

Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social**Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820****Año 2º – 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](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)****Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54**

[Julio de 1999]

La imagen periodística dibujada y su forma de comunicar mensajes

(2.250 palabras - 5 páginas)

Dr. José Luis Valero Sancho ©

Profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, UAB

jl.valero@epss.org

La imagen tiene mucha importancia en la comunicación. La moderna información gráfica se realiza con la ayuda visual que proporcionan tanto la fotografía como las simulaciones gráficas de los acontecimientos cotidianos: hoy es importante escribir y mostrar de la manera más visible e inteligible los acontecimientos, acciones y cosas que ocurren en la actualidad informativa en los periódicos.

El hombre moderno entiende mejor lo que ve que lo que le cuentan y hace fácilmente suyo un nuevo modo de concebir ideas a través de infografías. Están cambiando los medios didácticos, pero no determinados fundamentos epistemológicos, aunque se están transformando con el uso muchos de los hábitos comunicativos del hombre. "El hombre necesita contemplar un mapa de su ámbito para declararlo suyo. Ha cambiado ya el tenor de nuestra vida cotidiana."

Sin embargo, el ser humano, al comunicarse con otros a través de infografías, no está haciendo nada nuevo que rompa con su condición comunicativa anterior; está haciendo lo de siempre, puesto que a lo largo de toda la historia se ha comunicado mediante representaciones visuales más o menos complejas. Descartes no rompió con el pasado cuando se refería a la representación física de los objetos en el cerebro.

Las imágenes están constituyendo un importante lenguaje: unas veces manteniendo su carácter figurativo en el dibujo y la fotografía; otras, al simplificarse, continúan prestando un servicio de representación o de símbolo, constituyendo auténticos signos que requieren instrucción para entender su significado debido a su abstracción.

Retrocediendo a mi experiencia del servicio militar en la época del tardofranquismo, recuerdo que me prohibían la entrada de la revista 'Interviú' en el cuartel y no decían nada de revistas como 'El viejo topo' o 'Triunfo', cuando estas dos últimas eran más distantes políticamente con el poder fáctico de ese momento y en esos cuarteles ¿Por qué? La primera contenía muchas imágenes en huecograbado y las otras tenían muchos textos y pocas imágenes realizadas en offset.

Estas cuestiones siempre hacen pensar en la eficacia de la tecnología y sobre todo en el gran predicamento que tiene la cultura icónica frente a la casi únicamente escrita, por lo menos en determinados niveles socioculturales poco habituados a la lectura mediante signos lingüísticos, pero, al parecer, más versados en la lectura de las imágenes.

La imagen gráfica está siendo cada vez más utilizada en la comunicación: como apoyo informativo de los textos, como mero instrumento ilustrativo y decorativo, como un elemento de comunicación con ciertas influencias en el mensaje escrito y, hoy, como uno de los pilares en los que se apoya la mejor comunicación impresa en sus necesidades visuales más importantes. El periodismo visual se está introduciendo como un elemento imprescindible mediante las imágenes y, gracias a la ayuda informática, en el proceso total de diseño. El resultado de ello es que en el campo periodístico impreso no parece que se pueda seguir como hasta ahora. No se puede creer que los periódicos del futuro serán como los de antes, ya que es obvio que están cambiando seriamente.

Los mensajes también se pueden dibujar

"Doctor, no puedo explicarle mi sueño, pero podría dibujárselo" Hace mucho tiempo que se utilizan los dibujos de mapas o planos sobre diversos soportes, como el pergamino o el papel, para hacer representaciones visuales de lo que se desea

comunicar de manera más fácil. El hombre no ha cambiado mucho; lo que ha cambiado son los medios de los que se sirve para comunicarse, que lógicamente afectan a su condición epistemológica.

La imagen tiene cada vez mayor presencia en la comunicación actual, sin darnos cuenta de que es el bisonte de las cavernas lo que estamos en realidad dibujando, una y otra vez, para intentar comunicar mejor a los demás lo que nos interesa.

La necesidad de contar historias de manera gráfica es cada vez mayor en la comunicación, especialmente en una época que para algunos es "un tiempo cuya tendencia es precisamente gráfica, visual, más que literal; entender las cosas de un vistazo, por complejas que éstas sean", lo cual presupone la introducción de un nuevo lenguaje periodístico, visual y bastante complicado de realizar para la comunicación que hoy se necesita.

