

Bombardeo de información el diseño gráfico en la prensa escrita

catalina durán mckinster

Departamento de Teoría y Análisis



En tiempos de guerra muchas actividades se suspenden y otras se incrementan. La labor informativa adquiere una importancia imprescindible puesto que tiene que estar presente en el lugar y en el momento preciso, no puede posponerse la tarea de informar sobre los últimos sucesos. Y para transmitir la información al público el diseño editorial en la prensa escrita juega un papel fundamental.

"Como diseñador —dice Tom Bodkin, assistant managing editor and design director del *New York Times* (*NYT*)—, mi trabajo es presentar la información manera forma que sea accesible e invitadora, a la vez que refleje el tono y los valores de nuestra publicación. El diseño en el *NYT* tiene un gran alcance, su objetivo es realzar las palabras, organizar y transmitir información.

Al presentar una historia en particular aplicamos los principios básicos de nuestro oficio: claridad, equilibrio, modulación, así como en toda la cobertura de noticias". [...] Armar un periódico es un esfuerzo enorme en equipo. Hay alrededor de mil personas en el departamento de noticias del *NYT* y más de 100 en el departamento de arte".

Estos comentarios fueron publicados por Phil Baines, conocido diseñador y tipógrafo inglés, en su artículo "Reading the news" de la revista *Eye*, el verano pasado. En él, Baines aborda el tema del papel del diseño de periódicos para difundir una noticia de extrema importancia, como fue la del ataque a las torres gemelas, el 11 de septiembre de 2001, en Nueva York. A raíz de ese artículo, me pareció interesante aplicar criterios semejantes de análisis para comparar el diseño de la primera plana de diversos diarios nacionales al difundir una noticia de especial relevancia. La fecha escogida fue el 10 de abril pasado, cuando las tropas de la coalición tomaron Bagdad, es decir, cuando se marcó el principio del fin de la guerra contra Irak.

Para ello tomé como referencia principal la primera plana del periódico *Reforma*

y a partir de ella comparé las coincidencias y diferencias de con otros diarios del país. El diseño de este diario está basado en una retícula a seis columnas; normalmente maneja el titular principal de primera plana a tres o cuatro columnas, en dos líneas, y con un promedio de cuatro fotos por página. Las fotos ocupan el equivalente a una, dos o tres columnas. La noticia principal ocupa alrededor de 30% del espacio de primera plana, y se incluyen, en promedio siete temas diferentes en toda la página, más los artículos anunciados en la franja inferior, firmados por escritores conocidos e incluidos en las secciones de opinión o como columnas fijas.

Recuérdese que la primera página de un periódico es una especie de sumario, donde se delinean las principales noticias acontecidas, y según su nivel de importancia ocupan mayor o menor espacio. Cada periódico tiene su propio estilo para introducir al lector en las noticias: algunos solamente trazan los titulares, otros incluyen una pequeña nota sobre el tema en primera plana y siempre se envía al lector a páginas interiores para ampliar la información, tanto con la nota periodística como con los artículos de opinión que se hayan escrito al respecto.

En el caso del periódico *Reforma* del 10 de abril de 2003, al día siguiente de la toma de Bagdad por parte de los estadounidenses.

El diseño de la primera plana tuvo algunos cambios. Ante una noticia de tal magnitud, que significaba el principio del fin de la guerra, fue necesario cambiar las proporciones de letra, espacio e imágenes que se difundieron al respecto. El titular



Primera plana del periódico *El Universal*

principal fue de seis columnas, es decir, abarcó el ancho de toda la página; la fotografía principal —que muestra el derrumbamiento de la estatua más importante de Saddam Hussein en Bagdad— creció también en proporción y ocupó casi cuatro columnas y como fotografías complementarias se dispusieron tres imágenes que mostraban las reacciones de la población hacia los militares extranjeros.

Asimismo, se incluyeron tres notas periodísticas sobre el tema y un editorial —es decir, un texto emitido por la redacción del periódico— que se pregunta sobre el paradero de Hussein. En total, el espacio ocupado por la noticia en primera plana es de 50% de la página y por supuesto, en páginas interiores se pueden encontrar notas y artículos de opinión que profundizan en el tema.

En palabras de Luis Almeida, en su ponencia sobre publicaciones periódicas presentada en el congreso Tipografía 02 que se llevó a cabo en la Universidad Intercontinental en días recientes, el periódico actual ya no es un medio informativo de último momento, puesto que las noticias llegan al instante por radio, televisión o Internet, pues los medios están ahí, donde se está produciendo la noticia. El periódico es un medio en el que se analizan y se comentan los hechos varias horas después de acontecidos, se explican los detalles, los datos que dieron lugar al evento. De tal forma que resultan necesarios los artículos de opinión, los datos, cuadros y esquemas que permitan profundizar y comprender mejor el tema, y en eso entra el trabajo del diseñador, que organiza y distribuye de la mejor manera, el material gráfico y textual para hacer coherente la información.

