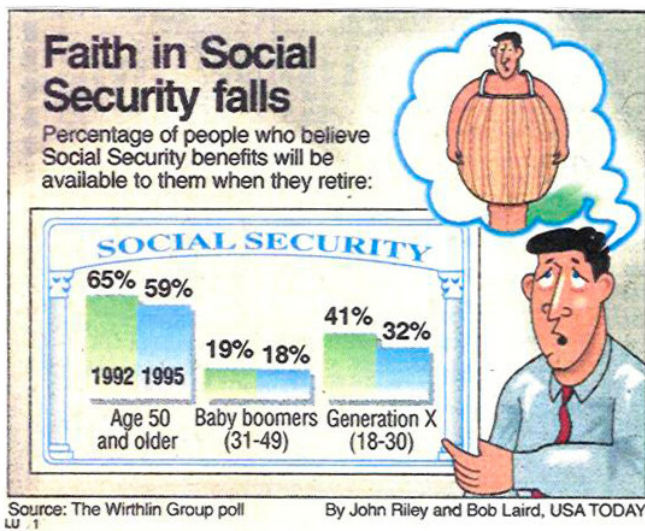


La infografía periodística



Gemma Ferreres

Índice

1. Introducción	3
2. ¿Qué es la infografía?	3
2.1. "Periodismo para los artistas y arte para los periodistas"	3
2.2. Hacia una definición de infografía	3
2.3. La infografía periodística	4
3. El camino hacia la infografía	4
3.1. Lo visual como origen de la comunicación	4
3.2. Las innovaciones tecnológicas	4
3.3. Los Estados Unidos, pioneros de la infografía	7
4. La infografía periodística	7
4.1. Infográficos	7
4.1.1. Características del infográfico como lenguaje periodístico	7
4.1.2. Partes de un infográfico	8
4.1.3. Proceso de elaboración de un infográfico	8
4.1.4. Infografía y Fotografía	9
4.2. Efectos sociales de la infografía	9
4.3. La infografía en España. La Guerra del Golfo	10
4.4. Aplicaciones de la Infografía	10
5. Periodista gráfico = Infografista	11
5.1. "Habérselas con los ordenadores"	11
5.2. La importancia del lenguaje visual	11
5.3. Periodistas artistas y artistas periodistas	11
5.4. Condiciones de un informador gráfico	12
5.5. Consejos para los informadores gráficos	12
5.6. Consejos para los redactores	13
6. Conclusiones	14

1. Introducción

"Nos adentramos cada día más en una sociedad, la sociedad de la información, en la cual lo visual prevalecerá sobre lo exclusivamente literario, por multitud de factores, como el de la simple sencillez de captación del mensaje" (Pablos Coello, 1991, p.165). Esta reflexión de José Manuel Pablos Coello resume lo que me ha movido a investigar sobre un concepto tan nuevo como la Infografía. En la era de lo visual la prensa tiene que esforzarse por mantener a sus lectores y por ganar a las nuevas generaciones educadas en la cultura de la imagen. Y para lograrlo debe armarse con las mismas herramientas que su principal rival, la televisión. Debe inventar nuevas formas de contar las noticias que atraigan al lector, que lo informen rápidamente, que no le hagan perder tiempo...Todo eso lo ofrece la Infografía. Los infográficos permiten conocer lo elemental de una noticia de un simple vistazo, describen cómo se produjo un accidente de aviación mejor que cualquier texto y ahorran tiempo al lector. Hoy en día la infografía es sobre todo un complemento de la información estrictamente textual pero muy pronto llenará muchas páginas en la prensa.

2. ¿Qué es la infografía?

2.1. "Periodismo para los artistas y arte para los periodistas"

Esta llamativa frase sirve a Gonzalo Peltzer (Peltzer, 1991, p.176) para definir la infografía y a la vez ilustrar la lógica confusión que suele rodear a los nuevos conceptos y adelantos.

Desde hace tiempo, son numerosos los artistas que crean con ayuda del ordenador imágenes sorprendentes que persiguen unos fines estéticos y que no se limitan únicamente a representar la realidad fielmente sino que crean otras nuevas fruto de la imaginación y la inteligencia humana. Estas creaciones no tienen nada que ver con el periodismo y, sin embargo, son infografía.

