grandes acontecimientos han influido siempre de forma positiva en la venta de diarios. Las guerras, los desastres naturales y, en general, las tragedias de gran magnitud son lo que más eleva su difusión. Cuando salta el conflicto, el lector quiere saber lo que está pasando, quiere estar informado y, sobre todo, quiere conocer cómo puede afectarle en su día a día.

Las explicaciones gráficas durante la guerra no son ninguna novedad. Ya hemos comentado el mapa del ataque inglés a la Bahía de Cádiz o el del asalto a la ciudad de Portobello publicados en *The Daily Courant* y *Daily Post* respectivamente. En febrero de 1898, el acorazado estadounidense “Maine” se hundió en la Bahía de La Habana a causa de una violenta explosión que acabó con la vida de 260 soldados. La prensa popular de Estados Unidos, encabezada por el *New York Journal* de William Randolph Hearst, acusó a España de ser la culpable de lo sucedido y de haber colocado una bomba bajo la embarcación. Empezó entonces una brutal campaña para expulsar a los españoles de Cuba. Cuenta Ignacio RAMONET (2003: web) que un dibujante del *New York Journal*, Frederick Remington, le escribió a Hearst unas líneas desde la isla diciendo: “Aquí no hay ninguna guerra. Pido que se me haga regresar”. La respuesta del magnate estadounidense fue drástica: “Quédese ahí. Suminístrenos dibujos y yo le suministraré la guerra.” Un mes más tarde, el *New York Journal* había multiplicado por

⁸ Entrevista realizada a Xoan GONZÁLEZ, responsable del departamento de infografía de *La Voz de Galicia* el 14 de junio de 2006.

⁹ Los Premios Malofiej son los galardones de infografía que concede el Capítulo Español de la Society of Newspaper Design (SND-E).

doce sus ventas y el presidente estadounidense William McKinley, presionado por la opinión pública, se vio obligado a declararle la guerra a España. Fue el primer conflicto bélico en el que la manipulación informativa tuvo una influencia decisiva.

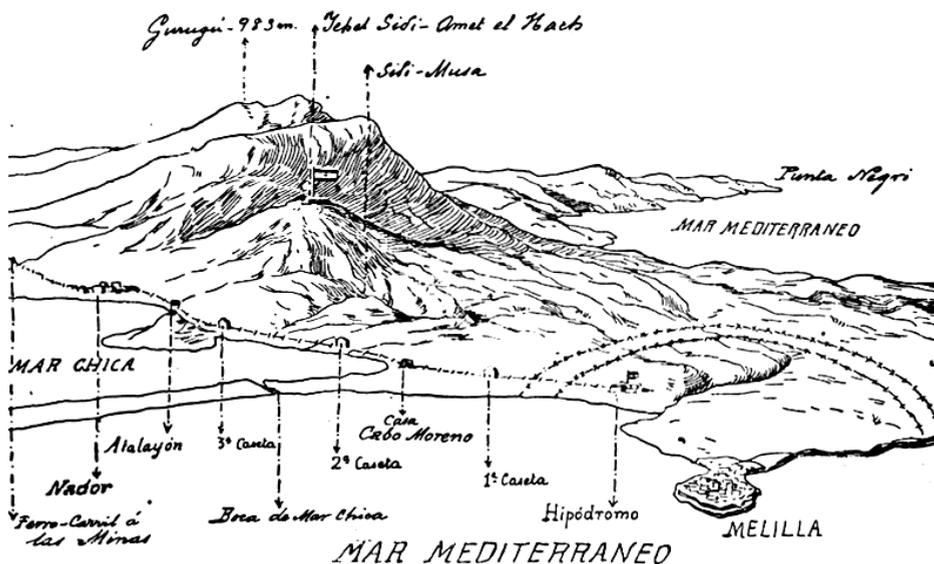
La guerra de Cuba también tuvo representación gráfica en las páginas de *La Voz de Galicia*. Por aquel entonces los gráficos estaban hechos a mano, eran individuales, sin adornos ni tramas, con textos caligráficos, color simulado aproximando o distanciando trazos verticales y/o horizontales y sin perspectiva ni volumen. Siguiendo esa misma tendencia, entre 1914 y 1918, con motivo de la I Guerra Mundial se publicaron diversos mapas que servían para localizar los lugares en los que tenían lugar los enfrentamientos. Hablamos de piezas artesanales, con contornos dibujados a mano y letra caligrafiada, que ya empezaban a tener detalles aunque seguían careciendo de perspectiva. Muchos de ellos se utilizaban como simples ilustraciones y no aportaban ningún tipo de contenido informativo a parte del estrictamente geográfico. Los mapas son las representaciones visuales que más se utilizan en los periódicos cuando se produce un enfrentamiento bélico. Si además de la información geográfica contienen otros datos de carácter narrativo o explicativo se convierten en infográficos, es decir, cuando sobre ellos “insertemos información periodística detallada o simplemente no sólo geográfica y el mapa puro primitivo deje de ser una simple herramienta informativa de carácter geográfico o científico para pasar a serlo de tipo periodístico” (DE PABLOS, 1999: 103).

