

Jaime
Serra

El pan

Salario medio bruto en España. Año 2012

Hasta
6.650 €
10,5%
de la
población

De 1.900 €
a 3.000 €
21,6%

De 1.400 €
a 1.900 €
19,4%

De 1.100 €
a 1.400 €
16,1%

Menos de
1.100 €
32,4%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Fotografía: Cristina Reche

@ja_serra

INFOGRAFIA: ENTRE LA MODA I L'EVOLUCIÓ

Anàlisi d'una disciplina que creix amb força

El big data i les eines digitals fan que la infografia i la visualització de dades tornin a ser una tendència a l'alça. Diferents professionals reflexionen sobre com han evolucionat fins a l'efervescència actual.

TEXT NEREIDA CARRILLO

La infografia i la visualització de dades estan de moda. El *big data* o la multiplicació exponencial de la informació i la necessitat d'impactar i fer continguts interactius amb què l'usuari pugui jugar creen l'escenari ideal per crear fascinació per aquestes disciplines. També ho esperona el periodisme de dades. Eduard Martín-Borregón, membre de Data'n'Press, un equip de professionals catalans pioners en el periodisme de dades a Internet, ho defineix com una "disciplina híbrida" que neix per analitzar la gran quantitat de dades que produeix la nostra societat. Els que es dediquen a presentar gràficament històries no li treuen l'ull a aquesta efervescència. Però tenen l'altre posat en el principi bàsic que ha guiat fins ara la feina: el més important és informar de manera senzilla.

La majoria de diaris catalans incorporen la infografia als anys 80. Fora de l'àmbit periodístic, però, els mapes i altres recursos

Una de les columnes setmanals de Jaime Serra, director d'Infografia i il·lustració de *La Vanguardia*

similars ja s'havien emprat, com quan a final del segle XIX, el metge John Snow va representar en un mapa de Londres les morts per còlera i els pous d'aigua, per

EL LLENGUATGE DE LES INFOGRAFIES ACTUALS BUSCA EXPLICAR MILLOR SENSE PERDRE L'HORIZÓ, COM A L'INICI DE LA DISCIPLINA

mostrar visualment la concentració de les defuncions. Els primers gràfics en el periodisme català també van ser mapes. El 1982, *El Periódico de Catalunya* obria la portada amb un gràfic de Jordi Català sobre la guerra de les Malvines, un gràfic que va resultar impactant a l'època. “La infografia entra fort en el periodisme amb l'aparició dels Mac”, reflexiona Jaime Serra, director d'Infografia i il·lustració de *La Vanguardia*, qui afegeix que és temps d'una cultura més visual i en què la tecnologia permet fer gràfics amb rapidesa.

A final dels 80 i principi dels 90, els diaris catalans crearen departaments d'Infografia. I començaren les extralimitacions. “En la primera guerra de l'Iraq, la infografia era molt important, perquè no hi havia imatges. I es van fer molts excessos: informació sense contrastar, inflada”, admet Serra. El cap d'Infografia d'*El Periódico*, Ricard Gràcia, coincideix amb aquesta diagnosi. “Amb els atemptats d'ETA, es feien gràfics molt grans en què la informació era molt escassa. Ara ens hem asserenat. Intentem fer reconstruccions quan tenim informació suficient i no fem el gràfic perquè sí”, assegura.

Serra observa un paral·lelisme entre aquella època i l'actual, en què, considera, també ens apartem dels principis periodístics amb la visualització de dades. Per Martín-Borregón i Gràcia, la infografia i la visualització de dades són maneres diferents de treballar la informació. En canvi, per Serra, només la primera és una feina periodística. Pel membre de Data'n'Press, la diferència es troba en com es mostren les dades: la infografia “les mostra gràficament” i la visualització, “potencia les relacions entre aquestes”. I encara afegeix: “una bona visualització de dades permet que cada lector pugui fer la seva història”. En canvi, Serra, creu que això és “demanar-li al lector una reflexió que potser no té ganes de fer”. I sobre la visualització afegeix: “són els gràfics que hem fet sempre amb una quantitat d'informació que a

vegades resulta aclaparadora, és a dir, sense haver estat editada”. El debat podria ser llarg i encara està en marxa. El llenguatge és experimental i busca explicar millor sense perdre l'horitzó, com en aquella primera època.

LLENGUATGE PER INVENTAR

Els primers anys de la infografia van ser els dels vicis, encara que també els de la creativitat. Com diu el poeta, tot estava per fer i tot era possible. Serra, que ha treballat a diversos mitjans tant europeus, dels Estats Units com de l'Amèrica llatina, rememora l'època en què va engegar el departament d'Infografia al diari *Clarín*. “El més maco de la infografia és que ens la vam haver d'inventar. Va ser divertidíssim. Com inventes? Crec que preguntant-te a tu mateix”, explica Serra, que encara experimenta. Ho fa el diumenge a *La Vanguardia*, des d'unes columnes que en alguns casos són, segons ell, “infografies subjectives” i que el periodista i escriptor Sergio Vila-Sanjuán descriu com “pensament lateral periodístic”.

