





UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Facultad de Humanidades y Educación Escuela de Comunicación Social Mención Periodismo Impreso Trabajo Especial de Grado





PROPUESTA DE PROGRAMA DE ESTUDIO PARA LA ASIGNATURA DE INFOGRAFÍA CONTEMPLADA EN EL NUEVO PENSUM DE ESTUDIO DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Tutor: Licenciado Antonio Vega

Ana María Anciano E.



Caracas, junio de 2000

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
MARCO CONCEPTUAL	12
CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES Y	
	13
1.1. ¿Siempre ha habido infografía?	13
1.2. El <i>boom</i> de la infografía en la prensa	17
1.2.1. El renacimiento de los años ochenta	18
1.2.2. Un hito: La Guerra del Golfo	20
1.2.3. El caso español	24
1.2.4. La infografía, también en las agencias	27
1.2.5. La llegada de la infografía a Venezuela	29
CAPÍTULO 2. ALGUNAS DEFINICIONES	
Y CONCEPTOS	32
2.1. El lenguaje visual	
2.2. Hacia una definición de infografía	
2.2.1 Acerca de la exactitud del término	
2.2.2. Infografía periodística	
2.2.3.El "porqué" de la voz género	39
2.2.3.El "porqué" de la voz género 2.2.4. Infografía: ¿Para qué?	40
CAPÍTULO 3. GRÁFICOS INFORMATIVOS	
EN PRENSA: CLASES Y USOS	45
3.1. En búsqueda de una clasificación	45
3.2. Tipos de gráficos informativos	47
3.2.1. Gráficos informativos estadísticos	

3.2.2. Gráficos informativos no estadísticos	51
3.3. Elementos de una infografía	62
3.4. ¿Qué y cuándo infografiar?	64
3.5. Fotografía e infografía	67
3.6. La infografía en la era informática	
3.7. Aprendizaje una cultura visual	
3.8. ¿Se puede enseñar a infografiar?	71
3.9. ¿Quién debe infografiar?	
3.10. Un trabajo en equipo	74
CAPÍTULO 4. LA INFOGRAFÍA	
EN EL ENTORNO	76
4.1. Infografía "aquí y ahora"	
4.2. Radiografía de dos departamentos	77
4.3. Una inspección del ámbito académico	80
4.3.1 Programas de estudio en la UCAB	83
Anexo 1:	9.6
MARCO METODOLÓGICO	80
CAPÍTULO 5. MARCO METODOLÓGICO	87
5.1. Descripción de los instrumentos utilizados	88
5.1.1. Investigación documental	0.0
5.1.2. Encuesta	90
5.1.3. Entrevistas especializadas	
a) Autoridades de la UCAB	93
b) Infógrafos de los diarios venezolanos	94
y catedráticos del exterior	94
RESULTADOS	98

CAPÍTULO 6. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	99
6.1. Fase I: Análisis de la encuesta	100
6.2. Fase II: Análisis comparado de las entrevistas	
6.2.1. Discusión del análisis comparado	
6.3. Fase III: Análisis de tres versiones	133
6.4. Propuesta de asignatura de Infografía	137
6.4.1. Fundamentación 6.4.2. Sugerencias	140
6.4.2. Sugerencias	141
6.5. Presentación del Programa de Infografía	
CONCLUSIONES GENERALES	
LISTA DE REFERENCIAS	159
ANEXOS de hacemos entendible el mundo que nos rodea y facilitario	
Anexo 1: este sentido las diversas publicaciones han desarrollado una co	
Modelo de cuestionario para aplicar la encuesta Anexo 2: Modelo de guión para	165
entrevistar a autoridades de la UCAB Anexo 3: Modelo de guión para entrevistar	167
a infógrafos y profesionales de los diarios venezolanos	
entrevistar a expertos y catedráticos del exterior	169

La relativa novedad INTRODUCCIÓN le que no se le conceda toda

El constante "acecho" de los medios audiovisuales y de las novedosas tecnologías ha propiciado la aparición de un receptor más visual. Esto ha motivado a muchos diarios a buscar la forma de transmitir sus mensajes a través de códigos que se adapten a las necesidades de los lectores modernos.

Prueba de tal cambio, y del interés que existe por cubrir las demandas de los nuevos lectores, son los rediseños que implementan numerosos periódicos del mundo entero (*El Universal* lo hizo en 1996 y *El Nacional* en 1997). De esta manera intentan emprender una batalla que les permita sobrevivir y adaptarse a una sociedad invadida por las imágenes.

Michel Gaffré -asesor de diseño periodístico y ex director de arte del diario francés *Le Monde*- piensa que "El universo de la información está en plena revolución (...) ha cambiado la función del periódico. Ya no consiste en anunciar las noticias, sino de hacernos entendible el mundo que nos rodea y facilitarnos la vida" (1998: s.p.).

En este sentido las diversas publicaciones han desarrollado una configuración distinta a la hora de construir los mensajes, lo cual ha llevado a la confección de elementos que segmentan la información en una especie de cápsulas. De allí la implementación de ciertos recursos dentro de los trabajos como los *despieces* y los recuadros, con el propósito de elaborar un periódico más atractivo.

El desenlace de esta situación pareciera ser que el campo periodístico impreso no puede continuar como hasta ahora. Es aquí precisamente donde la infografía viene a ocupar un lugar preponderante dentro de la organización de la prensa actual. Gaffré (1994), menciona que se ha convertido en una herramienta indispensable del inventario editorial, y aprovecha para citar a Peter Sullivan -pionero inglés en artes gráficas de la información- quien desde 1985 ya decía que los gráficos eran un arma eficaz para captar el interés y la lealtad del público.

La relativa novedad del término ha sido motivo de que no se le conceda toda la importancia que requiere dentro del campo de la investigación. No obstante, se han llevado a cabo algunos estudios relacionados con el tema que han permitido esclarecer ciertos puntos y formular varias conclusiones al respecto. Tal es el caso de Pegie Stark (En Gaffré, 1994) –investigadora del *Poynter Institute*, centro en La Florida (Estados Unidos) para el estudio de los medios- quien llevó a cabo una investigación en la que se demostró que un gráfico le facilita al lector la comprensión de la información que se le presenta.

Así mismo, José Manuel De Pablos –catedrático de la Universidad de La Laguna (España)- ha publicado uno de los pocos libros en español que hablan de la infografía aplicada al periodismo. En dicho ejemplar presenta los resultados de una encuesta que permitió determinar los beneficios de la infografía (sobre otros recursos periodísticos) para que la información sea recordada por el lector.

En Venezuela existen escasos estudios sobre infografía. Los pocos que se conocen son tesis de grado que han sido preparadas por alumnos de las escuelas de Comunicación Social. A continuación se mencionan varios de ellos.

Midezca Rodríguez y Carlos Salgado (1989) presentaron un trabajo en el que hacen un análisis de *El Diario de Caracas* y de la prensa venezolana, en general, con respecto al uso de los gráficos informativos y otros recursos visuales.

También Carmen Riera (1994) elaboró una investigación en la que se explica la evolución, descripción y clasificación de los gráficos informativos en la prensa contemporánea. Por su lado, Adriana Romero (1996) desarrolló una investigación en la que se propone a la infografía como nuevo género periodístico.

Así mismo, Elizabeth De Ornelas (1999) expone un análisis comparado entre el trabajo infográfico de *El Nacional* y *El Universal*.

Otro trabajo sobre la infografía, lo presentó recientemente Carlos Abreu (1999) –profesor de la escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela- para optar por el cargo de profesor titular. El estudio versa sobre los

diferentes tipos de gráficos informativos utilizados en la prensa venezolana, haciendo énfasis en la infografía periodística y formas afines a ella.

Luego de observar que la infografía es un tema poco estudiado, pero que al mismo tiempo exige ser conocido por aquellos profesionales de la comunicación que laboran en la prensa escrita, se decidió estructurar una propuesta de programa de estudio para la asignatura de Infografía que esta contemplada dentro del nuevo pensum de la escuela de Comunicación Social de la UCAB.

Las razones que motivaron la concepción y elaboración de este proyecto tienen que ver, en primer lugar, con la experiencia laboral de la tesista en un medio de comunicación impreso, en el cual se le otorga un gran peso a la información gráfica. Dicha vivencia hizo detectar una carencia de conocimientos infográficos en los redactores, lo cual les impide abordar con destreza los trabajos que requieren ser infografiados.

Otra de las causas por la cual se ideó este tipo de investigación, fue la realización de un taller de infografía impartido en la UCAB en abril de 1998. Allí se pudo observar cómo el periodista puede ser capaz de generar gráficos informativos para sus trabajos. Así mismo, la tesista participó en una charla dictada por Wilmer Ascanio a varios periodistas de *El Nacional*, en la que se dejó ver la necesidad de que el propio redactor sea quien conciba la infografía. Este encuentro también dejó ver la carencia de cultura visual que se presenta entre los periodistas.

En tercer lugar, cabe destacar la afinidad de la tesista con el área diseño de la información periodística. Por tanto, se aprovechó la oportunidad que ofrece el trabajo de grado para desarrollar un tema de interés, considerando que este tipo de conocimientos no le fueron impartidos con amplitud durante la carrera.

De igual forma se pensó en el diseño de un programa de estudio atendiendo a la situación de cambio de *pensum* en la escuela de Comunicación Social de la UCAB y tomando en cuenta que el programa de una asignatura debe ser motivo de una investigación rigurosa. A tal efecto, Javier Mier señala, sobre el diseño curricular de las escuelas de Comunicación Social, que: "En ocasiones se definen áreas, objetivos

específicos para las materias, bibliografía mínima y métodos de aprendizaje, pero rara vez se hace de manera rigurosa y sistemática" (1987: 94). De allí la preocupación por un programa de estudio con base en una indagación y un análisis exhaustivo.

Tomando en cuenta todo lo anterior, se han planteado unos objetivos que permitan alcanzar la culminación de dicho proyecto. Como **objetivo general** se pretende: Diseñar una propuesta de programa de estudio para la asignatura de Infografía, contemplada en el nuevo pensum de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, que dote al estudiante de conocimientos y destrezas que lo capaciten para elaborar diversos tipos de trabajos infográficos.

Así mismo, se estructuraron unos **objetivos específicos** que faciliten el logro del objetivo general:

- > Determinar el grado de importancia que tiene para el comunicador social la formación en el área de infografía.
- Estructurar un programa de estudios que sirva de base para dictar la asignatura de Infografía y en el que se describan los distintos conocimientos teóricos y las herramientas prácticas que le serán suministradas al alumno:
 - a) Historia o antecedentes de la infografía.
 - b) La infografía en los medios foráneos.
 - c) Tipos de gráficos informativos
 - d) Cuáles noticias son infografiables y cuáles no.
 - e) Cómo abordar una noticia como infografía.
 - f) Seguimiento de casos noticioso a través de infografias.
 - g) Programas de computación para elaborar el trabajo.

Para dar cuerpo al proyecto se diseñó una estructura que permite concatenar cada una de las partes medulares de la investigación. En el primer apartado se expone

un *marco conceptual*¹, en el que –a través de una recopilación bibliográfica- se señala la parte histórica, conceptual y actual de la infografía.

Posteriormente, en el *marco metodológico*, se "describe cómo fue llevada a cabo la investigación" (Hernández y Collado, 1994: 438). Además de los procedimientos e instrumentos utilizados para obtener los datos. Finalmente se hace la *presentación de los resultados*, los cuales "son los productos del análisis de los datos" (Hernández y Collado, 1994: 439). Allí se incluye también la presentación del *Programa de Infografía*, fin último de este trabajo.

En vista de que el término "infografía" -y todo el léxico que de él se deriva (infográfico, infografíable, infografíar, infógrafo)- aún no ha sido unificado, es conveniente señalar que las voces utilizadas en el presente trabajo se rigen por la propuesta de normalización lingüística que propone De Pablos (1999), la cual será ampliada posteriormente.

Derfil del profesional quien realiza las infografias.
 En el capítulo 4 se presenta el panorama de la infografia tanto en el contexto

¹ "Hay quienes, cuando no hay una teoría o un modelo teórico en la literatura precedente, prefieren llamar al marco teórico 'marco conceptual o de referencia' " (Hernández y Fernández, 1994: 51).

MARCO CONCEPTUAL

Sumario:

Esta primera parte del trabajo se divide en cuatro capítulos que pretenden ofrecer -en líneas generales- una revisión de los principales aspectos teóricos y conceptuales, vinculados con el estudio de la infografía y que, en cierta medida, se relacionan con el tema de la investigación.

- En el capítulo 1 se hace una revisión de lo que los expertos han planteado acerca de los antecedentes y la evolución que ha tenido la infografía, los factores y acontecimientos que propiciaron su desarrollo, y su llegada a los diarios venezolanos.
- El capítulo 2 hace una exposición de las principales definiciones y connotaciones que le son atribuidas al término infografía dentro del campo periodístico.
- Con el capítulo 3 se intenta mostrar: las diferentes formas de gráficos informativos que se elaboran en los departamentos de infografía, los elementos que los conforman, los tipos de información adecuada para infografiar, el momento preciso para hacerlo y el papel que cumple la tecnología en el desarrollo de trabajos infográficos. También se reserva un apartado para indicar lo que varios especialistas opinan con respecto a la enseñanza de la infografía y de la cultura visual a los periodistas. Además de reflejar ciertos lineamientos sobre el perfil del profesional quien realiza las infografias.
- En el capitulo 4 se presenta el panorama de la infografía tanto en el contexto laboral venezolano (diarios El Nacional y El Universal) como en el ámbito académico.

CAPÍTULO 1. ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DE LA INFOGRAFÍA

1.1. ¿Siempre ha habido infografía?

Aún cuando pareciera que la infografía es un elemento recientemente utilizado en los diarios para facilitar la explicación de cierto tipo de informaciones; algunos autores coinciden en señalar que no es un estreno, ni mucho menos un invento de los periódicos modernos. De Pablos (1998) afirma que la infografía es tan antigua como el enlace de un texto a una imagen y que, por tanto, es la presentación impresa de un binomio imagen + texto (bI + T).

Así mismo, De Pablos (1999) explica que la infografía surge como una necesidad de subrayar el mensaje icónico, es decir, con el propósito de que "la información pudiese ser interpretada tanto por los cultos con acceso a los signos del mensaje como por los que aún se encontraban en la etapa cultural del sólo dibujo" (1998: s.p.).

Con base en este argumento, De Pablos se sitúa en tiempos remotos de la Historia para demostrar que desde hace miles de años el ser humano buscó la manera de comunicarse con sus semejantes a través de la conjugación de los mensajes escritos con los dibujos.

Sostiene el autor, que tanto las paredes de los templos egipcios como las láminas de gran cantidad de papiros "son un matrimonio de una serie de signos con significado literario y una segunda serie de dibujos que están diciendo lo mismo que se puede leer en el texto, pero en un formato diferente y más visual" (1998: s.p.).

Valero (1999) concuerda con De Pablos al afirmar que el Hombre, al tratar de comunicarse por medio de infografías, no está incurriendo en métodos distintos a los que ha puesto en practica a lo largo de la Historia, pues siempre "se ha comunicado mediante representaciones visuales más o menos complejas" (s.p.).

De Pablos (1999) asegura que las "infografías antiguas" están presentes a lo largo de la humanidad, pues hasta en las más primitivas manifestaciones existe el binomio gráfico + texto, y muestra de ello –indica- son los mensajes escritos que el hombre insertó junto a los dibujos que dejó en abrigos naturales.

Holmes (1993: 7) señala que cualquiera que haya sido la intención de los gráficos y dibujos encontrados en las cavernas, tales representaciones "son los precursores de los mensajes que hoy llamamos diagramas".

Basándose en los anteriores planteamientos, De Pablos (1999) acota que la infografía ha formado parte de la historia de los avances de la comunicación impresa. Igualmente asegura su existencia, "incluso antes que la fotografía, cuando no era posible insertar imágenes fijas en las planas de los viejos periódicos" (p. 21).

En tiempos de crisis informativa siempre surgía un artista que explicitaba con imagen lo que era difícil explicar con texto, y ya eso era infografía, si a la figura se le añadía un texto complementario, hasta surgir un bI + T (De Pablos, 1999: 21).

Tras haber estudiado los gráficos informativos americanos, elaborados durante un período de 130 años, Howard Finberg expone que "los primeros gráficos americanos eran grabados en madera, proceso muy laborioso. Parecido a la tecnología medieval de la xilografía, publicados en EE.UU. incluso antes de la guerra civil americana" (En De Pablos, 1999: 23).

Así también lo expresa Serra al mencionar que "Peter Sullivan, en su libro 'Newspaper graphics', cita como primer mapa publicado en un diario el aparecido en el *Daily Post* de Londres el 29 de 1740, en donde se informaba del ataque del almirante inglés Vernon a la ciudad de Portobello" (1998: s.p.).

Del mismo modo, Serra aprovecha para citar a Gonzalo Peltzer (autor de uno de los pocos libros escritos en español que se ha publicado sobre infografía, titulado "Periodismo iconográfico"), quien "se hace eco de los autores Maurice Hon y Mark

Monmonier que dan como primer gráfico periodístico el publicado por el *The Pennsylvania Gazete* de Benjamin Franklin el 9 de mayo de 1754 " (1998: s.p.).

En cambio, "Peter Sullivan cita como primer infográfico de la historia del periodismo el publicado en 1806 en el diario *The Times*, en el que aparecía la vivienda de Mr. Blight, lugar donde había sido asesinado" (Serra, 1998: s.p.). También De Pablos menciona este trabajo y lo considera histórico, ya que "narra visual y literariamente (...) el asesinato acaecido en una casa situada junto al río Támesis" (1999: 23) (Figura 1), que bien explica Serra (1998) de la siguiente forma:

La parte superior del gráfico estaba ocupada por un dibujo de la casa vista desde el otro margen del Támesis y en la parte inferior un plano del interior de la vivienda en el que se podía ver el recorrido seguido por el asesino desde el retrete, lugar en el que se había escondido, hasta donde disparó su arma (s.p.).

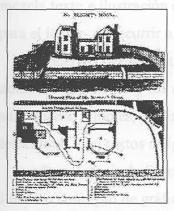


FIG. 1

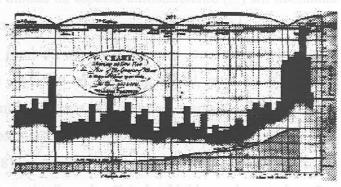


FIG. 2

También Holmes (1993) indica la antigüedad de los gráficos informativos y menciona a William Playfair, quien a través del diagrama de fiebre, el gráfico de barras y el gráfico de pastel demostró -en 1786- la visualización de números y estadísticas, de manera que la gente pudiese comprender mejor su significado (Figura 2).

Mario García (1998) es otro autor que coincide con De Pablos en que la infografía no es un recurso que ha sido empleado exclusivamente por la prensa de vanguardia. Según él, desde finales del siglo XIX y comienzos del XX eran utilizados elementos infográficos para acompañar las noticias.

Por otra parte, aunque Serra (1998) utiliza las citas de Sullivan para hablar de los primeros gráficos informativos elaborados por la prensa, aclara que aquello que hacían los diarios de todo el mundo —y lo que hicieron hasta prácticamente finales de los años setenta— "era un tipo de ilustración que se puede confundir con infografismo, pero que la mayor parte de las veces era una recreación de los hechos, realizada con más información que con verosimilitud" (s.p.).

De igual forma Colle (1998) se une a los autores que reconocen el uso de las ilustraciones en la prensa desde hace mucho tiempo. Y así como Serra establece una diferencia entre lo que se hacía en los diarios antiguamente y lo que se hace ahora. Colle explica que la novedad de los gráficos utilizados en la actualidad radica en la "mezcla texto e ilustración en una unidad de espacio autosuficiente (...) sin necesidad -para el lector- de recurrir a un texto anexo (relato periodístico)" (s.p.).

Valero (1999) contempla también un cambio entre las infografías que se hacían antiguamente y las que se producen en la prensa actual, pues aquellas "eran individuales, simples, sin infogramas diversos, sin adornos, tramas u otras unidades elementales, con textos caligráficos, sin perspectivas, etc." (s.p.).

Pero a decir de Serra (1998), es preciso hacer mención de "una quiebra sobre el mismo concepto de gráfico informativo" -en los Estados Unidos y durante los años setenta-, debido a que Nigel Holmes comienza a poner en práctica (en la revista *Time*) su concepto de grafismo informativo en prensa. "Holmes defendía que las estadísticas tenían que tener una representación gráfica, que inmediatamente y casi sin leer el texto mostraran al lector el tema que se trataba y los principales datos" (s.p.).

1.2. El boom de la infografía en la prensa

Aunque ha quedado demostrado que desde hace muchos años ya los diarios comenzaron a utilizar los gráficos para informar, también es indiscutible que no lo hacían con la misma frecuencia con la que lo hacen ahora, esto en parte viene dado porque antiguamente el proceso de elaboración era mucho más dificultoso y se requería mayor cantidad de tiempo para ello. Eso por una parte. Y por otra, es preciso tomar en cuenta el cambio (anteriormente señalado por varios autores) entre los antiguos gráficos y de los que se vienen utilizando desde hace veinte años. Pero, ¿por qué desde hace veinte años?

A través de la compaginación en pantalla (iniciada con la introducción de los computadores en el campo editorial) es posible comenzar a reunir las distintas manifestaciones o lenguajes. El desarrollo de las técnicas que permiten manipular imágenes e incorporarlas al texto hace factible "una gran versatilidad y rapidez de preparación, que se da en la época presente de la historia pero no se dio en ningún otro momento" (Valero, 1999: s.p.).

Pero el incremento de las infografías en la prensa no se debe exclusivamente a los avances tecnológicos. Existe una serie de factores y de acontecimientos que conjugados propiciaron lo que algunos autores -como De Pablos (1999)- han denominado "el renacimiento infográfico".

A juicio de García (1998) el aumento de gráficos informativos, utilizados como una herramienta funcional en el diseño de un periódico, se debe en primer lugar, a que existe "un mayor conocimiento del infográfico por parte de los lectores, quienes están constantemente expuestos a los gráficos que aparecen en las noticias televisadas" (s.p.).

En segundo lugar, agrega García, a los avances tecnológicos que hacen más fácil la elaboración de infografías que explican los acontecimientos que suceden repentinamente. Y, por último, a la influencia ejercida por Nigel Holmes, de la revista

Time, quien –al igual que otros editores de periódicos del mundo- ha demostrado que es posible crear infografías para todas las historias que se deben tratar en los periódicos.

Si bien el mencionado renacimiento no tiene una fecha exacta de inicio, sí se puede constatar que estuvo enmarcado en los años ochenta, debido a los diversos acontecimientos que se sucedieron en esta época y que de una u otra forma impulsaron su desarrollo.

1.2.1. El renacimiento de los años ochenta

De Pablos (1999), deja claro que el renacimiento de la infografía empieza durante los años ochenta del siglo XX, y destaca que los factores que respaldaron la difusión de "este renacido género periodístico visual impreso" fueron: "la pérdida continuada de lectores, la nula incorporación de jóvenes y la presencia de una TV cada día más universal, en una sociedad cada vez más aldea planetaria" (p. 54).

Una gran preocupación surge en la prensa estadounidense a principios de los ochenta, motivada por la llegada de la televisión por cable, la cual era considerada como una amenaza para la supervivencia del periódico (De Pablos,1999: 54). Esto coincidió en 1982- con la edición del primer diario nacional de información general, al que Serra (1998) considera el "padre de todos los infográficos". Se trata del *USA Today*³.

En poco tiempo el diario se convirtió en ejemplo de uso de lo visual e incorporó a su equipo no sólo las ideas y los trabajos de Holmes, sino también parte del equipo humano que se desempeñaba con este profesional de la infografía.

² Aunque este punto será expuesto más adelante, es necesario acotar que De Pablos es uno de los autores que considera que la infografía puede encuadrarse como un género informativo más del periodismo impreso y que da lugar a un nuevo tipo de modalidad periodística: el periodismo infográfico o infoperiodismo (1999: 40 y 43).

³ "La apuesta de *USA Today* por las infografías fue indudable: en sus primeros 16 meses de vida publicaron casi 11.000 infos, unas 20 al día, que no es su media actual" (De Pablos, 1999: 56).

Leturia (1998) también hace eco de lo que significó para la prensa la llegada del *USA Today*. A pesar del remoto origen de los gráficos, reconoce que -desde la aparición del mencionado diario norteamericano- "estos elementos ahora llamados infográficos (...) han revolucionado el diseño, especialmente el periodístico y editorial" (s.p.).

Pero la creación de este tipo de periódico (y la posterior aparición de muchos otros diarios del mismo estilo) responde a necesidades y demandas específicas de los lectores. Al respecto John Walston (directivo del *USA Today*) comenta:

Creo que se debe estudiar cómo ha cambiado la gente y darle aquellas cosas que les ayuden en su vida de cada día. Entiendo que los periódicos empiezan a cuidar más a sus lectores. Es una dirección que han tomado muchos diarios a causa de nosotros (En De Pablos, 1999: 57).

En este sentido Karl Tate (En Serra, 1998), periodista de *Associated Press*, señala que el cambio más significativo en las infografías ha sido el espacio que los diarios les han concedido. Tal cambio no ha estado impulsado tanto por las nuevas tecnologías "como el hecho que los editores han empezado a ver que los gráficos pueden ayudar a contar historias" y agrega: "*USA Today* forzó a los diarios a pensar más en los infográficos" (s.p.).

Con respecto al cambio de actitud de los diarios, Tim Harrover -en su libro "The newspaper designer's handbook" publicado en 1989- apunta:

"Muchos de nosotros preferimos escudriñar primero las imágenes que leer las columnas de texto. ¿Y qué quiere decir esto para los diarios?

Pues quiere decir el amanecer de la era de los gráficos informativos, o de los infográficos para hacerlo más corto" (En Serra, 1998: s.p.).

Así pues, la aparición del *USA Today* se vio acompañada, más adelante, de otro de los acontecimientos determinantes en la evolución de los gráficos. En 1985

John Warnock y Charles Geschke crearon el lenguaje de descripción de página, *Post Script*. En ese mismo año *Apple* lanzó su primera impresora láser equipada con dicho lenguaje, lo que permitió el nacimiento de la autoedición.

Al adquirir las primeras computadoras, los empresarios se comenzaron a dar cuenta de que invertir en la nueva tecnología podía ser una actividad muy productiva y, por otro lado, los infógrafos vieron la posibilidad de mejorar el resultado de su trabajo a través de esta nueva herramienta de trabajo (Serra, 1998).

Es preciso incluir aquí lo que autores como Valero (1999) piensan acerca del papel que han cumplido los avances tecnológicos en el desarrollo de los productos infográficos. Este autor sostiene que gracias a la tecnología, la infografía se ha podido utilizar más en la prensa diaria de actualidad, lo que no significa que no existiera infografía antes de la llegada de la informática.

De Pablos (1999) expresa su posición al respecto y asegura que es imposible pensar en que la infografía en prensa sea hija de la informática o de los computadoras *Macintosh*.

1.2.2. Un hito: La Guerra del Golfo

De Pablos (1999) advierte que cuando sucede alguna catástrofe, la inseguridad hace que los lectores se dirijan a los diarios para enterarse de la realidad y despejar las incertidumbres.

Darly Moen (En De Pablos, 1999) afirma que con el asesinato de Kennedy, pasando por la explosión del Challenger hasta la Guerra del Golfo, la historia moderna ha demostrado que las tragedias de gran envergadura son un negocio productivo para los periódicos.

Finberg (En De Pablos, 1999) se hace partícipe de esta idea al indicar que las guerras generan cambios sociales y avances tecnológicos (que influyen directamente en el trabajo periodístico). Y explica que durante los períodos bélicos, los diarios han

empleando los gráficos informativos para mejorar la comunicación con sus lectores (Figuras 3 y 4).

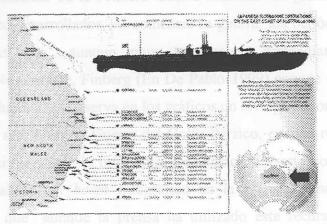


FIG. 3

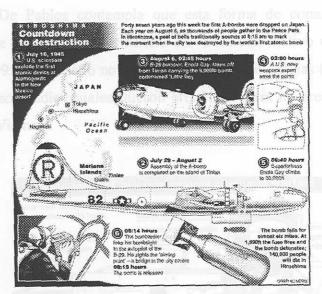


FIG. 4

La explicación gráfica aparecida durante las guerras no es algo novedoso, pues cuando se vislumbraba alguna señal de incertidumbre entre la opinión pública se

recurría a la antigua técnica del binomio gráfico y texto para ofrecer a los lectores un producto diferente (De Pablos, 1999).

Hasta el comienzo de la Primera Guerra Mundial los gráficos informativos permanecieron poco desarrollados. Al comenzar la guerra, los periódicos empezaron a publicar mapas que –aunque muy artesanales- pretendían localizar los acontecimientos. No obstante, Finberg (En De Pablos1999) expone que al estallar la Segunda Guerra Mundial, se observa en los gráficos un nivel superior de creatividad.

Pero no es sino hasta la Guerra del Golfo Pérsico, cuando realmente se va a dar inicio al renacimiento de la infografía periodística. En esto convergen muchos autores cuando hablan del *boom* infográfico en la prensa mundial. Colle –por ejemplo- sostiene que "aunque la prensa ha utilizado este recurso [la infografía] prácticamente desde su creación, hemos visto un fuerte crecimiento de su uso a partir de la guerra del Golfo" (1998: s.p.).

Igualmente De Pablos contempla que esta forma de comunicar mensajes "lamentablemente se hizo patente de manera universal con motivo de la guerra del Golfo Pérsico" (1999: 39), cuando no se contaba con las fotografías (Figuras. 5 y 6). Estas, y otros recursos audiovisuales, fueron prohibidas para no crear alarma social como sucedió con Vietnam.

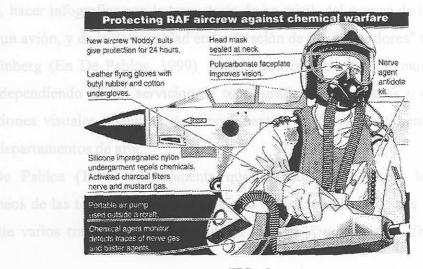


FIG. 5

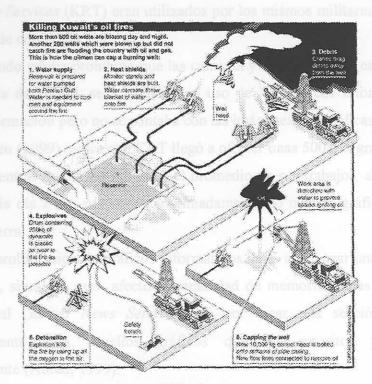


FIG. 6

En este sentido Abreu (1999) comenta que la demanda de los lectores, quienes se encontraban ávidos de comprender lo que estaba aconteciendo, estuvo bien aprovechada por los periódicos "para mostrar mapas a todo color de la zona en conflicto, hacer infografías con la trayectoria de un misil, del avance de las tropas, la caída de un avión, y de la desigualdad en la dotación de los contendores" (p.169).

Finberg (En De Pablos, 1999) señala que en este período muchos diarios seguían dependiendo de los servicios de redes gráficas, para mapas y otro tipo de informaciones visuales, mientras que unos cuantos periódicos decidieron crear sus propios departamentos de arte.

De Pablos (1999: 53) comenta que se pudieron conocer los cuarteles subterráneos de las tropas de Hussein gracias a las infografías. Además –comenta el autor- que varios trabajos infográficos de la agencia *Knight-Ridder Tribune News*

Information Services (KRT) eran utilizados por los mismos militares para informar a los medios de comunicación.

Cuando estaba prohibido que las cámaras y los periodistas captaran imágenes de la Guerra del Golfo, se incrementó el uso de los gráficos informativos pues se tenía la información pero no se contaba con las imágenes fotográficas.

Abreu (1999) indica que KRT llegó a ofrecer unas 500 infografías sobre temas bélicos. Mientras que la UPI duplicó el promedio de sus trabajos, al tiempo que AP enviaba cada día a sus suscritos aproximadamente 20 nuevos gráficos informativos sobre la guerra.

La proliferación de gráficos informativos llegó a alcanzar una cifra de más de 100 diarios, situación que afectó la capacidad de memoria de las computadoras y ante la cual *Gamnet News Service* optó por crear una sección independiente exclusivamente para aquellos gráficos que los suscritos podían solicitar eventualmente (Abreu, 1999).

