

29. La infografía digital en el primer plano del periodismo¹

JOSÉ LUIS VALERO SANCHO. PROFESOR TITULAR DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA. (joseluis.valero@uab.es)

Resumen: La infografía digital, especialmente la de características dinámicas o móviles, se muestra en la actualidad como una herramienta o soporte que mejores condiciones reúne para el relato informativo.

En efecto, se trata de un nuevo sistema que permite el fácil desarrollo descriptivo y/o narrativo de acontecimientos, acciones o cosas que ocurren en la sociedad, que son susceptibles de ser tratadas periodísticamente mediante algún tipo de género informativo, en este caso, alternativo y más visual que los tradicionales.

Esta nueva forma de expresión, debido a su juventud, aparece en las publicaciones periódicas digitales en red algo arrinconada o marginada y es, en cambio, un poderoso instrumento de comunicación que tanto en Internet como en la nueva televisión digital, se desarrollará mucho en un futuro próximo, sustituyendo total o parcialmente a algunas formas de presentación lingüísticas de las informaciones.

También es cierto que los infógrafos digitales, por lo general poco formados en universidades de comunicación, necesitan madurar esta emergente profesión periodística. Deben dejar de lado la exhibición actual que caracteriza sus obras infográficas, así como la atención preferente a cuestiones estéticas, y centrar su trabajo en construir una comunicación rigurosa que permita un mayor crédito y sitúe la infografía digital en el primer plano del periodismo.

¹ Aspectos de esta contribución fueron desarrollados en la ponencia 'Infografía multimedia' presentada en la 12 Cumbre Mundial de Infografía celebrada en la Universidad de Navarra entre el 24 y 26 de marzo de 2004.

Abstract: The digital infography on the journalism front page

The digital infography seems, at the moment, the most useful tool and support for the informative story, specially the ones with dynamic characteristics.

In fact, we are facing a new system that allows narrating and describing the different events, actions or things that can be told in an alternative and more visual journalistic way than the traditional ones.

This new form of expression appears in the digital publications as marginal information. That is because it is a new instrument of communication. Probably, in a next future, will be replacing some linguistics forms of information in the internet area or in the new digital television.

The digital infographers are not the best professional trainee at the moment. There is not a proper subject in the Communication Universities; we need to mature this emergent journalistic profession. They should not work so hard in the aesthetic and graphic side and concentrate its work in the communication side, making it rigorous and with credit to place the digital infography in the Media front page.

Una nueva forma de expresión ha nacido ante nosotros con un gran poder de síntesis documental: la infografía digital. Desde este foro reclamo un poco de seriedad con la definición del término.

La vigésima segunda edición del Diccionario de la Real Academia Española (26-3-2003)² sigue teniendo dificultades con la definición de infografía por lo que respecta a su sentido comunicativo en sus dos únicas acepciones:

1. Técnica de elaboración de imágenes mediante ordenador.
2. Imagen obtenida por medio de esta técnica.

Esto plantea algunas cuestiones: 1ª, hay infografías no informáticas. 2ª, hoy día otros grafismos se elaboran con ordenador. 3ª, la infografía no sólo tiene imagen. En el ámbito productivo de publicaciones impresas o digitales se utiliza dicho término corrientemente para hacer referencia a la información que emplea grafismos diversos en su composición visual. 4ª, varias universidades españolas de comunicación tienen programas en cursos de doctorado y capítulos programáticos en las diversas asignaturas de diseño y en su bibliografía básica.

A nivel ilustrativo se debe hacer mención especial de una de las universidades de titularidad privada, como es la Universidad de Navarra, que viene realizando desde hace más de una década certámenes internacionales y actividades diversas en torno a este producto comunicativo. Tal es el caso de las cumbres mundiales de infografía Alejandro Malofiej que, además de constituir un jurado para otorgar premios a las infografías mejores del año, presentan también ponencias profesionales diversas, en cuya duodécima edición de 2004 he sido personalmente invitado como jurado y ponente. En tales fechas también presentan otras actividades, como las denominadas *show dont tell* e *interact, don't show* o talleres internacionales de infografía.

