

# El verdadero rediseño implica la reinención del periódico

Apuntes sobre los recientes rediseños de *La Vanguardia* y *El País*, no exentos de críticas. En este caso, de alguien que participó activamente en el diseño inicial de *El País*.

## JULIO ALONSO

Lo peor del rediseño de *El País* es lo que comúnmente se entiende como tal: su expresión gráfica. Le sigue, en orden de mal a mejor, la reordenación de las secciones. La idea es muy válida pero, a mi modo de ver, está mal resuelta la ubicación de Opinión. Está perdida y demasiado lejos, lo cual se contradice con un periódico que se proclama global y pretende “seguir siendo el espacio público para la formación de un consenso en torno al proyecto democrático”. Habría estado mejor al principio, como hace *El Mundo*, y espero que este hecho no haya impedido adoptar una solución parecida; lo bien hecho, bien hecho está.

Afortunadamente, el rediseño parece estar acertando en el tercero de

sus propósitos, potenciar la mirada propia y abrirse al diálogo con los lectores, aunque aún ha de profundizar más en ese sentido. No es mal comienzo. A la postre, lo que importa de los periódicos es su contenido, y no tanto el aspecto que ofrecen. (El ciberespacio *Newsdesigner* analizó en 2006 el comportamiento en quiosco de 11 importantes periódicos norteamericanos rediseñados en los dos años anteriores, y estos fueron los resultados: a ninguno de ellos le sirvió para frenar, ni siquiera paliar, la caída en las ventas que sufre la prensa de aquel país.)

Que sea así no impide criticar el rediseño gráfico de *El País*. El periódico se distinguió desde sus inicios por la calidad gráfica (hay quienes sostienen

Julio Alonso fue el primer jefe de Diseño (entonces se decía Confección) que tuvo *El País*.

## ●●● El rediseño de 'El País' y 'La Vanguardia'

que en el diseño de prensa en España hay un antes y un después de *El País*). Por tanto, era de esperar un cambio a ese mismo nivel de exigencia.

No es nada fácil remedar a Reinhard Gäde o a Milton Glaser –este último, autor del rediseño al que se sometió *La Vanguardia* en 1989–, y aquí está también la prueba. El reciente rediseño del gran diario catalán, del que es autor Pablo Martín, pretende convertirlo en un periódico moderno y más ligero, aprovechar el color ya que la nueva rotativa permite em-

plearlo en todas las páginas, pero en el intento lo vulgariza un poco. Es la estética del momento, marcada en parte por el éxito de los gratuitos, de la que *Público* es buena prueba. Algo parecido a cuando el culmen de los periódicos era imitar a la televisión, lo cual se demostró que era un error.

Me consta que Milton Glaser considera que este nuevo rediseño es un poco volver al punto del que él partió; o dicho más crudamente, un retroceso. Y también que los veteranos de *La Vanguardia* se lamentan de las

El acento añadido a la cabecera de *El País* (“un pegote”, según su diseñador original, Reinhard Gäde) fue una imposición de última hora, ajena al comité creado para el cambio. “Lo del acento no nos lo creíamos ninguno”, ha confesado el actual jefe de Diseño del diario, Javier López (lo dijo en el reciente congreso celebrado en Barcelona por el capítulo español de la Society for News Design).

No es por echarles la culpa, que no, pero el caso es que el acento se improvisó al borde del cierre del suplemento *Domingo* correspondiente al día del cambio, con Javier López y Tomás Ondarra como meros ejecutantes.

La incorporación de la tilde fue anunciada con 17 días de antelación por Juan Luis Cebrián, durante una conferencia en Vigo: “Hay un pequeño detalle, que a mí, como académi-

## Improvisaciones en la cabecera

co, me agrada en especial. Además de recuperar el acento en la i, vamos a poner el acento en las noticias”.

Está visto que la cabecera de *El País* está condenada a la improvisación. La original la creó Reinhard Gäde en una noche, o más bien de madrugada, ya de vuelta del periódico, después de que la dirección de la empresa rechazara las propuestas que se habían presentado al concurso convocado con tal fin.

La hizo con Letraset (hojas con alfabetos transferibles a un papel o cartulina, un gran recurso de aquella épo-

limitaciones de espacio impuestas por el nuevo grafismo, justo cuando el periodismo de calidad y explicativo que parece asegurar el futuro de los diarios impresos tiende a textos más largos.

En el caso de *El País* ha sucedido lo contrario. Han recurrido a dos profesionales de relumbrón, como lo son los escoceses Ally Palmer y Terry Watson, autores de los rediseños de *Le Monde*, *Politiken*, *The Scotsman*, *The European*, *Algemeen Dagblad* o *Cinco Días*, pero han acabado por no hacerles exce-

sivo caso. Al parecer, por considerar su trabajo demasiado atrevido o innovador. El periódico lo ha explicado con otras palabras: “La clave fue abrir el diario a los ojos nuevos y las propuestas refrescantes de Watson y Palmer, pero incorporando al proceso de manera protagonista a los profesionales y diseñadores del periódico para mantener las líneas básicas, el aire, el estilo y la elegancia de *El País*” (de parte de Reinhard, muchas gracias).

