

Revista Latina de Comunicación Social

La Laguna (Tenerife) - marzo de 1998 - número 3

D.L.: TF - 135 - 98 / ISSN: 1138 - 5820

---

## INFOGRAFÍA - 1

### Tendencias en comunicación periodística visual

(1.991 palabras)

Dr. Mario R. García ©

The Poynter Institute for Media Studies

Saint Petersburg - Florida (EEUU)

Escribir un libro sobre infografía en esta última etapa final del siglo nos ofrece una oportunidad para reflexionar, así como para proyectarnos hacia las tendencias futurísticas en el campo de la comunicación periodística visual. Que dicho libro se publique en España añade una nota de interés, ya que ha sido este país escenario de gran lucimiento para las infografías, con todo ese despertar de la prensa diaria y el apogeo de los gráficos, que comienza alrededor de 1979 y que llega a su cumbre en 1990, a raíz de la Guerra del Golfo <sup>(1)</sup>.

La infografía representa uno de los 'subtemas' más importantes en cualquier discusión sobre diseño de diarios modernos. Y digo 'subtema' porque es así como deben ser tratadas las infografías.

Hemos acabado de concluir la década <sup>(2)</sup> de las infografías exageradas, las grandes e impenetrables, piezas de museo más dedicadas a resaltar los talentos del infografista que a presentar información correcta. Las mejores gráficas son las directas, con un enfoque preciso de lo que quieren comunicar, con pocos textos y, en mi opinión, los pequeños y fáciles de captar visualmente en una mirada rápida.

Y ya desde las primeras décadas de este siglo se usaban elementos de infografía para noticias, como ocurrió con la tragedia del hundimiento del "Titanic" o durante la guerra entre España y Estados Unidos en Cuba, tras la explosión del buque de guerra "Maine", en el puerto de La Habana, en 1898 (Figura 1), o para mostrar la trayectoria del piloto y pionero Charles Lindbergh, en 1927 (Figura 2). Éstas eran gráficas algo crudas en su presentación, pero ligeras y directas en su contenido. Hay lecciones que aprender de estos pioneros de la infografía, especialmente el uso de la infografía cuando el contenido del material lo requiere y no como elemento 'forzado' para usar los talentos de los infografistas.

**Figura 1:** La infografía histórica del diario "The World", de Nueva York, del 17 de febrero de 1898, con una versión gráfica de la explosión del buque "Maine", en la bahía de La Habana.





Hoy es difícil imaginar cómo se podrían haber comprendido noticias como la invasión de Granada, el derribo del vuelo 007 de las líneas aéreas coreanas en el Mar del Japón, la guerra de las islas Malvinas o incluso detalles de la última misión del transbordador espacial, el secuestro de aviones o atentados terroristas.

Se pueden citar diversas razones que dan lugar al incremento de gráficos informativos utilizados como una herramienta funcional en el diseño de un periódico:

1. Un mayor conocimiento del infográfico por parte de los lectores, quienes están constantemente expuestos a los gráficos que aparecen en las noticias televisadas, así como el incremento en la utilización de infográficos en revistas informativas. Los gráficos suministran información de forma rápida.
2. Avances tecnológicos que permiten infográficos útiles que se preparan para sucesos que irrumpen de forma inesperada. Los avances comenzaron entre 1940 y 1950 con exploradores electrónicos (scanners) que permitieron a los diarios más pequeños generar ilustraciones a media tinta sin necesidad de procedimientos de grabado costosos. Entre 1970 y 1980, composiciones computarizadas, procedimientos planográficos offset y, más recientemente, las terminales gráficas de los ordenadores, han incrementado aún más la capacidad por parte de los periódicos en generar infográficos en un plazo fijado.
3. Hay dos fuentes influyentes que no se pueden pasar por alto: Nigel Holmes, de la revista "Time", quien comparte su conocimiento e interés con los editores de periódicos en todo el mundo, del mismo modo que "USA Today", que demostraba que es posible crear infográficos excelentes para las historias que todos los periódicos cubren y para aquellas noticias para las que muchos editores ni siquiera tendrían en cuenta un solo gráfico.

