

LA INFOGRAFÍA, UNA FORMA DIFERENTE DE COMUNICAR

Inmaculada González López sobre el libro “La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos”, de José Luis Valero Sancho.

1. Técnica de elaboración de imágenes mediante ordenador. 2. Imagen obtenida por medio de esta técnica”. Ésta es la definición de infografía que recoge el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua en su última edición (2001). Una definición que no comparte José Luis Valero Sancho, doctor en Comunicación Audiovisual, profesor de la Universitat Autònoma de Barcelona, y autor del libro *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos* (Universitat Autònoma de Barcelona, Aldea Global, Bellaterra, 2001), uno de los estudios más completos y rigurosos sobre la infografía y el infoperiodismo que se han escrito hasta el momento en nuestro país.

Como muy bien señala Valero Sancho en el primer capítulo de este ensayo, fruto de numerosos años de investigación y docencia, la palabra infografía no procede de la asociación de informática y grafía, como los vetustos académicos aseguran, sino de la unión de información y grafía. Se trata de un coloquialismo, de un vocablo surgido de la simplificación de dos términos ingleses --informational graphics, es decir, gráfica informativa-- que ha adquirido pleno significado con el uso y que en la actualidad aceptan sin problemas tanto profesionales de la comunicación como lectores. Pero no debemos caer en la tentación de creer que cualquier asociación de imagen y texto es una infografía.

Para el autor, en prensa, sólo nos encontramos ante una infografía cuando el trabajo en cuestión cumple ocho requisitos: da significado a una información plena e independiente, proporciona la información de actualidad suficiente, permite comprender el suceso acontecido, contiene información escrita con formas tipográficas, así como elementos icónicos precisos, puede tener capacidad informativa suficiente y sobrada para tener entidad propia o realiza funciones de síntesis o complemento

de la información escrita, proporciona cierta sensación estética y no contiene erratas o faltas de concordancia. Ocho características que se pueden resumir en dos: “Es una aportación útil a la comunicación de informaciones en la prensa periódica impresa que contiene características de visualidad”.

La infografía es útil porque cumple un servicio a la audiencia: resume lo más importante de una noticia o aporta datos complementarios que puestos por escrito podrían convertir el artículo en algo farragoso y difícil de comprender. Pero también tiene un valor añadido para las empresas de comunicación: las imágenes hacen más atractivo el producto y permiten captar a un mayor número de lectores, por lo que la infografía se convierte así en un elemento clave a la hora de competir con el resto de medios de comunicación, impresos, audiovisuales o electrónicos.

Esta reflexión es la que ha provocado el rediseño en los últimos años de la mayoría de los periódicos convencionales de nuestro país, que hoy incluyen un mayor número de elementos visuales (colores, fotografías y, por supuesto, infografías) en sus páginas, y a la integración de una sección de infografía dentro de las redacciones de los medios. El Periódico de Catalunya, La Vanguardia, El Mundo del Siglo XXI y el diario deportivo Marca fueron los pioneros en este campo a finales de la década de los 80, como señala el propio autor.

La infografía no es, sin embargo, una contribución relativamente reciente al mundo de la prensa, como se puede desprender de la definición ofrecida por la Real Academia. De hecho, el primer ejemplo aparecido en un medio de comunicación --que recoge Valero Sancho en su ensayo-- fue publicado por el periódico londinense *The Times* el 7 de abril de 1806. Sí que es cierto que se ha enriquecido con la aparición

de los ordenadores, como recuerda el propio autor, y que determinados trabajos, impensables hace tan sólo unos pocos años, hoy son realidad gracias a los programas informáticos de ilustración y fotografía, pero no es un producto única y exclusivamente de la tecnología digital: se puede hablar de infografía siempre y cuando se intente exponer una información a través de palabras y dibujos, independientemente de que éstos hayan sido creados con ayuda de la informática.

Despejadas las dudas terminológicas e históricas, este doctor en Comunicación Audiovisual propone una nueva definición de infografía, sin duda más acorde con sus características y usos periodísticos: “Aportación informativa, realizada con elementos icónicos tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de la actualidad o algunos de sus aspectos más significativos, y acompaña o sustituye al texto informativo”. También se aventura a establecer una tipología de infografías, un método de clasificación atendiendo a sus objetivos y rasgos comunes, con casi un centenar de ejemplos para su mejor comprensión.

