

LA INFOGRAFÍA, DEBATES QUE LA RODEAN

D.I. Lidia Lisset Castro Acevedo

Grado académico: Instructor

Institución: Instituto Superior de Diseño

E-mail: lidiasset@isdi.co.cu

Resumen

Dentro del diseño de comunicación visual la infografía es un problema profesional que demanda del diseñador gran dominio de la síntesis, diagramación y representación gráfica de la información; pero más allá de las habilidades que potencia, el diseñador como proyectista debe conocer cuáles son los conflictos a los que se enfrenta al asumir su realización. Entre ellos están las distintas concepciones sobre su definición; los tipos de infografía según su funcionamiento (plana, animada e interactiva); la infografía como noticia o acompañante de la noticia; la corriente estética frente a la corriente analítica; la infografía como presentación estática de datos o herramienta para analizarlos; la frontera entre el papel del diseñador y el del periodista; y los principios éticos que la rodean. La presente ponencia no pretende dar respuesta ni jerarquizar dichos conflictos, sino poner sobre la mesa los debates que, en el contexto actual, se discuten sobre el tema, como es el, punto de partida para definir las competencias infográficas, con el que debemos formar en nuestros estudiantes de diseño. Los puntos de vista que se muestran fueron detectados en la consulta de fuentes bibliográficas que incluye libros, conferencias y artículos, realizados por voces reconocidas dentro de esta especialidad, a partir del método teórico analítico-sintético.

Área temática:

VIII Encuentro “Formación de profesionales del Diseño, la Comunicación y las Artes”

Introducción

En las universidades de Diseño de Comunicación Visual de prestigio la infografía es una asignatura consolidada que casi siempre está presente en los planes de estudio. En nuestra universidad se imparten sus contenidos básicos como último módulo dentro de la asignatura Diseño I: Editorial, desde el curso 2006-2007, según se tiene constancia, pero con la reciente actualización del plan de estudio de nuestra facultad se ha incorporado como asignatura independiente de carácter optativo para aquellos estudiantes que deseen especializarse en el perfil editorial. Por supuesto, esta decisión ha demandado una búsqueda de cuáles son los contenidos y habilidades que deben transmitirse para profundizar y ampliar los conocimientos que los estudiantes han recibido con anterioridad. La autora ha sido la responsable de esta tarea y durante la preparación de la asignatura ha detectado distintas concepciones sobre temas comunes que rodean a la disciplina los cuales se recogen en esta ponencia, considerando la imperiosa necesidad de conocer el estado del arte de la infografía como primer paso para determinar cuáles son las competencias que debemos formar en nuestros estudiantes de diseño.

Antes de comenzar con las opiniones vale precisar que si no es su totalidad al menos gran parte de la bibliografía existente sobre el tema ha sido escrita por periodistas o comunicadores, casi ninguna por diseñadores, por lo que en ocasiones se encuentran opiniones parcializadas y solamente referidas a la infografía periodística. Incluso los contenidos que se imparten en nuestra facultad, dentro del módulo al que se hacía referencia al inicio, están pensados desde la visión de periodismo visual, por lo que una constante que acompañará al objetivo de esta investigación será determinar problemáticas generales que conciernen a todas las especialidades que convergen en la concepción y realización de las infografías, así como aquellos asuntos propios de los diseñadores para evitar caer en el intrusismo a otras profesiones.

Definiciones

El primer tema a debate entre académicos y especialistas es la definición de infografía. Quizás por la polisemia que se ha generado en la práctica, el término tiene múltiples definiciones, por lo que no ha sido siempre interpretado de igual manera.

