



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 1º – 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

Los gráficos, desde fuera de la redacción (7)

Jordi Clapers ©

Infografía de *El País* (Madrid - Barcelona)

A las cuatro de la tarde, un redactor gráfico conduce el coche de regreso desde el lugar del atentado después de haber pasado toda la mañana haciendo bocetos y recogiendo información.

Mientras el paisaje de la carretera pasa veloz a su lado, piensa en el gráfico que hará: construye mentalmente la imagen y repasa los datos e informaciones que ha obtenido en el lugar de los hechos entrevistando a los periodistas enviados, agentes policiales, testigos, etc.

Al llegar al periódico, después de batir récords de velocidad, se sienta delante de su Mac y comienza a trabajar en la infografía que "ya vive", en su mente, procurando también batir récords de tiempo y terminarlo para la primera edición.

Ésta es una situación de trabajo típica en mi periódico y que debería ser más corriente en la prensa en general.

Nada de lo que aquí hablaremos supone una idea revolucionaria ni descubriréis nuevos horizontes. De lo que se trata, sin embargo, es de, apelando al sentido común y al rigor profesional, establecer las bases de un buen entendimiento entre periodistas e informadores gráficos para el mejor desarrollo de una actividad diaria, dejando claros los espacios de trabajo de cada parte, sus características y sus límites.

DEFINICIONES

Si bien éste no es el espacio elegido para hablar de las características generales de la infografía, será necesario establecer algunas aclaraciones y acordar un código, aunque simplificando, que nos permita adentrarnos en nuestro tema concreto.

¿Qué es una infografía?

Es la representación visual y secuencial de una noticia o información (un hecho, acontecimiento o tema periodístico).

Gracias al desarrollo de las tecnologías y a la revolución que supuso digitalizar la información gráfica, tenemos mejores posibilidades de transmisión, edición e impresión, con un grado de precisión muy satisfactorio.

EJEMPLOS

MAPAS: Son una representación geográfica y sirven para situar la noticia.

DIAGRAMAS (gráficas de economía): Representan valores y escalas; expresan una relación entre series variables e invariables.

ILUSTRATIVOS: Si bien un dibujo cualquiera que ilustra un artículo no es infográfico, si se le integran los códigos gráficos de información se transformará en un infográfico.

SECUENCIALES: Expresan cómo, cuándo, quién, dónde y por qué. Son relatos informativos visuales de un hecho (composición de lugar, partes de un proceso, etc.)

¿POR QUÉ?: Prácticamente, hoy ya no se cuestiona lo esencial de la información gráfica en los periódicos modernos. Así, es claro que cuando un redactor gráfico o infografista va al lugar de los hechos puede entender con más claridad el porqué de un accidente, por ejemplo, y dar más importancia a las posibles causas del hecho que se explican gráficamente. Podrá 'enfocar' con mayor precisión el punto de vista del gráfico.

¿PARA QUÉ?:

Clarificar información.- Quisiera que quedase clara la idea de que el lenguaje infográfico se preocupa más por el contenido de la noticia que por su forma, y que aunque esté emparentado con el diseño y las tecnologías digitales, considero que es un lenguaje informativo con autonomía propia. Muchos profesionales afirman que los gráficos no son para decorar páginas ni rellenar espacios ya que están cuidadosamente diseñados para clarificar la información en una noticia. Hay quien asegura que a partir de un gráfico se puede escribir el artículo. Un buen gráfico debe tener sentido incluso para quien no ha leído la noticia.

Veracidad y similitud.- No siempre una información incorrecta influye en la veracidad de la noticia pero se trata de comprenderla mejor y de respetar la similitud con el contenido del mensaje.

¿QUIÉN?: Decididamente, es imprescindible una persona que tenga un dominio absoluto del lenguaje gráfico.

Si bien es cierto que la mayoría de los infografistas que trabajamos actualmente en la prensa provenimos de profesiones relacionadas con las bellas artes y el diseño gráfico, y que no hemos estudiado periodismo, muchos, desde que nos incorporamos a la prensa, hemos ido aprendiendo con ilusión el oficio de informador. Pero se debe reconocer que un buen ilustrador, por las necesidades de su trabajo, sabe relatar gráficamente una historia, una lección de anatomía o de física, etc. No debemos olvidar a los mejores dibujantes de cómic, que crean sus propias historias sin necesidad de guionista, e ilustradores de temas literarios que han recreado todo un universo de imaginación.