Luego de la aparición de numerosas infografías de guerra, se logró que el lector adquiriera una mayor cultura visual. Igualmente se pudo demostrar las bondades de la infografía cuando no es posible tener fotografías. "La infografía periodística salvó parcialmente a la prensa del gran aprieto en el que se encontraba" (De Pablos, 1999: 52-53).

1.2.3. El caso español

Indudablemente que la prensa norteamericana ha jugado un papel primordial dentro de la evolución de los gráficos informativos, pues fue Estados Unidos quien vio nacer al gran pionero de la infografía periodística: El *USA Today*. Sin embargo, especial atención merece el caso de España, uno de los países europeos en el que más se ha implementado el uso de la infografía, por no decir que es en el que más se ha desarrollado desde el punto de vista periodístico.

En este sentido, vale la pena hacer mención de la explosión infográfica que se suscitó dentro de la prensa española, a tal punto de que fueron creados varios periódicos con una orientación básicamente gráfica.

Según De Pablos (1999) a finales de los años cincuenta, aparecían infografías en los trabajos de ciencia y técnica del semanario *Blanco y Negro*, firmados por Emilio Novoa. También durante los años ochenta en las páginas del semanario *Cambio 16*, de Madrid, se encuentran trabajos infográficos que nada tienen que envidiar de las obras actuales elaboradas por computador.

Pero no es sino a partir de 1990, cuando la infografía empieza a desarrollarse dentro de la prensa española. No obstante:

Los años que van de 1985 a 1990 son años de aprendizaje en España, en los que se empieza a asimilar y a comprender el concepto de infografismo. Aunque ni tan sólo en aquellos diarios en los que estaban naciendo secciones de diseño gráfico (...) se tenía claro en qué consistía esa técnica del infografismo (Serra, 1998: s.p.).

Solamente a partir de 1990, la prensa española comienza a abrir un espacio a las secciones de infografía. Serra (1998) cita, en especial, a la prensa editada en Madrid y Barcelona y –específicamente- a El País, El Periódico de Catalunya, La Vanguardia, La Voz de Galicia o El Correo Español/El Pueblo Vasco como el grupo de diarios emprendedores que comenzaron a darle a la infografía un importante lugar dentro de sus páginas.

A raíz de la celebración de las primeras jornadas sobre infografía, realizadas en Pamplona durante julio de 1989, se originó el Grupo de Usuarios Macintosh en Prensa. "Al año siguiente nacen *El Mundo* y *El Sol*, dos diarios que desde el primer momento expresan una clara voluntad de incorporar el infografísmo a sus páginas" (Serra, 1998: s.p.).

Tal como lo indica Abreu (1999), El Mundo buscó personal y equipos de calidad, figurando así como el primer periódico español en contratar los servicios de

KRT y AP. Al respecto, Serra (1998) comenta que el reconocido asesor de diseño periodístico -Jeff Goertzen- se incorporó también a la redacción del recién aparecido diario, consiguiendo que por vez primera en España el director de un diario diera poder de decisión al responsable de las infografías. A finales de 1991, Goertzen abandona la redacción de *El Mund*o para atender una oferta en *El Periódico de Catalunya*.

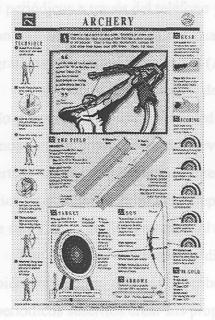
El periódico *El País*, que en un principio consideraba a la infografía como una especie de cómic, comenzó a usarla después que los diarios *El Mundo* y *El Sol* (De Pablos, 1999).

Pero todo el trabajo que se estaba realizando en los distintos diarios sólo se consolidó a partir de la Guerra del Golfo y de los Juegos Olímpicos, estos últimos llevados a cabo en Barcelona en 1992. "A mi entender las secciones de infografismo fueron presa de una especie de furor olímpico en el momento de plantearse la cobertura de los juegos (...) Se estaba preparando una 'guerra' y todos querían ganarla" (Serra, 1998: s.p.).

Se publicaron numerosos especiales con grandes despliegues de infografías. En *El País* se publicó una serie de pósters olímpicos (que también se están publicando actualmente en el marco de las Olimpiadas de Sidney); mientras que el día de la inauguración *El Periódico de Catalunya* obsequió a sus lectores un suplemento con los mejores infográficos realizados en España con motivo de las Olimpiadas.

Dicho suplemento fue realizado en colaboración con *El Mundo* que lo encartó en su magacín, y *Associated Press*, que lo distribuyó en todo el mundo con un gran éxito (Figuras 7 y 8). "Durante los días que duraron los Juegos Olímpicos se realizaron, además de estos casos especiales, numerosos gráficos" (Serra, 1998: s.p.).

Serra (1998) apunta que luego de los dos grandes esfuerzos realizados durante la Guerra del Golfo y en las Olimpiadas por las secciones de infografía, se produjo una especie de recesión. Se observó, un descenso no de calidad, sino en la cantidad de infografías elaboradas por parte de los medios de comunicación impresa.





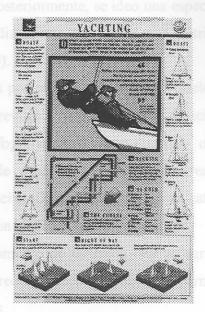


FIG. 8

1.2.4. La infografía, también en las agencias

Las tradicionales agencias de noticias no tardaron en incorporar la infografía como uno más de sus servicios. De igual forma, surgieron otras agencias únicamente destinadas a la producción de gráficos informativos. Tal es el caso de la ya citada KRT (*Knight-Rider/Tribune Information Services*) o de las españolas *Alta Press* y *Grafía*. Existen otros periódicos como *The New York Times* y *Los Angeles Times*, o – por ejemplo- la revista *Time* que venden sus gráficos a través de distribuidores (Abreu, 1999).

Julio Alonso (1998) –periodista y consultor de prensa de la agencia *Grafia*indica que el servicio de la empresa para la cual trabaja se compone de ocho a diez
gráficos diarios, divididos en dos apartados: actualidad y servicios. Estos últimos
incluyen los mercados bursátiles, las listas de las loterías y otros ocasionales.

Tanto la Associated Press (AP) como Reuter, Agence France-Presse (AFP) y Press Association cuentan con un servicio de infografía que comenzaron a transmitir

a los periódicos a través del teléfono y del fax. Posteriormente, se ideó una especie de buzón llamado *Presslink* (PL) el cual opera mediante una red digital que distribuye los gráficos en casi todos los países (Abreu, 1999).

Actualmente la producción de infografías por parte de las agencias suele ser, por lo general, numerosa. En una edición de la revista *Diseño* (1994), se mencionan algunos de los proveedores de servicios de infografía. AFP –por ejemplo- ofrece cobertura de los principales acontecimientos de América Latina en las áreas de política internacional, economía, deportes y ciencias. Diariamente envía, vía satélite, entre seis y ocho gráficos en español en color, o en blanco y negro.

Por su parte, AP remite a diario un promedio de cuatro a seis infografías, también vía satélite. Además, distribuye por correo un banco de datos que permite a los periódicos suscritos crear sus propios gráficos.

Euromeeting International, en cambio, tiene a disposición de los periódicos suscritos a sus servicios un archivo de más de 3.000 ilustraciones digitales, en color o en blanco y negro, y organizado por temas. El archivo se denomina Graphic Press y se encuentra en un formato abierto y con soporte en CD-ROM para Macintosh y PC Windows.

KRT transmite mensualmente una variedad de infografías acerca de una diversidad de temas, se encuentran disponibles las 24 horas y en español. Aparte, ofrece la Biblioteca de Gráficos KRT con acceso *on-line* a más de 12.000 gráficos, incluyendo mapas archivados a partir de 1986.

Por último Reuters News Graphics Service remite a sus clientes diariamente aproximadamente diez gráficos noticiosos, tanto en español como en inglés, y en color y en blanco y negro. Este servicio cubre temas políticos, económicos, sociales y deportivos de actualidad. El suscriptor puede también abonarse al archivo con más de 3.000 gráficos de carácter noticioso, recopilados a partir de 1990.

1.2.5. La llegada de la infografía a Venezuela

Para 1994, El Diario de Caracas introduce el color en sus páginas, al mismo tiempo que comienza a darle espacio a los gráficos informativos. Estos últimos se trataban básicamente en el área financiera, así como también en los espacios informativos de ciencia, deportes y sucesos.

Abreu (1999) advierte que, desde entonces ya se presentaba una disputa entre los periodistas y los que tenían a su cargo la parte visual. Los redactores luchaban por el espacio, pues consideraban al texto más importante que la imagen. En ese sentido Gerver Torres (En Abreu, 1999), director de *El Diario de Caracas* en ese momento, hacía la salvedad de que los periodistas buscaban convertir un gráfico en palabras, y reconoce la escasa formación de los mismos para enfrentar las nuevas necesidades que se presentaban dentro del periódico.

Los gráficos informativos cobraron auge entre 1985 y 1986, aunque la mayoría de lo que se publicaba eran cuadros estadísticos. Pero, en 1991, Jaime Nestares (Gerente de *El Diario de Caracas*) trajo un proyecto de España donde había estado prestando asesoría en el diario *El País*. Se trataba de implementar la infografía en Venezuela.

Lo que se tenía era muy escueto, pero se planteó a la directiva del periódico, quien colocó el plan en manos de Wilmer Ascanio ya que era el único que sabía manejar *Macintosh*.

Ascanio intentó formar, con los escasos recursos de los que disponía, un departamento de infografía. Para preparar su labor comenzó a recopilar diarios internacionales que ya utilizaban la infografía. Posteriormente recibió ofertas para formase en el área y partió hacia España.

Allí tuvo la oportunidad de asistir a cursos y seminarios, realizar una pasantía en *El País*, durante 1992, y de cursar estudios en la Universidad de Navarra. Al regresar a Venezuela la situación no era muy distinta y se comunicó con el español Nacho Catalán para que viniera a dictar cursos de capacitación.

En 1992, *El Diario de Caracas* atravesó por serios problemas económicos que lo llevaron a la quiebra. Por tanto, Ascanio siguió otros rumbos que lo hicieron llegar hasta *El Universal* por petición de Andrés Mata, quien había solicitado los servicios de Ascanio para la edición aniversaria. Luego de eso le pidió que se quedara a cargo de la jefatura del departamento de infografía.

De allí en adelante, *El Universal* –que siempre había estado reacio a introducir infografías en sus páginas- empezó a darle mayor uso. Más aún, después del relanzamiento del periódico en noviembre de 1996, el diseño cobró una importancia substancial para este diario.

La competencia –El Nacional- reaccionó ante tal cambio, e introdujo también el uso de infografías. Incluso, desde comienzos de 1998 Ascanio se encuentra laborando para el departamento de infografía de dicho periódico. Aunque, anterior a tal fecha, ya existía un equipo realizando trabajos infográficos en El Nacional.

Para 1996, el equipo que trabajaba bajo la dirección de Ascanio en *El Universal*, estaba conformado por: Antonio Vega, Mauricio Lemus, Wilmer Márquez y Rayma Suprani. En el caso de *El Nacional* se trataba de: Oscar Sotillo, Juan Manuel Ortiz y Juan Carlos Flores (quien estaba como coordinador del departamento de infografía).

Desde entonces la situación de la infografía en Venezuela no ha cambiado mucho, ya que *El Nacional* y *El Universal* siguen siendo los únicos periódicos del país que poseen departamentos de infografía constituidos.

Otros diarios han hecho algunos intentos pero no han dado buenos resultados. *El Globo*, por ejemplo, contó con Wilmer Márquez pero luego este se retiró. En el diario *Economía Hoy*, no se contaba con un departamento de infografía, pero sí llegaron a realizar algunos intentos de infografíar durante la Guerra del Golfo.

El diario 2001 también llegó a producir algunas infografías a cargo de Milfri Pérez, pero su permanencia en este medio fue muy breve. Actualmente, la publicación de infografías en dicho periódico es esporádica y, casi siempre, son de agencia.

En vista de las pocas alternativas de formación en el área que existen en el país, tanto en *El Nacional* como en *El Universal*, han demostrado constantemente un interés en formar y adiestrar al personal del departamento de infografía.

En 1996, Mario Tascón –ex director de infografía de *El Mundo*, de España-, y Tomás Ondarra –de *El Correo de Bilbao*- dictaron un seminario en el departamento de infografía de *El Universal*. De igual forma, en *El Nacional*, Nacho Catalán dictó una cátedra teórico-práctica, igualmente al departamento de infografía (Abreu, 1999).

ontornos, de la que el hombre se ha servido siempre para expresar sus sentimientos (2000 s.p.)

renterial de una persona, cosa o situación". Pero, lejos de pretender exponer una teoria de la imagen -cuyas disquisiciones escapan a este trabajo- la intención es dejutedar cómo la imagen llega a convertirse en una herramienta para transmitir triformación y cómo es posible que, al sistematizarla, se pueda utilizar como recurso periodistico.

De Pablos argumenta que "la presencia de los elementos no textuales ha uyudado a la comprensión del mensaje presentado en formato literano, ha facilitado el entendimiento del mensaje escrito" (1993: 257). Por tal razón, podría decirse que cichos elementos han encontrado un lugar importante dentro de los medios de comunicación, quienes tienen la responsabilidad de transmitir informaciones

"La imagen tiene cada vez mayor presencia en la comunicación actual (a) para intentar comunicar mejor a los demás lo que nos interesa (Valero, 1999 a p.)"

Es por ello que los medios han encontrado en el lenguaje visual un aliado que les facilita la terea de llegar al receptor.

Ahora bien, Colle señals las bondades del lenguaje visual con respecto al lenguaje verbal, pues indica que el primero es más sintético ya que "el proceso de comprensión (...) se inicia en el conjunto para investigar luego las partes" (1998; s.p.).

CAPÍTULO 2. ALGUNAS DEFINICIONES Y CONCEPTOS

2.1. El lenguaje visual

La imagen es un elemento clave dentro de los procesos de comunicación, ya que busca transmitir determinado tipo de mensajes. A juicio de Abreu, "la imagen como expresión es aquel tipo de reproducción -icónica o gestual- de los contornos en contornos, de la que el hombre se ha servido siempre para expresar sus sentimientos" (2000: s.p.).

Por otra parte, para Olga Dragnic (1994: 32) la imagen es "la representación material de una persona, cosa o situación". Pero, lejos de pretender exponer una teoría de la imagen –cuyas disquisiciones escapan a este trabajo- la intención es dejar claro cómo la imagen llega a convertirse en una herramienta para transmitir información y cómo es posible que, al sistematizarla, se pueda utilizar como recurso periodístico.

De Pablos argumenta que "la presencia de los elementos no textuales ha ayudado a la comprensión del mensaje presentado en formato literario, ha facilitado el entendimiento del mensaje escrito" (1993: 257). Por tal razón, podría decirse que dichos elementos han encontrado un lugar importante dentro de los medios de comunicación, quienes tienen la responsabilidad de transmitir informaciones.

"La imagen tiene cada vez mayor presencia en la comunicación actual (...) para intentar comunicar mejor a los demás lo que nos interesa (Valero, 1999: s.p.)". Es por ello que los medios han encontrado en el lenguaje visual un aliado que les facilita la tarea de llegar al receptor.

Ahora bien, Colle señala las bondades del lenguaje visual con respecto al lenguaje verbal, pues indica que el primero es más sintético ya que "el proceso de comprensión (...) se inicia en el conjunto para investigar luego las partes" (1998: s.p.).

Según él la percepción de la globalidad es inmediata, se logra al instante. Contrario a lo que sucede con el lenguaje verbal, el cual es analítico porque la comprensión del mismo "surge del estudio de las partes y de la aprehensión de sus nexos" (1998: s.p.).

En este sentido, resulta evidente que la unión del lenguaje verbal con el visual puede convertirse en una fórmula mejorada que supera las posibilidades que ambos lenguajes ofrecen por separado para transmitir mensajes. De hecho Valero indica que las imágenes "se integran junto con el texto escrito en la elaboración de mensajes de actualidad inmediata, con la rapidez de fabricación que todo ello requiere, con su fácil reproducción y difusión" (1999: s.p.).

Gaffré aconseja que desde el momento en que se presenta un acontecimiento "debemos buscar todas sus inferencias, segmentar el texto en diversas unidades, agregar imágenes y gráficos para crear un panorama completo y dar al lector los medios para efectuar elecciones rápidas" (1994: s.p.).

2.2. Hacia una definición de infografía

Podría decirse que no existe una definición consensuada o al menos unificada de lo que es o pretende ser la infografía. Sin embargo, es necesario exponer lo que piensan algunos expertos, destacados en la práctica de la infografía.

George Rodrick, director de la agencia KRT, considera que "un gráfico informativo es el matrimonio de la información y la presentación" (En García, 1998: s.p.). En este sentido Peter Sullivan (En Goertzen, s.d.: s.p.) sostiene que el trabajo infográfico "es una parte esencial de un periódico diario porque es la única forma económica y rápida de presentar determinadas informaciones. Las palabras proporcionan la narrativa las fotos evocan el ambiente, pero se necesitan gráficos para explicar los hechos".

Así mismo, Richard Curtis (En Goertzen) -subdirector de infografía y fotografía del USA Today- piensa que la infografía "es la transmisión de noticias de

forma visual" (s.d.: s.p.). Por otra parte Goertzen enfatiza que la infografía "es periodismo en su sentido más estricto, porque su objetivo principal es informar a los lectores" (s.d.: s.p.).

Para Gaffré la infografía es uno de los tres lenguajes de la información que se pueden combinar en un diario y destaca que "tal como la conocemos hoy, es un lenguaje relativamente nuevo en los periódicos. Ella une la imagen y el texto en una alquimia compleja" (1998: s.p.).

Según el libro de estilo del departamento de infografía del periódico *El Mundo*, de España "un gráfico informativo es una compilación de datos o material presentado de una forma visual" (En Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.: 7). Valga la pena señalar que el término gráficos informativos se emplea aquí como sinónimo de infografías.

Jordi Clapers -redactor jefe de infografía de *El País*- la define como "la representación visual y secuencial de una noticia o información (un hecho, acontecimiento o tema periodístico)" (1998: s.p.).

Otros investigadores del tema también han intentado formular una definición para tratar de aclarar su naturaleza y distinguirla de otras formas de expresión, utilizadas igualmente en prensa. Pegie Stark (En Leturia), del *Poynter Institute for Media Studies*, argumenta que los infográficos son "una combinación de palabras y elementos visuales que explican los acontecimientos escritos en el artículo y sitúan a la historia o a sus protagonistas en un contexto determinado" (1998: s.p.).

Por otra parte, Peltzer indica que los infográficos o infogramas –términos utilizados por este autor para referirse a las mismas infografías- "son expresiones gráficas más o menos complejas, de informaciones cuyo contenido son hechos o acontecimientos, la explicación de cómo algo funciona, o la información de cómo es una cosa" (1991: 5).

Entre tanto, Colle describe al infógrafo -voz empleada por el autor para hablar de la infografía- como "una unidad espacial en la cual se utiliza una combinación (mezcla) de códigos icónicos y verbales para entregar una información amplia y

precisa, para lo cual un discurso verbal resultaría más complejo y requeriría más espacio" (1998: s.p.).

2.2.1. Acerca de la exactitud del término

En el intento por definir, se presentan algunas imprecisiones: Infográficos, infogramas, infógrafos, gráficos informativos, infos. Todas estas formas son utilizadas por diversos autores al referirse a las infografías y, aunque unas son más frecuentes que otras, es preciso saber de dónde viene el término y cuál es la forma correcta de utilizarlo.

Para ello, De Pablos (1999: 229-230) hace una propuesta de normalización lingüística con el objeto de evitar confusiones al usar diferentes términos para decir lo mismo, pudiendo generarse una falta de entendimiento. Así mismo, tales sugerencias establecidas por el mencionado autor serán utilizadas para efectos de la presente investigación, con la intención de mantener un estilo en cuanto a los términos empleados. En este sentido vale la pena destacar las sugerencias de De Pablos de la siguiente forma:

- ➤ Infografía, infografía periodística o infoperiodismo se utilizan para referirse a la información gráfica no analógica (como la fotografía) incluida en medios periodísticos.
 - > Info es una abreviación de infografía, de igual forma que una "foto" lo es de fotografía.
- Infograma son cada una de las partes de una infografía, "del mismo modo que a los cuadros de una producción cinematográfica los llamamos fotogramas: la unión de todos los fotogramas son el filme; aquí la unión de todos los infogramas son la info".

- ➤ Infógrafo es "la persona que realiza infografías, de igual manera que a quien hace fotografías se le denomina fotógrafo. No es recomendable la voz infógrafo como sinónimo de infografía o info".
- Infografista es "sinónimo de infógrafo, pero menos adecuado que aquello".
- > Infográfico es el "adjetivo empleado para hacer referencia a la infografía".
- > Infografismo esta voz es "empleada, pero poco, como sinónimo de infografía o infoperiodismo".

Por otra parte hay que acotar es que el vocablo "infografía" aún no ha sido aceptado por la Real Academia Española. Así lo destaca Valero (2000b: s.p.) al mencionar que, a pesar de que están de moda, las voces infografía e infográfico aún no figuran en el Diccionario de la Real Academia Española, debido a la juventud de ambos términos.

Peltzer explica que el vocablo infografía tiene su origen en "la traducción literal de un término norteamericano: *infographics*" (1991: 2), el cual quiere decir información gráfica. Al respecto Valero (2000b: s.p.) opina: "Ni el vocablo info viene de informática ni grafía viene del concepto de animación que hoy se le pretende dar".

Coincidiendo entonces con De Pablos (1999) quien sostiene que -aunque informática signifique información automática- info no viene de informática sino de información, y en este caso se refiere a información escrita; grafía viene de gráfica.

Tanto Valero (2000b) como De Pablos (1999) convergen en que la infografía ya existía mucho antes de la llegada de la informática, pero no se llamaba así. El término se comienza a emplear luego, lo que no significa que la infografía tenga que estar ligada a la máquina informática.

"Tampoco infografía es lo mismo que información gráfica, puesto que hay otras formas en el periodismo que también lo son", aclara Valero (2000b: s.p.). Generalmente a las infografías se les llama gráficos, algunas veces para abreviar y en otras ocasiones por lo ambiguo y amplio del término gráfico.

En este sentido "Harold Evans –antiguo director del *Times* de Londresconsidera gráficos (*graphics*) sólo a un tipo muy concreto de información visual, y llama arbitrariamente (según sus palabras) *facts graphics* o *information graphics* a los que considera informativos" (Peltzer, 1991: 1).

Peltzer menciona que para Evans "sólo son información las imágenes que contienen explicaciones textuales. Para él lo principal no son las imágenes, sino la información textual" (1991: 2).

Al parecer de Valero no se puede considerar infografía a cualquier combinación de imagen y texto, "una cosa es la infografía general y otra la infografía informativa de prensa" (2000b: s.p.). De Pablos (1993) también hace la distinción, pues señala que en el área publicitaria también ha sido explotada esta área.

2.2.2. Infografía periodística

Como ya vienen señalando algunos autores, se hace evidente la necesidad de distinguir la infografía de la infografía periodística. Pues es esta última la que aquí interesa y la que está vinculada con el ejercicio del periodismo. En este sentido, es importante mencionar las diferencias que entre una y otra hace Abreu (1999: 56):

1) La infografía periodística tiene como referente la realidad; la infografía puede tenerla, más no necesariamente ha de ser así; 2) La infografía periodística siempre va acompañada (...) de un entorno lingüístico; la infografía, por lo general, no; 3) La infografía periodística se reproduce en una superficie bidimencional; la infografía suele ser tridimencional; 4) La infografía periodística se basa en la actualidad noticiosa; la infografía no.

Para Valero la infografia informativa de prensa "es un producto del infoperiodismo en cualquiera de los canales, soportes y procesos de fabricación" (2000b: s.p.).

Así mismo piensa De Pablos (1993: 275), quien señala que "la infografía periodística es un nuevo género informativo o nueva tecnología aplicada al periodísmo impreso, potenciada en los últimos cuatro o cinco años (...)", además agrega: "Infoperiodismo es a infografía en general lo que teleperiodismo es a televisión o fotoperiodismo a fotografía. (...) no toda la televisión ni toda fotografía son periodísticas (...) por eso conviene matizar el carácter periodístico de esta infografía" (1999: 43).

Aunque la gran mayoría de las definiciones expuestas acercan la infografía a la práctica periodística, hay quienes –como De Pablos- la involucran por completo al considerarla un género periodístico, que para algunos es nuevo y para otros ya lleva cierto tiempo usándose en la prensa escrita. De Pablos (1999) y Valero (1999) aclaran que lo nuevo es el término, pues como ya fue argumentado, la práctica como tal es usada en la prensa desde tiempos remotos.

Casasús (En De Pablos, 1999: 40) expresa que entre las características del periodismo actual y del futuro cercano, se encuentra "la aparición en prensa del infográfico como un nuevo género periodístico".

Mario Tascón, ex jefe de infografía de *El Mundo* -de España-, y Tomás Ondarra (En Abreu, 1999: 65) sustentan que "la infografía es un nuevo género donde lo primordial es informar mediante el uso del aspecto gráfico y visual".

Entre tanto, Abreu construye una definición de infografía a partir de la cual explica que se trata de "un género periodístico iconográfico que permite anticipar, reconstruir o representar cómo ocurren aquellos hechos, acontecimientos o fenómenos (...) a través de la integración de imágenes y palabras, para una mejor comprensión del mensaje por parte del lector" (1999: 74).

Ascanio (1999) dice que la infografía se puede entender "como la presentación de una noticia en forma visual para explicar los acontecimientos y situarlos con sus protagonistas en un contexto determinado. De esta manera, las infografías cumplen con el objetivo primordial del periodismo: informar" (s.d.: s.p.).

En su investigación, Romero considera la infografía un nuevo género que consiste en "una combinación de dibujos, ilustraciones o fotografías con una serie de hechos, en una forma que llama la atención de su audiencia, al mismo tiempo que la informa" (1996: 59).

2.2.3. El "porqué" de la voz género

Como se mostró anteriormente, una buena parte de los autores mencionados convergen en que la infografía es un género periodístico. No obstante, es preciso destacar algunos argumentos que validan tal señalamiento.

En este sentido, Abreu (1999) considera que la infografía es un género por cuatro motivos esenciales: En primer lugar, porque tiene una estructura claramente definida; segundo, porque tiene una finalidad; tercero, porque posee marcas formales que se repiten en diversos trabajos; y cuarto; porque tiene sentido por sí misma.

Con respecto a la autonomía de la infografía, De Pablos sostiene que al integrarse textos informativos en gráficos específicos, "surge un nuevo producto periodístico, que puede ser complementario e ilustrativo de una formación textual o adquirir autonomía informativa propia" (1993: 275).

De Pablos se apoya en la definición de género que aparece en el Diccionario de la Real Academia Española, según la cual "es el 'conjunto de seres' que tienen uno o varios caracteres comunes, que van a ser precisamente los que agrupan y los que han de modelar su tipología" (1999: 39).

Con base en esto –explica el autor- se puede decir que los distintos tipos de información gráfica poseen uno o varios caracteres comunes, y que dichos rasgos facilitarán la aplicación del término género.

De igual forma, De Pablos menciona que "por su novedad en el ambiente académico apenas ha sido objeto de atención o estudio" (1999: 39). Por tanto, no es de extrañar que en obras recientes sobre géneros periodísticos como *El discurso periodístico* (Baena, 1999) no se haga mención a la infografía.

Tal como indica Baena (1999: 23) los géneros periodísticos "son los diversos formatos que utilizamos para escribir o expresar los sucesos, y estos pueden ir desde la mera descripción de un suceso hasta el comentario reflexivo o especializado del mismo".

Valero (2000b) compila en dos rasgos esenciales las características de la infografía que la acercan a la definición de género: En primer lugar, que la infografía es una aportación útil a la comunicación de informaciones en la prensa periódica impresa; y como segundo rasgo, que contiene características de visualidad.

"En definitiva, se aprecian unos rasgos útiles a la comunicación (en diferentes grados), ya que tienen tres características esenciales de la misma, como la información, significación y funcionalidad" (Valero, 2000b: s.p.).

Clapers (1998) menciona las características que –a su juicio- debe poseer un gráfico informativo para que pueda ser considerado con fines periodísticos. Por una parte, dice que debe tener autonomía, es decir, no redundar sobre lo mismo que dice el texto. Luego, destaca que debe ser veraz y no debe desvirtuar el mensaje ni inventar datos para rellenar espacios. Por último, sostiene que debe ser claro para ayudar al lector a entender el contenido de la noticia.

2.2.4. Infografía: ¿Para qué?

Goertzen (s.d.) comenta que aunque aún existen redactores y directores que no saben lo que es un gráfico informativo o que apenas lo conocen, cuando llegan a descubrirlo rechazan la idea de utilizarlo para sus trabajos porque incurren en varias ideas erróneas. En este sentido, el autor expone algunos ejemplos que ilustran tal argumento.

En primer lugar hay periodistas que consideran que sus artículos no serán leídos si van acompañados de infografías. Mucho redactores temen "que si su artículo va acompañado de un elemento visualmente atractivo que al mismo tiempo posee información, la gente leerá y estudiará el gráfico en lugar de leer su artículo" (s.p.).

Señala que tal forma de pensar es un mito, pues el gráfico sólo representa una muestra de la noticia, "y luego el artículo expone la información completa" (s.p.).

Por otra parte –dice Goertzen- se encuentran los periodistas conservadores "que prefieren el periodismo de toda la vida. (...) páginas grises con pocas fotos y una ausencia casi total de gráficos"(s.p.). Lo que este grupo no comprende es que se hace necesario cambiar con el tiempo. "Los lectores de hoy quieren recibir información rápidamente, y los gráficos se la proporcionan al instante" (s.p.).

Por último, Goertzen menciona la categoría de escépticos "que prefieren el periodismo de patrón antiguo 'sin extras'", y que además perciben la infografía como algo que requiere: "Más tiempo, más empleados, más dinero y más problemas" (s.p.).

"Por muchos prejuicios que se opongan al uso de gráficos en un periódico, hay una cosa que no puede discutirse: (...) Los artículos informativos tienen fuerza, y cambian la forma en que las personas leen la prensa" (Goertzen, s.d.: s.p.)

Ascanio (1999: s.p.) coincide igualmente con respecto a la finalidad de las infografías al señalar: "La función de una infografía es transmitirle al lector un acontecimiento o proceso a través de imágenes de una manera ágil, clara y sencilla".

De Pablos argumenta que la infografía "es singularmente útil para lectores veedores o lectores—scanners, quienes se limitan a buscar los elementos más visuales del diario (...) y quienes tienen menor capacidad intelectual o habilidad para la lectura" (1993: 275).

Un estudio llevado a cabo – por el *Poynter Institute for Media Studies*- en la población estadounidense demostró que:

(...) de los gráficos e ilustraciones que aparecen en un periódico, se mira y procesa el 80%; las fotos, un 75%; los titulares, un 56%; la publicidad, 52%; los breves, un 31%; los ladillos, un 29%; y finalmente, del texto presentado en los periódicos norteamericanos, sólo se lee o se procesa el 25%" (Goertzen, s.d.: s.p.).

Goertzen concluye que mediante este estudio queda demostrado que "como lectores, a todos nos atraen las imágenes. Puesto que los gráficos tienen la capacidad de cambiar nuestra manera de leer la prensa" (s.d.: s.p.).

Pero la infografía es útil no sólo para atrapar al lector, sino que también tiene un valor que realza el contenido del artículo y fija más las noticias. De manera que se convierte en una herramienta de apoyo al trabajo periodístico, el cual tiene como primer objetivo informar.

De Pablos destaca las bondades de la infografía, pues -a su parecer- "es una magnífica forma de responder al cómo, hasta el punto que podría denominarse "comografía" (1999: 227).

Clapers (1998) agrega que la infografía sirve para clarificar la información e incrementar la veracidad del contenido del mensaje. Así mismo, indica que el lenguaje infográfico es un lenguaje con autonomía propia, de hecho –acota- que "a partir de un gráfico se puede escribir el artículo. Un buen gráfico debe tener sentido incluso para quien no ha leído la noticia" (s.p.).

De Pablos (1999) hace mención de la transferencia visual como la capacidad que tiene una noticia de ser comunicada, además de literariamente, "de forma gráfica (...) creada por el artista, para evidenciar su contenido y facilitar su comunicación" (p. 30).

Una encuesta realizada (De Pablos,1999) demostró que quienes reciben una información de prensa acompañada de una infografía se quedan con mayor número de ítems informativos y se confunden menos, lo que parece implicar que hay un mejor enriquecimiento informativo entre quienes encuentran el texto en compañía de la info.

