



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

## ¿Qué es infografía?

Lic. Elio Leturia © (\*)

Lima (Perú)

[leturia@det-freepress.com](mailto:leturia@det-freepress.com)

Además de las ilustraciones, podemos ayudar más al lector a través de gráficos que puedan entenderse e interpretarse instantáneamente. Aunque los cuadros gráficos tienen una existencia que data de muchísimos años atrás, desde la aparición del diario norteamericano USA Today en 1982 estos elementos ahora llamados infográficos (del inglés informational graphics) han revolucionado el diseño, especialmente el periodístico y editorial. De acuerdo con Richard Curtis, director de fotografía y diseño de dicho diario, "la gente lee los gráficos primeros; algunas veces es la única cosa que leen" (1).

Los infográficos son tremendamente útiles para presentar la información que es complicada de entender a través del puro texto. El lector común lee menos cada día y de acuerdo con Curtis, "los infográficos establecen la diferencia entre uno y otro diario" (2) al convertir la publicación más visual, clara, directa y fácil de entender. Según Jeff Goertzen, ex asesor de gráficos de 'El periódico de Catalunya', "la infografía combina las habilidades del dibujo y diseño de un artista con las habilidades periodísticas de un reportero" (3).

Peggie Stark, del Poynter Institute for Media Studies de St. Petersburg, Florida, nos dice que los infográficos son "una combinación de palabras y elementos visuales que explican los acontecimientos descritos en el artículo y sitúan a la historia o a sus protagonistas en un contexto determinado" (4). Pero muchas veces estos elementos mostrados en el gráfico no son descritos con lujo de detalles en el artículo; por eso se necesita un gráfico para hacer más clara y atractiva la información. El gráfico puede ser al final de todo el último recurso para contar una historia. Si el artículo ni la infografía pueden hacerlo totalmente, entonces se da paso a la infografía. Inclusive, hay redactores que dicen que de &excl;en un buen infográfico se puede escribir un buen artículo.

Pero el infográfico no debe competir con el artículo ni ser mejor que la historia o la fotografía. En esta labor, todos los elementos deben compartir las mismas responsabilidades con el objetivo de ofrecer mejor la información. En todo caso, todos estos elementos son interdependientes.

El infográfico, al igual que un artículo noticioso, debe responder al qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por quién, pero, además, debe mostrar cosas visuales. Por eso el infografista debe trabajar con mentalidad periodística y no contentarse con lo que el redactor le ha contado del hecho. Por ejemplo, para graficar el lugar y los efectos de un atentado terrorista es necesario que visite el lugar y muestre con objetividad lo que allí ha pasado.

Cuando el objetivo es explicar, los infográficos permiten que materias complicadas -que de usar elementos verbales se perderían en un cúmulo de palabras- puedan ser comprendidas de manera rápida y entretenida. De esta forma, la información numérica, del tiempo, estadística y muchas otras serán más efectivas siendo ilustradas que mediante el puro uso de texto. Además, sirven de elementos diferentes que permiten otorgar mayor variedad y agilidad a la diagramación y

pueden ser adecuadamente combinadas con textos y fotografías para maximizar la comprensión de lo que es está informando.

Un buen cuadro gráfico debe ser sencillo, completo, ético, bien diseñado y adecuado con la información que presenta. Para ello, hay que realizar previos bocetos que presenten diferentes posibilidades. Posteriormente, hay "que escoger la más apropiada de las ideas, aquella que más ayude al lector y que combine mejor con la información" (5).

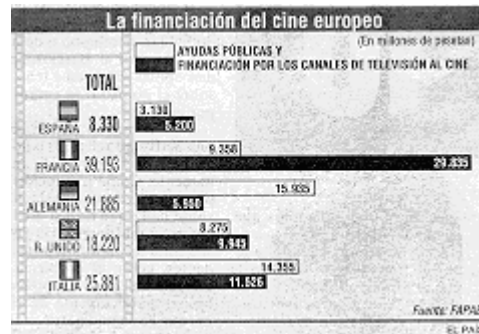
### Tipos de infográficos

Los infográficos pueden dividirse en las categorías de gráficos, mapas, tablas y diagramas.

Los gráficos son los más comúnmente utilizados y presentan información numérica y estadística. Se dividen, a su vez, en gráficos de barra, de torta y de fiebre.

El gráfico de barras funciona preferentemente con unidades y lo que hace es establecer una comparación entre ellas. Las barras presentan el mismo ancho y el alto depende de la cantidad que representen.