Una primera corriente, generalmente en ámbitos hispanohablantes, se refiere a ella como acrónimo de **informática** y **grafía**, haciendo referencia a la creación de gráficos con medios informáticos o herramientas digitales. Esta definición es muy común de escuchar dado que la gran evolución de esta técnica se dio con la incorporación de la informática en los medios a finales de los años 80 y comienzos de los 90. Uno de sus defensores, Joan Costa, plantea «Se confunde la falsa idea de “información gráfica”, cuando por definición, infografía significa *grafismo informático*. En realidad, la *infografía* es el encuentro técnico de la informática *-info-* y el grafismo *-grafía-*. La cosa está clara, y de no ser por esta especificidad del término “infografía”, podríamos llamar indistintamente “información gráfica” a la fotografía y a las noticias, que por definición son *informaciones* por medios gráficos.»¹

Si bien la infografía debe mucho a la informática, no es una consecuencia de ella. Pues desde al menos 180 años antes de la penetración de los computadores Macintosh al mercado periodístico se venían publicando infografías artesanales o

elaboradas a mano, cuestión que aún se hace eventualmente. De ahí que no sea correcto pensar que el prefijo “info” venga de “informática”. Por lo que existe una segunda corriente que la asocia con la fórmula “info+grafía = texto+imagen”, pero esta sugiere inadvertidamente que la imagen no informa, sino que es el texto el que aporta el necesario empaque para que la infografía pueda ser considerada producto. Por otra parte no se puede considerar infografía a cualquier combinación de imagen y texto.

Y por último, una tercera visión la considera un acrónimo derivado del anglosajón *infographics*, hijo a su vez de la expresión "information graphics", refiriéndose a la representación gráfica de la información. En esta corriente se utiliza también como sinónimo de *visualización de datos*. Esta es la corriente que más seguidores posee y entre sus muchas definiciones se encuentran la de Alberto Cairo, que técnicamente considera a la infografía como una *representación diagramática de datos*, donde la abstracción es un componente esencial. Aclara, además, que una infografía no tiene por qué ser publicada por un “periódico” para ser considerada como tal y no tiene por qué incluir palabras necesariamente, lo más importante es que exista una interrelación entre los elementos componentes, brindando con la diagramación una unidad de sentido y una coherencia informativa. Josep María Serra utiliza el término *grafismo informativo* y con él designa «un hecho periodístico” consistente en la transmisión de información por medio de gráficos, dibujos, textos, fotos y/o ilustraciones y que se realiza de forma manual o por medios informáticos.» Una de las características principales de la infografía es que, si bien se vale de imágenes y textos, su potencia reside en el hecho de que la comunicación se establece observando antes que leyendo.

Tipos o clases de infografía según su funcionamiento

La infografía, como cualquier otra categoría, tiene múltiples clasificaciones atendiendo a diversos parámetros y a las necesidades profesionales más diversas pero una de las más generales y que varía en los diferentes autores es la relacionada con su funcionamiento o con la manera en que el usuario la consume.

Algunos autores para sus denominaciones tipológicas emplean términos vinculados a los soportes donde se visualizan. Clasificándose entonces en:

- *Plana* o *impresa*, cuando es visualizada en un soporte impreso (periódico, revista, etc.)
- *Animada* o *audiovisual* cuando el soporte es la televisión.
- *Digital* cuando el soporte lo brinda la computadora.

Mientras otros, se inclinan a nombrarlas según los métodos de visualización en que se puede presentar la información:

- *Estático*, se refiere a la información presentada de un solo vistazo.
- *Movimiento*, se presenta progresivamente en una secuencia lineal.
- *Interactivo*, basado en la posibilidad de los lectores de seleccionar, manipular y elegir la información.

Cada método es específico del soporte en que se presenta, aunque se pueden mostrar varias categorías juntas.

En alguna de ellas se presentan características de: universalidad, personalización, multimedialidad, instantaneidad, interactividad e hipertextualidad; además de utilidad, visualidad, estética y cinética.

La infografía, noticia o acompañante de la noticia

Como forma de comunicación el lenguaje visual se presenta como alternativa y/o complemento del lenguaje verbal. «En el campo de la información, la representación gráfica puede *ilustrar o reforzar una explicación escrita*, puede ayudar a *explicar cosas difíciles* de expresar por escrito y puede aspirar también a *salvar las dificultades idiomáticas o a comunicar información a personas analfabetas.*»²

En la cita anterior se introducen dos de las variantes en las que se puede emplear la infografía: una, como acompañante, la otra, como sustituta del texto informativo. (Estas denominaciones son una propuesta de la autora para referirse a las posiciones detectadas en la revisión bibliográfica, a falta de una definición única y “oficialmente” aceptada.)