En este sentido Leturia (1998) considera que el gráfico puede ser el último recurso para contar una historia. Así mismo, explica que las infografías permiten que aquellos temas complicados —que de ser explicados con el puro texto se perderían-puedan ser entendidos de manera rápida y entretenida. De igual forma, agrega:

(...) la información numérica, del tiempo, estadística y muchas otras serán más efectivas que siendo ilustradas 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 (s.p.).

Igualmente Abreu coincide con los demás autores al resaltar las cualidades que ofrece la infografía y que -en cierta forma- justifican su uso. Según él, "a través de la infografía el lector puede reconstruir hechos, acciones y escenarios. (...) es decir, se reconstruye un suceso para su mejor comprensión" (1999: 81).

García (1998) sostiene el anterior planteamiento al mencionar que las infografías también se han introducido en las secciones de crónicas especiales y hace énfasis en que gracias a la elaboración de gráficos informativos bien diseñados, se ha logrado "introducir a los lectores en temas que, de no haberse empleado, podían haber sido totalmente ignorados por los lectores"(s.p.).

"Lo cierto es que un gráfico sirve mejor para contar una noticia que un artículo", opina Goertzen (s.d.: s.p.). En este contexto, Gaffré (1998) indica que "la infografía se ha vuelto una herramienta indispensable de nuestro abanico redaccional" (s.p.).

Por otra parte De Pablos (1999), con base en los dos estudios realizados para su libro "Infoperiodismo" concluye que:

(...) al parecer ha quedado demostrado que la infografía es una buena herramienta visual. (...) porque además de decirnos lo que pasó, nos informa de cómo sucedió, tarea que no puede cumplir la fotografía La info, con decir el cómo, ya supone un paso informativo más (p. 220).

Colle se hace partícipe de esta idea al expresar que el objeto de la disciplina infográfica consiste en: "Lograr una buena información recurriendo principalmente al

lenguaje visual (...) auxiliado por el lenguaje verbal para aportar precisiones no visualizables (Colle, 1998: s.p.).

En búsqueda de una clasificación

Conio ya se pudo observar anteriormente, muchos autora diferencias entre gráficos informativos e infografia, o entre gráficos e infografia. Pero lo cierto es que aún no se ha establecido una clasificación homogénea o por la mil se puedan regir los departamentos de los periódicos. Incluso, hasta se pode a que cada departamento ha diseñado su propia clasificación. Esto en gran parte consenso de los periódicos de puedo observar al municipa de definir infografía.

No obstante, hay quienes se han dedicado a estudiar las diferentes visuales (no fotográficas) utilizadas en prensa con el objeto de buscar un manero que defina a cada una de ellas. Peltzer (1991) -por ejemplo- dedica noto de su libro al estudio de lo que él llama "generos informativos visuales de la dedica de lo que él denomina "formas afines a la infografia".

De Pablos (1999) hace una diferenciación entre información gráfica analógica. Esta última para llamar a la force de la información gráfica no analógica para el resto de la información visual que un es la fotográfica.

Pero como el propósito de esta investigación no consiste en el una distinción entre la infografía y el resto de las modalidades de gráficos recurrir a los hallazgos que otros investigadores han podido realizar esta tal punto. De esta forma se expondrá una clasificación conforme a la composición recopilada.

CAPÍTULO 3. GRÁFICOS INFORMATIVOS EN PRENSA: CLASES Y USOS

3.1. En búsqueda de una clasificación

Como ya se pudo observar anteriormente, muchos autores establecen diferencias entre gráficos informativos e infografía, o entre gráficos e infografía. Pero lo cierto es que aún no se ha establecido una clasificación homogénea o por la cual se puedan regir los departamentos de los periódicos. Incluso, hasta se podría decir que cada departamento ha diseñado su propia clasificación. Esto en gran parte recae sobre el hecho de que tampoco existe consenso –como ya se pudo observar- al momento de definir infografía.

No obstante, hay quienes se han dedicado a estudiar las diferentes formas visuales (no fotográficas) utilizadas en prensa con el objeto de buscar un concepto que defina a cada una de ellas. Peltzer (1991) -por ejemplo- dedica todo un capítulo de su libro al estudio de lo que él llama "géneros informativos visuales". Por otro lado Abreu (1999) -en su trabajo de investigación- intenta distinguir la infografía periodística de lo que él denomina "formas afines a la infografía".

De Pablos (1999) hace una diferenciación entre información gráfica e información gráfica analógica. Esta última para llamar a la fotografía y la información gráfica no analógica para el resto de la información visual que no es la fotográfica.

Pero como el propósito de esta investigación no consiste en establecer una distinción entre la infografía y el resto de las modalidades de gráficos, es necesario recurrir a los hallazgos que otros investigadores han podido realizar, con respecto a tal punto. De esta forma se expondrá una clasificación conforme a la información recopilada.

Abreu (1999) deja claro la infografía es una modalidad de gráfico informativo, lo cual no quiere decir que todo gráfico informativo sea una infografía. "El problema –señala Abreu- es que muchos emplean ese neologismo [la infografía] para incluir dentro de él todo aquello que se parezca a una representación gráfica" (p.112).

Así mismo, marca diferencias entre los gráficos, las infografías y los mapas. Considerando entonces a los gráficos estadísticos, mapas, redes, tablas y cajas de hechos como formas afínes con la infografía. Con la salvedad que a todos los incluye dentro del "saco" de los gráficos informativos.

La diferencia entre unos y otros -piensa Abreu- radica en que "en la infografía el dibujo se asemeja al referente; en cambio, en otras modalidades, como los gráficos estadísticos, suelen tener un grado de abstracción elevada" (1999: 119).

Peltzer (1991) hace una clasificación parecida, pues separa a los gráficos de las infografías. Según él, los géneros o códigos visuales se pueden dividir en siete grupos, a saber: Gráficos, infográficos, mapas, símbolos, ilustraciones, cómics e iconografía animada.

De Pablos (1999), en cambio, utiliza la premisa "diferentes formas de información gráfica no analógica" para proponer una clasificación. Allí incluye tanto los llamados gráficos estadísticos como también lo que denomina diagrama periodístico o infografía periodística.

Por su parte Ascanio (1999) describe la variedad de diseños que se pueden desarrollar en un departamento de infografía, haciendo distinción entre gráficos, tablas, organigramas y mapas de ubicación.

Contrario a las opiniones anteriormente expuestas, Leturia (1998) engloba los gráficos, mapas, tablas y diagramas dentro de la categoría de infográficos. Así mismo hace Clapers (1998), quien coloca como ejemplo de infografía a los mapas, diagramas, ilustrativos y secuenciales.

De igual forma, es necesario tomar en cuenta la clasificación que Goertzen sugiere para *El Periódico de Catalunya* (de quien fue asesor). No dista mucho de las anteriores, sólo que a todas las modalidades las encierra dentro de la palabra gráficos.

"Tenemos seis opciones con los que transmitir la información a nuestros lectores en forma de gráfico. Como quebrada o fiebre, barras, queso, tabla o listado, mapa de localización o como diagrama" (s.d.: s.p.).

Finalmente, se tiene la clasificación que ha estructurado el Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa (s.d.), la cual será empleada a los fines de esta investigación y a la que se agregarán las definiciones de otros autores.

3.2. Tipos de gráficos informativos

Los gráficos informativos encierran dos categorías básicas: los gráficos informativos estadísticos y los no estadísticos (Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.).

3.2.1. Gráficos informativos estadísticos

"Es la representación cuantitativa, por medio de figuras geométricas, de datos numéricos o estadísticos de cualquier clase, que permitan una mejor comprensión del fenómeno representado" (Abreu, 1999: 121). Con base en la clasificación de Nigel Holmes (En Peltzer, 1991) y De Pablos (1999) se pueden dividir en:

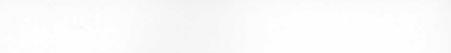
De fiebre: Consisten en "una visualización de cantidades, elaborada con base en un período de tiempo y mostradas conjuntamente" (Holmes en Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.: s.p.). Son especialmente apropiados para mostrar la fluctuación de un valor en un tiempo determinado (Goertzen, s.d.). Están compuestos por: un eje "Y" (escala vertical), que representa las cantidades y está dado con un tipo de medida; un eje "X" (escala horizontal), que representa tiempo y se da en un tipo de medida diferente al anterior; y —por último— una línea que une los puntos que

coinciden en "X" y en "Y" (Figuras 9 y 10). Sus usos más apropiados son: cuando se miden cambios de cualidad en un largo período o en distintos lapsos de tiempo, en series de situaciones financieras (índice de *stock*, inflación, intereses, precio del dólar, entre otros), o para registrar números de años, meses, días, horas o temperaturas del mes (Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.).

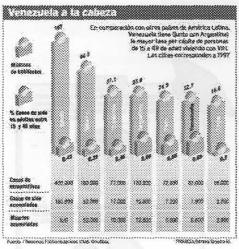




De barras: Son elementos (verticales u horizontales) "que comparan cantidades cuando el tiempo no es un componente de los datos. Sólo requiere una escala de valores. La altura o longitud de cada barra es una representación de la cantidad (o número) que representa" (Goertzen, s.d.). Se utilizan para comparar dos o más cifras o elementos que cambian en un período de tiempo o también para mostrar diferentes ítems originados desde una base común (Figuras 14 y 15).







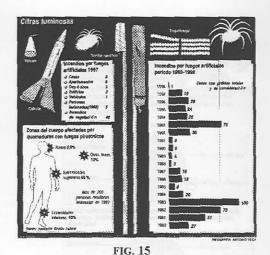


FIG. 14

De torta: También se conocen con el nombre de pastel o de queso, y se representa con un círculo dividido en porcentajes para comparar los tamaños relativos (Goertzen, s.d.). Son el método más adecuado para indicar los porcentajes de una totalidad. "La torta total representa 100% y los trozos de la torta son divisiones medidas de acuerdo con la magnitud del porcentaje que le corresponde a cada trozo individual" (Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.). No necesariamente tienen que representarse en tortas, también es posible dividir otros objetos que se relacionen con el tema (Figuras 16 y 17).

Tablas: "Son una agrupación de números o palabras ordenadas dentro de columnas y barras, que se utilizan principalmente para establecer comparaciones" (Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.). Son más apropiadas cuando se tiene que mostrar una información que contiene muchos números y que deben ser leídos con cuidado (Peltzer, 1991). Acostumbran ser una solución alternativa cuando la información resulta muy compleja para llevarla a un gráfico de fiebre, de barras o de torta (Goertzen, s.d.) (Figura 18).



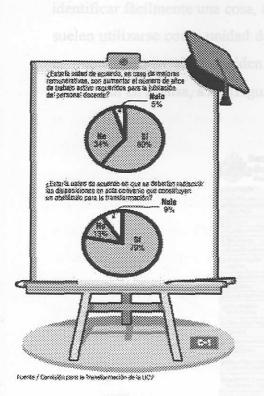


FIG. 16

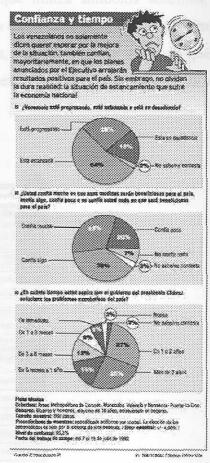


FIG. 17



FIG. 18

Diagramas o esquemas informativos: Estas formas "simplifican los acontecimientos complicados. Ofrecen una idea del qué, cuándo, como, y por Pictogramas: Se trata de un gráfico que utiliza símbolos sencillos, para identificar fácilmente una cosa, un hecho o una serie de ellos. "Estos símbolos suelen utilizarse como unidad de medida, diseñándolos de tal forma que sean reconocibles aún si se dividen en partes" (Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.) (Figura 19).

de Infra		
Resumen o	brae y p	royedos 🚟
		Facility at fermina 2000 2001 2005
ag Photo rasaridoto Puoto Russi	28.83	\$6600 BESCHOOLS
g(\$):deades	9.83	200000000000000000000000000000000000000
96 C000020 10802010	6,99	660 TOTAL TOTAL
ge Otro-Atlanços	18.60	200
N Suchecuta wasooo	1,78	383000000000
ge Dudroi fornetisc grandèris	73.64	9999 9999 IIII
ga Chipsolide pion stones	8,92	8600F0 S600 7.1(1.1.1)
e" Yosai Maris	171,89	
et japoko taskoones	74,66	666660000000000000000000000000000000000
efrediosos	18,67	65666 66668 : 1111
¥ª Responde agreedore	557,28	Salation Salation
gFVIldendek	299.54	90009 20009 2000
air (Fobbled pernorfeebb	244.53	888666888888888888888888888888888888888
✓ Total Midbs	764.67	
ga Novemberto y considerios. Sentra de patiens	េះទ	160000100000000000000000000000000000000
gehabilitation visestation sector consoverations	7.59	90000000000CITS
ge Helvestrocke v Hoosestrocker Seeme Hoppe H	5.00	9000010013131
90 Recogniscos Galande Opocoec	8,87	8000 H 1 1 1 H 1 1 1
gg Frecoporacione endosos altra de concordeo Dicarros esta	2.88	900099000000000000000000000000000000000
gr Pidudoktoon attende Barass Citos	0.58	8880CCTTTCTT
ge Gablos, solo polytici pisemioso. sociolobri a entrigenti ale	274	8880:0000000
→ Tobal Hidoocepitus	30,55	
sel-Extenses	6.94	SERVICE REAL (3.73.17)
≈ Yodel Avseep	3,34	\$60000 1000 TO 1000
in direct total	893.48	3

concuerdan con lo que son los di FIG. 19. Según su finalidad se made handa

3.2.2. Gráficos informativos no estadísticos espanden a los que la las que la

Según la clasificación que hace el Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa (s.d.), pueden ser:

Diagramas o esquemas informativos: Estas formas "simplifican los acontecimientos complicados. Ofrecen una idea del qué, cuándo, cómo, y por

qué de los acontecimientos" (Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.). También son denominadas por De Pablos como "la infografía por antonomasia, sin que esta preferencia signifique desprecio alguno hacia las otras formas" (1999:39). Barnhurst (En Leturia, 1998: s.p.) coincide con De Pablos, pues piensa que un diagrama es más apropiado que los números o la prosa "cuando el propósito del cuadro es mostrar cómo se ve o funciona algo". Leturia explica la utilidad de los diagramas e indica que con ellos "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" (1998: s.p.). En este sentido, Goertzen (s.d.) señala que son el tipo más complejo de gráfico informativo. Mientras tanto, Holmes destaca que los "diagramas de noticias ayudan a explicar a los lectores de diarios y semanarios de noticias los sucesos del día y de la semana anterior" (1993: 8).

"Si bien los mapas dicen dónde, los diagramas dicen cómo. Por esto, se utilizan para mostrar algo paso a paso" (Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.). De acuerdo con los criterios expuestos, el diagrama se corresponde con lo que se ha entendido por infografía. Para ello es preciso indicar los tipos de infos periodísticas que plantea De Pablos (En Abreu, 1999) y que, para efecto de la clasificación planteada en este trabajo, concuerdan con lo que son los diagramas. Según su finalidad se puede hablar de:

➤ Infos de accidentes, también corresponden a los que Peltzer (1991) ha denominado infográficos de *causa-efecto*. Se utilizan para explicar acontecimientos como la caída de un avión, un accidente de tránsito, un choque de naves, un derrumbe, entre otros. Generalmente buscan responder al cómo y al por qué de la información (Figura 20).

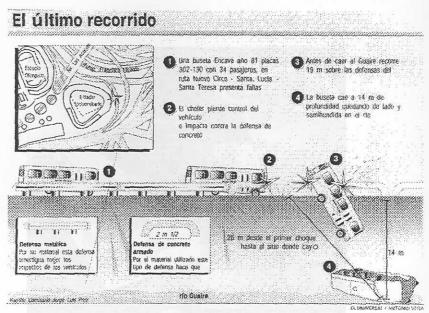
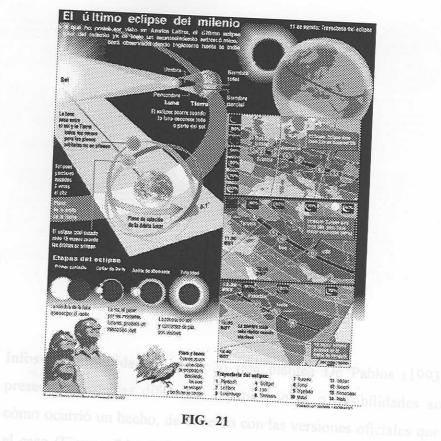


FIG. 20

Infos cronológicos, son útiles para explicar todo suceso que ocurre en varias etapas y pretenden contestar el cuándo, cómo y por que. En esta categoría podrían incluirse algunas clasificaciones hechas por Peltzer (1991), como: Los retrospectivos, en los que el dibujo es una representación de algo que ya sucedió y "donde aparece todo lo relativo a lo que ocurrió, a cómo ocurrió, a dónde, cuándo, etc., y con una clarificación (...) de las consecuencias de esos hechos" (p.6). Los anticipativos, por el contrario, presentan detalles de hechos que aún no han ocurrido e "intentan poner al lector frente a las imágenes de la TV" (p.6) (Figura 21). Igualmente Peltzer habla de las infografías paso a paso, los cuales expresan las etapas y secuencia de un proceso específico, a manera de los cuadros de una película (Figura 22). Por último es posible incluir, dentro de la categoría de los cronológicos, los que Peltzer denomina de flujo, en los que se explican detalladamente "las conexiones y los pasos de un proceso o de una serie de procedimientos" (p. 6) (Figura 23).



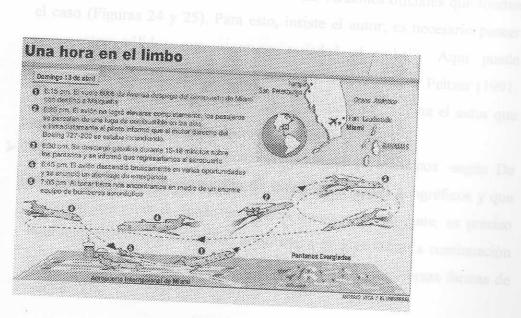
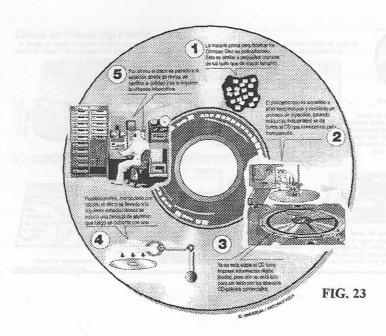


FIG. 22



- Infos de posibilidades, según lo que plantea De Pablos (1993), es la presentación de las diferentes especulaciones o posibilidades acerca de cómo ocurrió un hecho, de acuerdo con las versiones oficiales que rondan el caso (Figuras 24 y 25). Para esto, insiste el autor, es necesario poseer argumentos válidos que otorguen seriedad al trabajo. Aquí puede enmarcarse la categoría de infográfico simulado hecha por Peltzer (1991: 7) y que trata de representar los hechos tal como se imagina el autor que ocurrieron, a partir de los datos que se conocen.
- ➤ Infos geográficos, son los *infomapas* o mapas periodísticos -según De Pablos (1999)- que van más allá de los simples mapas geográficos y que tratan de contestar el dónde de la información. No obstante, es preciso indicar que este tipo de gráfico informativo será expuesto a continuación en una clasificación aparte en la que se explicarán las diversas formas de mapas.

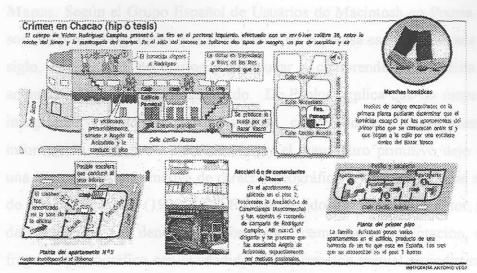


FIG. 24

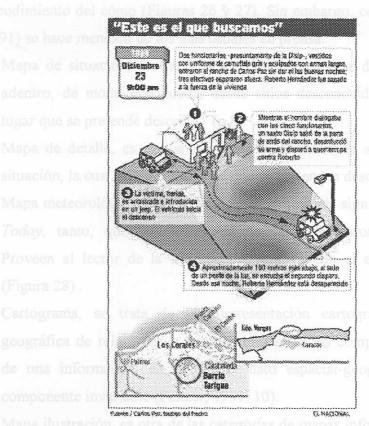


FIG. 25

Mapas: Según el Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa (s.d.), son los primeros gráficos que aparecieron en la prensa escrita hace más de un siglo, además son necesarios para ayudar a comprender una acción o un acontecimiento en un sitio adecuado. De Pablos explica que un mapa "será infográfico cuando sobre ese soporte convertido en mapa insertemos información periodística detallada (...) y el mapa puro primitivo deje de ser una herramienta informativa de carácter geográfico o científico y pase a serlo de tipo periodístico" (1999: 103). En este sentido, el mencionado autor, pasa a definir lo que él denomina infomapas, "como la representación de un fragmento geográfico con el añadido de información textual periodística, que complementario elemento la información origina un nuevo de principal"(1999: 105) para aclarar el dónde y, en ocasiones, facilitar el entendimiento del cómo (Figuras 26 y 27). Sin embargo, con base en Peltzer (1991) se hace mención de los más usuales en prensa:

- Mapa de situación, se trata del que "sitúa al lector desde afuera hacia adentro, de modo que pueda, desde sitios desconocidos, situarse en el lugar que se pretende describir" (p.8).
- Mapa de detalle, es el que tiene una parte resaltada sobre un mapa de situación, la cual muestra los sitios que se pretenden describir.
- Mapa meteorológico, ha sido uno de los éxitos más significativos del USA Today, tanto, que muchos otros diarios lo copiaron posteriormente. Proveen al lector de la información relativa con el estado del tiempo (Figura 28).
- Cartograma, se trata de la "representación cartográfica, espacial o geográfica de relaciones o proporciones entre las componentes variables de una información en la que el dato espacial-geográfico resulta la componente invariable (Peltzer, 1991: 10).
- Mapa ilustración, es otra de las categorías de mapas informativos, pues no predomina la información del mapa en sí, sino la información que utiliza

al mapa como una referencia (Peltzer, 1991). Dentro de esta categoría pueden incluirse los mapas explicativos y los mapas de datos, propuestos por el Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa (s.d.). Los primeros, funcionan para contar historias, indicar secuencias o explicar hechos paso a paso; los segundos, muestran distribuciones geográficas o datos estadísticos, entre otros.

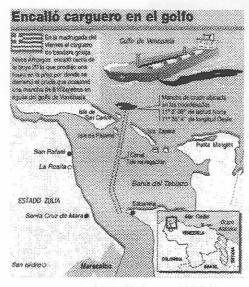


FIG. 26

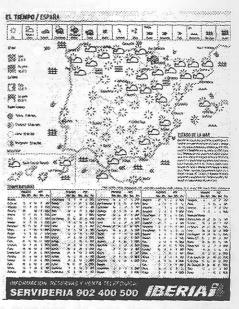


FIG. 28

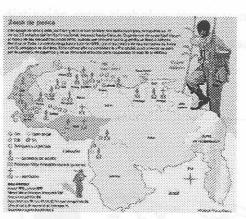


FIG. 27



Cajas de hechos: También llamadas por Colle (1998) cuadros resúmenes, ya que se trata de recuadros que pretenden sintetizar un conjunto de informaciones acerca de una secuencia histórica, un proceso o una situación dada. En ellos se trata de enfatizar los aspectos más importantes de una noticia (Figura 29).

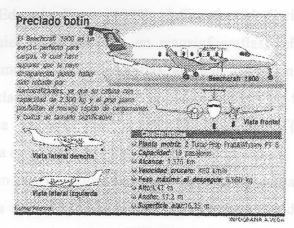


FIG. 29

Iconos: Es otra de las categorías que establece el Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa. Son dibujos pequeños e ilustrativos que se emplean con la intención de resumir la idea del artículo y ayudar al lector a identificar una sección. Peltzer (1991) también hace mención de este tipo de gráficos, sólo que hace una distinción entre símbolos, iconos y emblemas. Por su parte, Abreu (1999) distingue todas estas formas como recursos complementarios de los gráficos informativos (Figura 30).

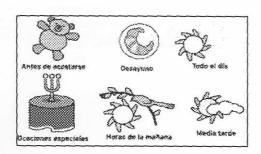


FIG. 30



Megainfografías: Coincide con la definición que el Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa le otorga a los conjuntos gráficos. Se trata de la unión, en un solo trabajo infográfico, de varios de los gráficos y elementos señalados anteriormente para elaborar un solo paquete de información acerca de un hecho que podría ocupar toda una página o sección (Figura 31). Eduardo Pérez (1999) –infógrafo del diario La Nación, de Argentina-, quien es especialista en magainfografías, señala que tanto las infografías como las megainfografías apuntan hacia un mismo objetivo: informar con claridad y simpleza. "Pero los tiempos y las técnicas de trabajo que cada una reclama son absolutamente distintas"(s.p.). Y esa es precisamente la diferencia esencial entre una y otra.

Pérez insiste en que la megainfografia requiere más pausa y tiempo para su elaboración, ya que –según él- se trata de un trabajo que debe ser revisado y ajustado con detalle. Complementando lo anterior, De Pablos (1999) indica que las megainfografías "se van a hacer con motivo de grandes acontecimientos, por lo general, conocidos de antemano, con tiempo suficiente para (...) hacerlas con auxilio de una buena fuente de documentación" (p. 148).

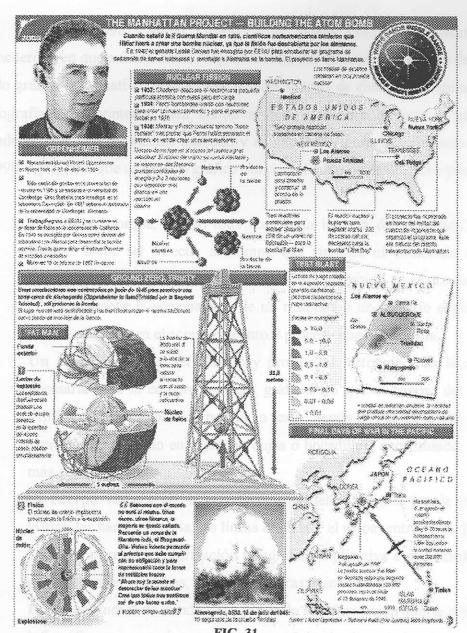
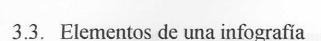


FIG. 31



Leturia (1998), Abreu (1999), De Pablos (1999) y Ascanio (1999) concuerdan en que existen ciertos aspectos formales que necesariamente debe guardar todo gráfico informativo. Según estos autores se trata de elementos mínimos que una infografía debe contener para conservar una estructura definida y para que el producto final sea un menaje acabado y de calidad (Figura 32). A juicio de Leturia (1998: s.p.), para que un cuadro gráfico sea considerado completo debe poseer:

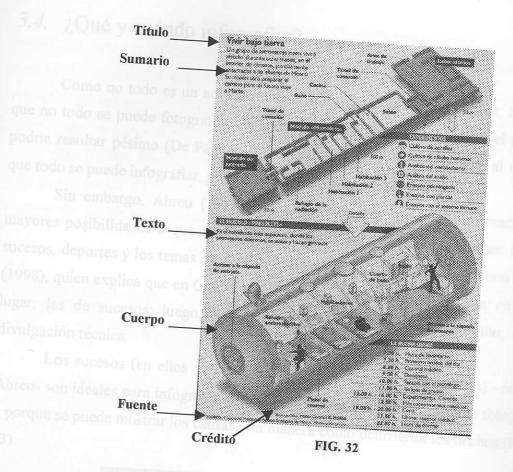
Un titular porque, "como toda noticia, la info ha de ir titulada" —dice De Pablos. Debe ser directo, al tiempo que sintetiza el contenido del gráfico informativo. Si se cree conveniente y si está permitido en el manual de estilo, el titular puede ir acompañado de un resumen o un sumario explicativo que ubique al lector en el acontecimiento o proceso que se presenta.

Un texto: que debe ser sucinto y proveer al lector de toda la explicación necesaria para la comprensión del gráfico. Lo que el cuerpo del gráfico no explica debe ser explicado por dicho texto. Según de Pablos (1999; 82), "debe estar bien localizado en cajas, burbujas o bocadillos, encapsulado, siempre lo más corto posible".

El cuerpo viene a ser la esencia misma del cuadro, la propia información visual: las barras, la torta, las líneas de fiebre, el mapa, entre otras. 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 Leturia apunta el gráfico informativo que se suele acompañar del nombre de la publicación en la cual se ha producido el trabajo. "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" (1998: s.p.)

Por otro lado, Abreu (1999) considera esta estructura como una prueba más de que la infografía es un género periodístico y cita a De Pablos, quien sostiene que tales elementos son una prueba de que la infografía es una especie de unidad informativa con categoría propia y autónoma.

Al respecto, Alonso (1998) sostiene que la infografía perfecta es aquella que contiene todos los elementos de una noticia y que, por eso mismo, resulta apta para publicarse sola, sin necesidad de un texto paralelo. No obstante, reconoce el autor que esto ocurre en casos excepcionales.

3.4. ¿Qué y cuándo infografiar?

Como no todo es un acontecimiento, no todo se puede infografíar, lo mismo que no todo se puede fotografíar. Aunque técnicamente se pueda hacer, el producto podría resultar pésimo (De Pablos, 1999: 70). Ascanio (1996) comenta, al respecto, que todo se puede infografíar, pero no todo se debe infografíar.

Sin embargo, Abreu (1999) indica que hay tres tipos de información con mayores posibilidades o que se prestan más fácilmente a ser infografiadas. Se trata sucesos, deportes y los temas de ciencia y tecnología. En esto concuerda con Alonso (1998), quien explica que en *Grafía* las infografías de mayor demanda son: en primer lugar, las de sucesos; luego, les siguen las de deportes; y por último, las de divulgación técnica.

Los sucesos (en ellos se incluyen guerras, atentados y accidentes) –sostiene Abreu- son ideales para infografíar porque, por lo general, no se disponen fotografías o porque se puede mostrar los causas y la manera cómo ocurrieron los hechos (Figura 33).

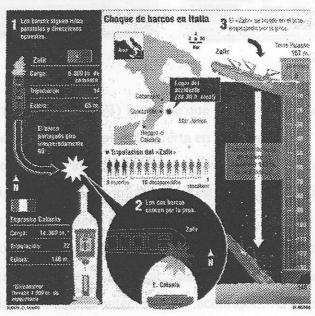


FIG. 33



Con respecto los temas deportivos, el mencionado autor atribuye las cualidades para ser infografiables al hecho de que es muy dificil que el ojo humano capte muchos detalles o movimientos bruscos (Figura 34). Holmes señala que el deporte "es una actividad naturalmente apropiada para las explicaciones visuales, y nuestro apetito nunca se sacia. Los lectores siempre quieren saber más" (1993: 9).

Por último, Abreu explica que la ciencia y tecnología es "un campo abonado para la infografía" (1999: 185) porque están rodeadas de unos códigos complicados de entender para los receptores (Figura 35).



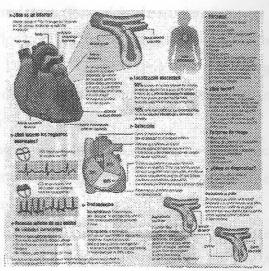


FIG. 34

FIG. 35

En general, Holmes (1993) habla de que son los procesos "de todo género de cosas" los que permiten que algo se convierta en un diagrama.

Con base en De Pablos (1993), se plantean tres indicadores de cuándo es posible infografíar: 1) Cuando la información está rodeada de misterios, 2) cuando no hay fotografía, y 3) cuando falta algo por enseñar.

De Pablos (1993) considera que es posible infografiar un tema cuando la noticia está rodeada de misterio. Es decir, misterio informativo, en especial cuando no existe fotografía del hecho acontecido o por acontecer. Al respecto, Mark Holmes,

director de arte para la revista *National Geographic* explica en el libro de estilo del departamento de infografía del diario *El Mundo* que: "Si las fotos no pueden contar una historia, ENTONCES utilizamos un gráfico" (Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.: 14).

Así mismo, De Pablos (1993) insiste en que si bien puede usarse la infografía cuando no hay fotografía o cuando la foto dice poco, no debe ser esta la única razón que justifique su elaboración. Alonso (1998) explica que en la agencia *Grafía* cuando hay dos o más noticias de igual importancia informativa, optan por infografíar aquella o aquellas en las que se supone que los abonados no dispondrán de muchas fotos.