El primer mapa que simula volumen o que, por lo menos, no es totalmente plano aparecido en *La Voz de Galicia* tuvo como protagonista Melilla, concretamente, la zona dominada por el ejército español durante la Guerra de Marruecos o Guerra del Rif. El gráfico muestra de una forma muy clara los accidentes geográficos de la zona, la altitud, el emplazamiento de las casetas militares y el núcleo de población civil. La letra estaba hecha a mano y se alternaban las mayúsculas y las minúsculas.

Durante la Guerra Civil Española, el diario publicó una serie de gráficos bajo el nombre de “Mapas de Guerra” en los que narraba los últimos avances de las tropas nacionales. Estos gráficos mostraban los límites de la región representada, las líneas de ferrocarril y las carreteras, las capitales de provincia, las ciudades e, incluso, los barrios, formando un conjunto de líneas, puntos y nombres prácticamente ilegibles e incomprensibles. No añadían ninguna información de utilidad al mensaje principal y resultaban absolutamente caóticos, faltos de estética, de funcionalidad y de claridad. Los “Mapas de Guerra” pueden considerarse un precedente de los mapas que se elaboraron durante la I Guerra do Golfo ya que, igual que en ellos, también se narraban día a día el avance de las tropas estadounidenses, el movimiento de las filas iraquíes y dónde o contra qué objetivos se producían los bombardeos.

Dos décadas después, durante la II Guerra Mundial, *La Voz de Galicia* presentaba ya una renovada originalidad a la hora de elaborar y desarrollar la información visual. Las infografías seguían describiendo mayoritariamente los escenarios en los que

tenían lugar los enfrentamientos, pero también explicaban otros aspectos como el funcionamiento de algunos tipos de armas o el número de bajas en los ejércitos. Los gráficos contaban con un gran número de detalles; eran, en general, claros y concisos, ofrecían información que no aparecía en el texto y podían descodificarse fácilmente. Si la tipografía no fuese manuscrita, alguna de las piezas de aquellos años podría llegar a confundirse con las que se hicieron casi medio siglo después, durante la I Guerra del Golfo o, incluso, hoy mismo.



6. La I Guerra del Golfo: el conflicto sobre papel

La I Guerra del Golfo dio pie a una auténtica explosión infográfica. El que para muchos periódicos fue el despegue de los gráficos informativos contó con la inestimable colaboración de la censura establecida por los dos bandos de la contienda pero, sobre todo, por el gobierno de Estados Unidos. La política informativa abierta hacia los medios de comunicación que mantuvieron durante la Guerra de Vietnam, cuando los enviados especiales tenían todo tipo de facilidades para actuar, y la consiguiente avalancha de mensajes mostrando los horrores del conflicto que eso supuso, desencadenaron una convulsa reacción popular en todo el mundo que terminó con la retirada de las tropas americanas. La información favoreció el final de la guerra.