Considerando las características enumeradas por profesionales como Peter Sullivan, un infografista necesita tener:

- La creatividad de un artista.
- La capacidad de diferenciar de un diseñador.
- La habilidad y rapidez mental de un periodista.

Agregaremos también que debe estar dispuesto a leer y entender todo lo que sucede a su alrededor.

Quisiera hacer alguna matización:

- Saber manejar un ordenador y conocer algunos programas no significa que se sepa dibujar ni que se sepa informar.
 - La tecnología puede compensar la falta de talento y las limitaciones de muchas personas sin conocimientos artísticos. Pero aquellos que posean una cultura visual y una sensibilidad artística conseguirán resultados satisfactorios si están guiados por un profesional que sepa transmitir sus conocimientos.

¿CUÁNDO?: El contenido de un gráfico es una síntesis coherente de una noticia. De esta forma, cuando queremos informar de un tema periodístico, como un descubrimiento científico, un acontecimiento deportivo, un atentado, etc., será imprescindible que los redactores gráficos se documenten in situ.

Sistema de trabajo de un grafista enviado especial

- Tomar los apuntes de dibujo en el lugar de los hechos, registrando los datos tanto en el papel como en la cabeza.
- Trabajar mentalmente en el gráfico, armándolo, dándole forma. Si enviamos un fax del boceto, la persona que lo reciba sólo verá lo que hay allí dibujado y no toda la información y datos que existen realmente.
 - 'Encuadrar' el gráfico. Buscar el punto visual que mejor encuadre el porqué de la noticia.

¿CÓMO?: Tanto si se trabaja dentro como fuera de la redacción, por iniciativa propia o junto con el redactor de una noticia, hay que tener en cuenta unos principios y reglas básicas que compartimos con muchos profesionales.

- Documentarse - Entender la información que se representará, porque si no el lector tampoco la entenderá.
 - Entrevistar - Hablar con los redactores y reporteros. Sugerir nuevos ángulos de información.
- No confundir - No decorar gratuitamente el gráfico. La síntesis y simplicidad son cualidades básicas para una mejor comprensión.
 - Pensar visualmente - No olvidar el núcleo del gráfico.

Un buen gráfico será aquel que:

- Tenga autonomía - Debe tener sentido independientemente del artículo, no ser redundante ni repetir lo mismo que el texto. Debe buscar otra perspectiva.
- Sea veraz - No desvirtuar el mensaje, no inventar datos para rellenar espacios o disimular 'lagunas' de información.
- Sea claro - Ayudar al lector a entender el contenido de la noticia. Debe ser de fácil lectura, que dé una visión global y fije el tema.

ETICA: Para finalizar, me gustaría hablar brevemente en algunos aspectos relacionados con la ética profesional que influyen decisivamente en el rigor de nuestro trabajo.

Hemos dicho que una infografía es la representación gráfica de un hecho real, por lo que nos interesa mantener un alto grado de credibilidad. Con la creciente costumbre -debida al intrusismo profesional, que acusamos- de utilizar el escáner para calcar fotos y dibujos de libros y revistas sin ningún tipo de elaboración creativa de la imagen resultante, son muchos los que confunden el documentarse con copiar una foto o dibujo ajeno. La experiencia diaria nos muestra lamentablemente la falta de rigor, unas veces por prisas de última hora y otras por una clara falta de soluciones propias. Vemos así cómo se cae en la burda copia y el plagio. El infografista debe interpretar la información recogida, no calcar. Así vemos con frecuencia gráficos a modo de puzzle, en que las piezas encajan de una manera poco creíble.

** Transcripción de Raquel Díaz Díaz*

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Clapers, Jordi (1998): Los gráficos, desde fuera de la redacción. Revista Latina de Comunicación Social, 9.
 Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/36infojordi.htm>