George Rorick, director de gráficos de Knight-RidderTribune (KRT) Graphics Network, explica: "Holmes y 'USA Today' se dan cuenta de que es mucho más que simplemente asignar a un departamento de gráficos una tarea gráfica. En primer lugar, se articula el concepto o la necesidad precisa para el empleo del gráfico. Los gráficos informativos no son simplemente dibujos bonitos que decoran páginas o caracteres en un recuadro. Constituyen el esfuerzo esmerado y atento de artistas profesionales, ilustradores, escritores, editores, investigadores, directores de arte y diseñadores. Eso es, trabajo".

### ¿QUÉ ES UN INFOGRÁFICO?

Prácticamente, cualquier presentación de estadísticas de forma gráfica constituye un gráfico informativo. Nigel Holmes, en su libro 'Designer's Guide to Creating Charts and Diagrama' ("Guía del diseñador para crear gráficos y diagramas"), describe cuatro tipos de infográficos de fiebre (cantidades, trazadas en un período de tiempo, por medio de líneas ascendentes y descendentes), gráfico de barras (visualización de cantidades por medio de barras individuales), tarta, queso o pastel (la división de todo en sus componentes) y tabla (exposición de números o palabras dispuestos en columnas).

La propia definición de Rorick es contundente y directa: 'Un gráfico informativo es el matrimonio de la información y la presentación'.

### MAPAS, COMO MAPAS INFORMATIVOS

Puede que uno de los más conocidos infográficos sean los mapas, debido a la gran cantidad utilizada por los periódicos, comenzando por "The Times" (de Londres), que fue uno de los primeros periódicos en utilizar un mapa meteorológico diario, desde el 1 de abril de 1875, según el Dr. Mark Monmonier, catedrático de Geografía en la Universidad de Syracuse (USA).

En Estados Unidos de América, el diario "The New York Times" imprimió un mapa meteorológico diario a partir del 4 de agosto de 1934. Sin embargo, aunque el uso de mapas para los boletines meteorológicos se había difundido, otro uso de mapas difería en gran medida entre los periódicos anteriores a 1900, cuando el grabado en línea fotográfica se estableció completamente y muchos periódicos empezaron a tomar en consideración los mapas como parte de los gráficos utilizados para acompañar historias.

El catedrático Monmonier, en un estudio titulado 'The Rise of Map Use by Elite Newspapers in England, Canada and the United States' ("El aumento del uso del mapa por periódicos de elite en Inglaterra, Canadá y Estados Unidos") cita que 'The New York Times' experimentó dos incrementos bruscos en el uso de mapas: el primero, alrededor de 1940, para acomodarse a las necesidades de los reportajes en época de guerra, y, el segundo, alrededor de 1960, cuando el reportaje de sucesos nacionales y locales se extendió y, consiguientemente, condujo a un promedio de poco más de 3,5 artículos con mapas por día.

En la década de los 90, los mapas se han convertido en parte de la tasa informativa diaria del periódico, no ya sólo por el mapa meteorológico (en el que la página completa de un mapa meteorológico en "USA Today" se ha convertido en leyenda en todo el mundo) sino también por historias relacionadas con el crimen, los negocios, la política y la electrónica, los desastres naturales, los viajes y la recreación, los deportes y los conflictos militares.

En un mundo que parece complicarse cada vez más y relacionarse con mayores tensiones, el mapa como un tipo de gráfico informativo ya no es una comodidad, sino que se convierte en una necesidad para situar al lector en medio de la acción que se relata.

Un mapa válido debe mostrar con claridad cada uno de los elementos presentados.

Las infografías se han introducido también en las secciones de crónicas especiales (artículos principales) del periódico. Los ejemplos que ilustran estas líneas recogen una exposición de gráficos informativos bien diseñados, muchos de los cuales consiguieron introducir a los lectores en temas que, de no haberse empleado, podían haber sido totalmente ignorados por los lectores.