Aunque este puede ser un debate más afín a periodistas y comunicadores, tiene matices que nuestros profesionales deben tener presente y saber manejar. Nos referimos a los tan cuestionables parámetros de simplificación de información y facilidad de lectura.

Un primer, y considerable, grupo defiende la posición de *acompañante* de la noticia. Para este grupo la función de la infografía es *simplificar* y resumir datos o hechos complejos para ayudar de este modo a que las personas puedan llegar *fácilmente* a comprenderlos o a interpretarlos. Es un punto de vista más tradicional, que defiende la premisa de entender las cosas de un vistazo por complejas que éstas sean. Por lo que suelen utilizar la infografía como elemento complementario de la información, tratándola simplemente como un recurso gráfico que ofrece grandes posibilidades.

Algunos autores refieren que la baja consideración de la visualización puede estar relacionada con el uso equivoco de la palabra “simplificación” en textos teóricos. Según muchos de ellos, la infografía es una herramienta que *reduce la complejidad* de la información. López Hidalgo califica a la infografía como formato “de lectura rápida”, tomando en consideración sólo una de las dimensiones posibles de los gráficos (su supuesta facilidad de lectura).

Sin embargo, el segundo grupo le da mayor protagonismo a la infografía, por ello la denomino *sustituta* de la noticia. Este grupo considera que la infografía se puede integrar en un proceso de investigación para *descubrir* tendencias o patrones que no sabríamos ver en los datos en bruto. Es entendida como herramienta de comunicación sin cuyo uso sería imposible transmitir cierto tipo de datos.

Muchos periodistas y académicos alegan una supuesta dificultad de lectura en este tipo de gráficos, sin embargo otros defienden que no se debe menospreciar la inteligencia de los lectores, ni intentar *simplificar* la información, violentándola, para hacerla “más digerible”, se deben presentar los datos de manera clara pero, al mismo tiempo, desafiando la capacidad de atención de los lectores. La lectura de una

infografía no es necesariamente más sencilla o más rápida que la de un texto. De hecho, hay muchas infografías que no pueden ser comprendidas hasta que se realiza una lectura atenta.

Corriente estética vs. corriente analítica

Existe una dicotomía en el mundo profesional basada en la coexistencia de dos concepciones teóricas, opuestas en ocasiones, complementarias en otras, de la visualización de información, a las que Alberto Cairo denomina *estetizante* y *analítica*. En cada una predomina uno de los dos rasgos esenciales de la infografía. En la primera la visualidad, en la segunda su aportación útil (utilidad).

La infografía *estetizante* es «aquella corriente que enfatiza el aspecto de la presentación, el “peso” visual del gráfico, el poder que tiene para hacer las páginas más atractivas, ligeras, dinámicas. La corriente estetizante concibe la infografía como un elemento ornamental e informativo *al mismo tiempo*, a pesar de que en muchos casos se permita que los elementos estéticos obstaculicen la comprensión de las historias. Esta es la tendencia dominante en la visualización de información en prensa en la actualidad y conduce a hermanar *infografía con ilustración*.»³

«La visualidad es la habilidad de tomar palabras, números y hechos y convertirlos en una pieza de presentación que permita al lector ver los hechos en lugar de leerlos; es como poner las palabras en dibujos con gran claridad»⁴ Es en esta corriente donde la visualidad ve su máxima expresión, bebiendo de las artes y técnicas de la comunicación gráfica.

La segunda corriente teórica es la infografía *analítica*, que presta atención al creciente uso de bases de datos y herramientas y técnicas heredadas de la visualización y diagramación científicas. «La infografía, entendida bajo esta óptica, no solo muestra y describe hechos, sino que descubre conexiones, constantes, patrones no evidentes a primera vista que, de no ser representados visualmente, permanecerían ajenos al lector.»⁵ Bajo esta concepción los datos, transformados en información visual, son atractivos por sí mismos, sin necesidad de artificios ni embellecimientos. La infografía debe funcionar como una *herramienta de análisis* de la realidad al servicio de los lectores, mejorando su comprensión. La dimensión estética queda relegada a un segundo plano, y es una consecuencia de la calidad y la claridad de la información.

En esta corriente el rasgo predominante es la utilidad, que no es más que el grado de *significación, información y funcionalidad* que puede tener una infografía.