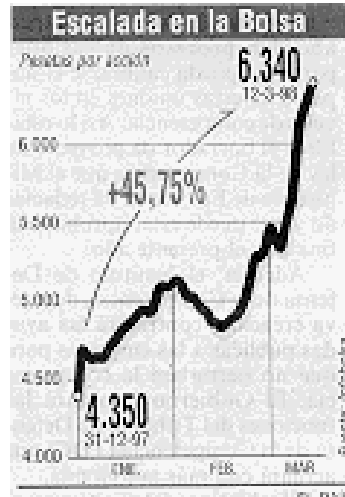
Â



El gráfico de torta (tarta, pastel o queso) indica la división de partes de un todo y sus proporciones, especialmente en porcentajes. Está representado por un círculo que supone un todo y se encuentra dividido en partes. Estas partes no deben ser muchas, especialmente cuando suponen pequeñas partes del todo que se presenta, pues el gráfico se vuelve confuso y la información se ve desordenada.

Se utilizaría un gráfico de torta para indicar el porcentajes la cantidad de lectores de los distintos periódicos de un determinado lugar en un período específico o la migración urbana, por ejemplo.

El gráfico de fiebre o línea muestra los cambios, expresados en números, a través del tiempo. Los gráficos de fiebre funcionan si: "1) la línea que traza el cambio de cantidades representa un período de tiempo y 2) si cada cantidad establecida dentro de la línea representa incrementos por igual del tiempo indicado" (6). Lo que ocurre es que algunas veces se quiere comparar incrementos o caída de cantidades entre lapsos de tiempo que no son iguales, lo cual es engañoso y confunde al lector.



Los anteriormente descritos "son los gráficos más utilizados, pero los buenos diseñadores crean las formas apropiadas para la información numérica específica" (7) y a veces decoran los cuadros. Esta decoración sólo será útil cuando tales elementos sirvan para que la información tratada sea más clara.

El mapa es necesario para mostrar la ubicación de un acontecimiento. El público lector está siempre interesado en conocer dónde ha ocurrido un determinado hecho. Cuando se realiza un mapa de una determinada zona de una ciudad, por ejemplo, a veces es sólo necesario ubicar las calles más importantes que circundan el suceso; dibujar cada calle puede ser confuso. Colocando zonas vecinales fáciles de identificar es suficiente, en indicar los puntos cardinales añade utilidad a la información. Para resaltar la ubicación se puede utilizar tramas grises o de colores.



Para indicar la evolución de las condiciones climatológicas de un país, el mapa ha dado muy buenos resultados, tal como el que aparece en USA Today. Si bien un mapa no permite realizar nada emocionante en el gráfico, su función localizadora del hecho es muy importante para el lector.

El nuevo valor del ECU	
40,7844	Francos belgo-luxemburgueses
7,54257	Coronas dinamarquesas
1,97738	Marcos alemanes
357,000	Dracmas griegas
168,220	Pesetas españolas
6,55186	Francos franceses
0,796244	Libras irlandesas
1,557,81	Liras italianas
2,22759	Floelines holandesas
13,9119	Chelines británicos
202,662	Escudos portugueses
6,01125	Marcos finlandeses
8,65478	Coronas suecas
0,662397	Libras esterlinas
1,03170	Dólares estadounidenses
1,55632	Dólares canadienses
139,006	Yenes japoneses
1,60534	Francos suizos
8,21938	Coronas noruegas

La tabla es un cuadro sencillo en el que se presentan datos descriptivos que, a veces, no son fáciles de cruzarse y no se pueden comparar con facilidad. Puede aparecer como una simple lista de datos que se colocan en varias columnas, una al lado de la otra. Generalmente es buena cuando organiza información compleja que no puede presentarse utilizando, por ejemplo, un gráfico de barra o de fiebre. Ejemplo de ello podemos ver en las tablas que presentan horarios, distancias, encuestas, etc.

Existen unas tablas de datos que sólo presentan información sumaria del artículo. Estas tablas se utilizan para resumir la información del artículo y usualmente van acompañadas de algunos pictogramas que ayudan a la fácil identificación de la información allí tratada. Puede tratarse también de una cronología de hechos, de antecedentes o a manera de un cuadro sinóptico.

Los infográficos pueden volverse más elaborados de acuerdo a la complejidad del artículo. De esta manera, un gráfico de barras puede combinarse con un diagrama y un gráfico de tarta, por ejemplo, para expresar una sola información.

El diagrama es un gráfico que puede precisar de mayores habilidades artísticas. "Cuando el propósito del cuadro es mostrar cómo se ve o funciona algo, un diagrama es más apropiado que los números o la prosa" (8). Los objetos o sucesos pueden mostrarse con leyendas o pueden ser graficados de diversos ángulos, su interior, o cómo un objeto ha evolucionado. De esta manera, podemos graficar un accidente, el interior de un edificio o cómo un objeto ha evolucionado, el funcionamiento de una cámara de televisión debajo del agua o la caída de un niño en un pozo.