Del mismo modo, cada diario cuenta ya con un departamento dedicado a la elaboración de infográficos y, aunque se intenta que estos resulten atractivos, su objetivo principal no es el embellecimiento de las páginas. Como dice Michael Keegan (director de Arte del Washington Post): "los gráficos no son sólo para decorar las páginas. Están cuidadosamente planeados para clarificar la información en una historia". El propósito primordial de los infográficos es informar mejor a los lectores. Uno de los defensores de esta postura es Javier Delicado, quien cree que no podemos considerar arte a la infografía porque "sus metas no son espirituales sino comunicativas" (Delicado, 1991, p. 110). Para este autor la infografía es ante todo "un fenómeno comunicacional, una forma de predigerir la información gráficamente para facilitar su asimilación".

2.2. Hacia una definición de infografía

En la Facultad de Ciencias de la Información nos preocupa sobre todo la infografía como género periodístico. Desde el punto de vista etimológico, el término procede de la unión de información y gráfico y empezó a usarse en el periodismo anglosajón. Algunos autores, como veremos a continuación, conciben este término como la unión de informática y grafismo.

Antonio Piñuela Perea considera que "la infografía es el proceso periodístico que genera gráficos e ilustraciones como un elemento informativo global e independiente de un periódico o revista" (Piñuela, 1994, p.66). Para Piñuela, por tanto, la infografía ya existía antes de que se inventasen los ordenadores si bien ha avanzado y mejorado con la llegada de las computadoras. En el libro que coordina J. A. Martín Aguado, Piñuela da esta definición: "la infografía es la creación y/o manipulación de imágenes empleando

el ordenador, y cuyas aplicaciones pueden estar orientadas hacia múltiples campos".

Para Félix Pacho Reyero la infografía sería "un tratamiento gráfico original y novedoso de la información mediante el ordenador" (Pacho Reyero, 1992, p. 20).

Señalamos, por último, la forma de entender la infografía por Javier Delicado: la infografía es "la aplicación del grafismo a la comunicación".

2.3. La infografía periodística

Lo visto hasta ahora nos lleva a separar la infografía orientada al arte, las ciencias, la publicidad u otras actividades de la infografía periodística. En el capítulo 4 nos ocuparemos de las diversas aplicaciones que puede tener la infografía.

Las palabras clave para lograr una acertada definición de lo que es la infografía periodística serían informar, gráfico y ordenador.

El ordenador para, con ayuda de programas informáticos apropiados, integrar ágilmente textos, ilustraciones, dibujos, gráficos, diagramas, etc. en una unidad informativa autónoma, comprensible y atractiva.

Decimos gráfico porque lo predominante en un infográfico es lo icónico, lo visual, que es el lenguaje más universal que existe y tan antiguo como el hombre.

Pero no basta con saber manejar un ordenador o dibujar bien, un infográfico debe informar y por eso el infografista ha de ser un periodista.

3. El camino hacia la infografía

Un recorrido por la historia del arte gráfico: de las pinturas rupestres a los infográficos

3.1. Lo visual como origen de la comunicación

En la vida de cada persona y también en la historia de la humanidad, la comunicación visual es anterior a cualquier otro lenguaje. Antes de aprender a leer y escribir los niños ya pueden entender los mensajes visuales. Cuando aún no se había inventado el primer alfabeto, los hombres prehistóricos se comunicaron con sus semejantes y, también con nosotros infligiendo así una derrota al tiempo, mediante pinturas que esbozaban en las paredes de las cuevas que eran su hogar.

Las miniaturas de los viejos códices, las escenas representadas en las vidrieras de las catedrales góticas o *La fragua de Vulcano* que pintó Velázquez cumplieron en su día y todavía cumplen, la misión que hoy en día lleva a cabo un infográfico en la página de sucesos de un diario: explicar visualmente un mensaje bíblico, un pasaje mitológico o un atentado terrorista.

Los mapas y planos que ayudan a los lectores de prensa a situar pequeños países son cada vez más claros e imaginativos pero tienen un precedente ya en el siglo XXXV antes de Cristo, un plano en arcilla de la ciudad de Nippur.

Los diagramas, cuadros y esquemas tan abundantes en las secciones de economía de los periódicos son versiones nuevas y remozadas de diagramas tan antiguos como **los que tenían forma de árbol** y relacionaban, por ejemplo, **genealogías o jerarquías de** las virtudes y los vicios.

3.2. Las innovaciones tecnológicas

Contar la historia del Periodismo visual es recordar la historia de las tecnologías que han hecho avanzar el proceso de elaboración de un periódico. Los cuatro inventos tecnológicos relacionados con lo visual son los siguientes:

a) El grabado

Antes de que Gutenberg inventara en 1440 la imprenta ya existían libros escritos a mano pero sólo una minoría privilegiada disponía de ellos. Con el desarrollo de la imprenta, la comunicación oral predominante hasta entonces empezó a ser sustituida por la visual escrita. Pero el sistema de los tipos móviles no permitía la impresión de gráficos y hubo que esperar a que se difundiera la tecnología del grabado para ver información visual no lingüística en los periódicos.