En 1991, Estados Unidos no quería un segundo Vietnam y por eso no permitió el acceso de los reporteros a los escenarios en los que tenían lugar los enfrentamientos. La prensa, sin material fotográfico disponible sobre lo que estaba sucediendo en Irak, optó por dibujar la acción, los hechos y las armas, es decir, decidió darle forma gráfica prácticamente a todo aquello que pudiera interesarle a sus lectores. En esa línea,

podemos distinguir dos momentos: antes de la lucha y durante la misma. Antes de la guerra los diarios señalaban dónde estaba Irak y cuáles podían ser los lugares de los enfrentamientos. Durante el conflicto, se produjeron nuevos tipos de infografías y ya no sólo se reproducía el “dónde”, sino también el “quién” y el “cómo” y, así, aparecían reflejados los nuevos dispositivos con los que contaban los soldados, las tecnologías que empleaban o el coste de la guerra. Los mapas solían estar preparados de antemano porque se conocían los escenarios en los que se iba a producir la lucha y mostraban prácticamente a diario el avance o el retroceso del enfrentamiento. Poco a poco, el público fue conociendo múltiples detalles de lo que pasaba en el Golfo Pérsico a través del texto y de la imagen dibujada. No hubo fotografías de la primera línea del frente, pero sí infografías. Por primera vez, los gráficos informativos ocuparon páginas completas y comenzaron a establecerse como una herramienta más de trabajo, como un renacido género periodístico enmarcado en el seno de las narraciones visuales impresas.

La I Guerra del Golfo consiguió llevar los gráficos informativos a la práctica totalidad de los periódicos y “sirvió de perfecto banco de pruebas para el conocimiento público de las infografías” (Valero Sancho, 2001: 91). Supuso una oportunidad extraordinaria para que el gran público descubriera y comenzara a familiarizarse con la infografía, pero su desarrollo a gran escala no habría sido posible de no ser por la aparición, unos años antes, de los ordenadores *Macintosh* (1984) de *Apple*, y del programa de diseño vectorial *Illustrator*. Las nuevas herramientas convirtieron los gráficos informativos en productos asequibles. Si antes de la llegada de los *Mac* un infográfico ocupaba toda la jornada laboral de una persona, ahora un mismo infografista podía elaborar varios trabajos en una sola tarde. En 1991, las infografías se hacían más rápido, se almacenaban, se compartían y se recuperaban para ser empleadas, parcial o totalmente, en ocasiones posteriores. Además, los programas de diseño vectorial permitieron una precisión y una exactitud imposibles de alcanzar en los gráficos hechos manualmente o en los programas de dibujo basados en píxels. Los vectores también permitían ampliar o reducir las infografías sin que se perdiera calidad en la redimensión.

Otro factor que incidió positivamente en el desarrollo de la infografía fue, a nivel mundial, la aparición del diario estadounidense *USA Today* y, en el caso de España, la puesta en marcha de *El Mundo del siglo XXI* y del desaparecido *El Sol*. El *USA Today* nació en septiembre de 1982. El periódico, estructurado según los cánones propios de la televisión supuso un profundo cambio en la concepción y en el planteamiento visual del resto de medios de comunicación impresos tanto norteamericanos como del mundo entero. Desde el primer número, el *USA Today*, optó por el empleo del color, las ilustraciones, los fondos tramados y, sobre todo, por la información gráfica, llegando a publicar unas 20 infografías de media diaria. El periódico madrileño *El Sol*, que sólo se publicó durante dos años, fue el primero editado digitalmente en España, es decir, completado a través de un proceso digital para el color, el texto, etc. *El Sol*

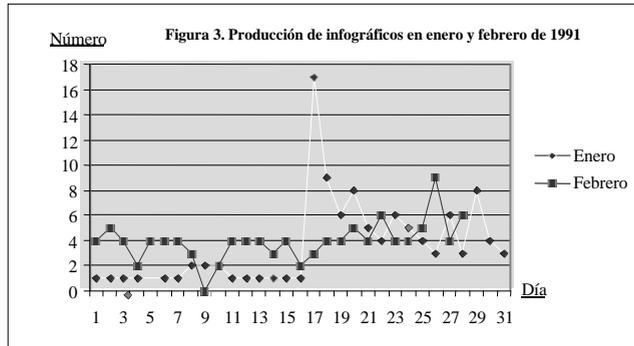
apostó desde el primer momento por la infografía, con un diseño muy visual y la portada en color. Durante la I Guerra del Golfo publicó cada día una doble página también en color sobre el conflicto. *El Mundo del siglo XXI* vio la luz el 23 de octubre de 1989 y pronto se erigió, junto con *El Sol* y el rediseño de *La Vanguardia* de Milton Glaser y Walter Bernard, en el paradigma español del diseño en prensa y en el modelo de asentamiento de las nuevas tecnologías frente a los sistemas empleados en la década de los ochenta. El periódico presentó desde sus comienzos un diseño innovador en el que el concepto de visualidad estaba muy desarrollado y en el que la infografía tenía un protagonismo esencial.