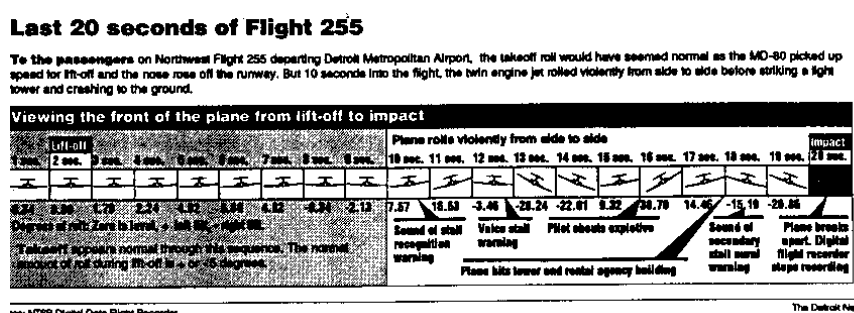
### CUANDO UN INFOGRÁFICO SE EXCEDE

Entre los excesos de la década de los 80 se pueden incluir los denominados megagráficos que, al igual que el déficit nacional, los textos de 200 centímetros y el saldo de las tarjetas de créditos de muchas personas de 30 y tantos años, excedieron la normalidad y ayudaron poco en el proceso de comunicar información.

Una cosa es utilizar una información gráfica para situar al lector (un mapa de localización), para mostrar cifras que de lo contrario recargarían un relato (gráfico de barras) o para mostrar cómo funciona un objeto desconocido. Sin embargo, otra cosa muy distinta es abusar de la tolerancia del lector, presentando un gráfico más complicado que el relato que tenía el propósito de clarificar.

En el mismo sentido, el autor (después de haber observado innumerables grupos) cree que un acercamiento directo, sencillo y sin adornos tiene mejores resultados. La estrategia denominada 1-2-3 (descripción de sólo 3 actividades) tiene mayor efecto que el gráfico indescifrable, numerado varias veces que, en el ejemplo del accidente aéreo (Figura 3), pormenoriza los veinte últimos segundos de vuelo, examina detenidamente la caída del aparato y proporciona un relato de la colisión del modelo de avión implicado en el accidente.

**Figura 3.-** Infografía moderna que muestra los tres últimos minutos de vuelo de un avión accidentado ("El vuelo 255"), con detalles que no se manifestarían mejor en formato textual.



Del mismo modo que se ha recomendado la segmentación a los redactores, el mismo método se aplica en lo que concierne a la conceptualización de un gráfico informativo.

Los mejores expertos sobre infografías lo reconocen, como por ejemplo George Rorick: 'El error principal de los gráficos ha sido el megagráfico o los gráficos por los gráficos. Suele haber gráficos que son tan intimidantes para el lector como el relato prolongado con columnas tras columnas es para el texto'.

## **EL REDACTOR JEFE Y LAS INFOGRAFÍAS**

Uno de los desarrollos más fascinantes provocados por la realización de gráficos informativos en la sala de redacción ha sido la amplificación del papel de muchos redactores jefes, quienes manejan en la actualidad infográficos rutinarios como parte de sus funciones.

El uso de Macintosh permite que personas que no sean artistas desarrollen muchos gráficos sencillos, dejándole de este modo tiempo libre a los artistas para trabajar en la creación de infografías más complicadas.

No obstante, todavía no existen suficientes redactores jefes cualificados para llevar a cabo tareas básicas en lo relativo a Macintosh. A finales de la década de los 90, la creación de gráficos sencillos constituirá una parte integrante en la formación del trabajo de todos los redactores jefes.

\* \* \*

Este libro que prologamos es una especie de catálogo de opiniones y estilos de infografías. Es también un muestrario de filosofías que pueden aceptarse o rechazarse, pero que merecen nuestra atención y consideración.

No cabe duda de que las infografías han de continuar su trayectoria por las páginas del diario, pero se les aplicarán reglas más rígidas para su uso y, esperamos que también un pensamiento más juicioso a su confección.

Como reflexión de fin de siglo, éste me parece un buen punto de partida para nuestra incursión en este fascinante campo de la infografía.

1. Este trabajo del Dr. Mario R. García es el prólogo de un libro colectivo preparado en 1993 para su publicación por Fundesco y coordinado por el Dr. José Manuel de Pablos. Aunque fue aprobado por el correspondiente comité editorial, el libro nunca llegó a ser publicado por la fundación de Telefónica. Hoy empieza a ver la luz en **Latina**, a lo largo de tantos números como sea necesario, siempre un trabajo por número. Colaboraban en aquel proyecto de libro profesores de universidades españolas y especialistas americanos y europeos, de Francia y España.
2. El autor se refiere a la pasada década de los 80.

(\*\*) Versión castellana desde el inglés de los profesores María José Hernández y José Manuel de Pablos, Universidad de La Laguna, (Tenerife, Canarias).