Con el tiempo, la tecnología del grabado reemplazó a la de los tipos móviles, ya que permitía grabar químicamente los cuerpos enteros de texto escritos en un original.

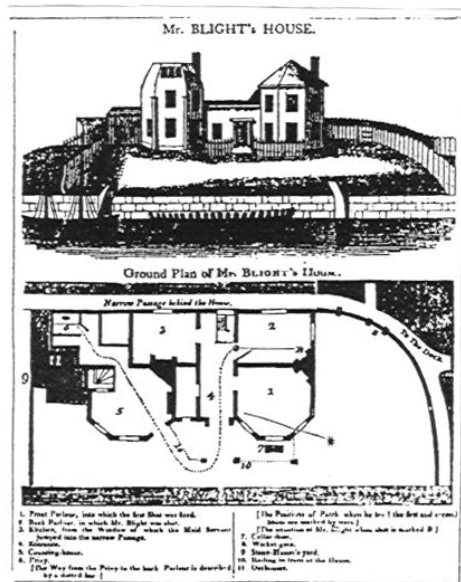
En la primera mitad del siglo XVII, cuando vieron la luz los primeros panfletos y periódicos de aparición regular, se podían encontrar viñetas y grecas decorativas similares a las que contenían los libros de la época.

El primer mapa publicado en la prensa apareció el 29 de marzo de 1740 en el Daily Post de Londres.

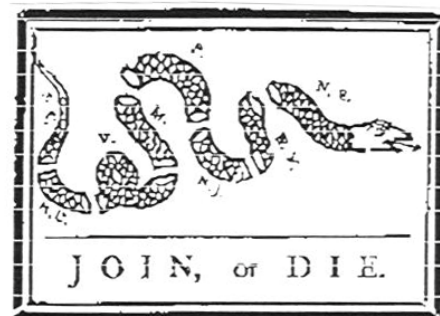
El primer gráfico informativo publicado en prensa es según Harold Evans y Edwin Taylor el aparecido en la portada de la edición del 7 de abril de 1806 en The Times, de Londres. Era el plano de la casa en la que había sido asesinado Isaac Blight.

Maurice Horn y Mark Monmoier citan como primer mapa aparecido en un diario la edición del 8 de mayo de 1754 del Pennsylvania Gazette de Benjamin Franklin. Se trataba de una viñeta: una serpiente cortada en ocho partes, cada una de las cuales representa los ocho primeros estados de la Unión con la leyenda Join or Die.

Debido a la tecnología rudimentaria y al elitismo de los periódicos, que se diseñaban para disfrutar del placer de la lectura y pensando en la población instruida que sabía leer, no en la masa analfabeta, no hubo avances en los dibujos en la prensa hasta 1950. Por el momento, los dibujos serán sólo decorativos.



La casa de Mr. Blight. The Times, Londres, 7 de abril de 1806.



«The Snake Device» - The Pennsylvania Gazette, 9 de mayo de 1754.

b) La fotomecánica y el telégrafo

En 1870 los periódicos continuaban siendo un mar de letras impresas en negro sobre el papel pero gracias a los avances en las técnicas de impresión ya era posible lograr una buena calidad y notables tiradas. La prensa comenzó a abaratare y, simultáneamente, a llegar a las masas populares. El lenguaje de los periódicos cambió, ya podían dejar de utilizar un léxico elitista y empezar a emplear grandes titulares, grabados y fotografías.

La gran revolución gráfica en la prensa fue posible gracias a la fotomecánica. Consiguió, mediante procedimientos químicos sobre piedra (litografía) o metal, la reproducción de dibujos, y luego de fotografías, en las páginas impresas de los periódicos. Los laboriosos grabados sobre madera que los periódicos tenían que preparar con días de antelación pasaron al olvido.

Posteriormente, el mismo sistema se comenzó a utilizar para los cuerpos de texto. Cada página será una sola película (fotolito) o plancha de impresión en la que estarán integrados texto, imágenes y fotografías.

En esta época, las comunicaciones telegráficas permitieron la aparición el 1 de abril de 1875 en The Times del primer mapa meteorológico publicado en un periódico.