Con respecto al término digital asociado al de infografía, tiene varias connotaciones y sobre todo niveles de digitalidad. Nos estamos refiriendo, en este contexto, a la elaboración infográfica o a la rutina productiva peculiar mediante técnicas y soportes cibernéticos³, aunque también a la forma de distribución que emplea el camino

² <http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>

³ Según el DRAE, ámbito artificial creado por medios informáticos.

telemático⁴. Es de destacar que no está tan claro si el camino hacia el lector lo recorre la audiencia o el medio como tradicionalmente hace la prensa mediante el empleo de las comunicaciones de distribución rodada y terrestre.

Como definición de infografía me remito a lo expresado en otro lugar: “La infografía digital es una aportación informativa, en la mayoría de los casos sucesiva, que se elabora en las publicaciones digitales, generalmente más visuales que las estrictamente lingüísticas, pero también audiovisuales, realizada mediante unidades elementales icónicas (estáticas o dinámicas) con el apoyo de diversas unidades tipográficas y/o auditivas, normalmente verbales”. “La infografía hace posible o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad que se relatan o algunos de sus aspectos más significativos, con ciertas dosis estéticas, acompañando o sustituyendo al texto informativo hablado o escrito, con el que no tiende a solaparse demasiado, puesto que se constituyen en unidades informativas autónomas, especialmente en las publicaciones de Internet u otras redes similares” (Valero, 2003a: 556).⁵

Una de las formas especiales que existen de relatar o narrar los acontecimientos, acciones o cosas más relevantes o noticiables que pasan en el mundo es mediante la infografía. Pocas son las informaciones que no se puede relatar mediante infografías digitales y pocas son las elaboraciones infográficas, de cualquier tipo que no puedan ser entendidas por parte de un público acostumbrado a las publicaciones periódicas.

Al igual que las impresas, éstas pueden narrar sucesos alterando las magnitudes espacio-temporales, creando a menudo síntesis que permiten la mejor comprensión, reflexión o interconexión. Sucesos como los atentados terroristas en serie son pruebas de ello, cuando se presentan y elaboran infografías digitales de los actos, como si hubieran ocurrido en el mismo tiempo y lugar.

Son especialmente útiles cuando se trata de un periodismo de tipo descriptivo o narrativo y no tanto en el argumentativo, según la clasificación que hace Hector Borrat en Casasús, (1991: 90), aunque se suele usar para mostrar cómo pasaron los acontecimientos en el sentido más significativo y esclarecedor de un análisis.



Figura 1. Descripción sobre una obra original. (Captada el día 12 de abril de 2004) http://www.elpais.es/thumbnaill61.html?img=20040429elpapusoc_1_G_XCO.jpg

⁴ DRAE: Consiste en el empleo de técnicas de la telecomunicación y de informática para la transmisión.

⁵ No tenemos aquí en cuenta las infografías que se elaboran para la nueva televisión digital.



Figuras 2 y 3. Narración de un suceso en secuencia de infogramas. (Captada el día 12 de abril de 2004 en http://www.elpais.es/thumbnail61.html?img=20040422elpepunac_1_G_XCO.jpg)

Algunos autores como J.M. de Pablos (1999: 136- 140) se refieren a la cualidad de responder al *cómo* informativo aunque menciona también su capacidad descriptiva de responder a las otras preguntas, que componen el *lead* de las noticias, de manera más visual que la lingüística.

La rápida descripción y narración visual es cada día más viable gracias a los nuevos medios de producción y difusión. La producción informática moderna junto a la difusión cibernética hacen posible que, en un plazo muy reducido de tiempo, se puedan realizar y difundir nuevas formas de contar historias mediante infografías digitales. Tampoco necesitan más tiempo ni coste que las textuales o literarias para ser puestas a disposición de lectores muy visuales, que en términos corrientes se denominan *lectores-veedores*⁶.

