

Las noticias explicadas con gráficos

CONCHA EDO
Profesora de Periodismo
UCM

JOSÉ MANUEL DE PABLOS (1999): *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*. Madrid, Editorial Síntesis.

Para el autor, que arranca con un breve recorrido histórico, la infografía –presentación impresa de imágenes unidas a los textos– no es un descubrimiento reciente, no es un producto de la informática sino la recuperación actualizada de una forma de comunicación humana que siempre ha existido: la expresión de ideas por medio de representaciones gráficas y, posteriormente, por medio de gráficas y textos.

En lo que se refiere concretamente a la prensa, entonces sólo escrita, las primeras manifestaciones de este modo de presentar las noticias se pueden encontrar en *The Daily Post*, de Londres, del 19 de marzo de 1740, en *The Pennsylvania Gazette*, del 9 de mayo de 1754 y, más tarde, en el londinense *The Times*, el 7 de abril de 1806. Se citan también otros ejemplos que aparecen a lo largo de los siglos XIX y XX y, más cerca ya de nosotros, las infografías de tipo científico y técnico de la revista *Blanco y Negro* en los años cincuenta y las de *Cambio 16* en la década de los ochenta.

Después de establecer una serie de bases conceptuales, se expone el concepto de infoperiodismo, se sitúa el actual renacimiento de la infografía periodística en los primeros años ochenta –como un intento de los periódicos de competir con la televisión contando la actualidad de una forma más visual, de acuerdo con la pauta marcada por el diario *USA Today*– y se insiste en que el punto de infle-

ción que inclinará definitivamente la balanza hacia la utilización habitual de los gráficos informativos es la invasión iraquí de Kuwait en agosto de 1990 seguida, desde enero de 1991, por la llamada guerra del Golfo.

Qué, cuándo, cómo y dónde hay que infografiar, el tratamiento de las figuras y los mapas y la tarea del infógrafo, son otros aspectos de este trabajo que concluye con una serie de recomendaciones para realizar con eficacia esta técnica, imprescindible ya en los medios de comunicación y con demostrada capacidad de fijar, más y mejor que los textos y las fotos, los hechos y los datos que se quieren transmitir a la audiencia.