Uno de los primeros mapas del tiempo. Londres, 15 de abril de 1875 (corresponde al 14 de abril de 1875).

c) El cable y la antena

Otros dos inventos decisivos fueron el cable y la antena. Al hacer posible remitir fotos por cable o por ondas hertzianas, los servicios de noticias comenzaron a enviar fotos de sus imágenes y mapas y convirtieron al lenguaje periodístico visual en algo tan veloz como la misma información textual que

llegaba a los periódicos. Se pudieron publicar entonces fotos del día de hechos ocurridos a muchos kilómetros.

d) La digitalización

Con el advenimiento de la tecnología digital se da (aunque pueda parecer paradójico) la separación entre la fotografía y lo visual no fotográfico y la unión de ambos sistemas en un mismo proceso.

Los últimos avances permiten la confección y posterior remisión de una información visual a través de métodos digitales así como digitalizar y modificar de gráficos y dibujos realizados por métodos tradicionales.

Es la digitalización la que ha facilitado el uso generalizado, por parte de la prensa, del lenguaje visual.

3.3. Los Estados Unidos, pioneros de la infografía

La infografía ha llegado a Europa desde Estados Unidos. Se señalan como origen de la nueva modalidad de periodismo que estamos estudiando las investigaciones militares y aeronáuticas realizadas por la NASA en la década de los años sesenta. La elaboración de imágenes por ordenador que se realizaba en laboratorios militares comenzó a aplicarse a la vida civil y se consolidó hacia 1978 en los EE.UU. y unos años más tarde, en 1984, en España.

Los motivos del desarrollo de la infografía en los Estados Unidos son diversos. El ciudadano medio de EE.UU. tiene un descuidado nivel cultural y precisa de apoyos gráficos. Los americanos padecen un tradicional desinterés por los hechos que suceden fuera de sus fronteras. Su acelerada vida laboral, que les deja poco tiempo para leer el periódico pero que, no obstante, siguen comprando porque la prensa estadounidense tiene un alto nivel de calidad y de libertad informativa, regala bonos para ahorrar en las compras y es barata...

4. La infografía periodística

4.1. Infográficos

Llamaremos infográficos a los gráficos informativos que aparecen en la prensa y en cuya elaboración se ha utilizado en algún momento un ordenador personal. Estudiaremos sus características, las partes de que constan, cómo se elaboran y finalmente los compararemos con las fotografías.

4.1.1. Características del infográfico como lenguaje periodístico

El infográfico es un nuevo género periodístico que debe presentar el mensaje informativo de forma autónoma, es decir, ha de explicarse por sí mismo, tener unidad informativa plena e independiente.

Debe contener la información suficiente para responder a las 5 w del periodismo (qué, quién, por qué, cuándo, cómo, dónde) y además incluir con qué efectos.

La información literaria que aparezca debe ser suficiente para ubicar el acontecimiento en el tiempo y en el espacio.

La tipografía tiene que ser la misma que en el resto del periódico.

El infográfico debe tener inicio, desarrollo y final.

No ha de confundirse con el resto de la información que se inserta en la misma página.

Según Gonzalo Peltzer, para que un lenguaje pueda ser considerado periodístico debe reunir cuatro características:

Trasmisibilidad: es la posibilidad de reducir los mensajes a datos trasmisibles, ya sean digitales o analógicos a través de los canales posibles.

Editabilidad: es un lenguaje periodístico debe ofrecer la posibilidad de trabajar sobre el mensaje: cambiarlo, corregirlo, mejorarlo.

Difusión: es la capacidad de un lenguaje de llegar al público.

Almacenamiento: es la posibilidad de archivo de los mensajes en su propio lenguaje.

Los infográficos cumplen los cuatro requisitos.

4.1.2. Partes de un infográfico

Un infográfico puede enunciar una historia (y completar una información que también se ofrece textualmente) o contarla completa.

Si es una unidad informativa, debe llevar un título.

Los textos aparecen encerrados en bocadillos o nubes. Han de ser cortos, breves y concisos, como un pie de foto. Se pueden presentar numerados y ser una pauta para el orden. Una fuente de inspiración para los infografistas son las viñetas y los cómics, muy útiles cuando se trata de representar una secuencia de hechos.

Una línea que identifique las fuentes y otra línea donde figuren los autores del gráfico.

No es conveniente ocupar todos los espacios muertos. Hay que dar una sensación de respiro y defenderla con espacios vacíos.

4.1.3. Proceso de elaboración de un infográfico

Se pueden utilizar gráficos de agencias, de elaboración propia o aprovechar parte del gráfico servido por la agencia e incorporar las modificaciones necesarias.