6.1. Tratamiento infográfico en *La Voz de Galicia*

La Voz de Galicia fue el periódico gallego que publicó más cantidad y más variedad de infografías durante la I Guerra del Golfo. Desde la invasión iraquí de Kuwait hasta el inicio de los bombardeos, es decir, entre el 2 de agosto de 1990 y el 16 de enero de 1991, se realizaron cincuenta infográficos sobre distintos aspectos de un enfrentamiento que parecía inminente. Así, además de los socorridos mapas de la zona del Golfo y sus proximidades, las infografías del diario reflejaron la composición y número de las tropas y armamentos de ambos bandos, los sistemas para localizar y desactivar minas submarinas, las principales características de las embarcaciones que iban a participar en la contienda, la posibilidad de un ataque de Libia a España, el equipamiento de protección de los soldados, los sistemas de lanzamiento de misiles, los tanques, aviones y artillería, la procedencia del armamento de Irak, el cuadro de milicias del Líbano, una encuesta realizada en Galicia sobre la preocupación de los ciudadanos ante una posible guerra, cómo era el Muro de Berlín o los resultados de las votaciones del Consejo de Seguridad de la ONU.

De las cincuenta infografías, sólo veintiuna tenían título: diecinueve con letras blancas y fondo negro y dos con letras negras y fondo blanco. No se emplearon entradillas y un tercio de los infográficos estaban acompañados por un pie explicativo que realizaba la misma función que un pie de foto. No se indicaba nunca la fuente de la que procedían los datos. Todos los infográficos eran de elaboración propia y en nueve de cada diez ocasiones tenían línea de crédito. Por lo que respecta al tamaño, prácticamente la mitad de las infografías ocupaban cerca de un tercio de la página y la otra mitad se repartían a partes iguales entre las que ocupaban la mitad de la plana y las que sólo alcanzaban una pequeña proporción por debajo de la cuarta parte. Sólo en una ocasión, el 15 de enero de 1991, día en el que finalizaba el plazo para que Irak retirase sus tropas de Kuwait, un gráfico informativo ocupó toda la portada del periódico.

Una vez que empezó la guerra y hasta que finalizó, es decir, desde el 17 de enero hasta el 28 de febrero de 1991, *La Voz de Galicia* publicó un total de 202 infografías que, añadidas a las realizadas en la primera quincena de enero, elevan la producción de esos dos meses a 221 gráficos informativos.



El 9 de febrero no se publicó La Voz de Galicia. Fuente: elaboración propia

Todas las infografías relativas al conflicto bélico, salvo las diez que ocuparon la portada, se publicaron en un cuadernillo interior a modo de suplemento llamado “Especial Guerra” que solía tener 16 páginas y que podía variar su posición dentro del periódico en función del día de la semana (los domingos, por ejemplo, se colocaba casi al final de todo, antes de las páginas de servicios) y de la importancia y/o la novedad de la información que contenía. Sólo seis de los diez gráficos que aparecieron en las portadas del periódico pueden considerarse realmente informativos ya que los cuatro restantes cumplen más bien una función ilustrativa o incluso de sustitución de otras representaciones visuales como pueden ser las fotografías. La existencia de gráficos “no informativos” (salvo por el hecho de situar el Golfo Pérsico en el mapa) no sólo se da en las portadas, al contrario, en páginas interiores la proporción crece hasta alcanzar el 50 %. Así, la mitad de las infografías elaboradas durante la guerra no añadían ninguna información a lo que se decía en el texto y tampoco lo complementaban, simplemente repetían los datos que aparecían en él o servían como representación visual de alguna de las escenas que se describían como, por ejemplo, en los gráficos relativos a las reuniones de carácter político.