Al respecto, Goertzen precisa que "los gráficos tienen más valor que llenar un hueco por falta de ilustración" (En Leturia, 1998: s.p.). Coincide entonces con George Rorick, director de gráficos informativos de KRT, quien está en contra de que los gráficos informativos se usen para "adornar" la página.

En este sentido, Leturia (1998) piensa que se debe recurrir a un gráfico informativo cuando el artículo presenta información que se piensa visualmente, es decir, cuando se predice que el lector va a imaginarse las cosas.

Por otra parte De Pablos trata de hacer énfasis en que la infografía no es siempre posible, o mejor dicho, no siempre es recomendable aunque fuera posible. Al respecto advierte: "En ocasiones, el artista gráfico tendrá que decir *no* a los encargos que reciba o le sugieran, por diferentes razones: que el hecho en cuestión no merezca ser infografíado o que no se disponga de tiempo suficiente para realizar un trabajo digno" (1999: 223).

De allí el interés es que se sepan identificar las oportunidades en que la infografía es necesaria y posible. Pero de cualquier forma, lo más importante es que "cuando falta algo de un hecho por enseñar, surge la posibilidad de explicarlo, de acabarlo de explicar, por medio de infografías" (De Pablos, 1993: 273).



3.5. Fotografía e infografía

Se presenta una disyuntiva al hablar de fotografía y de infografía, pues muchas veces se piensa que la info podría llegar a sustituir al trabajo fotográfico o, en tal caso, a quitarle campo dentro de los diarios. La prueba está en que los periódicos que cuentan con un departamento de infografía, tienen igualmente uno de fotografía sin que ello represente competencia entre ambos.

Según Alonso (1998), si a la hora de publicar hay que elegir entre una fotografía y un infográfico, la primera es la que gana aún cuando en ese determinado caso la información más completa la contenga el segundo. "La infografía no es una herramienta comunicativa rival de la fotografía", dice De Pablos (1999:165), a lo cual agrega que la infografía no es necesaria cuando se cuenta con buenas fotografías.

Con base en este planteamiento, De Pablos señala que la infografía podría ser una alternativa cuando no existe fotografía, debido a las distintas razones que pueden impedir que se obtenga una imagen analógica.

También se puede dar el caso de que, aunque se cuente con fotografías, estas dicen poco al lector medio, quien no tiene cultura suficiente para interpretar tales imágenes, entonces es de mayor provecho emplear una infografía. Es lo que ocurre con frecuencia con temas científicos.

"Otras veces, la info puede ir en compañía del reportaje gráfico que tenemos, que incluso puede ser exhaustivo, pero que tal vez carezca de la respuesta visual al cómo, cuando disponemos de los efectos de un suceso y deseamos exponer sus causas o desarrollo" (De Pablos, 1999: 167).

Es probable que se presente la ocasión en que una noticia, que merece ser presentada en la portada del diario con su respectiva foto, recurra también a una infografía para complementar la parte del mensaje no explícito en el reportaje fotográfico.

Valiéndose de los argumentos presentados –en especial por De Pablos- se puede decir que la infografía y la fotografía pueden complementarse, pero nunca sustituirse la una por la otra. Ya que la info dice lo que, en muchas oportunidades, el trabajo fotográfico no expresa o cuando sencillamente la fotografía no tiene cabida, pero con frecuencia es inminente el uso del recurso analógico.

3.6. La infografía en la era informática

Leturia (1998) explica que en la actualidad las computadoras *Macintosh*, junto con los programas *FreeHand* e *Illustrator* hacen que la producción de los gráficos resulte más fácil que hacerlo manualmente.

Sin embargo, Valero argumenta que "lo importante en el momento de construir la infografía son las ideas y la creación de unos buenos bocetos que permitan construir el producto final con garantías de calidad, no siendo tan importantes las herramientas con que se realizan" (2000 a: s.p.). Sostiene el autor que todos los instrumentos tecnológicos pueden producir los gráficos informativos con mayor o menor esfuerzo, pero no son las herramientas las que garantizan que se construya una buena comunicación para los lectores.

Gaffré considera que las habilidades para manejar las computadoras *Macintosh* son muy recomendables. "Pero la computadora no es más que una herramienta que permita ganar tiempo" (1994: 12).

Por otra parte y al mismo tiempo, Valero (2000 a) aclara que la informática no es una tecnología inútil o negativa, puesto que hay que reconocer que ha sido esencial en el desarrollo de la infografía y ha permitido su popularización en todos los periódicos.

De Pablos (1999), quien también está de acuerdo en que la estructura comunicacional es lo esencial en un gráfico informativo, enumera varios instrumentos tecnológicos que –a su parecer- deben figurar en un departamento de infografía.

Señala que a parte del manejo del escáner y de otros programas menores, los dos programas universales del sector infográfico que no pueden faltar son: FreeHand e Illustrator. El autor aclara que los conocimientos básicos -con relación a estos dos programas- deben girar en torno a las posibilidades y las ventajas cada uno ofrece, "saber para qué tareas es uno mejor que el otro y no empeñarse jamás en desconocer la aptitud de uno e intentar hacer todo sólo con el otro" (p. 223).

Según De Pablos (1999: 139), el equipo básico de un departamento de infografía debe poseer:

- Computadoras Macintosh, de Apple, preferiblemente con pantallas de color de 21".
 - ➤ Impresora Laser Writer o, filmadora Linotronic.
 - Escáner plano con sus programas específicos.
 - Paleta gráfica y lápiz óptico.
 - Módem, si el usuario no está conectado con una red interna o intranet.

En relación con los programas, lo más recomendables son:

- > De dibujo: Illustrator y FreeHand.
- De texto: Personal Writer o World.
- Complementarios: JAG; Satellite 3D; Media Tracks; Exchange.
- > Para mapas del tiempo: Earth PLO.
- De comunicaciones.
- Para escanear: programa de lectura de texto OmniPage Profesional; para la digitalización de imágenes, DeskScan.



3.7. Aprendizaje de una cultura visual

A juicio de Barnhurst (1998), tanto el periodista de hoy como el estudiante que quiere prepararse para dicha profesión tienen que enfrentarse con la nueva realidad que se vive en los diarios, tratando de buscar mayor conocimiento del arte y diseño gráfico.

Valero coincide con Barnhurst, pues señala que actualmente "se pide a los periodistas de prensa que transformen el mensaje y que se apoyen en los elementos icónicos a la hora de escribir sus informaciones" (1999: s.p.). En este sentido De Pablos advierte la necesidad de que los redactores cambien su condición reducida de concebir las noticias exclusivamente de manera literaria, para empezar a contemplarlas de forma gráfica, "detalle que sólo podrá apreciar el profesional que posea la necesaria cultura visual" (1993: 267).

Por su lado, Gaffré señala que la infografía es motivo de confusión entre muchos editores y redactores jefes. "Esta reacción es comprensible ya que se trata de una disciplina que no les ha sido enseñada y para la cual no tienen ninguna preparación" (1994: 10).

Colle igualmente se muestra receptivo a la enseñanza de la disciplina infográfica, ya que a su entender "requiere de un aprendizaje específico, especialmente con miras a su aplicación en el campo periodístico" (1998: s.p.).

De Pablos (1999) es partidario de que los periodistas reciban la necesaria preparación infográfica, con el objeto de que este conozca las virtudes y las posibilidades de la infografía y pueda cooperar en su creación.

Pero Gaffré (1994) considera que también es necesario formar a los jefes de sección y redactores jefes, pues son ellos quienes deciden lo que se va a publicar.

"La potenciación de los infos está en relación directa con la capacidad o educación visual de los responsables de las redacciones que cuentan con equipos de infografía" (De Pablos 1993: 276).

3.8. ¿Se puede enseñar a infografiar?

Si bien es cierto que existe un clamor general que demanda profesionales del periodismo con suficiente cultura visual -como bien lo apuntaron varios autores en el anterior apartado-, también se presenta una disyuntiva a la hora de buscar la forma en que esa cultura debe ser adquirida. Esto se debe a que, mientras existe una corriente que considera que la cultura visual se presenta sólo en algunos profesionales con capacidades innatas; hay quienes –por el contrario- apuestan por la educación y la formación académica para lograrla.

En este sentido el presente apartado pretende mostrar lo que algunos expertos señalan acerca de la educación en este aspecto, ya que de allí de deriva en gran medida la justificación de la presente investigación y por consiguiente la creación de una asignatura de infografía.

Barnhurst intenta desmitificar lo que muchos periodistas piensan cuando se habla de la formación visual, pues la gran mayoría —dice el autor- cree "que sólo la gente que tiene talento puede tener el conocimiento visual". Así mismo, agrega que lo que se necesita "es una fe en la razón y en la educación. Como las otras formas de saber, el conocimiento visual es algo que se puede entender, analizar y ordenar" (1998: s.p.).

Para argumentar tal planteamiento Barnhurst propone tres niveles de aprendizaje que permiten desarrollar poco a poco la habilidad visual. Se trata de:

Apreciar. Es el nivel más básico. "Los redactores que han alcanzado este nivel artístico, aun cuando les faltara el vocabulario de la forma visual, apoyan el trabajo del artista en el periódico".

Funcionar. El segundo nivel de la alfabetización visual. El que funciona en este nivel tiene "la habilidad de nombrar e identificar lo que constituye la comunicación visual". En los medios donde se da este segundo nivel "hay un

diálogo constante que produce mensajes más interesantes", y es "el nivel que todos los periodistas deben alcanzar".

Comunicar. Finalmente, el nivel más alto es el de la habilidad de comunicar, "en él se encuentran los artistas y los diseñadores gráficos". Son pocos los periodistas que este nivel, "pero en muchos periódicos en Europa y en Norteamérica hay departamentos de arte en los que trabajan los artistas periodistas".

De Pablos (1999) demuestra, a través de las distintas experiencias realizadas con numerosos grupos de estudiantes, que sí es posible enseñar a infografiar. Igualmente, valida un método de enseñanza que —a su parecer- es el único para aprender a elaborar trabajos infográficos, se trata de "la práctica infográfica basada en el conocimiento teórico" (p.175).

Los cursos impartidos en centros de estudios superiores de Comunicación Social, han permitido a De Pablos (1999) llegar a algunas conclusiones relacionadas con la enseñanza de la infografía. A saber:

- ➤ Entre los grupos de personas que asisten a un curso de infografías se encuentran: "Dibujantes con experiencia o profesionales de la infografía periodística con deseos de ampliar sus conocimientos", luego están los periodístas "interesados por el nuevo género periodístico, con ansiedad por aplicarse en su mejor conocimiento", y finalmente los estudiantes de periodismo "que desconocen sus potenciales habilidades para esta práctica profesional y desean incrementar su educación visual" (pp.175-176).
- Es posible que los redactores puedan elaborar "bocetos adecuados para infografiar si antes han recibido una formación infográfica de forma extensiva, como parte de sus estudios reglados, antes de recibir su título universitario" (p.188).

"Los estudiantes de periodismo pueden y deben prepararse para elevar su cultura visual del presente y ser capaces de presentar a sus compañeros grafistas bocetos de calidad periodística" (p.184).

3.9. ¿Quién debe infografiar?

"¿Cuál es el perfil ideal del 'periodista gráfico'?", se pregunta Gaffré (1994: 12). Señala, que la capacidad de pensar como periodista es lo que nunca debe faltarle y que también debe saber dibujar.

Pero a juicio del mencionado autor: "Es preferible formar un periodista con sensibilidad visual que tratar de convertir un técnico en periodista" (1994: 12). Por otra parte, insiste en la necesidad de inculcar "que el infografista debe ser un periodista o llegar a serlo" (1998:s.p.).

Mientras tanto Goertzen (En Leturia), piensa que el infógrafo debe ser ilustrador. "Es más fácil enseñar a un artista a investigar periodísticamente que un redactor aprenda a dibujar" (1998: s.p.), dice.

Holmes (En Abreu, 1999) ofrece una solución un tanto más conciliadora, pues habla de que de una especie de artista ideal, existente sólo en un mundo perfecto y capaz de investigar, diseñar el gráfico y escribir el texto, sin repartir las tareas (como sucede actualmente en la mayoría de los diarios). Holmes piensa que todas esas son las funciones que llevarían acabo los artistas los "departamentos serios de artes".

Leturia, se une al grupo de los que piensa que el infógrafo debe ser periodista. No obstante, agrega que son muy pocos los redactores que piensan visualmente. Esto lo lleva a reflexionar lo siguiente: "La experiencia de los últimos años nos demuestra que las escuelas de periodismo incluyen, cada vez más en sus currículos, cursos de diseño, diagramación y hasta ilustración" (1998: s.p.).

De Pablos (1999), propone la figura de un reportero-bocetista (que obviamente debe ser periodista). Es decir, que el redactor que sale a la calle -al lugar

de los hechos- sea capaz de "interpretar aquellos episodios con un alto índice de transferencia visual y actuar en tales casos para ofrecer a los infógrafos un boceto originado en el terreno y con los datos suficientes" (p. 203). Esto –según el autormejoraría la calidad periodística de las infografías.

Al perecer -Peter Sullivan (En Clapers, 1998)- piensa que las características profesionales que un infógrafo necesita tener son: La creatividad de un artista, la capacidad de diferenciar de un diseñador, y la habilidad y rapidez mental de un periodista (s.p.). Para Clapers (1998: s.p.) lo es imprescindible es "que tenga un dominio absoluto del lenguaje gráfico".

Abreu (1999) en su investigación hace notar la actitud de consenso que se observa en cuanto a la necesidad de que la persona que se dedique a hacer infografías posea una formación periodística. No es muy difícil notar esta tendencia. Aún los autores que prefieren que el infógrafo sea diseñador, reclaman –que entre todas las cualidades- posea también la capacidad de pensar y analizar de un periodista.

3.10. Un trabajo en equipo

De la misma forma en que se ha podido apreciar que no existe un perfil definido y preciso del infógrafo, pues tiende a ser una labor combinada, sucede algo parecido con el proceso que implica la elaboración de los gráficos informativos.

Gaffré opina que hasta el más pequeño de los gráficos es producto de un trabajo en equipo. "El éxito es el fruto de la cooperación y el esfuerzo real de todas las personas involucradas" (1994: 10-11).

"La infografia –dice De Pablos- debería ser, es preferible que sea, una labor en equipo, un equipo mixto, entre dos tipos de profesionales, redactores y dibujantes, periodistas redactores y periodistas dibujantes" (1999:140).

Goertzen (s.d.) se aproxima a este concepto de labor conjunta. De hecho, durante su asesoría a *El Periódico de Catalunya*, hizo varias propuestas en las que

intentaba dejar claro que debe existir una comunicación fluida entre todos los integrantes de la redacción y el departamento de infografía.

De Pablos hace hincapié en la compenetración de los distintos equipos de trabajos al expresar:

La norma es o debe ser la colaboración, el trabajo interdisciplinar, entre el escritor y el dibujante: el redactor, capaz de visualizar los hechos y preparar bocetos infografiables; el grafista, con habilidad de realizar el trabajo a partir de tales borradores o indicadores, tras darle su particular visión gráfica, en el marco del estilo peculiar del medio donde ambos operan (1999: 142).

Un estudio realizado por Aguirre (1992) sobre el "Perfil ocupacional de los periodistas de Caravas", señala que los infografos de los medios venezolanos constituyen una figura emergente que, si bien puede clasificarse en una primera aproximación como de gráfica y creativa, difiere por la preponderancia de las

Abreu (1999), al igual que Ascanio, comenta que -hasta ahora, en Venezueia los profesionales que entran a trabajar en el área de la infografía, en su mayora proceden de otras carreras. De manera que la falta de formación periodística coloca la infografía de los diarios venezolanos, en una situación de minusvalia con respecta al resto de los trabajos periodísticos que se desarrollan dentro de los mismos

infógrafos y de lo necesario que resulta homogeneizario, con el proposito de aumentar la calidad de los trabajos que se producen. Esta realidad dice Barnhurst (En Abreu, 1999) podría ser transformada por las escuelas de Comunicación Social



CAPÍTULO 4. LA INFOGRAFÍA EN EL ENTORNO

4.1. Infografía "aquí y ahora" conformación que la conformación qu

Ciertamente el nivel de instrucción de los infógrafos en Venezuela no está estandarizado (situación que no se diferencia en mucho con el resto del mundo), por cuanto no existe un lugar al que puedan acudir las personas para instruirse en esta área. Salvo contadas excepciones, los infógrafos venezolanos no han recibido más instrucción que la práctica.

Al respecto Ascanio comenta que por más que la infografía es un espacio en pleno desarrollo, "hasta ahora en Venezuela no existe una carrera o especialización en el área. A ella se integran profesionales de la Comunicación Social, las Artes Gráficas e incluso de las Artes Plásticas" (Ascanio, 1996: 24).

Un estudio realizado por Aguirre (1992) sobre el "Perfil ocupacional de los periodistas de Caracas", señala que los infógrafos de los medios venezolanos "constituyen una figura emergente que, si bien puede clasificarse en una primera aproximación como de gráfica y creativa, difiere por la preponderancia de las capacidades analíticas sobre las imaginativas" (la cursiva es nuestra) (p. 46).

Abreu (1999), al igual que Ascanio, comenta que -hasta ahora, en Venezuelalos profesionales que entran a trabajar en el área de la infografía, en su mayoría proceden de otras carreras. De manera que la falta de formación periodística coloca a la infografía de los diarios venezolanos, en una situación de minusvalía con respecto al resto de los trabajos periodísticos que se desarrollan dentro de los mismos.

Esto proporciona una idea de lo heterogéneo que se presenta el perfil de los infógrafos y de lo necesario que resulta homogeneizarlo, con el propósito de aumentar la calidad de los trabajos que se producen. Esta realidad dice Barnhurst (En Abreu, 1999) podría ser transformada por las escuelas de Comunicación Social.

4.2. Radiografía de dos departamentos

Aunque ya se hizo una breve descripción de la conformación que tenían los departamentos de infografía de *El Nacional* y *El Universal* cuando comenzaron, se ha considerado necesario mostrar el panorama que presentan actualmente. Los datos que a continuación se exponen fueron facilitados -en conversaciones personales- pon el gerente y jefe de los departamentos de infografía de los respectivos diarios, ya que no existe ninguna publicación o documento oficial que recopile dicha información.

En *El Universal* (Vega, comunicación personal, 07 de abril de 2000) el equipo del departamento de infografía está integrado por seis personas:

- ➤ Un jefe, cuyo cargo lo ocupa Antonio Vega⁴ quien es periodista egresado de la UCV.
- Un cargo de asistente que lo desempeña Milfri Pérez, igualmente periodista pero de la UCAB.
- Amadeo Pereiro, tiene el cargo de infógráfo y posee estudios de periodismo y de diseño gráfico.
- Nicolás Ramallo, se desempeña como infógrafo y su formación profesional es en diseño gráfico.
- Daniel Pérez es otro de los infógrafos y cuya preparación ha sido en el área de diseño gráfico.
- Jorge Cortés está igualmente dentro de la plantilla de infógrafos y es periodista egresado de la escuela de Comunicación Social de la UCAB. Su especialidad son los gráficos informativos de la sección de economía, aunque también elabora trabajos de otros temas.

⁴ Asumió la jefatura del departamento en 1997 y se retira el 15 de junio del presente año para cursar estudios de postgrado en el exterior.

En este departamento los infógrafos se distribuyen el trabajo de las tres secciones que generan mayor demanda de gráficos informativos. Es decir, a cada uno le es asignado el trabajo de una fuente en particular, las cuales se rotan semanalmente. Las infografías que surgen eventualmente, se reparten de forma equitativa.

El jefe del departamento no está a cargo de ninguna sección en particular, pues es quien debe coordinar y recibir las peticiones de cada sección del periódico, además de asistir –cada mañana- a las reuniones de pauta generales con el resto de los jefes de sección.

En cuando a la dotación tecnológica –y de acuerdo con la información suministrada-, se trabaja con un equipo conformado por: cuatro *Power* PC modelo 710080, una *Macintosh* modelo 710032, monitores de 21", una impresora de tabloide láser *Hewlett Packard* y un escáner 600 x 1200. Todas las computadoras cuentan con los programas *Illustrator*, *FreeHand y Photoshop*, con las respectivas conexiones a los servidores gráficos de *Reuter* y AFP.

Vale la pena mencionar que Vega presentó a *El Universal*, un proyecto que comprende la planificación de un departamento de infografía para *eud.com*⁵. Dicho plan fue concebido con la idea de que este *site* de noticias pueda estar a la vanguardia con el resto de los periódicos *on-line* que están implementando infografías animadas, tal es el caso de *el-mundo.es* (versión electrónica de El Mundo, de España).

Vega comenta que el proyecto aspira "crear un estilo propio de infografías para Internet (gráficos, pequeños procesos y mapas de ubicación) que se pudieran

⁵ Aún no se ha dado curso a su implementación, sin embargo es una de las prioridades dentro de *El Universal Digital* (EUD).



incorporar con la noticia y no esperar a que la redacción los genere" (comunicación personal, 28 de abril de 2000).

En *El Nacional* (Ascanio, comunicación personal, 10 de abril de 2000) el departamento de infografía esta estructurado de la siguiente forma:

- Una gerencia que está en manos de Wilmer Ascanio, quien tiene una especialización en Infografía en la Universidad de Navarra, España.
- Un coordinación que se encarga de organizar los trabajos que se realizan para el periódico. Está a cargo de Juan Miguel Ortiz quien es diseñador gráfico.
 - ➤ Un coordinador que supervisa los gráficos informativos elaborados para las revistas y demás publicaciones que edita *El Nacional*. Ana María Lora es quien desempeña dicha labor, con una formación en diseño gráfico.
 - Un documentalista que se ocupa de organizar el banco de imágenes y revisar los trabajos que llegan de las agencias. Mireya Silveira, quien es periodista desempeña dicho cargo.
 - El resto de la plantilla está integrado por cinco infógrafos, a saber: Carlos Figuera (diseñador), Carlos Camus (diseñador), Rafael Pérez (diseñador), Walther Sorg (diseñador), Milena Plata (licenciada en Artes Visuales).
 - A ellos se integra un grupo de tres ilustradores, quienes prestan apoyo al trabajo que se realiza: Manuel Loaiza, Ugo Ramallo e Isabel Adler.

La mecánica de trabajo en *El Nacional* se diferencia de la de *El Universal* en que a los infógrafos no le es asignada una sección en particular; Ascanio distribuye a los coordinadores las solicitudes que hacen en redacción y estos a su vez lo asignan al infógrafo que crean conveniente.

Por otra parte, el gerente es quien también asiste todas las reuniones de pauta que se llevan a cabo diariamente con los jefes de redacción. Allí, propone ideas y recibe solicitudes por parte de los periodistas.

La dotación tecnológica no dista en gran medida de la de *El Universal*, el departamento funciona con: 12 computadoras *Macintosh Power PC* modelo 7300, una computadora *I Mac*, un escáner 600 y una impresora láser. En cuanto a los programas, se trabaja con *Illustrator*, *FreeHand* y *PhotoShop*. Así mismo se cuenta con conexiones a los servidores gráficos de Reuter, AFP y *Graphics News*.

Es preciso hacer notar que en *El Universal* predominan los infógrafos egresados de las escuelas de Comunicación Social del país (incluyendo a su jefe); mientras que en *El Nacional* –a pesar de que la plantilla es más numerosa- prevalecen los diseñadores gráficos.

4.3. Una inspección del ámbito académico

Abreu sostiene que las escuelas de Comunicación Social del país han intentado adaptar sus planes de estudio a las demandas de profesionalización del mercado editorial, es por ello que han incluido en sus planes de estudio cursos de diseño, diagramación y, en algunos casos, hasta de ilustración. Sin embargo, hasta ahora en Venezuela la infografía no se dicta como asignatura.

En este sentido cabe hacer una revisión de lo que otras facultades y escuelas de Comunicación Social -principalmente españolas- ofrecen en materia de infografía, como asignatura de pregrado.

La Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra (página web, 20 de abril de 2000) ofrece –dentro de los estudios de la licenciatura de Periodismo- una asignatura optativa de Comunicación Visual en el Periodismo. Se trata de un curso práctico sobre infografía en el que se pretende enseñar a identificar el momento en que es conveniente la información visual y la documentación gráfica necesaria para elaborar una infografía de calidad. Esta materia no exige dominio de las computadoras ni habilidades manuales de dibujo o ilustración.

Tascón (comunicación personal, vía correo electrónico, 07 de febrero de 2000) —quien es docente de esta cátedra en la mencionada facultad- expresa que su objeto no es convertir a los alumnos en infógrafos; "sino que comprendan bien la labor de estos últimos y tengan 'mentalidad visual' para poder trabajar en cualquier medio y saber de qué recursos infográficos pueden disponer a la hora de elaborar cualquier material informativo".

Dentro del *pensum* de Comunicación de la UNAV, también se incluye una cátedra de Diseño Periodístico que es básica y obligatoria para todos los estudiantes de la carrera. Allí se imparten conocimientos sobre el aspecto gráfico que actualmente tiene toda información⁶.

Pasando ahora a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra (UPF), se tiene que únicamente ofrecen el título de licenciado en Periodismo. Así mismo, incluyen una cátedra optativa de Infografismo dentro del plan de estudio del segundo curso de la carrera

De igual forma, dentro del plan de estudios de periodismo de la UPF se incluyen otras materias vinculadas a la enseñanza de la información gráfica: Producción y Diseño en Prensa, es una, y Periodismo Gráfico, es otra. En ambas se hace alusión a la infografía y, en la segunda específicamente, se dedican cinco temas completos al estudio del género (Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UPF (página web, 20 de abril de 2000).

Otra de las instituciones españolas que se ha unido a la enseñanza de la infografía es la Universidad Carlos III de Madrid, claro está que dentro de Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación. Allí se adjunta la cátedra de Infografía dentro del segundo curso de la carrera de Periodismo.

Con dicha materia pretenden que los alumnos aprendan a redactar en lenguaje infográfico las noticias periodísticas. También han anexado la cátedra de Diseño y Edición de Prensa dentro del grupo de materias obligatorias que se imparten durante

⁶ También se puede alcanzar el grado de doctor en Comunicación Visual en el Periodismo.

el segundo curso de la carrera (Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación de la UCIIIM, página web, 23 de abril de 2000).

En la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, de la Universidad del País Vasco (página web, 23 de abril de 2000), el *pensum* de estudios de periodismo comprende una materia obligatoria denominada Principios del Diseño Periodístico, la cual reserva uno de sus temas a explicar las características y la técnica infográfica.

Otro caso similar al anterior se presenta en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna (página web, 20 de abril de 2000), donde De Pablos (comunicación personal vía correo electrónico, 12 de octubre de 1999) es docente de la de la asignatura de Tecnología en el Periodismo Impreso, la cual es de régimen obligatorio. En ella imparte varias lecciones prácticas sobre infografía.

Hasta aquí el recorrido por las principales facultades y escuelas hispanas de Comunicación Social, que han apostado por la enseñanza de la comunicación visual en prensa⁸, en especial, del lenguaje infográfico.

Haciendo una inspección sobre las alternativas que ofrecen las facultades y escuelas de Comunicación en Venezuela para el estudio de la infografía, no es dificil notar que las oportunidades son pocas. Sin embargo, las perspectivas no son las mismas de hace dos o tres años atrás.

En el plan de estudios de Comunicación Social, recién abierto en la Universidad Santa María, se contempla un taller de Infografía dentro del séptimo semestre. Vale la pena acotar que gran parte de las materias obligatorias tienen una orientación hacia el diseño gráfico de la información.

Por otra parte, en la escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela se ha programado por primera vez un seminario de doce semanas (del 02 de abril al 03 de julio de 2000) sobre "La infografía en la prensa

⁷ Son extraídas principalmente del curso de "Infoperiodismo" impartido por De Pablos.

⁸ Abreu (1999) indica que también en Estados Unidos y en Francia se ofrecen estudios de Infografía.



contemporánea". En esta institución tiene programada la incorporación de la cátedra de Infografía en el *pensum* de estudios.

4.3.1. Programas de estudio en la UCAB

Para poder llevar a cabo la incorporación de una asignatura dentro del plan de estudios, la escuela de Comunicación Social de la UCAB -a través de sus normas-establece ciertos indicadores que van a definir los pasos a seguir y los requisitos que debe obedecer la propuesta para su aprobación y validación.

En este sentido, el profesor Max Römer –director de la escuela de Comunicación- explica que el proceso para incluir una materia dentro del plan de estudios consta de dos etapas básicas. "La primera, consiste en la aprobación de la materia por parte del Consejo Universitario; y la segunda, tiene que ver con la aceptación del programa de estudio por el Consejo de Escuela y el Consejo de Facultad", señala.

La primera fase del procedimiento abarca la presentación de una sinopsis programática "que vendría siendo un resumen del contenido fundamental del programa y luego un objetivo general claro que establezca qué es lo que se persigue con esa materia", indica el profesor Pedro Navarro –coordinador académico de la Escuela-.

La segunda parte comprende la elaboración del programa, que por lo general lo diseñan y discuten los profesores especialistas en la materia, para que luego sea evaluado por el Consejo de Escuela y el Consejo de Facultad.

Según el profesor Emilio Píriz Pérez –miembro del Consejo de Facultad y ex director de la escuela de Comunicación- "hay muchas formas de presentar programas: Desde un programa que solamente ponga los contenidos nada más – que era como se hacía antes- hasta la forma más compleja que consiste en colocar objetivo general, objetivos específicos, contenidos por unidades, actividades por cada tema concreto, la



bibliografía de cada tema y evaluación". Pero Píriz agrega, que la forma queda a gusto de cada cual y que lo importante es establecer un modelo para unificar criterios.

A tal efecto, Navarro describe la estructura de los programas de estudio del nuevo pensum de la siguiente manera: Comienza con una descripción de la asignatura en la que debe aparecer el nombre de la materia, el número de horas semanales que le han sido asignadas y el tipo de materia, es decir, si es de evaluación contínua o de régimen de examen final. "Si existen características semestrales se piden el número de créditos que debe tener, que está en función del número de horas de clase semanal", agrega Navarro.

Posteriormente se debe presentar una introducción que –según Navarro-"viene siendo una especie de exposición de motivos de las razones por las cuales ese programa es necesario y cuáles son los aportes específicos que ese programa hace a la formación del licenciado en Comunicación Social".

La siguiente parte –dice Navarro- se trata de la redacción del *objetivo general* "que viene siendo una expresión en la cual se plantea de una manera directa, qué debe lograr el estudiante una vez que termine de cursar esa materia". Es entonces cuando se puede pasar los *objetivos específicos*, "donde ese objetivo general se desglosa en una serie de objetivos más concretos -un bloque aproximadamente de cinco o seisque apuntan hacia el logro del objetivo general.

Anteriormente, después de los objetivos específicos, se agregaba una parte correspondiente a la evaluación, pero ahora "se ha dejado como potestad del profesor que dicta la materia, ya no se está incluyendo dentro de los programas", apunta Navarro.

Seguidamente vendría el *contenido* donde aparecen las distintas unidades que forman el programa, y los temas concretos con los sub-temas que conforman cada unidad. Navarro indica que allí es preciso colocar lo que se denomina la *dedicación en tiempo*, es decir, "el porcentaje que nos indique qué tanto porcentaje de las horas totales de la materia van a ser dedicadas a esa unidad", añade. Esto se hace con la intención de que el profesor tenga una guía que le facilite la distribución del tiempo.



Al concluir cada unidad se debe señalar la *bibliografía* que el alumno puede manejar a fondo en esa unidad. Finalmente se coloca la *bibliografía de consulta*, que es una lista de todos los textos que están relacionados con la materia.

El programa de estudio una guía para el alumno tenga presente los contenidos que va a estudiar y "al mismo tiempo, puede chequear si esos conocimientos realmente se le imparten". De igual forma, "es una guía para el docente quien debe convertir ese programa cada año en un cronograma", explica Píriz.

Sobre este último punto Píriz hace mucho énfasis en que se incluya en cada programa un cronograma, de manera que el docente pueda evaluar la efectividad del programa, además "permite actualizar el contenido programático, metiendo algunos contenidos que están en el programa de una forma muy general pero que en un determinado momento adquieren mayor importancia, y se les da más peso". Esto lo debe hacer el docente cada año de manera que los contenidos sean actualizados.

MARCO METODOLÓGICO

Sumario:

El capítulo 5 presenta un reporte en el que se describe la forma como se llevó a cabo la investigación y la manera como se obtuvieron los datos. En este sentido se hace una exposición detallada de cada una de las herramientas metodológicas utilizadas para recolectar la información.