- *Significación*, en el sentido de que destaca lo más importante en el contenido informativo de cuestiones conocidas, cercanas y que afectan de alguna manera al lector.
- *Útil*, como comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada.
- *Funcionalidad*, en el sentido de que la infografía debe ocupar un papel destacado de servicio al lector, bien sea resumiendo o sintetizando lo más esencial, ampliando complementariamente o sustituyendo al texto de la información.

Dentro de la concepción *analítica* de la infografía, la simplificación de la información no consiste en una degradación de los datos en el sentido de hacerlos más "divertidos" o "atractivos" sino en darles orden, estructura, para que los patrones y realidades ocultas tras ellos se hagan visibles.

Es importante recalcar que "visualización estetizante" y "visualización analítica" son conceptos *teóricos* que es arriesgado aplicar de forma directa a la clasificación de piezas concretas o para calificar el trabajo de un medio de comunicación. Debemos entenderlos como "ideologías" que guían tanto la forma en la que se organizan departamentos de infografía, como la manera en la que se usa la visualización según qué publicaciones.

Un consenso importante que algunos autores y profesionales han apuntado, se basa en no dejarse seducir nunca por la primera, pero *no llevar demasiado lejos* las ideas de la segunda. Incluso teniendo los mejores números, la mejor información, la atención del lector debe ser atraída por medio del uso cuidadoso de la tipografía, el color y otros recursos gráficos. El asumir la concepción analítica de la visualización de información no excluye la existencia de una dimensión estética que permite obtener un valor superior de connotaciones. Esta dimensión, sin embargo, está *siempre* subordinada a la claridad, no a su mismo nivel. Si un recurso gráfico obstaculiza la lectura o recarga gratuitamente la presentación, su uso es rechazable.

La infografía, presentación estática de datos o herramienta para analizarlos

La infografía, periodística o no, ha estado anclada por mucho tiempo en su sentido tradicional de simple "presentación" de información. Sin otra función que no sea *mostrar* los datos que el autor ha decidido infografiar.

En los últimos años, el campo de la visualización de datos está viviendo un momento de innovación y experimentación que pone en contacto el diseño gráfico con la programación informática y las interfaces interactivas. Es una corriente que se vincula con el debate sobre el acceso ciudadano a la información pública y sobre la propia generación y aportación de datos útiles desde la ciudadanía. Es algo que tiene que ver con la gran cantidad de datos que somos capaces de generar, almacenar y hacer accesible y que hace aflorar la inquietud por hacerlos comprensibles y *manipulables*. Los gráficos no se limitan a *mostrar* la evidencia, sino que permite a los lectores *crear* sus propias evidencias particulares, adaptadas a sus circunstancias, deseos o curiosidades como una herramienta de *exploración*. Algunas definiciones de visualización de información hacen referencia explícita a la *interacción* como elemento capital.

«En estos momentos se está viviendo una revolución dentro de la visualización en prensa que consiste en que la infografía, en muchos casos, deja de ser una presentación estática de datos y se transforma en una herramienta que los lectores pueden usar para analizarlos. Esta mutación dentro de la disciplina es una derivación directa de la corriente de infografía analítica. En este nuevo paradigma, el periodista visual deja de ser quien interpreta los datos por el lector, en cierta manera, para convertirse en quien diseña las herramientas que el lector podrá usar *para desvelar la realidad por sí mismo.*»⁶

Se identificaban tres características de esta "nueva" clase de productos de visualización en prensa: *utilidad*, *personalización* y cierta *atemporalidad*. Esto es: las infografías-herramienta satisfacen una necesidad del lector, permitiendo que manipule en cierto grado la información, lo que las hace útiles en multitud de circunstancias; no están necesariamente ligadas a una única historia.

Una nueva era de la visualización digital de información ha llegado, la incorporación de herramientas interactivas impulsa un *cambio de paradigma*: a la tradicional libertad que el lector tiene de leer los contenidos de una infografía en el orden que desee, creando sentido a partir de los datos, se le añade, en su correlato digital, la posibilidad de que cada visitante *diseñe* su propia información, la modifique a su gusto o según sus necesidades.