En el caso de que se opte por un infográfico de elaboración propia el proceso de elaboración es el siguiente:

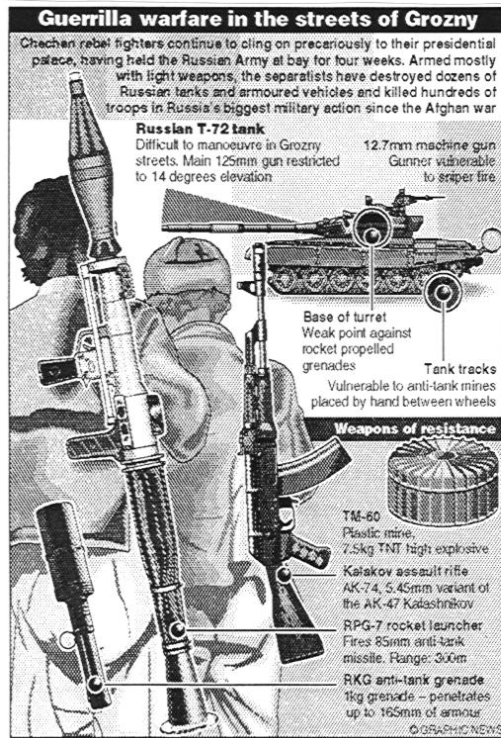
1. El redactor que considera que su noticia se entenderá mejor con un apoyo visual icónico solicita un infográfico.
2. El departamento de Infografía decide cuál es la mejor forma de realizar ese gráfico, el tamaño más adecuado...y se pone manos a la obra.
3. El gráfico vuelve a la Redacción, el periodista que lo solicitó da su opinión, sugiere modificaciones para que sea corregido.
4. Una vez modificado y con el visto bueno del jefe de la sección e incluso del director del periódico si la información que complementa es muy importante, se remite al taller.

Infográficos como los mapas meteorológicos o de localización geográfica pueden usarse repetidas veces, pero en general hay que procurar evitar producir cansancio en el lector.

Hoy en día, las agencias de información complementan su oferta literaria con creaciones infográficas sobre diversos temas de actualidad. Este servicio es muy útil para los pequeños periódicos que no pueden permitirse tener un equipo de infografistas pero también los grandes periódicos se benefician de los gráficos de agencias.

En esta página podemos ver un infográfico de Graphic News y el mismo gráfico tal como

apareció el 11 de enero de 1995 en El Mando una vez modificado por Modesto Carrasco.



4.1.4. Infografía y Fotografía

La infografía ha sustituido, en buena parte, a los viejos ilustradores de prensa. Por el contrario, apenas si ha afectado a los fotógrafos. Diarios y revistas publican prácticamente las mismas superficies de fotografía que venían publicando, lo que ocurre es que ahora, además, publican infográficos.

Infográficos y fotografías no son recursos competitivos, sino complementarios. Los infográficos pueden mostrar cortes de armamento, fases de un hecho, dar una idea gráfica de un suceso del que no existen fotografías o existen pero únicamente del momento posterior al suceso...

La infografía nunca podrá tener el valor de única, singular e irreplicable que tiene una fotografía. Igualmente, al contrario que una instantánea perdura en nuestro recuerdo, un infográfico se olvida prontamente.

4.2. Efectos sociales de la infografía

De las consecuencias que la introducción de la infografía ha tenido destacaremos dos. En las redacciones de los periódicos, las computadoras pueden desplazar a delineantes y cartógrafos y los infografistas ocupar los puestos de los antiguos ilustradores de prensa. Aunque también es cierto que en el departamento de arte de un periódico son imprescindibles buenos dibujantes que ilustren algunas noticias, editoriales, etc. y ayuden a elaborar los infográficos. Nos detendremos en esta cuestión en el próximo capítulo. Asimismo, la introducción de los ordenadores en los departamentos artísticos de los periódicos ha agilizado procesos que antes tardaban horas en realizarse.

En cuanto a los lectores, los infográficos harán que se detengan más en la lectura de su

periódico, estén más satisfechos y ahorren tiempo al no tener que leer tanto. Su interés por la información, ahora más atractiva, se incrementará. Y los mensajes llegarán a nuevos públicos, por ejemplo, los jóvenes educados en la cultura visual.

4.3. La infografía en España. La Guerra del Golfo

En 1990 había muy pocos periódicos españoles con servicios internos de infografía. Algunos disponían de un departamento específico, como El País, pero no los usaban con frecuencia.

La Guerra del Golfo supuso el establecimiento de la infografía en España. Todavía se recuerdan los gráficos en color que el desaparecido diario El Sol dedicó al conflicto bélico.

Modesto Carrasco, que pertenece al departamento de infografía de El Mundo, recuerda la Guerra del Golfo como una etapa agotadora. Diariamente tenían que elaborar infográficos sobre el avance de las tropas, el equipo armamentístico de los ejércitos, mapas...