De las más de doscientas infografías que se elaboraron durante la guerra, sólo el 53% tenía título; el 1’5% (3 gráficos), entradilla; el 0’5% (1 gráfico) identificaba la fuente de la que procedían los datos y el 96’1% hacía lo propio con la autoría. La inmensa mayoría fueron elaboradas por los propios infografistas de *La Voz de Galicia* aunque no todos se dedicaron a cubrir la información relativa al conflicto. Manuela Mariño, Xosé Carlos Vázquez y Manuel Agrafojo, en colaboración con los redactores de la sección “Internacional”, elaboraron el 29%, el 37% y el 26% de los gráficos respectivamente, mientras que el resto eran de agencia. También hay que destacar la estrecha relación entre los infografistas y los redactores de las áreas “Galicia” y “España”, las otras dos secciones que aportaron gran cantidad de información sobre la que trabajar de forma gráfica, buscando establecer una relación de proximidad entre la audiencia y lo que estaba sucediendo en el frente. Aunque no existía una especialización por temas o por áreas, sí que se observan ciertas estructuras y estilos determinados en cada uno de los infografistas. Así, a grandes rasgos, Manuela Mariño solía emplear más elementos

icónicos, más detalles (sobre todo figuras humanas), a la hora de mostrar la información; Xosé Carlos Vázquez elaboraba los gráficos que, por su multidisciplinaridad, encerraban un mayor número de variables; y Manuel Agrafojo realizaba un trabajo más sintético y concentrado encargándose, fundamentalmente, de la elaboración de mapas o infográficos comparativos. Todos los gráficos, en general, eran concisos, estéticos, fáciles de descodificar y presentaban una alta dosis de objetividad.

En cuanto a los temas, además de las infografías de carácter eminentemente localizador o geográfico, se reflejaron, entre otros, el potencial bélico y destructivo de ambos ejércitos, los consensos alcanzados en las reuniones de la ONU, las oscilaciones de la Bolsa o del precio del combustible a causa de la guerra, la magnitud de la fuerza árabe islámica conjunta, el coste del conflicto en material bélico, los efectos de los gases utilizados como armas, la forma de interceptar misiles iraquíes, los gastos de España, los ataques con bombas lanzadas desde aviones, los tipos de armas empleadas en la contienda, el búnker de Sadam Hussein, los efectos del vertido de petróleo sobre el mar o las nuevas técnicas y tecnologías aplicadas en los combates. Visto a través de los años, se echan en falta temas de carácter social y, sobre todo, relacionados con la población iraquí, los ciudadanos, el tipo de vida que llevaban, sus costumbres, etc. En realidad, la selección de temas y de gráficos parece propia de un manual militar, como si la guerra sólo hubiese tenido una vertiente política y económica y las pérdidas humanas no hubieran sido importantes.

En relación al tema de la muerte y las bajas durante la guerra, *La Voz de Galicia* sólo publicó dos gráficos informativos. El primero de ellos, a principios del conflicto,

manifestaba un posicionamiento radicalmente opuesto al enfrentamiento y empleaba ladillos como “lo que cuesta matar a un soldado iraquí” o “las estadísticas del dolor”. Bajo uno de ellos, un soldado amparado por una bandera estadounidense apuntaba y disparaba su arma sobre otro situado bajo una bandera iraquí. La segunda infografía ya no presentaba cuerpos humanos, si no un cementerio, y tampoco hacía referencia directa a las bajas en la I Guerra del Golfo, hablaba de otros conflictos que habían contado con participación estadounidense.