No todas las infografías digitales e interactivas entran dentro de esta definición, puesto que siempre existirá un lugar para presentaciones estrictamente lineales y/o estáticas. Pero si es una tendencia de fuerza creciente.

Papel del diseñador y del periodista

Diseñadores, educadores, periodistas y comunicadores en general han adoptado a la infografía para ayudar a la audiencia a comprender cierta información de manera objetiva y eficaz. Pero ¿quién debe hacer las infografías?

El mayor problema al que se enfrenta cualquier intento de marcar los límites de la visualización en la prensa es su naturaleza híbrida y multidisciplinar. Precisamente porque la infografía consiste en el uso de diagramas con fines informativos, los diversos marcos teóricos dedicados a analizar múltiples tipos de diagramas influyen directamente en la disciplina. En este sentido, la visualización bebe de la *cartografía*, la *representación estadística*, el *diseño gráfico*, las *artes plásticas* y, en los últimos años, de la *animación*, el *diseño de interacción* y *multimedia*, e incluso de la *realidad virtual*. La infografía periodística emerge de la confluencia de las áreas relacionadas con la comunicación visual y el *periodismo*.

Lo cierto es que parece haber consenso en la necesidad de que la persona destinada a hacer las infografías tenga formación periodística. El problema es que pocos periodistas piensan visualmente. Más aún, una buena parte de ellos tradicionalmente ha subestimado la imagen. De allí que para Jeff Goerrzen en primera instancia, el "infografista" debe ser diseñador, habida cuenta de que es más fácil enseñar a un ilustrador a investigar periodísticamente que a un redactor a dibujar. Lo ideal sería conseguir que ese profesional fuera periodista y diseñador a la vez. Sin embargo, ambas profesiones están separadas.

Nigel Holmes señalaba: «In a perfect world, artists would research all the information, design the graphic, and write the text, including the headline. In serious art departments, artist will perform all those functions. In most newspapers, the tasks are separate». («En un mundo perfecto, los artistas tendrían investigar toda la información, realizar el diseño gráfico, y escribir el texto, incluyendo el titular. En los departamentos

de arte serios, el artista debería realizar todas esas funciones. En la mayoría de los periódicos, son tareas independientes.»

Queda claro que existen en torno a este debate dos posiciones bien marcadas. La primera que dice que un infografista debe ser *periodista* porque debe manejar todos los lenguajes del periodismo: la palabra, la imagen y la construcción gráfica; y mostrar con objetividad los hechos; y la segunda que dice que un infografista debe ser *diseñador* porque debe discernir todos los hechos relacionados con la comunicación visual, tener la capacidad técnica de un ilustrador y utilizar las herramientas gráficas adecuadamente.

Debe reconocerse que si bien la infografía ya existía como técnica antes de su incursión en el periodismo, este último fue quien le otorgó la posibilidad de convertirse en un género discursivo; como un método eficaz para transmitir información. El periodismo desde la redacción, lo ético, lo técnico y lo objetivo. El diseño desde la síntesis informativa, lo estético, lo analítico, lo didáctico. De esta manera estas dos ramas se nutren la una de la otra otorgándole a la infografía cada una los valores que le son propios. El infografista es, en esencia, un periodista visual.

Principios éticos ¿mostrar la verdad?

La ética condiciona cualquier conducta humana, y la creación de infografías como profesión no está exenta de ella. Por lo que el último de los debates que propone esta ponencia está dirigido a la postura que asume quien realiza la infografía.

Una de las interrogantes que rodean a este tema es si la presentación de información es neutral. Al respecto algunos autores argumentan que la presentación visual de datos, especialmente los gráficos estadísticos, transmite una apariencia de neutralidad científica que no es tal. El infografista trabaja más en el plano denotativo que en el connotativo, pero eso no significa que en su tarea de traducir datos numéricos o información escrita a presentaciones visuales no tenga la capacidad para mostrar, dar relevancia o relegar a un segundo plano determinadas relaciones entre los datos. Es ahí uno de los aspectos donde la ética tiene un rol importante porque, evidentemente, no hay una única manera de presentar visualmente un conjunto de datos o de explicar algo con gráficos y es el infografista quien decide en cada presentación donde poner el acento.