Desde su fundación, nos cuenta Carrasco, El Hundo se ha preocupado por lograr un diseño atractivo y moderno y para ello ha contado siempre con el aliento de su director, Pedro J. Ramírez, muy partidario de la inclusión de infográficos que complementen la información textual. Una muestra de esta preocupación es el "informe gráfico" que aparece cada domingo. El esfuerzo del departamento artístico de El Mundo, al frente del cual se encuentra Mario Tascón, ha sido reconocido por la Society of Newspaper Design.

4.4. Aplicaciones de la Infografía

4.4.1. En el periodismo

Si ojeamos un periódico encontraremos fácilmente infográfico; en las secciones dedicadas a la información meteorológica, bursátil y financiera, en la agenda... Son especialmente llamativos los que se elaboran para ser incluidos en suplementos y monográficos ya que se pueden realizar con más calma y tranquilidad que los que se realizan de un día para otro.

Son temas que se prestan a incluir un infográfico los sucesos, robos, atentados, catástrofes naturales, aéreas, de tráfico...Suelen sustituir a las fotografías, que únicamente pueden ofrecer imágenes del momento después. "A los pocos minutos de una atentado de ETA junto a la Capitanía General de Madrid y anticipándose a las imágenes filmadas, algunas emisoras de televisión llevaron a la pantalla auténticos alardes de infografía: esquemas de localización, luces intermitentes, explosiones simuladas... (Pacho Reyero, 1992, p. 24).

En las páginas de deportes los gráficos describen mejor que las palabras las tácticas de juego, el equipo y vestuario de los jugadores...

4.4.2. En otras áreas

Las áreas de aplicación de la infografía son muy variadas:

En la **cultura**, en sus numerosos campos: pintura, escultura, video...

En las **presentaciones empresariales** se podrán sustituir las transparencias y diapositivas por infográficos.

En la **docencia**, que podrá hacer más atractivas las materias para lograr la fácil asimilación de las ideas. En los libros de texto hace tiempo que se realizan ilustraciones por medio de los ordenadores.

La **ciencia** (medicina, biología...): hace posible la visualización de procesos.

La física y la ingeniería.

La **estadística**. Las tablas de resultados son más fáciles de manejar, de entender y más

atractivas si se pueden realizar con ayuda de un ordenador.

En la **publicidad** la creatividad aumenta y se enriquece con los recursos infográficos. Asimismo, se reducen los costes económicos, humanos y de tiempo.

El **cine y la televisión** pueden utilizar la infografía para lograr cabeceras de telediarios y programas, animación, efectos especiales...

Y múltiples simulaciones: meteorológicas, de estructuras moleculares...

5. Periodista gráfico = Infografista

En la era actual los lenguajes son tres: el inglés, el de las imágenes, y el de los ordenadores. Los nuevos periodistas no podrán realizar su trabajo si no hablan y entienden esos tres idiomas, especialmente los comunicadores que vayan a ocupar un puesto en el departamento de infografía. A esos nuevos periodistas con unas cualidades especiales los llamaremos infografistas o informadores gráficos.

5.1. Habérselas con los ordenadores

Una nueva aptitud, "habérselas con los ordenadores", va siendo imprescindible. Supone conocer el lenguaje de los ordenadores, es decir, saber manejarlos y conocer su lógica.

Peter Sullivan, uno de los pioneros en la materia, sostiene que "cualquier persona menor de 45 años dedicada al diseño será prácticamente inútil si no aprende a manejar un ordenador" (Peltzer, 1991, p.162).

El problema de la introducción de los ordenadores en las redacciones de los periódicos es que nadie se preocupa de enseñar y formar a los periodistas. La mayoría son autodidactas y no aprovechan al cien por cien las posibilidades que ofrecen los programas informáticos. Con un ordenador personal, un periodista preparado puede ser al mismo tiempo cronista, redactor, grafista, fotógrafo, corrector, componedor, maquetador...

5.2. La importancia del lenguaje visual

Podríamos resumir qué es un informador gráfico más o menos así -un periodista que maneja con maestría un lenguaje periodístico no lingüístico. (Peltzer, 1991, P.176).

El informador gráfico es un nuevo tipo de profesional educado visualmente que es capaz de entender y comprender la noticia como una historia visual. No debe ser confundido con el reportero gráfico. Será un periodista que deberá interpretar visualmente los hechos para poder presentarlos a sus lectores de una forma gráfica o infográfica.

Hablar el lenguaje de las imágenes significa saber leer en ellas nociones como inestabilidad y balance, complejidad y simplicidad, profundidad y llaneza...