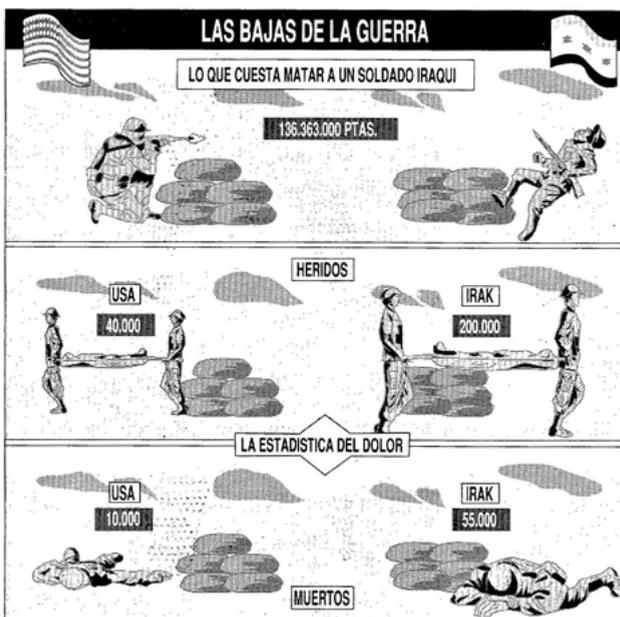


Figura 4. Primera representación gráfica de la muerte de personas. Fuente: *La Voz de Galicia*, 17 de enero de 1991

En cuanto al tamaño, la mayor parte de los infográficos (48%) ocupaban entre un tercio y un cuarto de página, seguidos por los que abarcaban menos de la cuarta parte (38%), los que se expandían a lo largo de media maqueta (10%) y, finalmente, los que se extendían a lo largo de toda la página (4%). Todas las infografías estaban enmarcadas por un recuadro negro. Una novedad importante con respecto a las que se hicieron sobre el conflicto antes de que comenzase radica en el hecho de que, ahora, el dibujo no se ciñe sólo a ese recuadro, si no que lo rompe levemente para expandirse más allá del borde. Así, los infográficos adquieren sensación de movimiento y ganan dinamismo.

La tipografía era Arial y alternaba el empleo de mayúsculas y minúsculas. Los titulares, los textos explicativos dentro del mismo gráfico y los nombres de los países se componían en letras capitales. Los titulares tenían letras blancas sobre fondo negro, en los textos explicativos se empleaban letras negras sobre fondo blanco y, en el caso de los nombres de los países, dependía del lugar en el que se insertasen. Los fondos y los elementos tramados contribuyeron a que se diferenciases mejor los matices de las infografías simulando colores y texturas. Con respecto a la estética y a la legibilidad, en general, los gráficos solían presentar mucha claridad y una gran limpieza visual salvo en el caso de algún mapa y de los gráficos que ocupaban una página completa. En los mapas era frecuente que se empleasen demasiados símbolos, iconos, flechas y cajas de texto dificultando su lectura; y en el caso de los megagráficos el problema estaba en que no se articulaba un camino visual que pudiera seguir el lector, si no que se encajaban una serie de gráficos independientes, que podían tener relación entre ellos o no, provocando una gran sensación de apelmazamiento y haciendo que fuera casi imposible seguir un orden lógico en su descodificación.

7. Conclusiones

Ya hemos hablado del mapa que publicó *The Daily Courant* en 1702 o de cómo se hizo eco *The Times* del asesinato de Isaac Blight en 1806, es decir, que los gráficos informativos no nacieron en la era de la informática, si no que aparecieron con los primeros diarios, desarrollándose y evolucionando ambos de forma paralela. Las nuevas tecnologías no dieron origen a la infografía pero sí que fueron (y siguen siendo) un factor determinante en su elaboración porque facilitan su ejecución, abaratan los costes y simplifican el proceso. Tampoco puede decirse que hubiera un sistema de impresión concreto que constituyese una condición necesaria para la publicación de infografías, ya que se han reproducido a través de distintos procedimientos. Aunque no se puede negar que el desarrollo y los avances de los sistemas de impresión permitieron mejorar la calidad de los resultados y simplificar una serie de tareas que posibilitaron una redistribución, pudiendo dedicar ahora más tiempo, por ejemplo, a las labores de planificación y creación. Con esto no queremos decir que la informática sea una herramienta poco útil, todo lo contrario, hay que destacar que fue esencial en el desarrollo y en la popularización de la infografía en todos los periódicos, con sorprendentes avances y grandes incorporaciones a la

producción. Sólo hay que observar los cambios y las diferencias que hay entre las infografías anteriores a 1980, individuales, sin adornos, sin tramas, textos caligráficos, sin perspectiva, y los gráficos informativos actuales. Sin la informática y las nuevas tecnologías, la infografía no se habría desarrollado con la rapidez que lo hizo y la producción infográfica durante la guerra habría sido mucho menor. Los *Macintosh* y el *Illustrator* permitieron guardar parte de la información elaborada para un gráfico y recuperarla posteriormente para emplearla en cualquier otro, evitando dibujar una y otra vez las mismas figuras y las mismas localizaciones. Además agilizaron el trabajo de los infografistas haciendo posible que aumentaran su media de producción diaria y, por lo tanto, abaratando también los costes.