La infografía tiene sentido especialmente cuando es necesaria alguna aportación visual comparativa, documental, ubicativa o escénica que clarifique los acontecimientos, acciones o cosas que ocurren y son susceptibles de ser tratadas informativamente, como explico en otro lugar (Valero, 2001:132- 152).

La infografía ilustra, asocia, interconecta y sobre todo altera las magnitudes espacio-temporales, como si hubieran ocurrido en el mismo tiempo y lugar para mostrar asuntos que difícilmente se pueden entender de otra forma (Valero 2003a: 558).

Debemos destacar claramente la infografía digital como distinta de la impresa, aunque con algunas similitudes. Su diferencia esencial estriba en todo lo relacionado con la versatilidad y posibilidades del soporte digital, tanto en lo referente a sus ilimitadas posibilidades de conexión biunívoca hipertextual, dada la interconexión recíproca con otros contenidos, como en todo lo relativo a su cinética diversa, que hace posible el acercamiento a la figuración móvil de los fenómenos tal como se presentan en la naturaleza.

La infografía digital, pese a denominarse de igual manera, está a mayor distancia informativa de la infografía impresa que la fotografía con respecto al cine, entendido como una serie sucesiva de fotogramas. Sin embargo, también en este caso una ha engendrado al otro/a.

La infografía digital, dado su gran despliegue, elaboración y cuidado en tratar las noticias, está dejando de ser un género menor o complementario como pueda ser la

⁶ A menudo se denomina así al público objetivo acostumbrado a leer unas veces, pero a *ojear* o *ver* la información mostrada en otras. Algunos autores utilizan esta expresión.

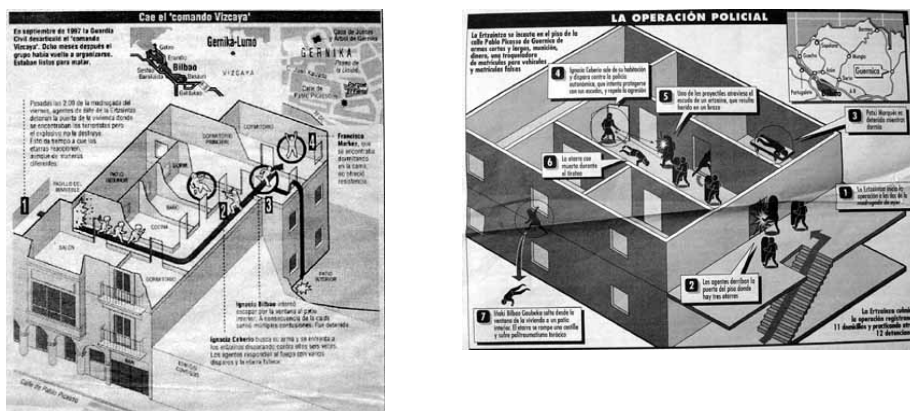
fotografía. En el ámbito de la ciencia comunicativa se está aceptando como uno de los nuevos géneros visuales del periodismo, aunque con lagunas por cubrir. Sin embargo, está situándose por méritos propios en el primer nivel de las ciencias y profesiones comunicativas. Casasús, J. M. (1991: 34) menciona la actitud abierta ante la aparición de géneros informativos, el infográfico y la información visual entre otros, que se debe tener por las novedades generadas por las actuales tecnologías. De Pablos, J. M. (1999: 39) menciona que la novedad infográfica hace que no haya sido objeto de atención por parte del periodismo.

Quizá, como comentaban los responsables de infografía digital de *New York Times* (nytimes.com), Geoff McGhee y de *El Mundo del siglo XXI* (elmundo.es)⁷, la audiencia o atención lectora de la infografía en este momento es de alrededor del 5% de la que tiene el medio digital, lo cual hace creer que tiene mucho que crecer en todas las direcciones y muchos ajustes que realizar por parte de los medios, tal como le pasó a la prensa a comienzos de la década de los años noventa, en que inicialmente fueron pocos los medios e insuficientes los productos.