El informador gráfico ha de entender y hacer entender las cosas de una forma fácil y rápida, de un vistazo, por complejas que sean. Y para ello es imprescindible tener capacidad de abstracción y habilidad para hallar lo esencial.

5.3. Periodistas artistas y artistas periodistas

Para comunicar eficazmente mediante imágenes el informador gráfico debería tener un conocimiento de arte y diseño gráfico. Sin embargo, hoy en día lo más habitual en los periódicos es que los infografistas sean licenciados en Bellas Artes que devienen periodistas. Esto puede tener dos consecuencias distintas.

Puede que el dibujante o artista sea capaz de pensar como un periodista y de comunicarse con

los reporteros. Entonces, él mismo

terminará convirtiéndose en un periodista. Es el caso de Modesto Carrasco, de El Mundo, que para realizar sus infográficos se desplaza habitualmente al escenario de la noticia armado con su polaroid y lápiz y papel para bocetar.

En otras ocasiones los infografistas son personas, como dice Félix Pacho Reyero, "sin la menor curiosidad por lo que pasa a su lado o en el ancho mundo, sin leer siquiera los diarios ni escuchar la radio, sin interesarse por la actualidad, sin tener idea de periodismo, sin dotes de creatividad, perdidos en un mar de ignorancia. Son unos mandados que no llegarán muy lejos. El verdadero profesional de la infografía es periodista o se convierte pronto en periodista" (Pacho Reyero, 1992, p.22). En estos casos, lo más conveniente es completar el equipo de infografistas con un redactor que elabore los textos e interprete periodísticamente los hechos.

5.4. Condiciones de un informador gráfico

Aunque hoy en día aún sea una figura ideal, el futuro informador gráfico deberá tener, ante todo, habilidad para pensar como periodista. La capacidad de dibujo y diseño tendrán una importancia secundaria. En cualquier caso, estas son las condiciones que deberá reunir como periodista y CORO artista:

Como periodista, el informador gráfico deberá:

1. Investigar los hechos: consultar archivos, documentación, interesarse por lo que el lector quiere saber del tema, leer todas las noticias que se escriban sobre el particular.
2. Cubrir las informaciones. Sólo o con los redactores.
3. Redactar o dibujar las informaciones buscando la comprensión del lector más que la del editor. Realizar un boceto.

Las aptitudes del periodista gráfico como artista serán:

1. Capacidad de trabajar en equipo.
2. Creatividad.
3. Trabajar con velocidad.
4. No abusar del valor artístico.

5.5. Consejos para los informadores gráficos

(Reproducimos aquí los consejos que Holmes da a los informadores gráficos)

1. Lee cuanto te sea posible acerca del tema en el que trabajes.
2. Consulta con todas las personas que puedas. Habla con ellas acerca del trabajo específico y escucha sus ideas sobre el asunto. No trabajes en el aire.
3. Respeta los elementos que constituyen el núcleo del gráfico.
Es esto a lo que te comprometes en primer lugar. Si no haces de las estadísticas tu punto de partida, nunca harás un gráfico claro.
4. Haz muchos croquis de la información antes de asignarle un diseño definitivo.
5. Crea un estilo para exhibir la información que permita mejorarla, ilustrarla o, de otra manera, hacerla más clara. Los mejores infográficos tienen una forma -la superficie- y un contenido -el hecho en sí- que son totalmente compatibles.
6. Simplifica lo que estás haciendo para que el mensaje tenga fuerza de principio a fin.
7. Piensa que el gráfico te va a llevar el doble de tiempo del que calculaste en un principio.
8. Cuenta con tus presentimientos, sensaciones internas e intuiciones en cuanto a los dibujos, pero...

9. Nunca asumas que conoces los hechos. Los hechos cambian súbitamente, se actualizan. Las agencias gubernamentales y otras fuentes cambian sus predicciones, estimaciones, proyecciones y pensamientos.

10. Aprende de los errores propios y ajenos. No confíes en los gráficos de otras publicaciones. Tal vez no hayan investigado tan bien como debieran. Vuelve siempre a la fuente y dale un crédito junto al tuyo propio.

5.6. Consejos para los redactores

(Guía para los redactores del periódico *Washington Post* para mejorar los gráficos informativos).