Mi experiencia docente de catorce años de profesor con alumnos muy diversos me dice que lo sencillo y gráfico permite al alumno comprender mejor, más rápidamente y descubrir por sí mismo la materia en muchas ocasiones. Hasta hoy he tenido alumnos de todas las edades y niveles culturales y a todos les ha ido mejor del mismo modo. Por eso creo en la imagen. Sin embargo, la diapositiva fotográfica tiene poca versatilidad y posibilidades de mostrar bien la información; en cualquier caso, es más interesante manipularla para comunicar, enseñar o descubrir acontecimientos, acciones o cosas.

Los diversos lenguajes comienzan a integrarse en la compaginación en pantalla. Con el desarrollo de las técnicas de recogida y manipulación de imágenes, así como su incorporación al texto, hacen posible una gran versatilidad y rapidez de preparación, que se da en la época presente de la historia pero no se dio en ningún otro momento.

El desarrollo técnico y comunicativo en la prensa está cambiando, puesto que los lectores ahora aprenden a través de pantallas y el lector de periódicos también se está acostumbrando a la información visual e icónica de los sistemas audiovisuales.

El periodista debe aprender a escribir de forma icónica, debe aprender a comunicar los mensajes mediante imágenes. Por ello debe conocer el diseño y la informática y además debe desarrollar su clásico trabajo de escribir las informaciones.

La historia de los cambios en el periodismo no es nueva; no obstante, ya hubo periodistas que cambiaron la concepción y la manera de producir sus informaciones adaptándolas a la radio o a la televisión. Hoy se pide a los periodistas de prensa que transformen el mensaje y que se apoyen en los elementos icónicos a la hora de escribir sus informaciones y una de las grandes armas que tiene el periodismo impreso es producir infografías de manera profesional con la profundidad y el rigor necesarios, beneficiándose de la estática del medio.

La infografía, esa nueva - vieja forma de hacer periodismo

Pude ver claramente cómo se apuntaba la necesidad de canalizar el contenido y utilidades diversas de la recientemente creada informática gráfica. En el IV Congreso Nacional de Informática Gráfica realizado en el Instituto Tecnológico de Aragón, en julio de 1994, se podía ver cómo flotaba en el ambiente que toda la infografía no era igual y me encontré con profesionales poco vinculados al periodismo y conferencias exclusivamente informáticas. Como periodista, enseguida descubrí que sin la búsqueda de la comunicación de un contenido no hay nada y lamentablemente me había equivocado de congreso, pero me sirvió para empezar a separar la tecnología informática del periodismo.

Unos creen que es la unión de información y gráfica; otros creen que es la unión de informática y gráfica, pero en ambos casos se puede decir que no creo que proceda considerar a la infografía como a toda la información gráfica ni a toda la informática gráfica puede que sea otra cosa más concreta.

"...ya no podrá haber prensa española sin infografía."

"Es evidente que la infografía ha sido uno de los granos de arena que han hecho posible el éxito de nuestro diario, líder indiscutible de la prensa deportiva y nacional."

El diccionario de la Real Academia Española no dice nada, pero al parecer de algunos estudiosos consultados dijeron que la infografía como término es una unión de info y grafía que, que es un término coloquial, fruto de una mala traducción del inglés.

Yo lo he utilizado siempre con todos los científicos, intelectuales y profesionales con los que he hablado en distintas ocasiones con la intención última de definirlo, pero también con la mala fe de que alguien dijera que ese término no es nada y me lo descalificara. Nadie me ha dicho nada y a lo sumo me han preguntado algunos más profanos en el tema sobre el ámbito y la definición, cuando, en realidad, yo les preguntaba a ellos.

La infografía lleva imágenes pero no sólo está formada por ellas, es uno de los elementos de la página gráfica impresa que han proliferado más en los últimos años como consecuencia de la magnífica respuesta que han dado los lectores, pero también gracias a que los medios informáticos que han facilitado su realización en los periódicos y otras publicaciones.

Muchas son las justificaciones para aplicar la infografía a la prensa diaria, pero la más interesante e importante son las técnico-comunicativas. Es un fenómeno de reciente aparición en la prensa, son productos que se utilizan como complementos o síntesis de las informaciones escritas y raramente aparecen como el elemento único de la información en sus páginas.