Así, para Valero Sancho existen dos grandes grupos: individuales, “las que tratan un único tema y se distinguen rápidamente ya que no tienen dobles títulos ni recuadros internos separadores que no sean los infogramas o unidades gráficas complementarias”, y colectivas, “infografías continente que sirven para situar otras infografías de tamaño menor, y a menudo subyugadas a la principal, a veces escalonadas por orden de importancia, y aportan otras informaciones o aclaraciones elementales de menor cantidad”.

Dentro de las primeras podemos encontrar las infografías comparativas (espaciales, posicionales y de características generales), que “intentan parangonar varios elementos o alguna de sus partes mediante de recursos gráficos”. También están las documentales (sujetos, artefactos, panoramas y secciones), que son las que “tienen como objeto la explicación de características, así como la ilustración y documentación

de acontecimientos, acciones o cosas”. Las escénicas (simultáneas, secuencias y mixtas) “pretenden narrar un suceso o reproducir unas imágenes como si hubieran sido vistas por un observador situado a cierta distancia, en el momento o momentos más importantes de la información”. Por último se encuentran las ubicativas (mapas y planos), que son las que “sitúan la información en su lugar o la enmarcan en un espacio”. Las colectivas también se dividen en comparativas, documentales y ubicativas, pero no en escénicas, “pues las consideradas como secuencias no se entiende que sean una sucesión de infografías, sino una secuencia de infogramas, salvo situaciones excepcionales”.

Otra de las aportaciones más interesantes de este libro es que ofrece una forma matemática, y por lo tanto menos subjetiva, de valorar cualitativamente una infografía “a partir de sus propiedades y características, observando su tipología por si fuera susceptible de ser penalizada al quedar clasificada como colectiva y también la concordancia por el mismo motivo”. Con pequeños cambios, este sistema de evaluación es extrapolable a la infografía digital, que en una primera aproximación el autor define como “aportación informativa, elaborada en los productos comunicativos visuales o audiovisuales, realizada mediante elementos icónicos (estáticos o dinámicos), tipográficos y/o auditivos normalmente verbales, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto informativo hablado o escrito”.

Por todo, ello el libro *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos* será de gran utilidad tanto para los alumnos de las facultades de Periodismo y los estudiosos de las Ciencias de la Comunicación. Hay que tener en cuenta que, a pesar de estar hablando de una disciplina con cerca de dos siglos de antigüedad, en el panorama editorial español no abundan los ensayos dedicados a su estudio, aunque como referencia más cercana merece especial mención el libro *Infoperiodismo*. El periodista

como creador de infografía (Síntexis, Madrid, 1999), del catedrático José Manuel de Pablos Coello, mentor del propio Valero Sancho y uno de los mayores especialistas del tema en nuestro país.

Las aportaciones en forma de artículos y conferencias que desde hace algunos años vienen realizando algunos profesionales de la infografía periodística --entre los que debemos destacar a Jordi Català (jefe de la sección de infografía de El Periódico de Catalunya), Jordi Clapers (infografista de El País), Rafael Estrada (jefe de la sección de infografía de diario Sevilla), Rosa Mundet (redactora jefe de diseño de La Vanguardia) y Josep María Serra (redactor de La Vanguardia y profesor de periodismo gráfico)-- también son importantes, al igual que la labor desempeñada por las organizaciones que promueven la infografía --la Society for News Desing (SND), la Universidad de Navarra, que acoge los premios Alejandro Malofiej de infografía, el Instituto Poynter y la IFRA--, pero no son suficientes.

La mayoría de los profesionales todavía son de formación autodidacta y hay una falta entendimiento entre redactores e infógrafos, posiblemente porque los primeros no valoran el trabajo de sus compañeros y los segundos todavía no han asumido su papel de periodistas, es decir, que su trabajo también es explicar la realidad, aunque con un arma diferente que combina la imagen y la palabra. Por ello, el ensayo de Sancho Valero también se convertirá en un texto imprescindible para los profesionales de la información.