

La infografia digital, una nova forma de comunicació

05/2010 - Ciències de la Comunicació.

A la societat actual és indiscutible la importància de la imatge en la transmissió d'informació. El periodisme s'ha contagiats també d'aquesta inèrcia global i aposta per una comunicació mixta, pròpia de la infografia. Esbrinar com el lector rep aquesta transmissió de coneixements, a través de la infografia digital, és l'objectiu d'aquesta tesi doctoral que ha caracteritzat les infografies en tipologies i ha realitzat entrevistes als diferents protagonistes actius i passius del procés de comunicació. Els resultats confirmen l'èxit de la infografia digital en la transmissió de coneixements a qualsevol intèrpret, tant com les formes clàssiques de comunicació.



La societat del segle XXI és, sense cap discussió, una de les que més influència rep de les imatges. Aquestes, en canvi, són una part natural de la quotidianitat dels ésser humans des dels inicis de l'espècie. Els relats de tipus textual sempre han dominat en el periodisme, tant premsa, ràdio com televisió, però cada cop és més clar que existeix una preeminència de la imatge, el que també succeeix a Internet des de la seva aparició.

D'aquesta manera, en les darreres dècades, i d'una forma molt accelerada, evolucionem cap a una tendència periodística en la qual impera allò visual, un estil de presentació que dóna importància a la imatge i que, en combinar-la amb el text, ofereix com a resultat una comunicació mixta organitzada com aquella pròpia de les presentacions infogràfiques. La seva capacitat de dir, comunicar, transmetre o representar fets i objectes permet que molts autors elevin la infografia a una categoria de llenguatge. Així, sovint representa de manera visual la seva capacitat de reproducció de la realitat d'una forma diferent del llenguatge escrit i de l'oral.

Molts autors comparteixen aquesta apreciació en referir-s'hi com a tècnica que presenta missatges informatius com una conjunció de solucions fotogràfiques, informàtiques, de disseny i de contingut. I encara que alguns la tradueixen com una paraula producte d'unir d'information i graphics, traduïts com a infografia, d'altres l'usen per a definir les relacions entre imatge i computador i encara uns altres, com una representació diagramàtica de dades.

Per a nosaltres és una denominació generalitzada, incompleta i imprecisa, que té aplicació dels dels anys 90 del segle XX en la premsa electrònica primer i en el ciberperiodisme després, sobretot amb el desenvolupament del software i el hardware especial per a l'animació d'imatges, figures i per a l'interconnectivitat. És per això que cal reconèixer que existeix

una transmissió de coneixements que el lector obté gràcies, en primer lloc, a l'apropament a la infografia digital en el context ciberperiodístic, resultat de la convergència de diversos relats, processos de redacció i producció, i, en segon lloc, als canvis que implica la presentació de la informació impresa en forma d'infografia digital, des del seu origen fins que arriba a la pantalla de l'ordinador. És el que volíem trobar en iniciar aquesta tesi doctoral.

Per a això vam dissenyar una metodologia que contemplava:

1. Entrevistes amb 17 infògrafs reconeguts d'Amèrica i Europa, la meitat de les quals es va fer de manera presencial, a voltes en dues sessions.
2. Selecció d'infografies i caracterització en tipologies. Aquest procés el vam iniciar amb l'estudi de 1.500 infografies fins a filtrar-les i deixar-les en 32, usant-ne 16 en proves preliminars i les altres 16 en proves amb infografia en línia.
3. Aplicació d'enquestes individualitzades a 96 subjectes experimentals en proves preliminars: infogrames (64) i textos digitals (32).
4. Aplicació d'enquestes individualitzades a 256 subjectes experimentals a la prova final (infografies en línia). La meitat van ser de Barcelona i l'altra meitat de Medellín (Colòmbia).
5. Sistematització i anàlisi de resultats en aplicar l'estadística, assessorats per Departament de Matemàtiques de la UAB i de l'Escuela de Ciencias Sociales de la Universitat Pontificia Bolivariana de Medellín.

Un cop aplicada vam comprovar que la Infografia Digital pot transmetre coneixements a qualsevol intèrpret de manera tan efectiva com el text digital, el text imprès i la imatge impresa en format fix i en moviment. Per tant, el considerem un model de transmissió de coneixements, una nova expressió periodística atractiva i interessant amb un valor comunicatiu alt, que pot elaborar relats propis, descriptius i narratius, que exigeixen diverses anàlisis per la seva complexitat.

Beatriz Elena Marín Ochoa

Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació

"La infografía digital, una nueva forma de comunicación". Tesi doctoral defensada per Beatriz Elena Marín Ochoa el 29 de gener de 2010, a les 11.00h, a la Sala de Graus de la Facultat de Ciències de la Comunicació.