- ❖ En primer lugar se explica cómo se procesó la investigación documental y la revisión de la literatura existente acerca del tema estudiado. Posteriormente, se establecen los parámetros bajo los cuales se diseñó y aplicó la encuesta que intenta diagnosticar la importancia de la formación del periodista en el área de infografía.
- Por último, se incluye la descripción de los distintos tipos de entrevistas especializadas, que se efectuaron con la finalidad de sustentar los contenidos de la propuesta de asignatura. En ambos casos –tanto para la encuesta como para las entrevistas- se expone una lista detallada con los nombres y cargos que ocupan los integrantes de la muestra seleccionada



CAPÍTULO 5. MARCO METODOLÓGICO

Partiendo de la "Guía para la realización del trabajo especial de grado de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB", esta investigación está ubicada dentro de la *Modalidad C*, que consiste "en el diseño de proyectos y producción y se fundamenta en la proposición de un plan operativo y factible para resolver un problema comunicacional en función al desarrollo de uso común" (s.d.: 19). De igual forma, el trabajo encaja dentro de este tipo de investigación, ya que los resultados que de él se obtengan pretenden proponer un plan operativo. Lo que la guía clasifica como "programa de capacitación" (s.d.: 21).

Por otra parte, y según la clasificación de Hernández y Fernández (1994), el tipo de abordaje que tendrá el trabajo -para alcanzar los objetivos planteados- será de carácter exploratorio-descriptivo.

El carácter exploratorio está basado en tres puntos:

- Por ser un tema de vanguardia, el problema planteado no ha sido abordado antes. Se trata de un asunto novedoso dentro de los trabajos de grado elaborados en la escuela de Comunicación Social.
- Este proyecto pretende servir para capacitar a los estudiantes en el área de infografía, y podría dar paso al desarrollo de otros estudios relacionados con el tema.
 - No existe suficiente material que mida su impacto y que permita dar a conocer más sobre el tema.

En cuanto al carácter descriptivo tiene su soporte en lo siguiente:



- Requiere especificar características importantes entorno a la infografía y la importancia de la capacitación académica en esta área.
- Amerita el diseño de una propuesta que busque resolver la situación planteada.
- Requiere el uso de herramientas estadísticas y técnicas específicas para la captación de información.

5.1. Descripción de los instrumentos utilizados

Sierra Bravo señala que "la observación es la base del conocimiento de la realidad y por tanto de la ciencia" (1979: 115). Así mismo, destaca el papel central que desempeñan los instrumentos de observación en la investigación. En este sentido, para seleccionar las herramientas que permitirán estudiar los objetivos planteados, se utilizó la clasificación que propone Sierra Bravo (1979) en su libro *Técnicas de Investigación Social*: observación mediante encuesta y observación por entrevista. En las próximas líneas se encuentra una descripción detallada de los instrumentos utilizados para recolectar los datos durante el desarrollo de la investigación.

5.1.1. Investigación documental

Tal como lo señala Hernández y Fernández la elaboración del marco teórico implica "analizar y exponer aquellas teorías, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes en general que se consideren válidos para el correcto encuadre del estudio" (1994: 22). En este caso, por tratarse de un proyecto y de un tema relativamente novedoso—del que aún no hay teorías claras, ni definidas—se elaboró un marco conceptual. Para estructurar y nutrir dicho apartado se recurrió a una serie de fuentes que permitieron su producción.



En primer lugar, se realizó un arqueo bibliográfico del que se extrajeron los textos más relevantes para la investigación, los cuales —por no encontrarse disponibles en el país- fueron adquiridos en el exterior. A partir de dichos libros se elaboraron unas fichas que resumen los contenidos de los mismos. Tal información se almacenó directamente en archivos de la computadora, con sus respectivas referencias bibliográficas. Vale la pena acotar la escasez de bibliográfia acerca del tema.

La revisión de la literatura existente facilitó las referencias de otro tipo de fuentes como por ejemplo de las publicaciones periódicas y las electrónicas. Estas últimas son las que más abundan, por ser la infografía un tema parcialmente reciente. En este sentido, se hizo una búsqueda por los principales sitios en Internet que pudiesen estar vinculados con el tema: centros, universidades e instituciones de Comunicación Social o Ciencias de la Información.

Por otra parte se realizó una compilación de los planes de estudio de periodismo en las principales universidades españolas que sirvió para conocer la situación académica de la infografía y, posteriormente, se empleó para estructurar uno de los apartados del capítulo cuatro. Así mismo se utilizaron fuentes vivas para corroborar dicha información.

Es necesario acotar que la orientación, en cuanto a la selección de las fuentes consultadas, fue brindada tanto por Antonio Vega como por Wilmer Ascanio y José Manuel de Pablos, quienes facilitaron información sobre los títulos y los trabajos realizados en el área de infografía. Así mismo, se recurrió a los ficheros de la Biblioteca Nacional y de la UCAB, donde no se consiguió ningún tipo de información vinculada con el tema.

De igual forma, se hizo una pesquisa en los archivos del CIC en los que sí se encontraron algunas publicaciones periódicas que contenían información sobre infografía. Esta indagación también permitió ubicar algunos artículos relacionados con los programas de estudio y las escuelas de Comunicación Social.



5.1.2. Encuesta de la concuesta de la concuesta se llevido de la concuesta

A fin de diagnosticar la importancia que tiene para el periodista la formación en el área de infografía, se decidió aplicar una encuesta estructurada, es decir, conducida y controlada por medio un cuestionario, definido por Sierra Bravo como "un conjunto de preguntas, preparado cuidadosamente sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación, para su contestación por la población o su muestra" (1979: 46) y que tiene la finalidad de "registrar declaraciones, actitudes, opiniones y reacciones manifestadas por los sujetos investigados" (pp. 115 y 116).

Partiendo de este planteamiento se diseñó el cuestionario (Anexo 1), utilizando el método de la operacionalización de variables que consiste en "pasar de las variables generales a las intermedias, y de estas a los indicadores, con el objeto de transformar las variables primeras de generales en directamente observables e inmediatamente operativas" (Sierra Bravo, 1979: 95).

Valiéndose del mencionado método, se redactaron un total de seis preguntas: cuatro categorizadas que, según la clasificación de Sierra Bravo (1979), son aquellas que muestran -como respuestas- varias categorías que el encuestado debe seleccionar; una pregunta cerrada, que es de las que sólo presentan dos opciones de respuesta, la afirmativa o la negativa; y por último, una de tipo evaluación en la que se solicita al encuestado que estime varias alternativas.

El cuestionario estuvo dirigido a una muestra *no probabilistica*, inmersa en la clasificación *opinativa o estratégica* o *de elección razonada*, la cual es utilizada "en el caso sobre todo de muestras de conjuntos, y en general cuando los elementos de la muestra son muy reducidos y diversos" (Sierra Bravo, 1979: 9). Sierra Bravo (1979) explica que en vez elegir la muestra al azar, se lleva a cabo razonadamente por los propios investigadores y con los asesoramientos que sean necesarios.



Es conveniente destacar que la aplicación de la encuesta se llevó a cabo durante el mes de marzo. Se entregó el formulario de preguntas a cada unidad de la muestra y, posteriormente se recopilaron todos los formularios ya rellenos.

Por otra parte, se consideró adecuada hacer la selección de la muestra entre la población de periodistas que laboran en los diarios pioneros de la infografía en Venezuela y productores de las mismas (El Nacional y El Universal), pues no tendría sentido haber acudido a los periodistas que se desempeñan en los periódicos donde no se utilizan infografías o que no son quienes las producen.

Teniendo delimitada la unidad de observación (periodistas de *El Nacional* y *El Universal*) se efectuó la selección de la muestra: solamente los periodistas de las secciones que mayor cantidad de infografías generan diariamente (información que fue suministrada por Wilmer Ascanio y Antonio Vega, gerente y jefe de infografía de *El Nacional* y *El Universal* respectivamente), por ser estos quienes se ven con más frecuencia en la necesidad de utilizarlas para sus trabajos y, por ende, pueden expresar con mayor claridad cuan significativa o no les resulta la infografía para su desempeño profesional.

Como en cada sección –tanto de *El Universal* como de *El Nacional*- existe un jefe y un coordinador, que en la mayoría los casos son quienes se encargan de establecer la pauta bajo la cual se trabajan los temas, se decidió incluirlos en la muestra escogida. Por lo tanto, quedó configurada de la siguiente manera: los jefes, coordinadores y reporteros de las secciones de Política, Deportes y Economía –en el caso *de El Universal*-. Y de Política, Deportes, Economía y Genérica, en *El Nacional*.

Con relación a los reporteros, también se hizo una selección *opinativa o estratégica* de los que trabajan en cada una de las secciones. Así que, con la asesoría de los jefes y coordinadores, se escogió un reportero de cada sección.

Ahora bien, partiendo de la muestra seleccionada se creó la *base* de la misma que, de acuerdo con Sierra Bravo (1979), permite la identificación de los elementos elegidos y consiste en una lista con los nombres y los cargos que ocupan cada una de



estas personas, dentro del medio en el que laboran. Esto facilita visualizar cuantitativa y cualitativamente la muestra a estudiar:

El Nacional El Universal Jefes y coordinadores de sección Jefes y coordinadores de sección Política: Lucy Gómez y Nadia Pérez Política: Milagros Pérez y Antonio Fernández. · Deportes: Cristobal Guerra y Jhony · Deportes: Miguel San Martin y Villarroel. Antonio Castillo. · Economía: Enriqueta Lemoine y •Economía: Carmen Rosa Gómez v Elizabeth Dávila. Pedro García. Genérica: Cheffi Borzachini y Yelitza Linares. Reporteros Reporteros • Ernesto Villegas (Política) • Edgar López (Política) Wherter Sandoval (Economía) • Ignacio Serrano (Deportes) Manuel Lebón (Cultura) Andrés Rojas (Economía) Vanessa Davies (Genérica)

5.1.3. Entrevistas especializadas

Debido a la escasa bibliografía y a lo novedoso del tema, se decidió recopilar información conceptual y práctica útil, que permitiera la documentación acerca de los programas de estudio de la UCAB y de la infografía periodística en Venezuela y el mundo. Se pensó entonces en ejecutar lo que Sierra Bravo (1979) llama *encuesta*. Se



trata de "la obtención de información mediante una conversación de naturaleza profesional" (p. 298).

Las entrevistas serán del tipo *no estructuradas* "ya que no existe un cuestionario al que se tenga que ajustar estrictamente el entrevistador" (1979: 298). Sin embargo, se elaboraron una especie de guiones (Anexos 2, 3 y 4) con las preguntas pertinentes a los objetivos de la investigación que son del dominio de cada uno de los entrevistados. Se llevaron a cabo siguiendo los modelos de cuestionarios de preguntas abiertas -elaborados para la investigación- por medio de los cuales los entrevistados expresaron libremente su punto de vista.

Tales guiones fueron diseñados partiendo de un cuadro que se construyó en función de los conceptos que cada entrevistado, de acuerdo a su especialidad, podía aportar. Es necesario indicar que para cumplir con un cronograma las entrevistas fueron efectuadas durante todo el mes de marzo y hasta el 15 de abril.

a) Autoridades de la UCAB Sierra Brava (1979-126) - es Suna parte del sus parte

En primer lugar se entrevistaron a profesores y autoridades de la UCAB: Profesor Max Römer –actual director de la escuela de Comunicación Social-, Profesor Pedro Navarro –coordinador académico de la misma instancia-, y Profesor Píriz Pérez –miembro del Consejo de Facultad y ex director de la escuela de Comunicación Social-. Cabe destacar que este grupo de entrevistas se realizó personalmente.

Las respuestas obtenidas dieron base para asesorarse en cuanto al proceso de introducción de una asignatura dentro del *pensum* de estudio de la escuela de Comunicación Social, así como también para conocer cuál es la estructura que debe poseer el programa de estudio de una materia y la metodología que se sigue para diseñarlo, tal información queda señalada en el capítulo 4. De igual forma, se destinó parte de la información -obtenida mediante estas entrevistas- para fundamentar los



aspectos formales de la *propuesta de asignatura*, presentada en la última parte del trabajo.

b) Infógrafos de los diarios venezolanos y catedráticos del exterior

En segundo lugar se consideró necesario recurrir a los profesionales que trabajan en el área de infografía o que se han convertido en especialistas en la materia, tanto dentro como fuera de Venezuela, y que de alguna manera podrían generar información pertinente para la elaboración y diseño del programa de estudio de la asignatura (específicamente los contenidos del programa y sus objetivos).

Se piensa que el universo está integrado por todas aquellos profesionales que, como se mencionó anteriormente, se desempeñan en el área de infografía o se han especializado en ella. No obstante, debido a la complejidad que supone para la investigadora contactar la totalidad de estas personas, se efectuó la selección de una muestra que -tal como señala Sierra Bravo (1979:126)- es "una parte del conjunto o población debidamente elegida, que se somete a observación científica en representación del conjunto, con el propósito de obtener resultados válidos".

También se estableció -al igual que para la encuesta- un *muestreo estratégico*, con el objeto de elegir una representación que aportara los datos necesarios para la elaboración del trabajo. Así pues, se seleccionaron dos grupos de entrevistados.

El primero se refiere a los infógrafos que trabajan en los principales diarios del país —El Nacional y El Universal—. Aquí se incluyeron dos profesionales que, aunque no ocupan el cargo de infógrafos propiamente, ambos son comunicadores sociales y están directamente vinculados con el diseño del periódico en el que se desempeñan. Este grupo de entrevistas se pudo llevar a cabo personalmente, mediante una conversación con cada una de las personas seleccionadas para la muestra.

El segundo grupo está conformado por expertos en infografía que laboran para prestigiosos medios impresos del exterior (en su mayoría españoles), los cuales han marcado pauta en el aspecto infográfico. Muchos de ellos imparten cátedras o cursos



de infografía –o de otras materias que se relacionan con el tema- en prestigiosas universidades.

La elección se hizo con base en las sugerencias del gerente y el jefe de infografía de *El Nacional* y *El Universal* respectivamente. Así mismo, se estableció contacto con José Manuel De Pablos -autor del libro "Infoperiodismo", publicado recientemente en España por la Editorial Síntesis - quien facilitó los nombres y direcciones electrónicas de varios especialistas en la materia, cuyas opiniones representan un aporte significativo a la investigación.

Una vez elaborada la lista con los datos de los posibles entrevistados, se les envió a cada uno -por correo electrónico- una carta personalizada en la que se les preguntaba si estaban dispuestos a responder una entrevista. Luego se les mandó el cuestionario de preguntas, únicamente a los que contestaron afirmativamente a la solicitud de la entrevista. A continuación se presenta una lista con los nombres y los cargos que ocupan los entrevistados.

Kevin Barnhurst: Profesor de Periodismo Visual en Syracuse University y Chicag University, en Estados Unidos.

^{*} Josep Serra: Profesor de Periodismo Grafico en la Universidad Pompeu Fabra d Barcelona, España.

Dosè Luis Valero: Profesor en la facultad de Ciencias de la Comunicación en Universidad Autónoma de Barcelona, España. Autor de una tesis doctoral sobre "Infoperiodismo" y de varios artículos sobre infografía en la "Revista Latina de Comunicación Social" publicada en Internet por la Universidad de La Laguna.

[•] José Manuel De Pablos: Catedrático de Periodismo en la Universidad de La Laguna en Tenerife, España. Ha impartido el curso "Infoperiodismo" en numerosas centros de comunicación o periodismo de las universidades españolas y latinoamericanas.

Actualmente no trabaja en El Nacional, se retiró a los pocos días de realizar la entrevista.

arte que incorporará el diario Ultimas Noticias.



PRIMER GRUPO: Infógrafos y profesionales

El Universal

El Nacional

34		~		
	Felipe	Saldivia	(Director	de Arte)

• Wilmer Ascanio (Gerente de Infografía)

Amadeo Pereiro (Infógrafo)

· Ana María Lora (Infógrafo)

• Jorge Cortés (Infógrafo)

• Juan Carlos Flores (Infógrafo)⁹

Milfri Pérez (Infógrafo)

• Carmen Riera: Coordinadora de Diseño de la edición Dominical¹⁰ y docente de Artes Gráficas en la UCV. Actualmente imparte un taller electivo de infografía dentro de la misma institución.

SEGUNDO GRUPO: Catedráticos y expertos

- Kevin Barnhurst: Profesor de Periodismo Visual en Syracuse University y Chicago University, en Estados Unidos.
- Josep Serra: Profesor de Periodismo Gráfico en la Universidad Pompeu Fabra en Barcelona, España.
- José Luis Valero: Profesor en la facultad de Ciencias de la Comunicación en Universidad Autónoma de Barcelona, España. Autor de una tesis doctoral sobre "Infoperiodismo" y de varios artículos sobre infografía en la "Revista Latina de Comunicación Social", publicada en Internet por la Universidad de La Laguna.
- José Manuel De Pablos: Catedrático de Periodismo en la Universidad de La Laguna en Tenerife, España. Ha impartido el curso "Infoperiodismo" en numerosas centros de comunicación o periodismo de las universidades españolas y latinoamericanas.

⁹ Actualmente no trabaja en El Nacional, se retiró a los pocos días de realizar la entrevista.

¹⁰ Se desempeñó en El Nacional hasta el 12 de mayo y, próximamente, será la jefe del departamento de arte que incorporará el diario Ultimas Noticias.



- Jordi Claper: Profesor de la asignatura de Infografía en la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona, España) y Redactor Jefe de Infografía en el diario *El País*, de España.
- Fernando Rubio: Redactor Jefe de Infografía del diario ABC, de España.
- Eduardo Pérez: Infógrafo del diario *La Nación*, en Argentina y discípulo de Mario Tascón (destacado infógrafo del periódico *El Mundo* de España).
- Antoni Piqué: Catedrático de Infografia en la Universidad de Navarra, España. Actual asesor del rediseño del diario *Ultimas Noticias*.
- En una primera fuse se lleva a cabo la codificación y el análisis de la encuestra.
- La segunda fase desarrolla un análisis comparado de las entrevistas efectuadas.
- En la tercera fase se expone un análisis que busca contrastar las opiniones de los tres grunos estudiados: periodistas, infógrafos y catedráticos
- Luego se muestra la propuesta de asignatura, que contempla las caracteristicas que la definen. Allí se incluye una fundamentación de la catedra y unas sugerencias para impartirla.
- Como punto final se hace la presentación del programa de infografía con su respectivos contenidos y un plan semestral de las unidades a impartirse

RESULTADOS

presentan de la siguiente forma:

Sumario:

El *capítulo 6* comprende el análisis de los datos recolectados y la exposición de la propuesta de asignatura. En este sentido, los resultados se

- ❖ En una primera fase se lleva a cabo la codificación y el análisis de la encuesta.
- La segunda fase desarrolla un análisis comparado de las entrevistas efectuadas a infógrafos y catedráticos.
- Les En la tercera fase se expone un *análisis* que busca contrastar las opiniones de los tres grupos estudiados: periodistas, infógrafos y catedráticos.
- Luego se muestra la propuesta de asignatura, que contempla las características que la definen. Allí se incluye una fundamentación de la cátedra y unas sugerencias para impartirla.
- Como punto final se hace la presentación del programa de infografía con sus respectivos contenidos y un plan semestral de las unidades a impartirse.



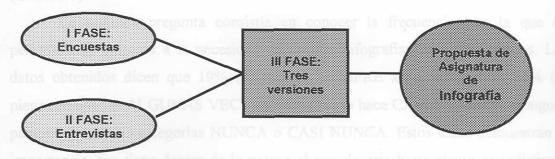
CAPÍTULO 6. PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Hernández y Fernández indican que los resultados "son los productos del análisis de los datos" (1994: 439). Con base en esta afirmación se procedió a la exposición de los distintos procedimientos de observación que permitieron la obtención de información. Para ello se establecieron tres fases: En la primera, se presenta el *análisis de la encuesta* la cual busca hacer un diagnóstico de la importancia que tiene para los periodistas que laboran en los principales diarios del país manejar conocimientos en infografía.

La segunda fase muestra el *análisis comparado de las entrevistas*, realizadas con la intención de apoyar los elementos que conforman la *propuesta de plan de estudio*. La tercera y última, presenta un *análisis de tres versiones* en el que se enfrentan los criterios de los tres grupos estudiados en las fases anteriores¹¹, esto con el propósito de asentar la corriente de opinión que predomina en cada uno de ellos con respecto a determinados aspectos de la asignatura.

Luego de extraer la información pertinente de cada uno de los grupos que están involucrados con el desarrollo de la investigación, se presenta el producto final del trabajo de grado: la *propuesta de asignatura de infografía*. Es necesario acotar que su estructura, contenidos y características se nutren de la información recopilada en las tres fases anteriores.

A continuación se incluye un esquema que resume el proceso de presentación de resultados, anteriormente descrito.



¹¹ Periodistas, infógrafos y catedráticos.



6.1. Fase I: Análisis de la encuesta

Para determinar cuan importante es la formación del comunicador social (específicamente de los que laboran en la prensa escrita) en el área de infografía, se aplicó el instrumento que aspira recoger las opiniones de los jefes, coordinadores y reporteros de las secciones con mayor demanda de infografías, de los diarios El Nacional y El Universal.

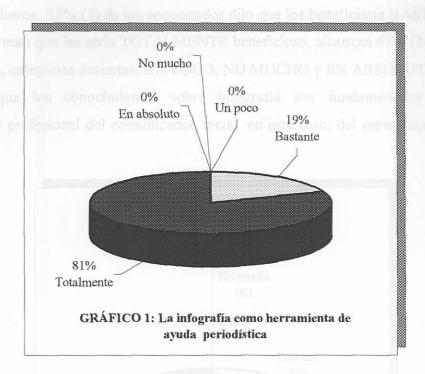
Luego de recopilar las opiniones se procedió a la observación, producto de la *codificación*. Esta última consiste en "asignar a todas y cada una de las categorías que comprende el cuestionario o el documento de observación los números y signos correlativos que sean precisos" (Sierra Bravo, 1979: 362). Es importante indicar que la muestra estuvo conformada por un total de 21 periodistas.

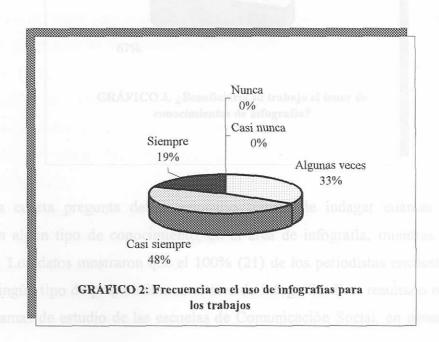
En este sentido, la primera pregunta se refería a la infografía como herramienta para transmitir información. Los resultados arrojados por la muestra fueron los siguientes: 19% de los encuestados (4), respondieron BASTANTE y 81% de los periodistas (17) consideraron que las infografías pueden ayudar a facilitar TOTALMENTE la comunicación de ciertas informaciones. Es necesario señalar que ninguno de los encuestados seleccionó UN POCO, NO MUCHO o EN ABSOLUTO. Este dato demuestra que la infografía resulta útil para facilitar transmisión y comprensión de ciertas informaciones y que los profesionales del periodismo (responsables de comunicar diversos tipos de informaciones) así lo consideran (Gráfico 1).

La segunda pregunta consistía en conocer la frecuencia con la que un periodista se enfrenta a la necesidad de utilizar infografías para sus trabajos. Los datos obtenidos dicen que 19% (4) recurre SIEMPRE a las infografías; 33% (7) piensa en usarlas ALGUNAS VECES y 48% (10) lo hace CASI SIEMPRE. Ninguna persona señaló las categorías NUNCA o CASI NUNCA. Estos datos demuestran la importancia que tiene dentro de la prensa el uso de esta herramienta periodística y



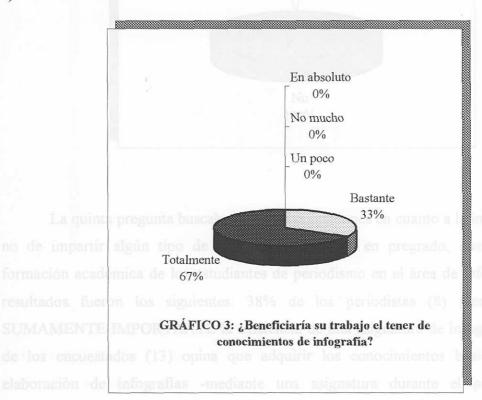
que los reporteros no sólo elaboran textos, sino que también deben contemplar tal instrumento dentro de sus trabajos (Gráfico 2).







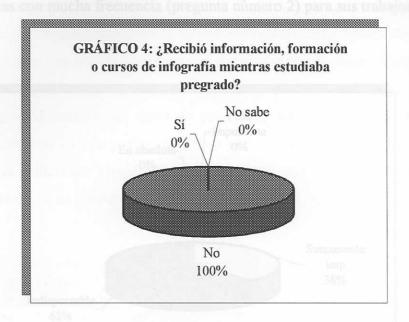
La tercera pregunta buscaba hacer un diagnóstico del grado de beneficio que tendría para los periodistas, manejar conocimientos sobre infografía. Los resultados obtenidos fueron: 33% (7) de los encuestados dijo que los beneficiaría BASTANTE y los que afirman que les sería TOTALMENTE beneficioso, alcanzan 67% (14). Hubo, igualmente, categorías desiertas: UN POCO, NO MUCHO y EN ABSOLUTO, lo que significa que los conocimientos sobre infografía son fundamentales para el desempeño profesional del comunicador social, en este caso, del periodista (Gráfico 3).



La cuarta pregunta del cuestionario trataba de indagar cuántas personas recibieron algún tipo de conocimiento, en el área de infografía, mientras cursaban pregrado. Los datos mostraron que el 100% (21) de los periodistas encuestados NO obtuvo ningún tipo de preparación en el área de infografía. Este resultado revela que los programas de estudio de las escuelas de Comunicación Social, en general, dejan



un vacío en la formación profesional y en la enseñanza de herramientas comunicacionales de vanguardia (Gráfico 4).

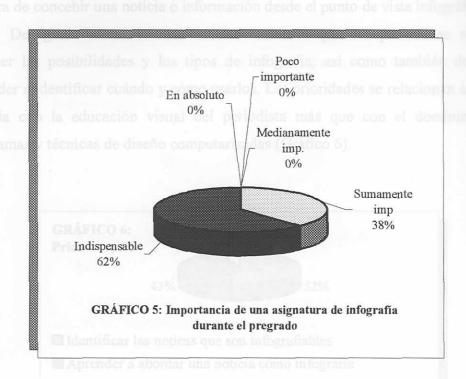


La quinta pregunta buscaba recoger las opiniones en cuanto a la importancia o no de impartir algún tipo de educación específica en pregrado, que permita la formación académica de los estudiantes de periodismo en el área de infografía. Los resultados fueron los siguientes: 38% de los periodistas (8) piensa que es SUMAMENTE IMPORTANTE la existencia de una asignatura de infografía y 62% de los encuestados (13) opina que adquirir los conocimientos básicos para la elaboración de infografías -mediante una asignatura durante el pregrado- es INDISPENSABLE.

Las opciones MEDIANAMENTE IMPORTANTE, POCO IMPORTANTE y EN ABSOLUTO, no fueron seleccionadas. Estos datos expresan que, para los periodistas, la existencia de una cátedra de infografía dentro de los programas de estudios de las escuelas de Comunicación Social, es importante y necesaria. Esta afirmación tiene gran relevancia sobre todo si se toma en cuenta que, a pesar de que



un alto porcentaje de los encuestados no recibió ningún tipo de instrucción sobre infografía durante el pregrado (pregunta número 4); aún así se ven en la necesidad de usar infografías con mucha frecuencia (pregunta número 2) para sus trabajos (Gráfico 5).



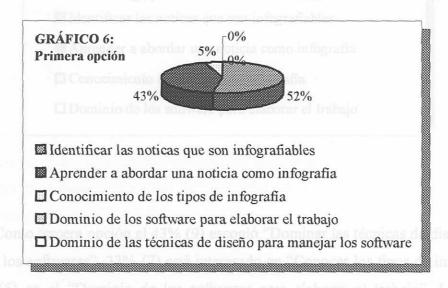
En la sexta y última pregunta se le dio a los encuestados la oportunidad de seleccionar los aspectos que —de acuerdo a sus necesidades- exigirían en un curso (entiéndase por curso asignatura o materia) de infografía. Se les pidió que escogieran sólo tres opciones por orden de importancia (indicando con un 1 la más importante y con un 3 para la menos importante). Los resultados generaron la información que a continuación se presenta.

Como primera opción, el 52% (11) de las personas prefiere que se les enseñe a "Identificar las noticias que son infografiables", 43% (9) está de acuerdo en "Aprender a abordar una noticia como infografia"; y al 5% (1) de los periodistas le



parece bien tener "Conocimiento de los tipos de infografía". El resto de las opciones ("Dominio de los softwares para elaborar el trabajo" y "Dominio de las técnicas de diseño para manejar los softwares"), no fueron elegidas como primera opción. Esto demuestra que las necesidades básicas de los periodistas están relacionadas con la manera de concebir una noticia o información desde el punto de vista infográfico.

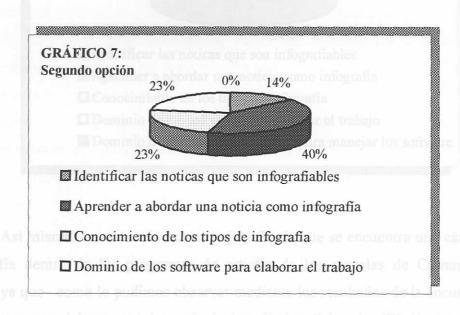
De igual forma los resultados demuestran que los periodistas requieren conocer las posibilidades y los tipos de infografía, así como también demandan aprender a identificar cuándo y cómo usarlos. Las prioridades se relacionan en mayor medida con la educación visual del periodista más que con el dominio de los programas y técnicas de diseño computarizadas (Gráfico 6).



Como segunda opción el 40% (9) desea "Aprender a abordar una noticia como infografía", 23% (5) está de acuerdo en "Conocer los tipos de infografía", otro 23% (5) piensa que sería necesario "Dominar los softwares para elaborar el trabajo" y para el 14% (3) la segunda elección es la "Identificación de las noticias que son infografíables". Tampoco fue seleccionada como segunda opción la categoría del "Dominio de las técnicas de diseño para manejar los softwares".

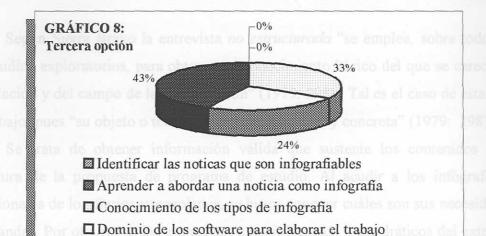


Con estos resultados se puede observar que, como segunda opción más importante, siguen prefiriendo adquirir conocimientos del cómo, cuándo y por qué usar infografías. Sin embargo, un porcentaje de los encuestados no descarta que le parecería importante recibir adiestramiento en la parte técnica (Gráfico 7).



Como tercera opción el 43% (9) escogió "Dominar las técnicas de diseño para manejar los softwares", 33% (7) está interesado en "Conocer los tipos de infografía" y 24% (5) en el "Dominio de los softwares para elaborar el trabajo". Las cifras demuestran que los periodistas, aunque están interesados en conocer la parte técnica, no la consideran como el aspecto más importante a estudiar en una asignatura de infografía, de allí que la seleccionaran como tercera opción (Gráfico 8).





Dominio de las técnicas de diseño para manejar los software

Así mismo, es necesario acotar lo justificada que se encuentra una cátedra de infografía dentro de los programas de estudio de las escuelas de Comunicación Social, ya que –como lo pudimos observar mediante los resultados de la encuesta- los periodistas que laboran en los principales diarios del país (El Nacional y El Universal) consideran primordial la formación en el área de infografía para su desempeño profesional.



6.2. Fase II: Análisis comparado de las entrevistas

Según Sierra Bravo la entrevista *no estructurada* "se emplea, sobre todo, en los estudios exploratorios, para obtener un conocimiento básico del que se carece de la población y del campo de la investigación" (1979: 298). Tal es el caso de esta fase del trabajo, pues "su objeto o tema es una experiencia muy concreta" (1979: 298).