Comenta el profesor De Pablos que un redactor de prensa tomó un taxi en San Sebastián y que cuando dio el nombre del periódico hacia el que se dirigía, el conductor empezó a proferir elogios a esa publicación, en el sentido de que "...tenían a un

periodista increíblemente bueno...". El redactor empezó a dar los nombres de los periodistas más sonados de su diario, pero no era ninguno de ellos, hasta que el chófer dio con el nombre del autor de las infografías... Era una persona poco menos que sabia, aseguró, porque lo mismo publica y explica dibujos de un accidente de aviación que las armas, verdaderamente magníficas, de cualquier guerra. (El comentario se refiere al infógrafo Óscar Goñi, de San Sebastián).

En una ocasión, un amigo mío tenía que venir de fuera en automóvil a verme a Barcelona; como apenas conocía sus calles y mucho menos el sentido de la circulación rodada, le hice un plano con los textos, flechas y otras informaciones, tales como salidas del cinturón de ronda, etc. Nos encontramos en el lugar señalado en el plano y pude comprobar, cuando volvimos a citarnos en otra ocasión, que conservaba todavía el plano que yo le había dibujado tiempo atrás. Me di cuenta de que a él le era útil para venir a verme sin dar vueltas, a pesar de que el plano era poco exacto, impreciso y no se parecía a lo que es un plano riguroso de mi ciudad que, además, contiene mucha mayor cantidad de información. Mi plano era información precisa y sintética en lo esencial y sólo eso, pues lo simplifiqué al máximo para conseguir el objetivo concreto. No tenía ninguna pretensión estética y el dibujo era descuidado, pero los textos e indicaciones se entendían. Al tener confianza e interés en mi dibujo, ese amigo lo guardaba para su reutilización.

En otro momento dejé en manos de una anciana familiar mía, para que me la sostuviera unos minutos, una libreta que contenía infografías seleccionadas de periódicos. Después de un rato, la comenzó a alabar porque, según ella, aprendía mucho y era muy entretenida. Sus palabras textuales, que recogí, fueron éstas: "No sabía que tenías este libro tan bonito e interesante... Pues no hay poco que leer aquí... Habla de Barcelona y de todas las cosas; me gusta mucho. Habla mucho de muchas cosas...".

También comprendí por qué le dieron un premio mundial a unas infografías en forma de despleables sobre la ruta a seguir para recorrer el Camino de Santiago, de Manuela Mariño, infógrafa de 'La Voz de Galicia', precisamente cuando se estaba celebrando el Año Santo Compostelano. Todo ello me dio que pensar en la verdadera utilidad que tienen las informaciones visuales bien elaboradas.

En los premios mundiales que otorga anualmente la Society for News Design (SND) a las infografías mejor realizadas, siempre me ha causado sensación la facilidad con que concedía los galardones argumentando algunas reflexiones por parte de los componentes del tribunal, así como de los autores infógrafos; también había razones para la queja de los que quedaron en puertas del premio y no se lo dieron, o los múltiples argumentos de todo tipo que se dan unos a otros en este tipo de concentraciones. Sin embargo, también es verdad que existía un cierto grado de acuerdo en lo esencial de las infografías premiadas.

Los infógrafos más importantes plantean carencias y motivan la utilización de estos instrumentos comunicativos, visuales y funcionales en la prensa moderna, que gracias al desarrollo de la tecnología gráfica e informática han hecho posible la confección y manipulación rápidas de elementos gráficos que permiten el empleo diario de múltiples infografías con cada nueva edición. Por diversas opiniones recogidas se aprecia un cierto debate de intereses entre profesionales del diseño, informática y comunicación, generado por la necesidad de crear un nuevo tipo de profesional periodista poco ortodoxo, conocedor de las herramientas del informático y las artes del dibujante, para no delegar funciones que, realizadas solamente por el periodista, dan un resultado mejor.

Aunque esto no es nuevo, puesto que hay infografías en la historia del pasado remoto, sin embargo, hace unos pocos años comenzaron a variarse las estructuras habituales de la prensa y cada vez se introdujeron más fotografías y dibujos a medida que la calidad y desarrollo de las técnicas gráficas e informáticas fueron en aumento. Las imágenes se integran junto con el texto escrito en la elaboración de mensajes de actualidad inmediata, con la rapidez de fabricación que todo ello requiere, con su fácil reproducción y difusión.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Valero Sancho, José Luis (1999): La imagen periodística dibujada y su forma de comunicar mensajes. Revista Latina de Comunicación Social, 20. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/52valero.htm>