1. Aprovecha los gráficos como segundas historias. Ellas pueden añadir información, explicar un proceso con un diagrama, o situar un acontecimiento. Los gráficos dan relieve a una página, además de agregar información técnica detallada.
2. Decide qué tipo de gráfico es apropiado para que esa información sea más clara, y solicita ese tipo de gráfico y no otro.
3. Aprovecha las estadísticas para mostrar tendencias. Cuanto más datos des al artista, mejor, siempre que esos datos confirmen la tendencia.
4. Consulta manuales, dibujos, bocetos, fotos, logos, etc. Para realizar el gráfico. Lo que no sirva para este gráfico determinado servirá para otro. Cuando no haya disponible material ilustrativo, consulta los detalles del asunto.
5. Permite el acceso a los artistas al material de archivo y a las fuentes de la información. Ellos muchas veces sabrán interpretar mejor los informes, notas, fotos, dibujos, etc., y, además, conocen sus recursos gráficos.
6. Envía la información para el departamento gráfico lo más temprano posible. No esperes a tener la historia escrita para pedir el gráfico. Intenta, además, ver el gráfico con el artista antes de cerrar la historia, de modo que se pueda mejorar o adaptar tu artículo al gráfico; hacer un gráfico puede costar horas, en cambio se puede reescribir un título o una entradilla en pleno cierre, en cuestión de segundos.
7. Escribe los títulos antes de pedir el gráfico al departamento. Así clarificarás tus ideas, el tema, y se enfocará bien el gráfico.
8. Estima las medidas del artículo y las del gráfico, de modo que redactor y artista trabajen sobre una base aproximada de tamaños.
9. Cuando hagas un viaje, especialmente si es lejos, trae mapas de la región, la ciudad, el país. Ve a las librerías y consigue los mapas más detallados del área. Si te entrevistas con gente del gobierno o tienes acceso a oficinas gubernamentales, pide mapas oficiales. Los mapas para turistas y los de estaciones de servicio también son buenos. Hertz y otras empresas de alquiler de coches suelen tener unos mapas muy claros y comprensibles.
10. Si viajas en avión, trae las instrucciones de emergencia que están en los bolsillos de los asientos, enfrente de donde te sientas. Estas instrucciones dan una buena información sobre el avión. También trae la revista de vuelo de la compañía aérea; suele tener las rutas, las terminales y los horarios de los vuelos de esa compañía.
11. Si vas de visita a museos, edificios, etc., trae los folletos. Suelen contener planos, horarios, dibujos, etc.
12. Consigue más de una copia de cada cosa. Para tus propios archivos, para los del departamento, para el archivo del periódico.
13. Consigue el nombre y teléfono de toda persona que sirva para obtener información más

adelante. Puede que el artista necesite consultar en su momento para recabar información de esas personas o pedirles material adicional.

14. Por favor, distingue tus ideas gráficas. Lo que tú sepas y tu familiaridad con la historia son valiosos recursos para nosotros.

6. Conclusiones

La Infografía es hoy un género "en pañales" arrinconado en las salas de Redacción de los periódicos pero a medida que haya más profesionales expertos en Infografía que dispongan de los medios necesarios para hacer un buen trabajo, la Infografía irá ganando protagonismo. Ya no será un recurso "extraordinario" reservado para acontecimientos excepcionales. Ni será simplemente una forma más rápida de realizar gráficos. Como dice George Rorick: "No hacemos gráficos solamente para rellenar espacios. Ho hacemos gráficos por el mero hecho de añadir color a la página. No realizamos gráficos simplemente para sustituirlos por una foto en el caso de que no haya información gráfica disponible. No hacemos gráficos para rellenar espacios predeterminados con el propósito de mejorar el diseño de una página". (Peltzer, 1991, p.170). La Infografía será un género periodístico como lo puede ser la crónica o el reportaje y seguramente se convertirá en uno de los más leídos por su claridad y capacidad de síntesis. Para que esto ocurra no sólo deben evolucionar las redacciones de los periódicos, también habrá de surgir un nuevo tipo de lector educado en una cultura visual y capaz de entender el lenguaje con el que le hablan los infográficos.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- PELTZER, Gonzalo. Periodismo iconográfico. Ediciones Rialp. Madrid. 1991.
- PABLOS COELLO, José Manuel. La infografía, el nuevo género periodístico. En Estudios sobre tecnologías de la información. Editorial Sanz y Torres, Madrid. 1991.
- PIÑUELA PEREA, Antonio. La infografía. En Tecnologías de la información impresa. Editorial Fragua. 1993.

Artículos

- DELICADO, Javier. Infografía digital. Conceptos básicos. Visual Nº 13. 1991
- DELICADO, Javier. Infografía digital. El apellido digital. Visual Nº 14.
- PACHO REYERO, Félix. Disensiones informativas de la infografía. AEDE Publicación de la Asociación de Editores de Diarios Españoles. Nº 17. 1992.
- PIÑUELA PEREA, Antonio. La infografía. ANIGP Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa. Nº 20. 1994.

Entrevistas

- CARRASCO, Modesto. Infografista de El Mundo.