Se trata de obtener información válida que sustente los contenidos y la estructura de la propuesta de programa de estudio. Al acudir a los infógrafos y profesionales de los diarios venezolanos, se busca conocer cuáles son sus necesidades y demandas. Por otra parte, las entrevistas a los infógrafos y catedráticos del exterior, permiten obtener una guía o modelo a seguir para el diseño del programa, dada la reconocida trayectoria y experiencia de los entrevistados en el área de la infografía y la docencia.

En principio, las preguntas planteadas a los entrevistados pretenden precisar sus criterios acerca de la relación infografía-periodismo, tanto desde el punto de vista profesional como académico. De igual forma, las interrogantes están orientadas a indagar las opiniones que tienen los entrevistados sobre ciertos aspectos que, aunque ya fueron expuestos en el *marco conceptual*, forman parte de los contenidos que serán incluidos dentro de la propuesta de plan de estudio. Por tanto, se hace necesario aprovechar el parecer de las fuentes vivas con respecto a: definición de infografía aplicada al periodismo, su desarrollo y evolución -dentro y fuera de Venezuela-, y los factores que propiciaron el incremento de su uso en la prensa mundial.

Se diseñó una especie de guión con la finalidad de facilitar las entrevistas y de extraer, de cada entrevistado, la información más pertinente a los objetivos de la investigación. Esto quiere decir que no todas las preguntas que se le hicieron al grupo de infógrafos de los diarios venezolanos, fueron las mismas que se le plantearon al grupo de expertos y catedráticos foráneos. Incluso las preguntas variaron dentro de cada grupo de entrevistados, por tener estos especialidades y perfiles distintos.



Dada la naturaleza de las preguntas y la experiencia de quienes las contestaron se realizó un análisis meramente cualitativo, comparando las opiniones y razonamientos de cada fuente. Según Patton, quien es citado por Abreu (1999) -para justificar la técnica de análisis de la encuesta aplicada en su trabajo- no existen "normas formales o universales para analizar, interpretar y evaluar los datos cualitativos" (1999: 338). De igual forma, Hernández y Fernández sostienen que aún "cuando no se aplican análisis estadísticos o cuantitativos, los resultados pueden ser frases o afirmaciones que resuman la información" (1994: 439).

Con base en tales planteamientos, se decidió presentar —por temas- las respuestas obtenidas, y resumiendo previamente las tendencias más significativas. Posteriormente se hace una discusión global de los criterios conseguidos, vale decir, su interpretación de acuerdo con los objetivos de la investigación que en este caso están vinculados con la estructura y contenidos de la propuesta de asignatura a diseñar, así como también con su fundamentación dentro del nuevo *pensum* de Comunicación Social.

> Infografía y su desarrollo

a) Infografía aplicada al periodismo

En primer lugar se buscó indagar acerca del concepto que infógrafos y catedráticos, tienen sobre la infografía aplicada al periodismo. Todos los entrevistados destacaron de forma unánime, el carácter visual de este género. Sin embargo, mientras para algunos es una forma o manera de comunicar, para otros es un mero recurso o herramienta.

Un grupo coincide al subrayar el aspecto informativo de la infografía. Tal es el caso de Antoni Piqué, Felipe Saldivia y Wilmer Ascanio quienes la definen como "gráficos informativos", "representación gráfica de la información" e "información"



gráfica", respectivamente. Milfri Pérez¹² y Kevin Barnhurst, también resaltan este argumento al indicar que se trata de información presentada en forma visual. Al referirse a este punto, Juan Carlos Flores expresa que "es contar la noticia a través de una relación imagen-texto". En este sentido, Jorge Cortés acota que "es una manera de informar visualmente cuidando los mismos elementos que se deben cuidar en una nota".

José Luis Valero, Josep Serra, Fernando Rubio, Amadeo Pereiro y Ana María Lora consideran que es un apoyo de la información escrita que facilita la comprensión del mensaje. En esta misma línea Claper argumenta que es una "representación visual que apoya y complementa la noticia para ayudar a entender más rápidamente el cómo, qué, cuando y a veces el porqué de la historia que se cuenta".

Al igual que De Pablos, Carmen Riera y Eduardo Pérez sostienen que la infografía es un género periodístico. "No veo otra infografía que no sea aplicada al periodismo, si no es así no se llama infografía", apunta Riera. A esto Eduardo agrega que "la infografía es consecuencia directa de la necesidad de informar. Su lenguaje es gráfico, pero su razón de ser obedece a necesidades periodísticas. Su mecanismo básico de funcionamiento es la interacción entre imágenes y texto". También Piqué vincula directamente la infografía con la práctica periodística, pues la considera un género informativo más, "como la entrevista, la crónica o el reportaje".

b) Evolución de la infografía en el mundo

Gran parte de los entrevistados han sido testigos directos del renacimiento infográfico, especialmente en la prensa española. Por tal motivo, se le hicieron preguntas que permitieran conocer las opiniones de quienes han sido los protagonistas de un proceso y además han visto nacer el trabajo de los infógrafos dentro de las redacciones de los periódicos.

¹² Para diferenciar a Milfrí Pérez y a Eduardo Pérez, serán mencionados únicamente por sus nombres.



Se pudo observar una marcada tendencia en insistir en los antiguos orígenes de la información gráfica. Así como también en lo que han significado los avances tecnológicos y los grandes acontecimientos para el desarrollo de la infografía en la prensa.

Tanto Eduardo como Piqué se remontan a las primeras expresiones gráficas del hombre para referirse a los precursores de los actuales diagramas. "Ambas puntas de la historia, las pinturas primitivas y las infografias, responden a una misma necesidad: comunicar, informar, llegar al semejante", destaca Eduardo.

Otro punto en el que converge la mayoría de los entrevistados es con los momentos o las épocas en las que la infografía cobró auge dentro de la redacción de los periódicos. De Pablos, Rubio y Eduardo citan una suerte de explosión infográfica tras la Guerra del Golfo.

Según Rubio, "hasta los años ochenta la evolución fue paulatina y después de los primeros años de la década de los noventa su desarrollo fue explosivo". Eduardo añade que "lo que se venía insinuando como un campo en crecimiento eclosionó con el conflicto con Irak –en 1991- y con los Juegos Olímpicos, en 1992".

Aunque Valero sostiene que la infografía está directamente vinculada con la tecnología de la imagen, subraya que "no es tecnología sino comunicación"; Claper hace referencia al impacto que causó la salida al mercado de los computadores *Macintosh*. "Actualmente es mucho más rápido trabajar y publicar al día. La era informática ha permitido que muchas noticias se puedan ilustrar un par de horas antes del cierre del diario", precisa Claper.

De Pablos reflexiona sobre el rumbo que ha tomado la infografía y el importante lugar en el que se ha logrado ubicar en la prensa occidental, luego del conflicto con Irak. Por su parte, Rubio afirma que "en la actualidad las secciones de infografía están consolidadas dentro de las redacciones de los principales periódicos del mundo. Nadie se plantea una redacción moderna sin contar con infografía".

Al hablar de la evolución de la infografía en Venezuela es casi imposible pasar por alto la labor pionera que llevó a cabo El Diario de Caracas por ser el



primero en el país en utilizar el término. Hay quienes piensan que lo que se hizo en un principio, más que infografía, eran gráficos o estadísticas ilustradas.

Tanto Milfri como Riera opinan que el trabajo realizado era muy ilustrativo porque "es una profesión que se hizo por experiencia, no con un planteamiento de comunicación de la información", explica Milfri.

Por otro lado, Riera considera que la infografía en Venezuela ha crecido lentamente, y "lo que va en contra de su evolución rápida o al ritmo de Estados Unidos o España es que aquí no hay donde estudiarla. La mayoría de las veces se aprende empíricamente". A su vez esto ha ido en contra de su desarrollo, pues "ha hecho que los periodistas no lo tomen en serio, piensan que se hace una infografía solamente para llenar un hueco, ellos mismos no lo consideran como un género periodístico, no le dan la importancia necesaria" –insiste Riera-.

Por el contrario, para Saldivia, en el país se ha dado una evolución violenta. "En muy poco tiempo ha pasado de cero al tope, en comparación con otros países con quienes nos podemos equiparar". Ascanio se acerca a la postura de Saldivia al señalar que desde los años noventa la evolución ha sido muy amplia. "Si te das cuenta en los dos principales periódicos (El Nacional y El Universal), el apogeo infográfico ha cobrado bastante auge dentro de la redacción del periódico. Cosa que hace tres o cuatro años era muy débil", destaca Ascanio.

Flores, en cambio, adopta una postura distinta a la de Saldivia o a la de Ascanio. Según él, ha ocurrido una "involución". "El porqué, no lo sé. Si me preguntan por el nivel de la infografía en *El Nacional* en este momento, yo diría que está muy bajo. Hay muy poca creatividad a la hora de inventarse la infografía del día; en *El Universal* no sucede tanto".

Al hablar de los diarios pioneros de la infografía en el mundo, surge una voz colectiva que busca dejar por sentado (como ya se pudo observar en el primer capítulo del *marco conceptual*) la presencia que desde siempre han tenido los gráficos en la prensa. De hecho, Valero menciona a *The Times* y *The New York Times* como



pioneros históricos de la información gráfica (realizada a mano). En ello coincide con De Pablos, Rubio, Eduardo y Piqué.

De igual forma, todos ellos sostienen que la infografía, entendida como lo que se ve actualmente, comenzó a aparecer con la propuesta visual que trajo *USA Today*. A partir de la llegada de este diario, otras publicaciones empezaron a incursionar en el área de la infografía. Piqué menciona entre esas a *Time Magazine*, *The Daily Telegraph*, *The Sunday*, KRTN y *Chicago Tribune*.

"En Europa, específicamente en España, el diario *El Mundo* nació casi parejo al *Macintosh*. Después adoptaron la idea *El País*, *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*, seguidos de los periódicos nórdicos de Europa hasta llegar a Italia. En Inglaterra, las buenas infografías todavía las hacen a mano", expone Claper.

Como se comentó anteriormente, en el ámbito nacional todos los entrevistados vinculan el nacimiento de la infografía con *El Diario de Caracas*. "El señor Jaime Nestares –directivo del desaparecido periódico- trajo de España un proyecto de diseño que incluía infografía", precisa Ascanio. "Posteriormente *El Nacional y El Universal*, comienzan a utilizarla a partir de sus respectivos rediseños", explica Flores.

Riera acota que, además de *El Diario de Caracas*, "también se hizo un intento en *Economía Hoy* cuando la Guerra del Golfo". Posteriormente se introdujo en *El Nacional* y *El Universal* quienes –según Riera- "actualmente van juntos. No se puede decir que uno de los dos sea el mejor".

Por otra parte Jorge Cortés señala que sí se nota una evolución, "prueba de ello es que existen departamentos de infografía. Sin embargo aún hay muchos periodistas que no saben exactamente de qué se trata".

c) El boom infográfico en la prensa implemente sea attalla por un dibujo y adentido

Se realizaron algunas preguntas relacionadas con la demanda de infografías en la prensa, con la intención de conocer la percepción que poseen los entrevistados



acerca los factores que han generado un incremento de los gráficos informativos. De igual manera, se intentó averiguar con qué frecuencia se elaboran infografías en los diarios venezolanos para tratar de demostrar la vigencia y la importancia de tal área dentro de las actividades que se llevan a cabo en la presa del país.

En este sentido, existe todo un razonamiento que se desprende de las aseveraciones hechas por los entrevistados. En primera instancia, se plantea una demanda auspiciada por el impacto visual y la aparición de un nuevo tipo de lector. Por otra parte, hay quienes vinculan el incremento de las infografías con las facilidades tecnológicas, mientras que existe un grupo de entrevistados que piensa que se debe a la competencia entre los diarios.

Barnhurst habla de una posición cultural predominante de los Estados Unidos, de la que se ha derivado la búsqueda de fórmulas para captar lectores. Rubio y Saldivia están de acuerdo en que las infografías responden a una demanda por parte de los lectores que –según este último- "se han acostumbrado a ellas".

Ascanio, Milfri, Riera, Pereiro y Lora también sientan su posición con respecto a la tendencia de los diarios de competir con los medios audiovisuales para atraer lectores que, por lo general, no leen sino que ven información. "Formamos parte de una etapa de 'lectores escáner' que van pasando el dedo por los bloques de texto más grandes, títulos, pie de página, pie de foto, sumario; pero que no se embullen en el texto", sostiene Flores.

Pereiro se une a las anteriores opiniones al acotar que "el *boom* infográfico se relaciona con el impacto visual. Por todas partes estamos rodeados de imágenes y el periodismo no escapa a esto, captar la atención del lector es su intención".

Así mismo, Lora coincide con el pensamiento de que los diarios buscan que el lector se sienta atraído. "La idea más importante de la infografía es que el lector no tenga que leer el artículo, sino que simplemente sea atraído por un dibujo y además que ese dibujo le explique una situación", indica.

Por su parte, Cortés piensa que la mayoría de los periódicos incluyen la infografía para estar a la vanguardia con el resto de la prensa del mundo que ya la ha



incluido. Tal como lo expresa Eduardo: "hoy la infografía es una manera de informar que no debe estar ausente en ningún diario o revista".

Los medios impresos no pueden escapar a esa realidad. De allí la razón por la que se hicieran algunas preguntas que permitieran monitorear la demanda que tienen los gráficos informativos en *El Nacional* y en *El Universal*.

Saldivia y Cortés calculan que en *El Universal* se elaboran 60 infografías semanales aproximadamente. Por su parte Milfri piensa que "se podría hacer muchísimo más, si así como hay periodistas asignados a fuentes existieran también infógrafos asignados a fuentes". No obstante Cortés explica que "la demanda puede variar de acuerdo con los acontecimientos que se estén sucediendo. Tal es el caso de la época electoral, la cual genera muchas infografías".

En *El Nacional*, Lora estima que se hacen aproximadamente entre 20 y 25 infografías diarias, sin contar las que se hacen para las revistas del periódico. Ascanio, por su parte, totaliza un promedio de 35 y 40 infografías semanales elaboradas tanto para el periódico como para las revistas.

Estos datos demuestran una evidente presencia de la infografía, no sólo en el periódico sino también en otras publicaciones de corte periodístico. Detalle que hace pensar en el auge que ha cobrado dentro de las redacciones de los principales periódicos.

> Formación académica de periodistas

a) Papel de los redactores

Para sondear la percepción que tienen los entrevistados sobre la labor que cumplen los periodistas dentro del proceso de producción de las infografías, se les interrogó acerca de los beneficios de que los redactores manejen un lenguaje infográfico.



De igual forma se les pidió opinión asociada con la formación profesional del periodista. Todo ello para estudiar el panorama de las necesidades que —con respecto a la infografía- se les presentan a los periodistas al enfrentarse a las exigencias de un periódico y ante las cuales deberían estar preparados.

Tanto Saldivia como Milfri, Pereiro, Riera y Lora, hacen notar que en la mayoría de los casos son los periodistas los que proponen la infografía. Milfri y Pereiro destacan la función de respaldo que cumple el departamento de *El Universal*. "Aquí somos un departamento de apoyo a los periodistas de las secciones, quienes vienen de la calle y, si considera que tiene una información infografíable, la traen y nosotros elaboramos la infografía", acota Pereiro.

El total de los entrevistados estuvo de acuerdo en que resultaría altamente provechoso el hecho de que los periodistas tuviesen conocimientos sobre el tema. En este sentido Ascanio subraya que "es de mucha importancia que todos los redactores conozcan y puedan hablar el lenguaje de la infografía. Para que entiendan qué podemos hacer, cómo lo podemos hacer, qué deben conseguir, cuál es el apoyo que nosotros podemos prestarle a ellos y qué es lo que nosotros esperamos de ellos como redactores".

Riera aclara que "si el reportero está en el lugar de los hechos y puede hacer un croquis, un pequeño boceto y las preguntas básicas que debe responder una infografía, mucho mejor porque él ya llega con todo ese material y el infógrafo sólo se encarga de pulir la imagen".

Flores plantea un desconocimiento, por parte de los redactores, de la prioritaria labor que estos desempeñan dentro del proceso de concepción y elaboración de una infografía. Además concurre con Riera al advertir la posibilidad que tiene el periodista de recopilar información para el infógráfo, de manera que este último sólo tenga que "adornarla".

Por otra parte, Lora añade que "si los periodistas dominan el área infográfica, nosotros podemos sacarle el jugo a la información". Pereiro respalda tal afirmación al



expresar que "sería bueno que tuviesen conocimientos infográficos porque ellos a veces no tienen idea de lo que se puede hacer con la infografía".

No obstante Riera hace una aseveración en cuanto a los conocimientos infográficos que debe tener el redactor pues, según ella, "no se exige en ningún momento que el periodista sepa dibujar; pero sí es fundamental -y por eso debe existir la cátedra de infografía en las escuelas de periodismo-, no para que aprendan a hacer infografías, sino para que tengan un pensamiento visual".

Para investigar la opinión de aquellos entrevistados, que de alguna u otra forma están vinculados con la docencia del periodismo visual o que han sido testigos directos del renacimiento de la infografía en importantes diarios del mundo, se les formularon preguntas sobre la formación académica del periodista en el área infográfica.

Siete, de los ocho entrevistados a los que se les cuestionó acerca de tal punto, piensan que es escaso el espacio y el interés que se le ha otorgado a la infografía en las escuelas de periodismo. Y, dentro de ese mismo grupo de entrevistados, hay quienes piensan que ese es el motivo por el cual los periodistas en ejercicio no conocen el potencial informativo que tienen las infografías.

Sin embargo, el parecer de Barnhurst dista con el del resto de los entrevistados porque plantea que la infografía "es algo que se aprende por la práctica, no por la docencia". El resto de los entrevistados hacen énfasis en los problemas que ha causado el poco interés de las facultades de periodismo en la enseñanza de la información visual.

Serra califica de mediocres los conocimientos infográficos que poseen los periodistas y sostiene que la falta de profesionales -en las secciones infográficas de los diarios- provenientes de las escuelas de periodismo, es lo que "ha provocado que muchas veces haya primado más la forma que el contenido".

Rubio y Piqué señalan que la formación es escasa y "esto ha incidido en que se haya planteado como ajena a la profesión informativa", agrega Piqué.



Mientras tanto, Valero apunta que "las antiguas escuelas de periodismo no dicen nada sobre dibujar la información y demasiado sobre escribir la información", de allí que los periodistas posean poca sensibilidad visual.

Eduardo también plantea que existe un desconocimiento por parte de los periodistas acerca de lo que es la infografía. "No todos tratan la noticia conjuntamente con infografía, desde su nacimiento. Para que esto sea posible es necesario que conozcan los mecanismos que hacen a la infografía", acota Eduardo.

De Pablos también deja notar su posición a favor de la enseñanza de la infografía en las facultades y escuelas de periodismo. Para ello expone varios criterios. En primer lugar que "las universidades, salvo muy contadas excepciones, todavía no se han dado cuenta del interés de impartir infografía a los futuros informadores".

Como segundo punto, señala que "los docentes del área de tecnología o diseño no se han ocupado con la intensidad que requiere el caso, a profundizar y conocer este género". En tercer lugar, asegura "que con la infografía sucederá algo semejante a lo sucedido con el diseño", pues –según De Pablos- hace veinte años casi no se encontraban diseñadores en los diarios y tampoco se impartía esa enseñanza¹³. "Que suceda algo parecido con la infografía de una forma un tanto natural y se normalice dentro de veinte años, dependerá de los directivos de las escuelas o facultades de hoy", reitera De Pablos.

Al hablar de la educación infográfica de los futuros comunicadores, Claper destaca que "gracias a la Guerra del Golfo, el mundo universitario del periodismo descubrió una nueva sección en las redacciones: la infografía". De igual forma, sugiere que es importante preparar nuevos profesionales para que se inserten en los puestos de trabajo aún no copados. Por lo tanto, Claper, justifica "una asignatura más y una cátedra más para profesores y catedráticos" que permita la normalización de un oficio hecho como carrera universitaria.

¹³ De Pablos acota que actualmente casi todos los periódicos disponen de diseñadores, y el diseño periodístico se imparte en las facultades o escuelas de Comunicación.



b) Asignatura de infografía en pregrado

Todos los entrevistados opinan que la infografía sí se puede enseñar. Aunque para Barnhurst no se debe incluir como materia de pregrado, pues -según él- la producción de gráficos se puede aprender en cualquier oficina de prensa.

Desde un principio la mayoría hizo mención de la importancia que representa la apertura de espacios para la enseñanza de la infografía a los estudiantes de periodismo, de igual forma les pareció positiva la idea incorporar una asignatura de infografía dentro de los planes de estudio de las escuelas o facultades de Comunicación Social. Las opiniones sobre este punto cobraron distintos matices.

Valero, De Pablos y Eduardo indican que la materia debe estar orientada a la capacitación visual del periodista, más que a la parte artística o informática. "Debe enseñarse desde el punto de vista comunicativo y de diseñar todos los elementos que componen la más eficaz forma de plantear la información", asiente Valero.

Para De Pablos "se trata siempre de elevar la cultura visual del periodistaescritor, de hacerle ver que tiene capacidad para ofertar a los infógrafos de su redacción bocetos con la suficiente carga informativa para ser transferidos a buenas infografías".

En la misma línea Eduardo afirma que "se debe incorporar infografía a la carrera de periodismo como una especialidad destinada a formar profesionales específicos, y las escuelas o facultades deben necesariamente tener como objetivo la instrucción de profesionales que, en su totalidad y sin excepciones, dominen las reglas básicas de la infografía".

Además de la parte conceptual y teórica de la infografía, Rubio, Claper y Piqué están de acuerdo en que la asignatura debe enseñar también las técnicas y los programas básicos para elaborar gráficos informativos. "Se debería incluir dentro de los planes de estudio, tanto su práctica como su historia, ya que pertenece a la misma historia del periodismo", comenta Rubio.



Con base en su experiencia como profesor de infografía, Claper hace saber que la asignatura que dicta, hace cuatro años en la Universidad Pompeu Fabra, es un curso práctico para aprender a elaborar gráficos informativos, sin dejar a un lado la parte —a su parecer- más importante que consiste en instruir acerca de "cuándo y por qué hay que pedir un gráfico y qué función tienen éstos insertados en un texto".

Piqué señala la inclusión de varios contenidos técnicos, los cuales le otorgan a la asignatura cierto carácter práctico. Tal sugerencia se separa de la anterior.

Pero existe un planteamiento que serviría para integrar, en los planes de estudio de estudio de las facultades y escuelas de Comunicación Social, todos los conocimientos (prácticos y teóricos) en cuanto a la infografía y a la cultura visual se refiere. Serra menciona la estructura que posee el *pensum* de estudio de Ciencias de la Información, en la Universidad Pompeu Fabra (indicado en el *marco conceptual*).

En la UPF se dicta una asignatura obligatoria a los alumnos que cursan los primeros años de periodismo y "en la que se realiza una introducción al fotoperiodismo, a la infografía y a la ilustración". Pero quienes sienten un claro interés en profundizar en el campo infográfico pueden cursar en los últimos años de la carrera una cátedra optativa que se llama Infografía y es básicamente práctica.

Sustentando la posición que trazó desde el principio Barnhurst afirma que la práctica cambia tan rápidamente que realmente no es preciso tener una materia de infografía. "Pero, sí, una asignatura general sobre las formas visuales en la prensa".

> Acerca del programa de estudio

Se le solicitó a los entrevistados recomendaciones generales para una asignatura de infografía impartida a los estudiantes de periodismo, de manera que tales sugerencias puedan ser tomadas en cuenta al diseñar el programa de infografía, así como también para justificar la estructura del mismo.

Flores parte de que a través de la cátedra de infografía se debe conseguir sensibilizar a los estudiantes para que piensen gráficamente. Por tal razón propone un



método que consiste en adiestrar a los alumnos para que tomen apuntes con imágenes. "No se trata de enseñar a dibujar, sino de instruir para que el futuro periodista piense en secuencia de imágenes", acota Flores.

En ese mismo punto, Ascanio concuerda con Flores al afirmar que "todo periodista debe pensar gráficamente". De igual forma señala que, entre los objetivos de una cátedra de infografía, se debe contemplar que los futuros periodistas entiendan y se comuniquen en lenguaje infográfico.

Saldivia y Cortés destacan la importancia de enseñarlos a conocer e interpretar la información para que no cometan errores conceptuales. En cuanto al manejo de las computadoras y los programas, Saldivia no los considera necesarios porque lo más importante para él es que los alumnos aprendan a bocetar la idea y sepan utilizar oportunamente los diferentes tipos de gráficos informativos. Por su parte Riera también coincide con la idea de que los estudiantes conozcan "la gama de posibilidades que tienen con la infografía".

Milfri y Lora piensan que, además de la educación visual, los conocimientos de diseño e informática también deben tener cabida dentro de la asignatura, aunque no los consideran fundamentales. "Así como se les enseña a buscar información para escribir, igualmente es necesario entrenar a los estudiantes para que sepan buscar la información gráfica", agrega Milfri.

En cambio Pereiro, dista del resto de los infógrafos al señalar que dentro de la cátedra se deben incluir "muchas cosas de diseño y diagramación, a parte del manejo de los programas de computación".

Sobre los recursos y herramientas básicas que se requieren para dictar la asignatura, Pereiro y Lora enumeran un conjunto de elementos como: Computadoras *Macintosh*, escáner, archivos de imágenes, unidad de zip, papel y lápices de colores.

Riera descarta el manejo de computadoras y softwares de diseño en una asignatura de infografía para pregrado, pues estima que estos conocimientos pueden ser adquiridos en cualquier curso extra cátedra. Sin embargo Lora y Pereiro



reconocen la importancia de las computadoras en el proceso de elaboración de gráficos informativos, pero insisten en que no son una limitante para producirlos.

Ascanio y Flores apuntan que, aunque las computadoras son una herramienta indispensable en el trabajo diario de los infógrafos, no son tan necesarias para aprender a preparar y concebir infografías.

Flores plantea algunas estrategias para la enseñanza a estudiantes de periodismo. En principio se trata de que el docente proyecte varias infografías de calidad y junto a los alumnos trate de conocer, paso por paso, cómo se llegó al resultado final. Por otra parte, sugiere que los estudiantes aprendan a escribir para las infografías mediante la aplicación de dictados técnicos.

De igual forma, sería conveniente que los alumnos realizaran sus propias infografías. "No importa si saben o no dibujar, se puede ser muy buen infógrafo sin saber dibujar. Es más, ni siquiera necesitas tener una computadora", afirma Flores.

Hasta aquí las sugerencias de los infógrafos y profesionales de los diarios venezolanos. Los criterios de los expertos y catedráticos en infografía de los medios foráneos, con respecto al programa de estudio, también van a ser analizados pero siguiendo una estructura distinta ya que las preguntas variaron.

Los entrevistados expusieron sus criterios en cuanto a: recomendación general para la asignatura, objetivo general del programa de estudio, estrategias metodológicas que puede utilizar el docente para impartir la materia, recursos (materiales o equipos) con los que debe contar el profesorado para desarrollar los objetivos y conocimientos técnicos básicos que deberían enseñarse en la asignatura. Debido a la precisión de estas respuestas, se procedió a exponer puntualmente los planteamientos de cada una de los expertos.

▶ Josep Serra: ** lecturals critico-culturales sobre periodismo conversationes y

Recomendación general. Señala que la asignatura de infografía, como cualquier otra parte del periodismo, "ha de tener un componente



eminentemente periodístico y de rigor. Lo único que, en lugar de palabras, deberá servirse de imágenes, dibujos, textos, entre otros".

Objetivo general de la cátedra. "Conseguir que el periodismo ocupe el espacio que nunca debería de haber cedido en las secciones de infografía".

Estrategias para impartir la asignatura. Trabajar con ejemplos reales y que los alumnos lleven a cabo todo el proceso de producción de las infografías, "desde la búsqueda de los datos hasta la realización del gráfico".

Recursos. "Un ordenador por alumno con los programas necesarios para poder desarrollar el trabajo (*PhotoShop*, *FreeHand*, *Illustrator*), impresoras, escáner, Internet y agencias de noticias para buscar datos e imágenes".

Conocimientos técnicos. Considera que los alumnos deben conocer los programas y saberlos utilizar con soltura, "pero sobre todo ser periodistas".

► Kevin Barnhurst: etre los que menciona. Teoria de la comunicación visual

Recomendación general. No hace sugerencias para una asignatura de infografía, pues como se mencionó anteriormente, no está de acuerdo con la existencia de tal cátedra. Propone, en cambio, una sobre formas visuales en la prensa. Para la cual, aconseja impartir los contenidos de su libro "Seeing The Newspaper".

Objetivo general de la cátedra. Una vez más sostiene que utilizar las aulas universitarias para impartir asignaturas que pretenden reproducir las prácticas periodísticas actuales "es un desperdicio lamentable de recursos y una falta de seriedad intelectual".

Estrategias para impartir la asignatura. Para la asignatura que él propone, sugiere "lecturas crítico-culturales sobre periodismo, conversaciones y seminarios con estudiosos, análisis de ejemplos corrientes, estudio de la historia de formas visuales, ejercicios mentales y escritos, entre otros".



Recursos. Recomienda las herramientas de apoyo más comunes como tiza, pizarra, lápices papel, proyectores, correo electrónico e Internet, porque se opone "a la invasión de tecnología especializada, en la docencia universitaria".

Conocimientos técnicos. No contempla ningún tipo de conocimientos informáticos para su cátedra de formas visuales en la prensa. Lo más importante para él es que los estudiantes aprendan a pensar, y a expresarse en forma escrita y oral. "Lo demás –insiste- se aprende en las empresas, trabajando, y no en la universidad estudiando".

▶ José Luis Valero:

Recomendación general. Hace sugerencias para los contenidos de la asignatura, entre los que menciona: Teoría de la comunicación visual, estructura visual de la información infográfica, conceptos esenciales, características, propiedades, tipología, historia, diseño y estilos actuales.

Objetivo general de la cátedra. "Formar periodistas infografistas con capacidad para comprender la visualidad, funcionalidad y características comunicativas para el trabajo cotidiano de elaboración de la información mediante infografias".

Estrategias para impartir la asignatura. Estudiar a fondo diversas infografías presentadas por el docente, construir realidades visuales, sintetizar informaciones y plasmarlas en bocetos manuales. Considera que "no es tan importante dibujar bien, pues en eso los licenciados en Bellas Artes son buenos profesionales".

Recursos. Papel, lápiz graso, un ordenador con sistema de teletipo o de recepción de informaciones, dos programas informáticos: FreeHand y Page Maker y "una nutrida biblioteca, lo más visual posible".

Conocimientos técnicos. "Conocimientos de informática al nivel de usuario".



▶ José Manuel De Pablos:

Recomendación general. Tiene que ver con el perfil del docente que va a dictar la cátedra, según De Pablos, debe estar interesado en dar la materia y poseer suficiente cultura visual para saber apreciar la importancia de la infografía. Así mismo, debe documentarse previamente o "pasar cierto tiempo trabajando cerca de infógrafos en algún medio". Por otra parte conviene que tenga claro "que va a enseñar infografía no a dibujantes, sino a redactores".

Objetivo general de la cátedra. Insiste en elevar la cultura visual de los egresados y convertirlos en informadores completos, con alta capacidad de transferir visualmente la información y de elaborar bocetos que faciliten la labor del infógrafo que no ha tenido la oportunidad de acudir al lugar de los hechos.

Estrategias para impartir la asignatura. Propone la misma metodología que utiliza para su curso de "Infoperiodismo". En primer lugar una parte teórica con definiciones, apoyada en la proyección de diapositivas de muestras infográficas. La segunda parte consiste en la práctica que deben desarrollar los alumnos, a partir del supuesto infografiable que expone el docente y sobre el que los estudiantes deben elaborar un boceto que se supone que utilizará el infógrafo para realizar el arte final de la infografía.

Recursos. Para De Pablos un departamento universitario ocupado de la enseñanza de infografía, no requiere tanto equipamiento porque "la misión será enseñar a los estudiantes a hacer bocetos, no a preparar a dibujantes en infografía".

Conocimientos técnicos. No especifica que sea necesario algún conocimiento técnico.



▶ Jordi Claper:

Recomendación general. Propone que, a través de la asignatura, se logre transmitir lo que quiere decir infografía para que los estudiantes puedan aplicarla práctica y teóricamente. Así mismo enumera algunos contenidos que —a su parecer- no deberían faltar dentro del programa de la materia. "Diseño, tipografía, teoría del color, programas de computación, 200 años de historia de la infografía en la prensa mundial, lenguaje del cómic, entre otros".

Objetivo general de la cátedra. Claper afirma que debe perseguir los mismos fines que podría tener una asignatura de diseño, fotografía, cultura o deporte, para periodistas.