Las imágenes utilizadas por el periódico para promocionar el redise-

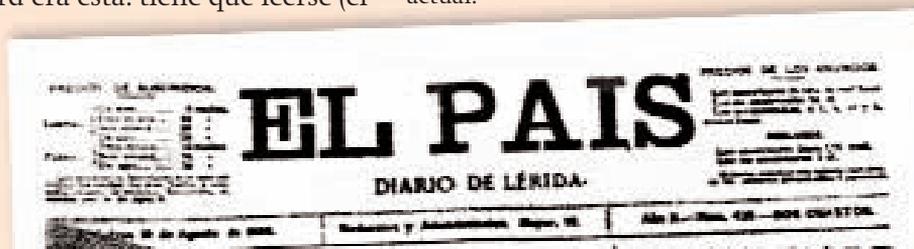
ca de penuria tipográfica), y empleó para ello una fuente de las denominadas egipcias, la Clarendon Medium. No porque la letra fuera bonita, ni siquiera porque fuese original, que no lo era (eso lo supimos años después<sup>1</sup>); de hecho, antes del actual se han llegado a publicar en España hasta ocho periódicos con el mismo título, cinco de ellos con cabeceras en egipcia. Eligió la Clarendon por la firmeza y solidez que transmiten sus trazos.

La forma definitiva, la unión de los remates de la a y de la i, se la dimos al día siguiente, tras tantear el acercamiento con ampliaciones fotográficas de gran tamaño pegadas en la pared de la redacción. La obsesión de Reinhard era esta: tiene que leerse (él

decía ‘funcionar’) tanto en un luminoso que corone todo un edificio como en una tarjeta de visita.

Y no se le puso el acento por una razón bien sencilla, ajena a cualquier motivación estética: la maquinaria empleada por los periódicos de la época no podían acentuar las mayúsculas, de manera que no tenía sentido hacerlo con la cabecera, gracias a la reproducción fotográfica, y no con el resto de palabras escritas todo de mayúsculas a lo largo del periódico.

1. Fermín Vilchez, miembro del equipo de diseño inicial y hoy historiador del periodismo gráfico en España, ha localizado un periódico *El País*, editado en Lérida a finales del XIX, con una cabecera muy similar a la del actual.



## ●●● El rediseño de 'El País' y 'La Vanguardia'

ño dicen lo contrario: ninguna foto del comité del cambio en que aparezca uno solo de tales protagonistas del diseño *in house*, y sí un vídeo que muestra al consejero delegado pidiendo, si no recuerdo mal, el ligero desplazamiento de un titular. Quizá por eso ha salido lo que ha salido.

El resumen de todo ello es un rediseño que maltrata la tipografía, sin jerarquía en la titulación, de confusa navegación, con fotografías o infografías cuya calidad no siempre justifica su tamaño, sólo por que sí, y en el que no se diferencian los géneros periodísticos. Basten algunos ejemplos tal como me vienen a la memoria, sin tener en cuenta el orden o su importancia:

— Excesivo espacio entre letras en los titulares, sobre todo en los compuestos en redonda.

— Distintas tipografías para usos similares.

— No están suficientemente resaltados los inicios de sección.

— Titulares y hasta pies de foto a caballo entre páginas enfrentadas, una solución ya de por sí discutible en cuanto que dificulta la legibilidad, pero en todo caso mal resuelta. Hablo en este caso del semanal.

— Condensación del tipo empleado para el texto, lo cual resulta un tanto chocante cuando se trata de una fuente diseñada *ex profeso* por el tipógrafo portugués Mário Feliciano, hoy muy en boga (en cuyo sitio web, por cierto, no se menciona el encar-

go de *El País*; tampoco en el de Palmer y Watson).

— La foto del presidente Bush en página 2, el día del cambio, con un tamaño desmesurado para una imagen fechada en agosto de 2002, buena pero para nada excepcional.

— Renuncia al filete de doble hilo que en el antiguo diseño marcaba la separación entre información y publicidad.

— Inexplicable recurso en Deportes a los títulos centrados, una disposición que expresa equilibrio, justamente cuando si hay algo que defina al deporte es lo contrario, la tensión.

— Mal acabado de las páginas de pasatiempos. Por ejemplo, en la sección de ajedrez, en donde el ancho de columna, cuerpo e interlínea no son los más aconsejables para un texto cuajado de abreviaturas.

Dicho todo esto, lo que más me sorprende de los dos rediseños mencionados (*La Vanguardia* y *El País*), que se presentan como apuestas de futuro y no como meros revoques de fachada, es que se acometan sin abordar paralelamente cambios en las estructuras organizativas, en los flujos de trabajo, en nuevos perfiles y cometidos profesionales, y por esta vía hasta –llamémosle así– la redistribución de las mesas.

A lo más que se llega en este punto es a declaraciones altisonantes –por ejemplo, “cambiamos por responsabilidad”–, cuando lo que exigen estos tiempos es más reinventar los periódicos que rediseñarlos. ❖