### Partes de un infográfico

Para que un cuadro gráfico sea considerado completo debe poseer un titular, un texto explicativo corto, un cuerpo de información, una fuente y un crédito de autor.

El titular debe ser directo, preferentemente sintético a la vez que expreso el contenido del cuadro. Si se cree conveniente y está determinado en el manual de diseño, el titular puede venir acompañado de una bajada o subtítulo, siempre opcional.

El texto debe ser sucinto y proveer al lector de toda la explicación necesaria para la comprensión del cuadro. Lo que el cuerpo del cuadro no explica debe ser explicado por dicho texto.

El cuerpo viene a ser la esencia misma del cuadro, la propia información visual: las barras, la torta, las líneas de fiebre, el mapa, etc. Este cuerpo necesita y presenta información tipográfica explicativa a manera de etiquetas que pueden ser números, fechas o palabras descriptivas.

La fuente indica de dónde se ha obtenido la información que se presenta en el infográfico y es muy importante, pues señala el origen de la misma.

El crédito señala al autor o autores del infográfico, tanto de la configuración como de la investigación. También se suele acompañar del nombre de la publicación en la cual se ha producido el cuadro. La fuente y crédito utilizan, por lo general, una tipografía que no excede los siete puntos y se ubica en un lugar que no distraiga la atención del lector.

### **La importancia de la ética**

El cuadro gráfico debe ser ético, en su propósito de mostrar un contenido objetivo y veraz, acorde con la realidad. No se necesita llenar de elementos visuales para hacer al gráfico más atractivo; "hay que ser sencillo y económico con los elementos" (9) y no distorsionar la información en un afán de ser diferente. Muchos artistas tratan de buscar nuevas formas visuales para enriquecer sus gráficos y cometen errores de precisión con la información, distorsionándola y restándole veracidad. La tridimensionalidad puede ser muy atractiva pero también engañosa.

A la hora de diseñar un infográfico hay que tener en cuenta muchos factores. Entre ellos:

La proporción debe ser la correcta y no se debe agrandar un elemento tanto a lo largo como a lo ancho. Un elemento aumentado en las dos dimensiones no se habrá duplicado, y en ese ejemplo se estaría distorsionando la información.

La perspectiva puede otorgar atractivo al cuadro, especialmente a los mapas. Se debe utilizar con mucho cuidado, respetando las medidas que en éste se coloquen. A pesar de vivir en un mundo tridimensional, la bidimensionalidad se entiende mejor en la página impresa.

Las texturas en los cuadros, si no son bien utilizadas pueden causar confusiones e inclusive ilusiones ópticas. Por ejemplo, cuando se usan líneas diagonales para tramar las barras de un cuadro, éstas pueden parecer inestables o "borrachas" al ser representadas. De igual modo, cuando se comparan datos, todos los elementos deben presentar las mismas texturas y los mismos valores.

Las formas deben ser universales. Así, las barras serán rectangulares completamente y no con terminaciones redondeadas o triangulares; el gráfico de tarta (queso o pastel) será circular y no ovalado; las líneas serán rectas y no curvas.

### **¿Cuándo se necesita un infográfico?**

"Los gráficos tienen más valor que llenar un hueco por falta de ilustración" (10) nos dice Jeff Goertzen y en eso parecen coincidir todos los directores de arte. George Rorick, editor gráfico de Knight Reader Tribune Graphics, recuerda cuando le pidieron un gráfico porque la página necesitaba algo de arte. Relata que tal experiencia fue una de las peores de su profesión y afirma que la infografía no es "arte de relleno" (11).

Un gráfico es muy útil cuando el artículo presenta información numérica y el lector se perdería en las cifras al leer la historia. Igualmente, resulta más apropiado colocar un mapa, por ejemplo, que estar describiendo con palabras la ubicación de un lugar. O cuando el artículo presenta información que se piensa visualmente. Allí, cuando se predice que el lector va a imaginarse las cosas, es adecuado elaborar un cuadro.

Cuando en el artículo encontremos las palabras o frases presupuesto, plan, acuerdo, expansión, cronología de los acontecimientos, línea biográfica, cómo, qué, cuándo, dónde, puntos clave, datos clave, futuro, pasado, figuras, participantes, debates, pros y contras, quién es quién, quién está cerca, las víctimas, los héroes, catálogos, fotos, textos, organización, reorganización, caso policial, rutas de escape, guión del crimen, etc. (12), pero, por supuesto, no hay que exagerar. No se trata de efectuar infografía cada vez que tengamos esos términos, pero por lo menos tendremos puntos de inicio.

### **Requerimientos para una infografía**

Se dice que un infografista debe ser periodista. Pero todos sabemos que no es la mayoría de los periodistas quienes piensan visualmente. La experiencia de los últimos años nos demuestra que las escuelas de periodismo incluyen. Cada vez más en su currícula, cursos de diseño, diagramación y hasta ilustración.