DISSENYADOR O PERIODISTA?

Al departament d'Infografia d'*El Periódico* treballen vuit persones, mentre que al de *La Vanguardia* són set. El perfil i la feina d'aquests professionals ha anat canviant, tot i així, sempre ha combinat habilitats periodístiques amb altres més artístiques. “Als anys 90, era més fàcil agafar un dissenyador i convertir-lo en periodista. Ara, amb el pes de la recerca i de l'esporgar dades, la visió del periodista és molt bona i hi ha eines que li poden facilitar la part del dibuix”, reflexiona Gràcia. Serra ho veu diferent: “No entenc què fa un dissenyador en un diari. Si treballes en un diari –i no ets el de la neteja– has de pensar com a periodista.”

Als anys de corregir vicis i de buscar el llenguatge propi, li segueix una època de reivindicació. El departament d'Infografia deixa de ser subsidiari per esdevenir propositiu. Els professionals investiguen, analitzen les dades, proposen gràfics, en decideixen la mida i la inclusió en la pàgina i també escriuen els textos. “A Europa –reflexiona Gràcia– se sorprenen molt de la facilitat que tenim d'intervenció sobre les planes”.

A L'ABAST DE TOTHOM

I ara, amb Internet, què? A la Xarxa es poden trobar moltes eines que posen la infografia i la visualització de dades a l'abast de tothom, com Google Fusion Tables, Many Eyes o Tableau Public, i també veiem infografies col·laboratives. Alguns mitjans com *The Guardian* i el seu “Data blog”, les principals capçaleres dels Estats Units o alguns mitjans de l'Amèrica llatina s'han abocat, des de fa temps, al periodisme de dades i a la infografia

MITJANS COM *THE GUARDIAN* O LES PRINCIPALS CAPÇALERES DELS ESTATS UNITS S'HAN ABOCAT AL PERIODISME DE DADES I A LA INFOGRAFIA

la complexitat tècnica i el cost. “Tècnicament és molt més complex. S'ha d'invertir i és molt car”, sentència Gràcia, qui també pronostica que quan acabi la crisi, aquesta inversió es farà. Serra hi coincideix i afegeix que aquests continguts no són tan necessaris en un espai en què, a diferència del diari, no cal crear la sensació d'interactivitat.

i la visualització a Internet. En el nostre àmbit, per contra, les apostes són més tèbies i puntuals. Els professionals ho justifiquen per

L'escenari es presenta complicat: d'una banda, la infografia enganxa –el Tuitòmetre del 324.cat per a les eleccions del passat novembre va tenir un temps mitjà de visita gairebé un 30% major que les notícies– s'adapta a la interactivitat i la personalització del paradigma de la comunicació actual i és la branca del periodisme que més està innovant en el llenguatge.

Però, d'altra banda, assenyalava Martín-Borregón, el periodisme de dades “té un encaix difícil en les rutines informatives de la immediatesa” i, a més, té un cost que molts mitjans no volen assumir: “Han intentat no pagar-nos, si bé no ho han aconseguit”, afirma. Però, realment és tan cara la infografia? Ricard Gràcia respon: “El cost d'un infografista és el mateix, si més no, que el d'un redactor de notícies” i afegeix que els infografistes són redactors polivalents que també escriuen textos.

Enmig de la demanda dels usuaris, la incertesa de la crisi i el debat sobre el model i el llenguatge, què ens depararà el futur? Per Serra, el futur de la infografia està lligat al futur incert del periodisme i l'efervescència actual passarà, però romandran aspectes interessants com “els softwares i la mentalitat d'utilitzar aquesta quantitat de dades tan gran”. També pronostica que el que passarà de moda serà “presentar totes les dades”. Per la seva banda, Martín-Borregón opina que caminem “cap a establir relacions més complexes i més conceptuals entre les dades” i afegeix que en el futur hi haurà maneres de relacionar-les que encara no hem experimentat. Explicar millor avui vol dir presentar més dades i subratllar les connexions entre aquestes? En uns anys, ho veurem. De moment, el que sembla clar és que la moda de la infografia i la visualització de dades deixarà pas a l'evolució. **Q**



UN TREBALL RECONEGUT

El treball dels infografistes catalans i espanyols és reconegut amb premis però també, segons Gràcia, amb el fitxatge de professionals autòctons per a departaments d'arreu del món. Darrerament, els gràfics de *La Vanguardia* sobre el 25è aniversari de l'atemptat a l'Hipercor i els cent anys de l'enfonsament del *Titanic* van ser guardonats amb el premi d'or al millor dossier en 2011 i part de 2012 en els guardons NH9 de disseny d'Espanya i Portugal, organitzats per la Society for News Design. *El Periódico* també ha rebut distincions d'aquesta prestigiosa entitat tant a nivell espanyol com internacional i ha obtingut premis i mencions en els guardons Malofiej d'infografia. El 2008, van obtenir l'European Newspaper Award al diari europeu més ben dissenyat.