Tales relaciones del diseño con el objetivo informativo son en cierto modo, normales. Se trata de llamar la aten-

ción del lector en un tema que es de suma importancia, por lo que hay que aumentar el tamaño de todo: un hecho importante amerita dedicar más espacio, profundizar en la información, abordarla desde diferentes ángulos, ofrecer diversidad en el tipo de artículos y notas, presentar más totos que ilustren el tema, así como desarrollar el trabajo en infografía, es decir, en la construcción de esquemas, mapas y cuadros estadísticos que den cuenta de la mayor

información posible, etc. En suma, se hace necesario ampliar la información y los recursos visuales que cubran la noticia.

Si hacemos una comparación entre los principales diarios de circulación nacional de ese día, veremos que tales condiciones se cumplen también en aquéllos. Todo periódico serio se ve obligado a aplicar esos mismos recursos para informar a su público lector. Sin embargo, a partir de esa comparación podemos encontrar un dato interesante en el manejo de la información: la repetición de las imágenes, que son proporcionadas por las agencias internacionales de noticias.

El periódico *Reforma* no contó con corresponsales en la zona de conflicto, sino que se sirvió del material informativo que varias agencias ofrecieron, tales como AP (Associated Press, de EUA), AFP

(France Presse, de Francia), Reuters (Inglaterra) NYT (New York Times), El País (España) y Notimex (México), a través de los servicios de Internet. Seguramente la situación fue parecida en los demás periódicos.

Así, podemos ver que las imágenes que se mostraron en televisión el día anterior en la tarde, cuando sucedieron los hechos, fueron las mismas que vimos en los periódicos a los que nos referiremos, las mismas tomas, desde el mismo ángulo, con ligeros cambios de encuadre, pero a final de cuentas, se mostró el mismo material en todos los medios.



Primera plana del periódico *La Jornada*



Primera plana del periódico *Reforma*

por dos momentos significativos: cuando el soldado envuelve la cabeza del dictador con la bandera de los EUA (hecho que fue calificado por los medios occidentales como victoria y por los medios orientales como símbolo de invasión), y posteriormente por la ruptura y caída de la figura de bronce que fue derribada por una grúa. Estos dos momentos se difundieron con más énfasis.

En la primera plana del periódico *Reforma* podemos ver la foto principal —proveniente de la agencia inglesa Reuters— mostrando la caída de la estatua, con la cara de un soldado estadounidense en primer plano; misma imagen que se repite en otros diarios: la podemos ver en la primera plana de *El Universal*, en la parte inferior, y en el *Unomásuno*, en la secuencia de fotos al centro de la página, así como en *Excélsior*.

Al mismo tiempo, podemos ver que la otra foto, la del soldado que coloca la bandera de EUA en la cabeza de la estatua —atribuida también a Reuters—, se publica en las primeras planas de los diarios *El Financiero* y *El Universal*, con un ligero cambio en el encuadre, pero se trata de la misma foto.

El diario *Excélsior* muestra el mismo motivo en una foto ligeramente diferente, proporcionada por la agencia estadounidense AP. *La Jornada* trata el tema con un matiz distinto, presentando en primera plana una foto de

un árabe en Jordania, que llora al observar por televisión la imagen del derribo de la estatua de Hussein. Imagen facilitada también por Reuters. La comparación de todos estos casos nos lleva a pensar que las imágenes que vimos sobre este hecho fueron pocas, repetidas en todos los medios, ampliadas y mostradas a tamaños mayores a los habituales, con lo que se recalca el significado de la acción que se muestra.

Lo mismo sucede con el material informativo, puesto que en su mayoría los datos fueron tomados de agencias noticiosas a través de la red, por lo que podemos deducir que la información que nos llega es la misma en todos los países, matices más, matices menos. ¿La razón? Quizá la falta de corresponsales por parte de los periódicos, quizá el control de la información por parte de las agencias noticiosas y sus gobiernos. O ambas. La diferencia la pueden aportar los artículos de opinión escritos por intelectuales nacionales que colaboran con cada periódico y que contribuyen a reflejar la posición política de cada uno.

A su vez, los matices están dados a través del manejo de las imágenes, a pesar de ser las mismas: mientras un diario amplía el tamaño de la foto para enfatizar la acción de la bandera estadounidense sobre la cabeza del dictador, otro subraya el aspecto humano y político del árabe que se lamenta de tal acción. Si la información nos llega escogida por las agencias, aún así queda un resquicio de intención en la manera de organizar y presentar dicha información por parte de cada periódico.

En fin, para muestra, un botón. Habría que analizar y comparar también la cantidad de espacio dedicado al tema y el diseño de las páginas interiores de cada diario para encontrar otros puntos sobresalientes y entender mejor lo que es el estilo editorial de cada caso.

Por ahora, y por razones de espacio, tomamos únicamente una muestra de cada uno. Queda solamente resaltar que a pesar de que el diseño no se hace muy notorio, está ahí y es esa precisamente su función, organizar la información, resaltar los puntos importantes con recursos gráficos como la diagramación, la tipografía y las imágenes, pero en un equilibrio formal que lo haga pasar desapercibido para no distraer al lector y mantener su atención en el contenido de lo que está leyendo. Esa es su función principal en el ámbito de la prensa escrita y ese es nuestro reto como diseñadores.