Pero más allá de la responsabilidad que conlleva definir a qué información dar relevancia, existe un aspecto más serio, referido al cuidado en la precisión de la representación de acontecimientos. No debe ocurrir que por falta de contenidos o por una escasez notable de fotografías la visualización se emplee como relleno y empiece a ocupar los diarios con enormes gráficos a escalas a veces imposibles. Porque relegaría a los gráficos como meros embellecedores de la página, y no como herramientas de utilidad informativa para los lectores. La precisión en los datos incluidos en mapas y diagramas debe ser una preocupación de editores y diseñadores. Aunque estilísticamente los gráficos sean muy sofisticados y con un alto dominio en las habilidades técnicas, no sirven si están llenos de medias verdades, exageraciones y detalles completamente inventados.

Conclusiones

La irrupción de Internet y de las nuevas herramientas y técnicas digitales han desencadenado un nuevo entorno para este problema profesional, que le han obligado a replantearse su concepción tradicional. Existen diversos criterios de cómo enfrentar este cambio y algunas de las principales disyuntivas actuales se desarrollaron en esta ponencia. Vale aclarar que las opiniones opuestas presentadas, separadas para su comprensión, se han aislado de la realidad en que cotidianamente se vinculan; pero difícilmente se encuentre una de esas concepciones puras en el uso habitual. Existen confluencias entre algunas de ellas y en la mayoría de los casos son las características del encargo o del cliente las que condicionan al diseñador para inclinarse por una u otra. Por lo que no existe un camino correcto o incorrecto. No obstante, no es intención de esta ponencia defender ninguna posición, sino mostrar el abanico de opiniones que existen y debemos conocer. Reconociendo la naturaleza multidisciplinar del trabajo infográfico y de comprenderlo de manera contextualizada.

Probablemente no haya forma mejor de finalizar estas reflexiones que con las mismas palabras que concluye Alberto Cairo su libro "Infografía 2.0. Visualización interactiva de información en prensa", debido a que encierra el espíritu con que debemos enfrentar este reto: «El mundo de la visualización de información está evolucionando de forma vertiginosa a nuestro alrededor. Depende de los profesionales el incorporarse a esta revolución y sobrevivir, manteniéndose como imprescindibles servidores de los ciudadanos, o quedarse anclados en las prácticas y actitudes del ayer. Y extinguirse.»⁷

Citas bibliográficas

¹ Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Bolivia: Grupo Design.

² Ferrer Franquesa, A., & Gómez Fontanills, D. (2010). *Infografía*. Universidad Oberta de Catalunya, España.

³ Cairo, A. (2008). *Infografía 2.0. Visualización interactiva de información en prensa*. Madrid: Alamut.

⁴ Jonás Dagson

⁵ Cairo, A. (2008). *Infografía 2.0. Visualización interactiva de información en prensa*. Madrid: Alamut.

⁶ Cairo, A. (2008). *Infografía 2.0. Visualización interactiva de información en prensa*. Madrid: Alamut.

⁷ Cairo, A. (2008). *Infografía 2.0. Visualización interactiva de información en prensa*. Madrid: Alamut.

Bibliografía

Abreu Sojo, C. (2000). *La infografía periodística*. Venezuela: Fondo Editorial de Humanidades y Educación.

Cairo, A. (2008). *Infografía 2.0. Visualización interactiva de información en prensa*. Madrid: Alamut.

Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Bolivia: Grupo Design.

Ferrer Franquesa, A., & Gómez Fontanills, D. (2010). *Infografía*. Universidad Oberta de Catalunya, España.

Francisco Pestalardo, N. (2008). *La infografía*. Trabajo final de carrera.

- Marín Ochoa, B. E. (2010). *Tipologías y posibilidades educativas de la infografía digital*.
- Valero Sancho, J. L. (2001). *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*. Barcelona: Aldea Global.
- Conferencia No. 8 de Diseño Editorial. *La infografía*. ISDi. Curso 2014-2015
- ABREU Sojo, Carlos (2000). *La Infografía periodística*. Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Venezuela.
- Conferencia No. 8 de Diseño Editorial. *La infografía*. ISDi. Curso 2014-2015