La rutina productiva principal es periodística y ello implica rapidez, precisión en los datos, contraste de fuentes y funcionalidad. Lo cual quiere decir que la infografía digital elevará, tanto más si cabe, su categoría cuando sea un producto de fiar, cuando no se modifique con el tiempo y los investigadores se puedan apoyar en los fondos documentales infográficos, cuando dejen de elaborarse, en aras de la estética, con elementos no contrastados con los que tiene la naturaleza del suceso.



⁷ En conversación privada, en el contexto de la 12 Cumbre Mundial de Infografía en la Universidad de Navarra, ya mencionada.



Figuras 4, 5, 6 y 7. Ejemplo de falta de concordancia y rigor en una información, trasladada de la infografía publicada en prensa (Omitimos la procedencia por razones obvias del suceso ocurrido en España el día 5 de junio de 1998)

Pero esto es tarea ardua pues el nuevo medio conlleva unas nuevas trampas. Los nuevos medios ofertan documentos de investigación, pero no se puede modificar lo impreciso o las erratas que se descubren, pues deja de servir de apoyo como fondos documentales a otros tratados sobre la materia. Si son estáticos y no se retocan en el tiempo, les permitirá ser empleados como los impresos que se citan como referencia. Esto genera la siguiente paradoja: lo que está mal o tiene errores en un impreso es más fuente documental que lo que está bien del sistema digital, dada su variabilidad.

Es urgente separar el nombre y el trabajo periodístico infográfico de los otros, para poder considerarlo con toda la madurez profesional y darle el lugar que merece en la comunicación, al tiempo que los infógrafos deben comprender que el rigor, inmediatez y funcionalidad son más importantes que la estética y arte.

No podemos aceptar que bajo el mismo término se encuentren los infogramas⁸ de tipo complementario o sintético, que no son más que unidades gráficas elementales agrupadas, que cualquier ayudante de redacción elabora sin más complejidad ni motivación que la de la pura rutina productiva mecánica, con las verdaderas infografías muy bien realizadas en lo periodístico y bien presentadas comunicativamente.

La infografía y especialmente la de tipo digital es mucho más que eso, ya que requiere una elaboración rigurosa y rápida, en la que confluyen tres disciplinas complejas: 1ª, la comunicativo-periodística; 2ª, la artístico-estética y, 3ª, la técnico-informática. Con todo ello se elabora un producto que es de gran complejidad y no es precisamente infográfico.

La infografía no se la puede comparar, por mucho que se parezca, con los mal llamados videojuegos de entretenimiento, de generación de fantasías o ficciones diversas, con los sistemas de simulación o con la publigráfica. Es como comparar un tebeo con una revista ilustrada, por el detalle de que ambas sean encuadradas con puntos metálicos, tengan papel estucado y se impriman en huecograbado.

Tampoco la infografía digital puede estar elaborando constantemente productos en las publicaciones periódicas en red sobre cosas que no existen o son susceptibles de ser tratadas desde la imaginación o especulación, como en el caso de las escenas, que nunca

⁸ Este concepto se utiliza para describir las unidades menores de la infografía que suelen contener textos y dibujos como pueden ser mapas, gráficos, esquemas simples, dibujos con rótulos textuales, etc.

ocurrieron, del despliegue de paneles de la sonda desaparecida Beagle 2. Igualmente se entiende que una infografía no debe servir para generar sensaciones, a modo de simulador, de cómo se siente el arquero o probar la habilidad de los lectores-veedores respecto a su puntería con un artefacto como pueda ser el arco, aunque sea motivado por la presencia de unos juegos olímpicos.