El infografista es, en esencia, un periodista visual. En una entrevista personal, Jeff Goertzen señala que en primera instancia el infografista debe ser ilustrador. "Es más fácil enseñar a un artista a investigar periodísticamente que un redactor aprenda a dibujar" (13) nos dice. Y parece que en la coyuntura actual no le falta razón.

Escribir la historia con palabras en ilustrarla con dibujos es lo que debe hacer un buen infografista. Existen niveles para la catalogación de los infografistas y esto depende de sus habilidades para trabajar los gráficos. Actualmente, las computadoras Macintosh, con sus programas Freehand e Illustration ayudan a organizar en ilustrar un gráfico con mucha mayor facilidad que hacerlo manualmente. Pero requieren de mucha habilidad, creatividad y pensamiento crítico. Igualmente de una capacidad para trabajar en equipo, pues "el artista, editor y computadora deben trabajar en armonía para obtener impactantes, llamativos y elaborados gráficos informativos" (14). Y pensar muchísimo para desarrollar la creatividad y crear nuevas soluciones.

Todos sabemos que los números son más difíciles de explicar y que el lector, precisamente, no los busca. Y es que "las estadísticas no son aburridas sino intimidantes... El infografista tiene como misión facilitar esa comprensión mediante metáforas ilustradas que atraigan al lector y le hagan perder miedo a las cifras" (15).

El infografista no es aquella persona que decora un cuadro. Si bien es útil hacer "divertido" un gráfico en un afán de ser diferentes y menos solemnes, cualquier decoración accesoría sólo puede contribuir en volver confusa aquella información que el lector busca entender de la manera más clara.

### Notas

1. Curtis, Richard. Tomado de la conferencia sobre diseño en el curso "Diseño gráfico y tipografía para grados en periodismo", en el Poynter Institute for Media Studies, St. Petersburg, Florida, 23 de julio de 1991.
  2. Ib.
3. Goertzen, Jeff, "Gráficos, libro de estilo de 'El Mundo'. Documentación infográfica de la Society of Newspaper Design, Capítulo Español. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1991, introducción.
4. Lecturas para redactores escépticos sobre qué diablos sea eso de la infografía. Documentación infográfica de la Society of Newspaper Design, Capítulo Español. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1991, p. 2.
  5. Barnhurst, Kevin, Handbook for visual Journalism. Hawthorne Books, Champaign, Illinois, 1990, p. 31.
  6. Goertzen, Jeff, op. Cit., p. 8.
  7. Barnhurst, Kevin, Handbook for visual Journalism. Hawthorne Books, Champaign, Illinois, 1990, p. 39.
  8. Ibid.
9. Nigel Holmes, 'Cómo (no) mentir con estadísticas'. Documentación infográfica de la Society of Newspaper Design, Capítulo Español. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1991, p. 3.
10. Goertzen, Jeff, Tomado de la conferencia sobre infografía del "Seminario internacional de innovación periodística: modelos heterodoxos de periodismo de calidad", El Comercio, Quito (Ecuador), 25 de agosto de 1992.
  11. Goertzen, Jeff, op. Cit., p. 13.
12. Lecturas para redactores escépticos sobre qué diablos sea eso de la infografía. Documentación infográfica de la Society of Newspaper Design, Capítulo Español. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1991, p. 5.
13. Holmes, Nigel, "Los infográficos según Nigel Holmes", En Deadline Mac N&ordm;. 4, Society of Newspaper Design, Capítulo Español. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1992, marzo.
  14. Baird, R. Turnbull, A. McDonald, op. Cit., p. 133.
15. Holmes, Nigel, "Los infográficos según Nigel Holmes", En Deadline Mac N&ordm;. 4, Society of Newspaper Design, Capítulo Español. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1992, marzo.

(\*) Elio Leturia es diseñador en el diario The Detroit Free Press, de Detroit, Michigan (EE.UU.). Obtuvo su bachillerato (1981) y su licenciatura (1989) en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima (Perú), en donde también fue profesor de artes gráficas durante 10 años. En 1990 obtuvo una beca Fulbright para estudiar la maestría en periodismo visual en la Universidad de Illinois, en Urbana-Champaign. Fue director de diseño del diario más antiguo del Perú (1839)



durante dos años y medio, el cual rediseñó con el Dr. Mario García en 1994. Ese mismo año fue contratado como director de arte para ¡Éxito!, la publicación en español de The Chicago Tribune, en Chicago, Illinois. Su libro "Diseño y rediseño de publicaciones" se encuentra listo para ser publicado.

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Leturia, Elio (1998): ¿Qué es infografía? - Revista Latina de Comunicación Social, 4. Recuperado el x de xxxx de 200x de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4el.htm>