Estrategias para impartir la asignatura. Un proyector de diapositivas para mostrar y hacer críticas a los trabajos de los principales diarios y revistas.

Recursos. Un computador por cada alumno con los programas de apoyo.

Conocimientos técnicos. Manejar el computador y los programas de apoyo.

► Fernando Rubio:

Recomendación general. Al igual que De Pablos, considera fundamental que la asignatura sea impartida por profesionales. Así mismo, que sea orientada a la enseñanza de fórmulas de narración gráfica.

Objetivo general de la cátedra. Formar periodistas gráficos.

Estrategias para impartir la asignatura. No especifica tal punto.

Recursos. Un departamento para la enseñanza de infografía "debe estar lo más actualizado informáticamente y poseer archivos digitales y en papel".

Conocimientos técnicos. Manejo de los programas claves para el desarrollo de la infografía: FreeHand, Ilustrator y PhotoShop



Eduardo Pérez:

Recomendación general. Insiste en el perfil del docente y coincide con De Pablos y Rubio al sugerir que la materia debe ser dictada por especialistas que "estén empapados en el tema". Menciona también que los contenidos deben corresponder a los fundamentos básicos de la infografía.

Objetivo general de la cátedra. Que infografía resulte un tema familiar para todo periodista y que cada egresado conozca perfectamente los conceptos básicos de la misma.

Estrategias para impartir la asignatura. Plantea la necesidad de que los estudiantes realicen pasantías de seis meses en los departamentos de infografía de los principales diarios.

Recursos. No hace mención a algún tipo de equipo o material para impartir la asignatura.

Conocimientos técnicos. Conocer los programas informáticos y aprender a dominar la técnica que facilita el trabajo, le parece necesario mas no indispensable.

► Antoni Piqué:

Recomendación general. Según Piqué la asignatura debe lograr fomentar que la infografía es un género informativo. Propone algunos contenidos: "qué es un infográfico, qué se puede graficar y qué no, tipos de gráficos, poner el gráfico en página, reporterismo infográfico, grandes infografístas, técnicas para infografíar".

Objetivo general de la cátedra. Plantea que la intención de la asignatura debe consistir en "hacer mejores periodistas dotándoles del recurso infográfico y enseñándoles a aprovecharlo".



Estrategias para impartir la asignatura. Proyección de diapositivas con ejemplos de los diversos tipos de gráficos informativos.

Recursos. El equipo necesario para una sala donde se imparte infografía consta de un paquete de hojas blancas y una caja de lápices de colores. Además de los terminales de las agencias de noticias y el escáner, también es necesario un mínimo de programas de apoyo que puede ser *FreeHand* o *Illustrator*, *DeltaGraph* y *PhotoShop*.

Conocimientos técnicos. Dominio de los programas indicados anteriormente, manejo del escaneado, tratamiento de la imagen, diseño, dibujo y algo de fotografía.

6.2.1. Discusión del análisis comparado

La mayoría de las respuestas apuntaron hacia el hecho de considerar a la infografía como un formato indiscutible para comunicar información, e incluso, algunas de las fuentes llegaron a manifestar que tiene vínculos directos con las necesidades periodísticas. De allí la razón por la que no pocos sostengan que es un género informativo más.

Y, aunque un grupo se inclinó a favor de la infografía como mero complemento de la noticia, no cabe duda de que esta opinión también refleja las virtudes que tienen los gráficos informativos para facilitar la comprensión de mensajes. Por tanto, no sería descabellado integrar la enseñanza de estos a los planes de estudio de las escuelas de Comunicación Social de Venezuela, ya que precisamente son ellas las encargadas del proceso enseñanza-aprendizaje de los futuros comunicadores.

Las características que mostraron ciertos acontecimientos, aunado a las facilidades tecnológicas que ofrecía el mundo de la informática, impulsaron la utilización de las infografías en la prensa. La manera de concebir y presentar una información comenzó a cambiar, pues quedó demostrado que los gráficos



informativos no solamente servían para hablar de la Guerra del Golfo o de los Juegos Olímpicos, por eso se comenzó a implementar dentro de otras secciones de los periódicos.

Quienes no la utilizaban la comenzaron a incluir dentro de sus trabajos, y los diarios que ya habían presentado gráficos informativos anteriormente le dieron mayor cabida y espacio. Así también ocurrió en Venezuela, cuando los principales diarios del país -después del trabajo precursor de *El Diario de Caracas*- decidieron formar departamentos de infografía.

Por tanto, es completamente comprensible que los profesionales que laboran en esta área (especialmente en Venezuela) se hayan instruido "empíricamente", pues no ha existido en el país institución alguna de donde puedan egresar entendidos en el área infográfica. De hecho, uno de los entrevistados indicó que esa es la razón por la que la infografía en Venezuela no se ha podido terminar de desarrollar al mismo ritmo que se ha dado -por ejemplo- en Estados Unidos o España.

La demanda de trabajos infográficos (entre otras cosas) en los periódicos ha generado una serie de necesidades diferentes a las que se presentaban hace por lo menos veinte años, en la estructura y funcionamiento de un diario. Por ello se podría considerar que los profesionales que salen al mercado del trabajo editorial –los periodistas en este caso- deben estar preparados para afrontar las exigencias de un periódico que intenta utilizar todas las "armas" para competir en calidad.

De allí la importancia en que las escuelas de Comunicación Social adjunten a sus planes de estudio una asignatura de infografía. No sólo para que formen profesionales que tengan la oportunidad de ocupar los puestos de trabajo en los departamentos de infografía, sino también para que ofrezcan la cultura visual que, como bien lo señalaron los entrevistados, todo periodista debe poseer.

Si bien en cierto que el impulso de la infografía se dio debido a una convergencia de hechos. También es preciso saber que un "telón de fondo" obligó a concebir el diseño de los diarios de un modo diferente. Se trata de la aparición de un nuevo tipo de lector a quien le interesa ver más que leer, de allí la filosofía "Show,



don't Tell" ("Mostrar, no Contar") del periodismo moderno (Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.: s.p.). En vista de tal situación todos los recursos que pudiesen adaptarse a los requerimientos de los lectores escáner, serían bien recibidos con tal de atrapar a estos receptores.

Se ha planteado un "nuevo" rol de los periodistas dentro de la redacción de los periódicos, durante el proceso de elaboración de una infografía. Para ello, los entrevistados han coincidido que es vital la participación del redactor.

Según la información recabada, los periodistas de los diarios venezolanos (El Nacional y El Universal) tienen una participación que se limita básicamente a la facilitación de la información a partir de la cual el infógrafo produce la infografía. No obstante, la mayoría de los entrevistados está de acuerdo en que sería más provechoso que los redactores manejaran el mismo lenguaje que los infógrafos, e incluso, que pudiesen reportear gráficamente (para lo cual no se requiere que sean dibujantes). Esta situación ayudaría a incrementar la calidad de los gráficos informativos, porque-según lo que alegan los entrevistados- la información se aprovecharía mejor. La causa principal de que esto no ocurra con frecuencia se debe al desconocimiento y poco dominio del tema infográfico por parte de los redactores de los diarios venezolanos.

Aunque el papel que desempeñan los reporteros actualmente en el país no está muy vinculado con la elaboración propiamente de la infografía, eso no quiere decir que no sea válida la formación de periodistas que sí sean capaces de producir en su totalidad un gráfico informativo. De esta forma se lograría lo que Jeff Goertzen llama "infógrafo ideal" (En Grupo Español de Usuarios de Macintosh en Prensa, s.d.: s.p.).

Tal planteamiento lo apoyaron varios de los infógrafos y profesionales de los diarios venezolanos. Vale destacar que en *El Universal* el jefe del departamento es periodista, al igual que los tres infógrafos entrevistados, lo cual es una muestra de que sí se pueden llegar a formar, profesionalmente, periodistas con el perfil señalado.

Se manifiesta una necesidad de que las escuelas y facultades de periodismo otorguen mayor importancia a la enseñanza de la cultura y destreza visual. Pero también, se hace evidente que se tome en cuenta la formación de la parte práctica. Por



tanto, no sería recomendable dotar un programa de estudio con contenidos netamente teóricos o conceptuales, ni tampoco puramente prácticos.

El equilibrio, entonces, podría conseguirse de dos formas: elaborando un solo programa con contenidos teorico-prácticos, o articulando las materias de los planes de estudio. Es decir, reservando ciertas asignaturas para la enseñanza de la parte conceptual y dejando otras para la sección práctica. Un buen ejemplo de este caso es la estructura que tiene la facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Pompeu Fabra de la cual habló el catedrático Josep Serra.

Para concretar las sugerencias de los entrevistados con respecto a la estructura que debería tener el programa de estudio de infografía se establecieron algunos puntos claves para el diseño de la propuesta.

Como recomendación general a la asignatura, es preciso tener en cuenta el carácter esencialmente periodístico que debe tener la misma, tratando de compaginar los conocimientos adquiridos en el resto de las materias con los conceptos infográficos, basados en la adquisición de destrezas visuales.

En cuanto al perfil del docente que va a dictar la asignatura, es conveniente que se trate de un profesional del periodismo con experiencia en el área infográfica y, preferiblemente, que haya trabajado en un departamento de infografía de algún diario.

Respecto a los contenidos, las sugerencias van desde la parte teórica e histórica, hasta la enseñanza de la práctica: Conceptos esenciales de comunicación visual, historia y antecedentes de la infografía, lenguaje del cómic, qué es una infografía, qué es infografíable y qué no, tipos de gráficos, colocar el gráfico en página, teoría del color, nociones de diseño, tipografía, grandes infografías e infógrafos, reporterismo infográfico, agencias de gráficos informativos, estilos actuales.

De acuerdo a lo indagado, la cátedra debería estar orientada a buscar que los periodistas sean capaces de transferir visualmente una información, y que posean los conocimientos y las habilidades que les permitan darle un sentido periodístico a la información gráfica.



No obstante, a pesar de que algunos expertos están en desacuerdo con la enseñanza de la parte técnica del proceso infográfico, es posible impartir tales conocimientos para lograr una formación más completa. Así, el periodista que decida incorporarse a algún departamento de infografía, tendrá el entrenamiento básico que se requiere.

Al parecer, la proyección de diapositivas que contengan ejemplos de trabajos infográficos es una estrategia a la que recurren con frecuencia quienes tienen experiencia en la enseñanza de la infografia. Esto serviría para apoyar la parte teórica y conceptual de la materia. Para la parte práctica, los catedráticos entrevistados prefieren que los alumnos construyan realidades infográficas, a partir de los cables que llegan por las agencias de noticias. Con la posterior comparación entre el trabajo realizado por los estudiantes y el abordaje que le dieron las agencias y los diarios.

De esto se puede deducir que la elaboración de bocetos que pretendan mostrar gráficamente una noticia, es una de las estrategias que debería ser empleada dentro de una asignatura de infografía, independientemente de que los estudiantes posean o no habilidades para el dibujo. Así como también la discusión y crítica de las infografías elaboradas tanto en la prensa nacional como internacional.

que todo conocimiento que puedan tener los periodistas acerca de la infografia facili la labor que desempeñan y hacen más productivo su trabajo. Sin embargo, aunque lo



6.4. Fase III: Análisis de tres versiones

Si bien es cierto que ya fue presentado el producto percibido luego de la aplicación de las encuestas (Fase I) y de la elaboración de las entrevistas (Fase II), se ha considerado necesaria la confrontación de las líneas de pensamiento de cada grupo estudiado: Periodistas (encuestados), infógrafos de los diarios venezolanos y catedráticos de infografía (entrevistados). Todo ello, en función de establecer las corrientes de opinión que predominan de acuerdo al perfil que representan.

Ahora bien, no se trata de repetir los mismos planteamientos realizados en los anteriores análisis, sino de parangonar aquellos puntos que son significativos para determinar las características que, de acuerdo a la experiencia y necesidad de cada grupo, debe poseer la cátedra.

Las opiniones se exponen con base en cuatro temas establecidos y que se deducen de las preguntas elaboradas tanto en la encuesta como en las entrevistas pero que conciernen a una misma materia.

Para efectos de este análisis a los periodistas se les llamará usuarios, en virtud de que son los que se ven en la necesidad de utilizar infografías para sus trabajos. A los infógrafos se les denominarán técnicos, no porque ese sea el título académico que lleven, sino para conceptualizar la labor que desempeñan de "armar la información gráfica". Al grupo de entrevistados vinculados con la academia o con la labor dentro de importantes periódicos, se les denominarán expertos.

> Hacia un perfil puladoras y los programas de apoyo que estas oficcer len esta

Considerando las respuestas obtenidas por parte de los usuarios, huelga decir que todo conocimiento que puedan tener los periodistas acerca de la infografía facilita la labor que desempeñan y hacen más productivo su trabajo. Sin embargo, aunque los técnicos consideran que si los redactores manejaran el lenguaje infográfico podrían



elaborarse mejores trabajos, se inclinan a pensar que deben seguir siendo ellos quienes elaboren las infografías y que la labor del periodista debe ser básicamente de recolector y procesador de la información. Lo cual no quiere decir que no se puedan existir infógrafos-periodistas.

En cambio, para la gran mayoría de los expertos la infografía debe ser parte de los conocimientos integrales que recibe un estudiante de periodismo durante la carrera. Así mismo, insisten en que el perfil debe ser el de un profesional de la comunicación capaz de abordar una noticia infográficamente, del mismo modo en que puede abordarla con una crónica, una entrevista o una nota.

Cómo enseñar infografía

Luego de observar los datos que muestra la encuesta, se hace evidente que la mayor carencia de los periodistas con respecto a la infografía, se presenta a la hora de aprender a identificar la información que es infografíable y, precisamente, este tipo de conocimientos –según el parecer de los expertos y algunos técnicos- sólo se puede aprender desarrollando habilidades visuales en los estudiantes.

Para ello, los catedráticos son quienes recomiendan usar métodos de enseñanza que pongan a los alumnos en contacto directo con la experiencia, es decir, con la práctica. Pero no se trata de acercarlos al dominio de softwares o recursos de la informática -punto que se presta a discusión- sino más bien de que sepan conceptualizar procesos. Es una minoría de los técnicos, quienes consideran necesario el manejo de las computadoras y los programas de apoyo que estas ofrecen. En este sentido es posible subrayar que, la práctica debe ser la principal característica de la cátedra y, con respecto a la enseñanza de los recursos informáticos, pueden estar incluidos más no debe ser parte de mucho peso dentro del programa, ya que la materia está dirigida a estudiantes de periodismo y no de diseño gráfico.



> Contenidos del programa

Los criterios acerca de este punto son consecuencia directa de cómo se conciba la asignatura. En vista de que la mayoría de los técnicos y expertos proponen que sea práctica, los contenidos teóricos del programa deben ser básicos pero suficientes para comprender el origen y la evolución de la infografía. Incluso los expertos asienten que la práctica debe prevalecer sobre la teoría.

Quienes más hablan de impartir conocimientos relacionados con diseño, color y montaje son los técnicos, sin embargo coinciden en la importancia que tiene el desarrollo de la sensibilidad visual a través de las herramientas prácticas y conceptuales. Este es el punto de convergencia de todos los entrevistados.

Pero si se recurre a los resultados de la encuesta para saber cuáles son las necesidades de los usuarios, se observa un interés por adquirir destrezas visuales que permitan identificar y desarrollar las noticias infografiables. No obstante, un porcentaje de periodistas estaría en interesado en dominar los softwares con los que se elaboran la mayoría de los trabajos.

Ciertamente conviene que la asignatura posea una parte teórica (siempre apoyada por recursos visuales) en la que se exponga la historia y desarrollo de la infografía. Una sección que facilite herramientas conceptuales y prácticas para que el alumno pueda familiarizarse a la terminología de la infografía. Así mismo, debe contener un apartado básicamente práctico, que enseñe al alumno a elaborar bocetos y a construir gráficamente una historia.

Con relación al lenguaje de diseño y diagramación se maneja en los periódicos, sí es importante que el alumno los conozca y entienda cómo y para qué se utilizan, pero no deben representar el segmento sustancial del programa.



En el salón de clase

Para la gran parte de los expertos los materiales más necesarios son aquellos que permitan elaborar trabajos manuales, es decir, sin los recursos informáticos. Señalan que no deben faltar, lápices de colores, cartulinas, archivos de imágenes y un proyector de diapositivas para observar gran cantidad de ejemplos. Esto no quiere decir que descarten por completo la presencia de computadoras en el aula, pero las mencionan como una mera herramienta que surta imágenes y provea los terminales de noticias. Sin embargo, aunque no son muchos, hay expertos que sí están de acuerdo en que cada alumno posea su computadora con los programas de apoyo.

En el caso de los técnicos predomina una tendencia a pensar que es necesario dotar el salón de computadoras, preferiblemente *Macintosh*, escáner, impresora láser, unidad de zip y las herramientas básicas: lápices, papeles y bancos de imágenes. Aunque tampoco faltan quienes piensan que es innecesario el material tecnológico.

Tomando en cuenta lo anterior y las necesidades que se le presentan a los usuarios (concebir y buscar la información infográficamente), se puede establecer que el aula debería estar equipada de todos los instrumentos que nutran el pensamiento visual de los alumnos y que les facilite la labor de elaboración de bocetos y esquemas. De igual forma no es descarta la posibilidad de poseer computadores siempre y cuando no pretendan jugar el papel protagónico.

De una manera muy parecida se encuentra diseñado el espacio de la asignatura infografia en los planes de estudio de las facultades y escuelas de Comunicación Social de la mayoria de las universidades españolas, en las cuales se imparte estimateria. Tel como se observó en el marco conceptual, en dichas instituciones la catedra es apolitad. Pero con una base previa en asignaturas vinculadas con los procesos de catedra es distinto de la información en prensa.

como una atimator com regimen de evaluación continua, debido al carácte



6.4. Propuesta de asignatura de Infografía

Debido al carácter eminentemente informativo de la infografía, así como también a la demanda que de esta actividad presentan los medios de comunicación impresos, se ha considerado circunscribir la asignatura en el área de Periodismo Impreso de la escuela de Comunicación Social. Pues, como indica el profesor Max Römer "cada materia debe estar inscrita en una línea pedagógica, esas líneas pedagógicas en la Escuela son de diverso tenor. Pueden ser relativas a una línea de conocimiento, pueden ser relativas a algún aspecto del perfil, dependiendo de qué se trate".

Por otra parte, considerando el manejo de herramientas que se requiere en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la infografía, la materia propuesta ha sido concebida como una electiva, para que el alumno que lo desee tenga la oportunidad de orientar su perfil profesional hacia el diseño gráfico de la información.

En este sentido es necesario que en los primeros semestres de la carrera se inserten varias materias obligatorias que sirvan de plataforma no solamente para los estudiantes que luego inscriban infografía, sino también para asegurar que todos los alumnos reciban conocimientos orientados a formar en ellos una cultura o pensamiento visual. Al respecto Römer advierte que la idea no sería formar a un infógrafo "pero sí una persona apta para comenzar a trabajar en la infografía".

De una manera muy parecida se encuentra diseñado el espacio de la asignatura infografía en los planes de estudio de las facultades y escuelas de Comunicación Social de la mayoría de las universidades españolas, en las cuales se imparte esta materia. Tal como se observó en el *marco conceptual*, en dichas instituciones la cátedra es opcional. Pero con una base previa en asignaturas vinculadas con los procesos de creación y diseño de la información en prensa.

En cuanto al tipo de materia es importante establecer que ha sido planteada como una asignatura con régimen de evaluación continua, debido al carácter



básicamente práctico que estipula el manejo de herramientas y desarrollo de habilidades por parte del alumno. Lo cual no quiere decir que no se impartan conocimientos teóricos. Tal determinación se fundamenta en las sugerencias que hicieron los catedráticos y expertos entrevistados, las cuales ya fueron expuestas en apartados anteriores.

De igual forma se basa en las recomendaciones de las autoridades de la escuela de Comunicación. El profesor Pedro Navarro –por ejemplo- habla del régimen de apoyo que debe tener la asignatura, por lo que considera que "debe estar orientada hacia la parte práctica, que no sea una materia eminentemente teórica, y que tenga al alumno en contacto directo con los trabajos que elaboran los grandes periódicos".

Tomando en cuenta que en los primeros semestres del nuevo *pensum* se han introducido varias materias obligatorias que de cierta forma están vinculadas con el estudio de la imagen y con el diseño de la información, se ha decidido proponer la electiva Infografía en el octavo semestre. De manera que el alumno pueda aplicar los conocimientos adquiridos en los primeros cursos de la carrera, tanto en las materias obligatorias que se relacionan con diseño editorial, como en las que se vinculan directamente con las prácticas periodísticas tradicionales.

El programa de la asignatura de infografía ha sido construido siguiendo el modelo utilizado para las materias del nuevo *pensum* de Comunicación Social, el cual ya fue especificado en el *marco conceptual*. Así mismo, previo a la exposición del programa, se ha decidido agregar una *fundamentación* que permita relacionar los objetivos de la materia con el perfil del egresado en la mención de periodismo y, a su vez, con el perfil general del comunicador social de la UCAB.

En este sentido es importante señalar que el programa propuesto se compone de cuatro unidades. La primera está vinculada con la historia y definiciones de la infografía, por lo tanto vale decir que en su mayoría presenta contenidos teóricos y conceptuales. Con esta unidad se pretende acercar al alumno a la comprensión de los



procesos y factores que dieron origen al término, así como también a sus diversas connotaciones dentro de la prensa moderna.

La segunda unidad busca capacitar al estudiante para que aprenda a identificar las informaciones que se pueden transferir visualmente y hacerlo comprender la importancia que tiene la infografía para el desarrollo de trabajos periodísticos.

La tercera unidad ofrece la posibilidad de que el alumno conozca los distintos gráficos informativos que se elaboran en los departamentos de infografía, además de aprender a aplicarlos de acuerdo al tipo de información que se posee. De igual manera, persigue que el estudiante pueda manejar las herramientas prácticas que son de utilidad para facilitar la realización de infografías.

En la cuarta unidad el estudiante debe aprender los procesos que dan origen a una infografía y la dinámica de trabajo que se presenta entre la redacción y los departamentos de infografía de los principales diarios.

Es preciso indicar que para la propuesta de asignatura han sido designadas tres horas de clase semanales (cuatro horas académicas) y, en vista de que el semestre consta de 20 semanas, suma un total de 60 horas semestrales estipuladas para la materia. Lo cual permite conceder tres unidades de crédito a la misma. Teniendo estos datos es posible calcular el porcentaje de tiempo estipulado para cada unidad.

Unidad	Horas	Semanas	Porcentaje
Unidad I	12	1118 0 4	20%
Unidad II	12	4	20%
Unidad III	21	7	35%
Unidad IV	15 0	n text5 com	25%
TOTAL	60	20	100%

Así mismo, vale la pena acotar que se presentará un apartado de *sugerencias* con respecto al perfil del docente, estrategias, bibliografía y plan de trabajo que pretenden facilitar y lograr un mejor cumplimiento de los objetivos del programa. Por



otra parte, serán incorporados al programa propuesto los *contenidos analíticos* que desglosan cada una da las unidades temáticas. Todo esto con base en la información que fue recopilada a través de los instrumentos metodológicos y de su posterior análisis, ya presentado.

6.4.1. Fundamentación

La idea de incluir la asignatura de infografía dentro del *pensum* de estudio de la escuela de Comunicación Social responde, en primera instancia, a los intereses de esta Escuela de educar profesionales con una formación que se adapte a los nuevos tiempos y a las nuevas tecnologías, gracias a la cual puedan desenvolverse con versatilidad en todos los ámbitos de la comunicación. Ya en el perfil del comunicador presentado por la Escuela, se plantea la importancia de manejar las herramientas que se corresponden con las demandas reales y potenciales de la sociedad.

Actualmente, los importantes avances tecnológicos de los medios de comunicación masivos han logrado acentuar el interés de los profesionales por especializarse en aquellas las áreas con mayor demanda en el mercado laboral y que, por lo general, son producto de cambios sociales. De igual manera, el concepto de los diarios modernos exige comunicadores capaces de comprender la importancia que tienen los distintos recursos visuales para transmitir la información a los lectores de hoy.

En este contexto la asignatura de infografía buscar complementar la formación de los estudiantes en esta área, a través de herramientas conceptuales y prácticas que le permitan abordar las informaciones tanto con texto como con imagen. Así mismo, también trata de ofrecer la posibilidad de que los estudiantes de periodismo, al egresar, puedan desenvolverse en el departamento de infografía de cualquier periódico. Tal punto queda enmarcado dentro del perfil del egresado en periodismo, el cual aspira dotar a los individuos de las capacidades necesarias que les permitan recolectar información y procesarla a través del uso de técnicas modernas.



La asignatura se plantea como una electiva debido a la necesidad que se le presenta al estudiante de manejar un conjunto de datos para poseer un dominio del tema comunicacional, al cual accede después de la enseñanza impartida en los primeros semestres de la carrera. Además de que estará mejor preparado para elegir las opciones y áreas que considere más compatible con sus intereses.

La asignatura se caracteriza por la presencia de contenidos teóricos y prácticos. Teóricos porque se deben conocer los conceptos que intervienen en la producción gráfica de la información, y es esencialmente práctica, pues con regularidad los estudiantes estarán en la obligación de presentar trabajos que les permitan desarrollar destrezas y habilidades para estar a la altura de las infografías que se elaboran en los periódicos de vanguardia.

Queda establecido que el programa de infografía tiene como propósito cumplir con el perfil del Comunicador Social exigido por la escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, al ofrecer los conocimientos básicos para el desarrollo efectivo de un pensamiento visual y periodístico que le permita llevar a la práctica el lenguaje infográfico.

6.4.2. Sugerencias payo sobre el que utilizaria un conjunto de ideas, a parte de las

> Perfil del docente

Existen ciertos aspectos que se vinculan directamente con el logro de los objetivos de un programa de estudio, se trata de todos aquellos elementos que pueden ser determinantes dentro del proceso de enseñanza-aprendizaje. En primer lugar se ha considerado importante hacer referencia al perfil que debe poseer el profesor que dicte la cátedra, de hecho, este fue uno de los puntos en el que coincidieron varios de los catedráticos entrevistados¹⁴ al hacer recomendaciones para la asignatura.

¹⁴ Se trata de José Manuel de Pablos, Fernando Rubio y Eduardo Pérez.



Sin intención de tener la última palabra, se ha pensado hacer algunas distinciones básicas. En líneas generales no existe una fórmula de las características que deba poseer un profesor de la asignatura de infografía, sin embargo, se plantean requisitos que —a juicio de algunos entrevistados— deben concentrarse en el profesional que se encargue de impartir conocimientos en esta área.

Esencialmente, el profesor encargado de la asignatura debe poseer experiencia práctica en la elaboración y manejo de infografías periodísticas. Esto le permitirá adaptar sus vivencias a lo que expone teóricamente. Es aconsejable que, además de tener conocimientos vinculados con el diseño gráfico de la información, sea periodista con un sentido claro del fenómeno comunicacional (condición sine qua non). Tal distintivo asegurará, en cierta medida, que se le otorgue más peso al aspecto informativo del género que a su forma.

Así mismo, es importante que permanezca constantemente actualizado en cuanto a los trabajos que en materia infográfica se desarrollan en los principales diarios. De igual forma es necesario que mantenga al día a los estudiantes sobre nuevas publicaciones acerca de infografía periodística en vista de que la que existe es bastante escasa.

Tal sería el apoyo sobre el que utilizaría un conjunto de ideas, a partir de las cuales podría adaptarase a las estrategias metodológicas más adecuadas al tipo de asignatura diseñada. Para ello, y aquí de nuevo se asoman las percepciones de los catedráticos, es esencial que sea poseedor de una amplia cultura visual como para desarrollar diversos ejercicios y exposiciones que le permitan a los estudiantes aprender de una forma entretenida una materia principalmente práctica.

> Estrategias metodológicas

I Unidad. Cada exposición magistral del profesor, debe ir apoyada en el análisis, crítica y comprensión de diversos ejemplares infográficos que se relacionen con el aspecto o tema discutido en el momento. Tal como lo indicó la mayoría de los



entrevistados, vinculados a la academia, la proyección de diapositivas con muestras de trabajos infográficos de destacados diarios y revistas, es quizá uno de los métodos que no puede faltar en las aulas en las que se pretenda impartir infografía.

En este sentido, y considerando que la primera parte del programa es esencialmente teórica, resulta fundamental el apoyo en la muestra de infografías: desde las más antiguas hasta las contemporáneas. No obstante este recurso puede ser utilizado durante todo el semestre, para el resto de las unidades.

Por otra parte, se hace interesante traer invitados especiales que de una u otra forma, estén involucrados con el proceso de producción de infografías en los diarios venezolanos y que puedan ampliar los conceptos impartidos por el docente. Sería recomendable reservar este tipo de metodología para aquellas unidades del programa que presentan temas polémicos en relación con la naturaleza y el uso de la infografía. Tal es el caso del apartado en el que se discute el concepto de infografía periodística y de infografía como género periodístico.

Así mismo, resulta interesante que los alumnos investiguen, en esta unidad, cómo fueron abordadas diferentes noticias en distintas épocas y si ameritaba llevar infografías. Dicha tarea podría ser presentada a través de un trabajo escrito.

II Unidad. Otro ejercicio que se puede poner en práctica consiste en que se discuta y analice cómo abordaron los principales diarios venezolanos una misma noticia, a través del uso del uso de los distintos elementos gráficos, en especial de las infografías. Para ello el profesor puede encomendar a los alumnos que realicen un balance de la prensa del día y que al final de la clase le entreguen un análisis comparado entre *El Nacional* y *El Universal*.

Nada más importante que formar un pensamiento visual en los alumnos, y para conseguir tal objetivo se propone que los estudiantes tomen apuntes gráficos partiendo de la lectura de noticias que llegan por los terminales de las agencias. Previo a esto se sugiere que el profesor distribuya una lista que contenga un determinado número de titulares de noticias para que el estudiante identifique cuáles



son infografiables y qué tipo de formato sería el más adecuado para transferirla visualmente.

Esta práctica le permitirá al alumno desarrollar habilidades para reconocer las informaciones con alto grado de transferencia visual, además de identificar el recurso más adecuado de acuerdo al tipo de información. Esto facilitaría el cumplimiento de uno de los objetivos específicos de la cátedra.

III Unidad. Entre el tipo de prácticas que debe realizar el alumno, ya que la materia es de evaluación continua, se hace necesario hacerlas lo más parecidas posible a lo que se produce en los periódicos. En este sentido, se sugiere que el docente dicte las pautas de supuestas noticias y a partir de ellas los alumnos reconstruyan la historia infográficamente. Por supuesto, utilizando el lenguaje que se maneja en los diarios a la hora de montar la infografía en la página y que se ha ido conociendo en las anteriores unidades.

De igual manera, es preciso formar en el alumno un estilo para la redacción de textos infográficos. Para ello, el profesor puede facilitar largos escritos que los estudiantes deben convertir en frases e ideas muy concisas, pero que cumplan con todos los requisitos que debe poseer tanto una buena infografía, como una correcta redacción.

IV Unidad. Otra de las intenciones de la asignatura de infografía en el pensum de periodismo, es formar profesionales de la comunicación capaces de reportear noticias infográficamente, se hace necesario que los alumnos salgan a la calle a buscar noticias que puedan ser convertidas en bocetos y, posteriormente, en gráficos informativos acabados.

Para este tipo de actividad el profesor debe dar las pautas acerca de cualquier acontecimiento noticioso, que ocurra en el *campus* universitario o en los alrrededores, y que los estudiantes puedan utilizar para construir una historia gráficamente. Luego estos trabajo serán evaluados dependiendo de los criterios que dicte el docente.

Estas no son las únicas estrategias que existen, ni tampoco se trata de un manual rígido que se deba seguir para dictar la asignatura. Únicamente son métodos



utilizados en otras universidades por profesores expertos en la materia y que podrían servir de guía para que el docente las use o las adapte a sus necesidades y a las de los alumnos.

Bibliografía de apoyo

Con respecto a la literatura vale decir que no es abundante y que la mayoría de los textos que se consiguen en inglés están inclinados hacia la parte de diseño más que al tratamiento de la información gráfica. Por tanto, se sugiere que el profesor elabore guías en las que se recopile la información pertinente a cada unidad de la materia. No obstante, existen algunas publicaciones electrónicas en español (mencionadas en el *programa*) que pueden servir de apoyo documental para los alumnos. Así como también algunos libros sobre periodismo visual que, aunque son muy generales, pueden ser útiles.