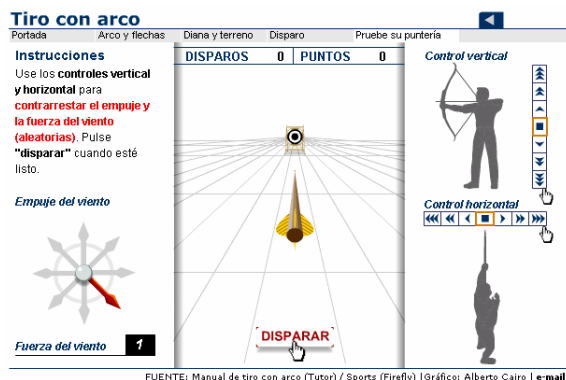


Figura 8. Simulación de tiro con arco en el contexto de una publicación digital. (Copiada el día 13 de mayo de 2004 de http://www.elmundo.es/elmundo/2003/graficos/graficos_deportes/arco/arco.html)

Como miembro del jurado de los premios Malofiej, debo decir que nos hemos encontrado con unas infografías demasiado pensadas para la exhibición estética, muy propias de los comienzos de una nueva tecnología, que tienen demasiadas entradas y conceptos que impiden la claridad y el orden de exposición narrativa. Además parece que el hilo conductor del flujo informativo a menudo deja para el final lo significativo.

Las publicaciones digitales, salvo las de pago, tienen un problema con los términos y se puede caer fácilmente en el error de considerar como conocidas determinadas cuestiones que en otro rincón del planeta, al que llega la publicación, no se tienen por qué conocer.

Para concluir creo que especialmente la infografía digital ha llegado a su mayoría de edad y debe entrar en el mundo de la ciencia y del periodismo sin complejos de ningún tipo, pero se le debe dotar de los medios para hacer buen periodismo como son el acceso al lugar de los sucesos que permita el contraste de fuentes y la precisión.

Igualmente debe ser una materia más valorada en la universidad. Faltan asignaturas oficiales, programas de doctorado, *masters* y cursillos. Faltan libros y artículos que traten de las diversas teorías que existen o están en experimentación en torno a ella, que sean algo más que los correspondientes a la exhibición de obras del autor. Faltan capítulos de libros en los que sitúen la infografía digital en el mismo plano que las demás materias del periodismo clásico.

Deben crearse colectivos de infógrafos y estudiosos que fomenten el intercambio de experiencias y conocimientos. Debe convocarse un certamen anual español.

Es momento de que los infógrafos ocupen puestos relevantes en el *staff* de la dirección periodística y de la dirección de arte, como expertos que son, de contenido y forma de presentar informaciones.

La infografía digital se sitúa en un lugar apartado en las publicaciones periódicas en red, cuando podría figurar en portadas sumariales y de noticias, con las que distribuir, mediante enlaces, los diversos artículos interiores presentados como hipertextos.

Bibliografía:

CASASÚS, J.M. y NÚÑEZ, L. (1991). *Estilos y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel.

COSTA, J. y MOLES, A. (1991). *La imagen didáctica*. Barcelona: CEAC.

PABLOS, J. M. de "La infografía, el nuevo género periodístico". en VV. AA. *Estudios sobre tecnologías de la información*. Tomo I. Ed. Sanz y Torres. Madrid, 1991.

PABLOS, J.M. de (1999). *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*. Madrid: Síntesis.

PELTZER, G. (1991). *Periodismo iconográfico*. Madrid: Rialp.

SND Capítulo español. (1993 y siguientes). *Premios Malofiej de Infografía* (11 ediciones). Pamplona: Ediciones de la Universidad de Navarra.

SULLIVAN, P. (1987). *Newspaper Graphics*. Darmstadt: IFRA.

TUFTE, E. (1990). *Envisioning Information. Graphics Newspaper Layout*. Cheshire: Graphic Press Co.

VALERO, J.L. (1999). *La infografía en la prensa diaria española. Criterios para una definición y evaluación*. Tesis doctoral del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Bellaterra, Universidad Autónoma de Barcelona.

VALERO, J.L. (2001). *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*. Barcelona: Servicio de Publicaciones de la Universidad Autónoma de Barcelona y otras.

VALERO, J.L. (2003a) en DÍAZ, J. y SALAVERRÍA, A. *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.

VALERO, J.L. en PABLOS, J. M. de *Siempre ha habido infografía*. ISSN-1138-5820. Libro colectivo digital en la dirección:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/web.htm#colectivos>