En el caso de *La Voz de Galicia*, la I Guerra del Golfo, no fue el motor que propició el desarrollo de la infografía. Cando empezó el conflicto, el periódico contaba ya con un departamento de infografía firme y una apuesta fuerte y decidida por la presentación gráfica y la narración visual de cierto tipo de informaciones. Durante la guerra no se contrató a ningún nuevo infografista, casi no se trabajó con agencias y tampoco se dedicaron todos los miembros del departamento a cubrir la información bélica, lo que indica que ya disponían de los medios y de los recursos humanos y tecnológicos necesarios para hacer frente gráficamente a un suceso de la magnitud del conflicto.

El número de infografías elaboradas durante la guerra creció considerablemente. Primaba la producción sobre el contenido, es decir, la cantidad sobre la calidad. La función principal de los infográficos durante el conflicto no fue siempre la informativa (sin contar los datos relativos a cuestiones geográficas), más bien, en la mitad de los casos era ilustrativa o de relleno de espacio. La mayor parte de los gráficos eran mapas que no aportaban más información que la estrictamente geográfica. De alguna manera, se demostró la posibilidad de que los gráficos pudiesen ocupar los huecos dejados por otro tipo de recursos como, por ejemplo, la fotografía.

El hecho de que fuese la I Guerra do Golfo la que cambió el modo de trabajar gráficamente en muchos periódicos fue absolutamente casual. Si en vez del conflicto se hubiese producido cualquier otro acontecimiento de gran magnitud, se habría infografiado igual porque lo importante no fue la guerra como noticia si no la confluencia de una serie de factores como el desarrollo de las nuevas tecnologías y la aparición de diarios como *El Sol*, *El Mundo del Siglo XXI* o el *USA Today*.

8. Referencias Bibliográficas

ARNHEIM, Rudolf

1999: *Arte y percepción visual. Psicología del ojo creador*. Madrid, Alianza.

CONTRERAS, Fernando R.

2000: *Nuevas fronteras de la Infografía: análisis de la imagen por ordenador*. Sevilla, Mergablum.

COSTA, Joan; MOLES Abraham

- 1991: *Imagen didáctica*. Barcelona, CEAC.
- DE PABLOS, José Manuel
1999: *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*. Madrid, Síntesis.
- DONDIS, Donis A.
1998: *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Barcelona, Gustavo Gili.
- EL-MIR, Amado J.; HERNÁNDEZ GONZÁLEZ, Rafael; LALLANA GARCÍA, Fernando
1995: *Diseño, color y tecnología en prensa*. Barcelona, Prensa Ibérica.
- GUBERN, Román
1996: *Del bisonte a la realidad virtual: la escena y el laberinto*. Barcelona, Anagrama.
- HOLTZ-BONNEAU, Françoise
1986: *La imagen y el ordenador. Ensayo sobre la imaginería informática*. Madrid, Fundesco.
- Infografía, I Exposición de Gráficos Periodísticos 2002*. NAVARRA, CAPÍTULO ESPAÑOL DE LA SOCIETY FOR NEWS DESIGN (SND-E).
- JANISZEWSKI, Luc; MOLES, Abraham
1990: *Grafismo funcional*. Barcelona, CEAC.
- MINGUEZ, Norberto; VILLAFANE, Justo
1996: *Principios de teoría general de la imagen*. Madrid, Pirámide.
- PELTZER, Gonzalo
1991: *Periodismo iconográfico*. Madrid, Rialp.
- RAMONET, Ignacio
2003: "Mentiras de Estado", *Le Monde Diplomatique*.
<http://www.lemondediplomatique.cl/Mentiras-de-Estado.html> [fecha de consulta: 3 de junio de 2006]
- VALERO SANCHO, José Luis
1999: *La infografía en la prensa diaria española. Criterios para una definición y evaluación*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona.
- ZUNZUNEGUI, Santos
1989: *Pensar la imagen*. Madrid, Cátedra.