> Plan de trabajo semestral

El último punto a tratar en las sugerencias, tiene que ver con la presentación de un plan de trabajo que le sirva al docente para organizar la materia que impartirá durante el semestre, tomando en cuenta en número de clases de las que dispone y el porcentaje de tiempo que debe asignarle a cada unidad. Huelga decir que esta guía es sólo un modelo y que quedará a juicio del profesor y de la Escuela la posible adaptación de la misma a los días de asueto o al surgimiento cualquier eventualidad.

Del mismo modo, es necesario señalar que el valor de cada evaluación –ya sea teórica o práctica- queda a juicio del docente, pues así lo ha decidido la Escuela para el nuevo diseño curricular de los programas de estudio de Comunicación Social.

Universidad Católica Andrés Bello Escuela de Comunicación Social Pensum de Estudios

PROGRAMA DE INFOGRAFÍA

Nombre de la asignatura: Infografía Semestre: VIII

> Número de horas semanales: 3 Materia de evaluación continua

> > 3 unidades de crédito

INTRODUCCIÓN

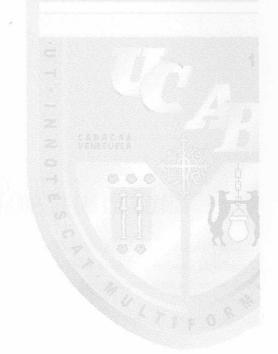
El periodista necesita manejar constantemente gran volumen de información, cuyo análisis e interpretación debe ser volcado a los diarios para su correspondiente difusión. El rediseño de los periódicos, quienes buscan adaptarse a los nuevos lectores, ha hecho indispensable el manejo de ciertos recursos visuales que permitan la presentación de los hechos noticiosos e informativos de una manera concreta y atractiva. El devenir dinámico de este proceso hace necesaria la disposición de redactores y reporteros con la suficiente cultura visual, que les permita generar información gráfica. La infografía viene a cubrir tal demanda de profesionalización, en virtud de sus múltiples funciones y características comunicacionales que la involucran cada vez más en las prácticas periodísticas. La familiarización del estudiante con el lenguaje infográfico le iniciará en la comprensión de la infografía como fenómeno comunicativo, así como también en el desarrollo de trabajos infográficos que, a su vez, le pondrán en contacto con los procedimientos necesarios para la elaboración de los mismos.

ORTETIVO GENERAL

Suministrar al estudiante las herramientas conceptuales y prácticas que lo capaciten para abordar y elaborar trabajos infográficos como un género informativo que permita la comprensión de determinados hechos noticiosos.

OBJ<u>ETIVOS ESPEC</u>ÍFICOS

- 1. Proporcionar al estudiante los conceptos y terminologia básica del conocimiento infográfico.
- 2. Analizar los elementos que permiten identificar el grado de transferencia visual de una información o noticia.
- ${\tt 3.\,Aprender\,los\,principales\,pasos\,que\,permiten\,originar\,una\,infografia}.$
- 4. Manejar los conceptos y herramientas necesarias para reportear una noticia infográficamente.
- 5. Conocer el manejo de programas informáticos básicos de aplicación a la infografía.



UNIDAD I ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DE LA INFOGRAFIA

IMPORTANCIA DE LA IMAGEN

Binomio texto + imagen. De los mensajes primitivos a la prensa de Gutenberg.

SIEMPRE HA HABIDO INFOGRAFÍA

Infografías artesanales en diarios y revistas. Infografías a mano alzada. Los mapas y explicaciones científicas.

RENACIMIENTO INFOGRÁFICO EN LA PRENSA

Factores que originaron el *boom* infográfico en la prensa. Llegada de la infografía a Venezuela.

HACIA UNA DEFINICIÓN DE INFOGRAFÍA

Orígenes del término. Varias definiciones.

Bibliografía específica

- · De Pablos, J. M. (1998, mayo). Siempre ha habido infografía. *Revista Latina de Comunicación Socia*l, número 5. [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\88depablos.htm].
- · De Pablos, J.M. (1999). *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografia*. Madrid: Editorial Síntesis.
- · Leturia, E. (1998, abril). ¿Qué es infografía? *Revista Latina de Comunicación Social*, número 2. [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/r4el.htm].
- · Peltzer, G. (1991). Periodismo iconográfico. Madrid: Editorial Rialp.
- · Serra, J.M., (1998, noviembre). La irrupción del infografismo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 11. [http://www.ull.es/publicaciones/latina/.10info9.htm].

Tiempo dedicado 20%

APTITUDES DE LAS INFOGRAFÍAS

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE LA INFOGRAFÍA?

La transferencia visual de las informaciones. La infografía como herramienta de ayuda periodística. Fijación de las noticias.

IDEAS ERRÓNEAS ACERCA DEL USO DE INFOGRAFÍAS

¿CUÁNDO SE PUEDE INFOGRAFIAR?

Explicación de los casos en los que se puede infografiar. Noticias que no son infografiables. Identificar noticias con alto grado de transferencia visual. El gráfico como elemento principal o como complemento de la información.

FOTOGRAFÍA E INFOGRAFÍA

¿Cuándo se debe usar cada una? Varias soluciones a un mismo caso.

EL RIGOR Y LA CREDIBILIDAD

La ética en el trabajo infográfico. Importancia de la documentación. Estudio de casos venezolanos.

Bibliografía específica

- · De Pablos, J.M. (1992). Ética en infoperiodismo. Chasqui.
- · De Pablos, J.M. (1999). *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*. Madrid: Editorial Síntesis.
- · Goertzen, J. (1990). Gráficos: Libro de estilo de El Mundo. Madrid.
- · Goertzen, J. (s.f.). *Gráficos para llevar. Una introducción al infográfico para el periodista* (Trad., K. Bermúdez). Poynter Institute for Media Studies: Grupo Z.
- · Grupo español de usuarios de Macintosh en prensa. (s.f). Innovación Periodística. Nuevas tendencias y fórmulas con éxito. Universidad de Navarra.

UNIDAD III TRABAJO INFOGRÁFICO EN LOS DIARIOS

PRINCIPALES TIPOS DE GRÁFICOS INFORMATIVOS UTILIZADOS EN PRENSA

Gráficos informativos estadísticos: De fiebre, de barras, de torta, tablas numéricas. Gráficos informativos no estadísticos: Cajas de hechos, sumario infográfico, iconos, diagramas y esquemas informativos, mapas, megainfografías.

CORPUS DE UN GRÁFICO INFORMATIVO

Elementos que ha de contener toda infografía. Redactar para una infografía. Gráficos que no funcionan. Estudio de casos.

COLOR Y TIPOGRAFÍA EN INFOGRAFÍA

Significado de los colores. Aspectos de la aplicación del color en la prensa. El color en el corpus infográfico. Diferencia de la infografía en color y en blanco y negro. *Snapshots* y carta de colores en *USA Today*. Unidades tipográficas.

HERRAMIENTAS VISUALES

La figura infográfica y otras figuras como soporte de informaciones. Recursos para facilitar el mensaje mostrado.

PRINCIPALES PROGRAMAS O SOFTWARES PARA ELABORAR INFOGRAFÍAS

Descripción de los softwares. Características, posibilidades y ventajas de cada uno. Manejo de ambos: uno complemento del otro.

Bibliografía específica:

- · Colle, R. (1998, diciembre). Estilos o tipos de infográficos. Revista Latina de Comunicación Social, número 12. [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\02mcolle\texto.colle.htm]
- · Goertzen, J. (s.f.). *Gráficos para llevar. Una introducción al infográfico para el periodista* (Trad., K. Bermúdez). Poynter Institute for Media Studies; Grupo Z.

Grupo español de usuarios de Macintosh en prensa. (s.f). Innovación Periodística. Nuevas tendencias y fórmulas con éxito. Universidad de Navarra.

· Lallana, F. (1999, enero). Diseño y color infográfico. Revista Latina de Comunicación Social, número 13.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/150lallana.htm]

- Nigel H. (1993). Lo mejor en gráfica diagramática. Londres: Rotovision.
- Pérez, E. J. (1999, agosto). Radiografia de una megainfografia.
 Revista Latina de Comunicación Social, número 20.
 [http://www.ull.es/publicaciones/latina/.10info9.htm]

EL PROCESO DE UNA INFOGRAFÍA

¿CÓMO ORIGINAR UNA INFOGRAFÍA?

Pensar en gráficos ¿Quién infografía? Lo que se puede hacer a partir de un boceto.

NARRAR NOTICIAS A TRAVÉS DE INFOGRAFÍAS

Herramientas para construir una historia. Seguimiento de casos noticiosos a través de infografías. Estudio de casos. Reporterismo infográfico.

UNA SECCIÓN DE INFOGRAFÍA

Funcionamiento de un departamento de infografía. Casos concretos. Importancia del estilo. Departamentos de infografía en Venezuela. Principales agencias de infografía.

INFOGRAFÍAS PARA INTERNET

Periódicos digitales que las elaboran. Programas y recursos que utilizan.

Bibliografía específica

· Alonso, J. (1998, agosto). Grafía - El trabajo en una agencia de prensa especializada en infográficos. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 8.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/49inf6.htm].

- · Barnhurst, K.G. (1994). Seeing The Newspaper. New York: St. Martins's Press.
- Clapers, J. (1998, septiembre). Los gráficos desde fuera de la redacción. Revista Latina de Comunicación Social, número 9.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\36infojordi.htm].

 Valero, J.L. (2000a, marzo). Técnica y tecnología en la infografía de prensa. Revista Latina de Comunicación Social, número 27.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/ 128valero.html]

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- · Alonso, J. (1998, agosto). Grafía El trabajo en una agencia de prensa especializada en infográficos. Revista Latina de Comunicación Social, número 8. [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/49inf6.htm]
- · Barnhurst, K. G. (1994). Seeing The Newspaper. New York: St. Martins's Press.
- · Clapers, J. (1998, septiembre). Los gráficos desde fuera de la redacción. Revista Latina de Comunicación Social, número 9.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\36infojordi.htm]

· Colle, R. (1998, diciembre). Estilos o tipos de infográficos. Revista Latina de Comunicación Social, número 12.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\02mcolle\texto.colle.htm]

De Pablos, J. M. (mayo, 1998). Siempre ha habido infografia. Revista Latina de Comunicación Social, número 5.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\88depablos.htm]

- · De Pablos, J.M. (1993, mayo-diciembre). Infografía o infoperiodismo, el nuevo género periodístico: cómo? y cuándo? Comunicación y Sociedad, pp. 257-278.
- · De Pablos, J.M. (1999). Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía. Madrid: Editorial Sintesis.
- · Gafré, M. (junio, 1998). El rol de la infografía en el rediseño. Revista Latina de Comunicación Social, número 4.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/75mic.htm]

- · Goertzen, J. (1990). Gráficos: Libro de estilo de El Mundo. Madrid.
- · Goertzen, J. (s.f.). Gráficos para llevar. Una introducción al infográfico para el periodista (Trad., K. Bermúdez). Poynter Institute for Media Studies: Grupo Z.
- · Grupo español de usuarios de Macintosh en prensa. (s.f.). Innovación Periodística. Nuevas tendencias y fórmulas con éxito. Universidad de Navarra.
- · Holmes, N. (1985). Designing pictorial symbols. New York: Watson Guptill Publications.
- · Holmes, N. (1991). Designers guide to creating charts and diagrams. New York: Watson-Guptill.
- · Lallana, F. (1999, enero). Diseño y color infográfico. Revista Latina de Comunicación Social, número 13.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/150lallana.htm]

- · Leturia, E. (1998, abril). ¿Qué es infografía? Revista Latina de Comunicación Social, número 2. [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/r4el.htm]
- · Peltzer, G. (1991). Periodismo iconográfico. Madrid: Editorial Rialp.
- · Pérez, E. J. (1999, agosto). Radiografía de una megainfografía. Revista Latina de Comunicación Social, número 20.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/.10info9.htm]

· Serra, J.M. (1998, noviembre). La irrupción del infografismo en España. Revista Latina de Comunicación Social, número 11.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/.10info9.htm]

· Valero, J.L. (2000, marzo). Técnica y tecnología en la infografía de prensa. Revista Latina de Comunicación Social, número 27.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/ aa2000tma/128valero.html]

· Valero, J.L. (2000, junio). La infografía de prensa. Revista Latina de Comunicación Social, número 30. [http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/99valero.htm]

ANTECEDENTES Y EVOLUCIÓN DE LA INFOGRAFIA

1.1. IMPORTANCIA DE LA IMAGEN

- 1.1.1. Binomio texto + imagen
- 1.1.2. De los mensajes primitivos a la herencia de Gutenberg
 - 1.1.2.1. La letra es grafia
 - 1.1.2.2. Cuando predominó el texto

1.2. SIEMPRE HA HABIDO INFOGRAFÍA

- 1.2.1. Infografías artesanales en diarios y revistas
 - 1.2.1.1. Trabajos precursores
- 1.2.2. Infografías a mano alzada
 - 1.2.2.1. Mapas
 - 1.2.2.2. Explicaciones científicas

1.3. RENACIMIENTO INFOGRÁFICO EN LA PRENSA

1.3.1. Factores que originaron el boom infográfico

- 1.3.1.1. Surgimiento de nuevos lectores
- 1.3.1.2. Competencia de los diarios con los medios audiovisuales: La televisión, principal competidor.
- 1.3.1.3. Llegada de la tecnología informática: computadores Macintoch.
- 1.3.1.4. La Guerra del Golfo Pérsico
- 1.3.1.5. Caso USA Today
- 1.3.1.6. Juegos Olímpicos 1992

1.3.2. Llegada de la infografía a Venezuela

- 1.3.2.1. Caso de El Diario de Caracas
- 1.3.2.2. Rediseños de los principales periódicos: El Nacional y El Universal
- 1.3.2.3. Análisis de los primeros trabajos infográficos

1.4. HACIA UNA DEFINICIÓN DE INFOGRAFÍA

- 1,4,1. Orígenes del término
- 1.4.2. Varias definiciones
 - 1.4.2.1. Infoperiodismo
 - 1.4.2.2. El "por-qué" de la voz género
 - 1.4.2.3. Infografia periodistica

UNIDAD II APTITUDES DE LAS INFOGRAFÍAS

2.1. IMPORTANCIA DE LA INFOGRAFÍA

- 2.1.1. Transferencia visual de las informaciones
- 2.1.2. Herramienta de ayuda periodística
 - 2.1.2.1. Explica el cómo de los fenómenos, hechos o situaciones.
 - 2.1.2.2. Explica lo que no se ve
 - 2.1.2.3. Explica lo que se ve pero no se entiende
 - 2.1.2.4. Aplicaciones al periodismo científico y tecnológico
- 2.1.3. Fijación de las noticias

2.2. IDEAS ERRÓNEAS ACERCA DEL USO DE INFOGRAFÍAS

- 2.2.1. "No se leen los textos que llevan infografías"
- 2.2.2. "Los cambios no son importantes"
- 2.2.3. "Los graficos son complicados"

2.3. ¿CUÁNDO SE PUEDE INFOGRAFIAR?

- 2.3.1. Explicación de los casos en los que se puede infografiar
 - 2.3.1.1. Cuando no se pudo fotografiar
 - 2.3.1.2. Cuando falta algo por enseñar
 - 2.3.1.3. Cuando la fotografia dice poco
 - 2.3.1.4. Cuando la fotografía no abarca la escena
 - 2.3.1.5. Cuando se desea presentar una sinopsis
 - 2.3.1.6. Cuando se muestra el interior o exterior de un edificio
 - 2.3.1.7. Cuando se ha producido un asesinato o un accidente
 - 2.3.1.8. Cuando se ha de explicar un deporte
 - 2.3.1.9. Cuando deseamos presentar una agenda
 - 2.3.1.10. Cuando se deseen explicar fenómenos naturales
 - 2.3.1.11. Cuando mostramos un hecho continuado
 - 2.3.1.12. Cuando se muestra una hipótesis
 - 2.3.1.13. Cuando se presenta la ruta de algo
- 2.3.2. Noticias que no son infografiables
- 2.3.3. Material que se debe recopilar para elaborar gráficos informativos
- 2.3.4. Planteamiento de supuestos infografiables
- 2.3.5. El gráfico como elemento principal o como complementos de la información. Visualización de casos

2.4. FOTOGRAFÍA E INFOGRAFÍA

- 2.4.1. Cuándo debe usar cada una
 - 2.4.1.1. Valor documental de la fotografía
 - 2.4.1.2. La infografia como complemento de la fotografia
 - 2.4.1.3. Ventajas de la infografía sobre la foto
- 2.4.2. Varios abordajes de un mismo caso

2.5. EL RIGOR Y LA CREDIBILIDAD

- 2.5.1. Ética en la infografía
- 2.5.2. Importancia de la documentación
- 2.5.3. Estudio de casos venezolanos

UNIDAD III TRABAJO INFOGRÁFICO EN LOS DIARIOS

3.1. PRINCIPALES TIPOS DE GRÁFICOS INFORMATIVOS UTILIZADOS EN PRENSA

3.1.1. Gráficos estadísticos

- 3.1.1.1. De fiebre
- 3.1.1.2. De barras
- 3.1.1.3. De torta
- 3.1.1.4. Tablas numéricas

3.1.2. Gráficos informativos no estadísticos

- 3.1.2.1. Cajas de hechos
- 3.1.2.2. Sumario infográfico
- 3.1.2.3. Iconos
- 3.1.2.4. Diagramas y esquemas informativos (infografía periodística por excelencia).
- 3.1.2.5, Mapas
 - 3.1.2.5.1. Mapas infográficos y mapas geográficos. Diferencias.
 - 3.1.2.5.2. Elementos informativos de un mapa
 - 3.1.2.5.2.1. La escala
 - 3.1.2.5.2.2. El norte
 - 3.1.2.5.2.3. Las poblaciones
 - 3.1.2.5.2.4. Las tramas
 - 3.1.2.5.3. Mapa tropomórfico
 - 3.1.2.5.4. Mapa de referencia
 - 3.1.2.5.5. Mapa de comparación
 - 3.1.2.5.6. El mapa atmosférico
- 3.1.2.6. Megainfografias

3.2. CORPUS DE UN GRÁFICO INFORMATIVO

3.2.1. Elementos que ha de contener una infografía

- 3.2.1.1. Título
- 3.2.1.2. Sumario
- 3.2.1.3. Texto
- 3.2.1.4. Cuerpo
- 3.2.1.5. Fuente
- 3.2.1.6. Créditos
- 3.2.2. Redactar para una infografia
- 3.2.3. Gráficos que no funcionan
- 3.2.4. Estudio de casos

3.3. COLOR Y TIPOGRAFÍA EN INFOGRAFÍA

- 3.3.1. Simbología de los colores
- 3.3.2. Aspectos de la aplicación del color en la prensa
 - 3.3.2.1. Carta de colores
 - 3.3.2.2. Colores autorizados
 - 3.3.2.3. La paleta impresa
 - 3.3.2.4. Color en el libro de estilo
- 3.3.3. El color en el corpus infográfico
 - 3.3.3.1. Tipo del color: colores planos
 - 3.3.3.2. Proporción del color: colores de poca saturación
- 3.3.4. Diferencia de la infografía en color y en blanco y negro
 - 3.3.4.1. Visualización de casos
- 3.3.5. Snapshots y carta de colores del USA Today
- 3.3.6. Unidades tipográficas
 - 3.3.6.1. Cómo favorecer la lectura del texto de las infografías

3.4. HERRAMIENTAS VISUALES

- 3.4.1. La figura infográfica
 - 3.4.1.1. Humana
 - 3.4.1.2. Animal
 - 3.4.1.3. Objeto

3.4.2. Recursos para facilitar la comprensión del mensaje mostrado

- 3.4.2.1. Lupa
- 3,4,2,2. Cristal
- 3.4.2.3. Corte

3.5. PRINCIPALES PROGRAMAS PARA ELABORAR INFOGRAFÍAS

3.5.1. Descripción de los softwares

- 3.5.1.1. Illustrator
- 3.5.1.2. FreeHand
- 3.5.2. Manejo de ambos: uno complemento del otro

CONTENIDOS ANALÍTICOS

UNIDAD IV EL PROCESO DE UNA INFOGRAFÍA

4.1 ¿CÓMO ORIGINAR UNA INFOGRAFÍA?

- 4.1.1. Pensar en gráficos
- 4.1.2. Importancia de la cultura visual
- 4.1.3. ¿Quién infografía?
 - 4.1.3.1. Papel del redactor o reportero
 - 4.1.3.2. Elaborar esquemas o bocetos
 - 4.1.3.3. Labor en equipo
 - 4.1.3.4. Estudio de casos prácticos
- 4.1.4. Lo que se puede hacer a partir de un boceto

4.2. NARRAR NOTICIAS A TRAVÉS DE INFOGRAFÍAS

- 4.2.1. Herramientas para construir una historia
- 4.2.2. Seguimiento de casos noticiosos a través de infografías
 - 4.2.2.1. Estudio de casos
- 4.2.3. Reporterismo infográfico

4.3. UNA SECCIÓN DE INFOGRAFÍA

4.3.1. ¿Cómo debe funcionar un departamento de infografía?

- 4.3.1.1. Organigrama del equipo
 - 4.3.1.1.1. Redactor jefe de infografía
 - 4.3.1.1.2. Redactor de información
 - 4.3.1.1.3. Jefe de infografía
 - 4.3.1.1.4. Infógrafos
- 4.3.1.2. La comunicación
 - 4.3.1.2.1. Solicitar un gráfico
 - 4.3.1.2.2. La agenda gráfica
- 4.3.1.3. Factor tiempo

4.3.2. Casos concretos

- 4.3.2.1. USA Today
- 4.3.2.2. El Mundo de España
- 4.3.3. Importancia del estilo

4.3.4. Departamentos de infografía en Venezuela

- 4.3.4.1. El Nacional
- 4.3.4.2. El Universal

4.3.5. Servicios de infografía

- 4.3.5.1. Knight-Ridder/Tribune Information Services
- 4.3.5.2. Grafia
- 4.3.5.3. Reuters News Graphics Service
- 4,3,5,4. Associated Press

4.4. INFOGRAFÍAS ANIMADAS PARA INTERNET

- 4.4.1. ¿Quiénes las hacen?
- 4.4.2. ¿Qué programas utilizan



PLANIFICACIÓN SEMESTRAL

Semana 1.

Introducción: metodología de trabajo, sistema de evaluación. El por-qué de una materia de infografía en una escuela de Comunicación Social. Inicio de la unidad I. Importancia de la imagen. "Siempre ha habido infografía". Visualización de casos. Asignar primer trabajo escrito.

Semana 2

Continuación del apartado "Siempre ha habido infografía". Infografías a mano alzada. Renacimiento infográfico en la prensa. Factores que originaron el *boom* infográfico. Visualización de casos.

Semana 3.

Continuación de los factores que originaron el boom infográfico. Llegada de la infografía a Venezuela.

Semana 4.

Hacia una definición de infografía. Invitados especiales. Discusión: "La infografía género periodístico o ilustración". Entrega del primer trabajo escrito y asignación del segundo trabajo escrito.

Semana 5.

Inicio de la unidad II. Importancia de la infografía. Ideas erróneas acerca del uso de infografías. Visualización de casos. Trabajo práctico.

Semana 6.

¿Cuándo se puede infografiar? Noticias que no son infografiables. Visualización de casos. Trabajo práctico.

Semana 7.

Continuación del apartado "¿Cuándo se puede infografíar?" Fotografía e infografía. Visualización de casos. Trabajo práctico. Entrega del segundo trabajo escrito,

Semana 8.

Conclusión de la unidad II. El rigor y la credibilidad. Inicio de la unidad III. Principales tipos de gráficos informativos utilizados en prensa. Gráficos estadísticos. Visualización de casos. Trabajo práctico.

Semana 9.

Gráficos no estadísticos. Visualización de casos. Trabajo práctico.

Semana 10.

Continuación de los gráficos no estadísticos. Mapas. Megainfografías. Invitado especial. Tema de discusión: "Diferencias entre gráficos e infografías". Asignación de trabajo práctico final.

Semana 1

Corpus de un gráfico informativo. Estudio de casos. Trabajo práctico de redacción. Asignación del tercer trabajo escrito.

Semana 12

Continuación de "Corpus de un gráfico informativo". Color y tipografía en infografía. Visualización de casos. Trabajo práctico.

Semana 13.

Continuación de "Corpus" de un gráfico informativo". Herramientas visuales. Visualización de casos. Trabajo práctico.

Semana 14.

Programas para elaborar infografías. Illustrator. FreeHand. Trabajo práctico.

Semana 15.

Continuación de los "Programas para elaborar infografías". Cómo usarlos en conjunto. Trabajo práctico. Entrega del tercer trabajo escrito.

Semana 16.

Inicio de la unidad IV. ¿Cómo originar una infografía? Invitados especiales. Tema de la discusión: "Infografías, una labor en equipo".

Semana 17.

Narrar noticias a través de infografías. Visualización de casos. Trabajo práctico.

Semana 18

Una sección de infografía. ¿Cómo debe funcionar un departamento de infografía? Realización de trabajo práctico en clase.

Semana 19.

Continuación de "Una sección de infografía". Departamentos de infografía en Venezuela. Invitados especiales. Tema de la discusión: "Diferencias entre departamentos de El Nacional y El Universal".

Semana 20.

Infografías para Internet. Visualización de ejemplos. Entrega del trabajo práctico final.

CONCLUSIONES GENERALES

- ➤ El periodista que se desempeña en los diarios modernos se encuentra altamente relacionado con el proceso de elaboración de infografías y, sin embargo, no ha recibido los conocimientos básicos que le permitan otorgarle a la infografía la importancia que requiere. De allí la conveniencia en que este egrese de la escuela de Comunicación Social con una preparación suficiente acerca del tema.
- ▶ Para los periodistas que laboran en los principales diarios del país –El Nacional y El Universal- es de suma importancia y utilidad la inclusión, dentro de los planes de estudio de las escuelas de Comunicación Social, de una asignatura que forme al estudiante de periodismo en el proceso de producción de infografías. De esta misma forma piensan aquellos profesionales que no son periodistas pero que trabajan en los departamentos de infografía.
- El cambio del plan de estudio de la escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello representa una oportunidad para estructurar la asignatura de infografía de acuerdo a lo que exige el mercado laboral actual, y orientarla hacia logro de ciertos objetivos que aún no se han podido alcanzar por falta de profesionales que cuenten con la preparación que se requiere. Así mismo, es la ocasión idónea para reducir el alto nivel de vacuidad que existe en el pensum de estudio con respecto a la enseñanza de herramientas comunicacionales de vanguardia, como lo es la infografía.
- Las características que presenta la infografía y que permiten reconocerla como un género periodístico es otra razón válida para incluirla dentro del nuevo pensum de Comunicación Social, como una materia que busca ampliar la formación integral del periodista. De esta forma, al igual que existen materias que capacitan al

estudiante para abordar una noticia valiéndose de una crónica o de una entrevista, se busca que la asignatura Infografía pueda instruirlo para que también lo haga a través de los gráficos informativos.

- La nueva generación de profesionales de la comunicación debe estar consciente del cambio que se ha producido en los lectores y del interés que existe dentro de los periódicos por adaptarse a dicha transformación. Alcanzar tal objetivo puede resultar más sencillo y efectivo formando, en los futuros transmisores de información, una amplia cultura visual que les permita cubrir las demandas de los medios de comunicación impresos.
- Cada día los departamentos de arte y de infografía de los periódicos son una realidad de peso dentro de la organización de los mismos. Existen puestos de trabajo dentro de ellos que podrían ser ocupados por profesionales con un alto concepto de la imagen y de lo efectiva que resulta para comunicar mensajes. En este sentido conviene sistematizar la enseñanza de la infografía dentro de las escuelas de periodismo, primeras responsables de preparar a quienes tendrán en sus manos la posibilidad de transmitir información.
- ➤ La educación en comunicación visual, unida al conocimiento periodístico y al aprendizaje de la infografía, promueve la formación de ese profesional que, al parecer de Michel Gaffré, Nigel Holmes y Jeff Goertzen tendría el perfil ideal para trabajar en departamentos de los periódicos.
- Tanto la formación de periodistas con conocimientos en infografía, como la capacitación de profesionales que desean iniciar una carrera como infógrafos (con el perfil ideal), son dos opciones que se pueden ofrecer en una asignatura de infografía impartida a estudiantes de periodismo, ya que ambas son demandas existentes en el mercado laboral, específicamente en los periódicos.

➢ Por falta de profesionales en el área, las personas que hasta ahora han predominado en los puestos de los departamentos de infografía, no son precisamente egresados de las escuelas de Comunicación Social. Se trata -en su mayoría- de dibujantes e ilustradores convertidos en infógrafos (muy pocos periodistas). No obstante la calidad informativa de las infografías podría verse superada de ser los egresados de las escuelas de periodismo quienes ingresen a las secciones de infografía de los diarios.

Recomendaciones

- Realizar un estudio de factibilidad que permita determinar cuáles son los costos que representa para la escuela de Comunicación Social una sala equipada para dictar la asignatura de infografía. Así como también la contratación del docente.
- ➤ Elaborar una guía o manual que sirva de guía de estudio y de documentación para los alumnos que cursen la cátedra de infografía. Esto permitiría cubrir la escasez de bibliografía acerca del tema.
- Incluir la asignatura de infografía dentro del régimen de electivas, de manera que sea seleccionada por aquellos estudiantes que tengan una clara orientación hacia el tema.
- ➤ Incluir varios aspectos de la infografía dentro de los contenidos de las asignaturas de los primeros semestres, como por ejemplo Artes Gráficas. De esta forma se introduce al alumno —de una forma muy concreta— en el tema y se le facilitan los conocimientos indispensables.

- Disponer de suficientes computadores dentro de la sala en la que se imparta la materia de infografía, pero para ser utilizadas como simples herramientas de apoyo y no como instrumento imprescindible para dar las clases o realizar las prácticas.
- El establecimiento de esta asignatura en pregrado sirve de base para quienes quieran cursar una especialización en postgrado, lo que significaría una mejor y más amplia preparación en el área de infografía.

LISTA DE REFERENCIAS

Publicaciones no periódicas

- Aguirre, J. M. (1992). El perfil ocupacional de los periodistas en Caracas. Caracas: Colección Ayakua. Número 1.
- Ascanio, W. (1999,octubre). La infografía como herramienta periodística aplicada a las áreas de ciencia y tecnología. Material presentado al taller de infografía dictado a periodistas de El Nacional.
- Baena, G. P. (1999). El discurso periodístico. Los géneros periodísticos hacia el siguiente milenio. México: Editorial Trillas.
- De Pablos, J. M. (1999). *Infoperiodismo*. El periodista como creador de infografía. Madrid: Editorial Síntesis.
- Goertzen, J. (s.d.). *Gráficos para llevar. Una introducción al infográfico para el periodista* (Trad., K. Bermúdez). Poynter Institute for Media Studies: Grupo Z.
- Grupo español de Usuarios de Macintosh en Prensa (s.d.). *Innovación Periodística*. *Nuevas tendencias y fórmulas con éxito*. Universidad de Navarra.
- Guía para la realización del trabajo especial de grado de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB. (s.d.).
- Hernández, S. R. y Fernández, C. C. (1994). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Nigel H. (1993). Lo mejor en gráfica diagramática. Londres: Rotovision.
- Navarro, R. N. (1991). Diseño curricular para las escuelas de comunicación. México: Editorial Trillas.
- Peltzer, G. (1991). Periodismo iconográfico. Madrid: Editorial Rialp
- Sierra, B. R. (2ª ed.) (1979). Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios. Madrid: Paraninfo.
- Universidad Santa María. (s.d.). Opciones Académicas. [Folleto].
- Viches, L. (1997). La lectura de la imagen. España: Ediciones Paidós.

Publicaciones periódicas

- Ascanio, W. (1996, 28 noviembre). Infógrafos: ¿por qué? y ¿para qué? El Universal, p. 24.
- De Pablos, J.M. (1993, mayo-diciembre). Infografía o infoperiodismo, el nuevo género periodístico: ¿cómo y cuándo? *Comunicación y Sociedad*, pp. 257-278.
- Graffré, M. (1994, marzo) La infografía: Arma esencial del diario. Diseño, pp.12-14.
- Mier, J. (1987, octubre). Escuelas de Comunicación ¿Para qué? Diálogos de la Comunicación, pp. 95-97.

Tesis consultadas

- Abreu, S. C. (1999). La infografía y otras formas afines en los diarios El Nacional y El Universal. Trabajo presentado para optar al cargo de Profesor Titular de la UCV.
- Arnestein, E. y Sarli J.C. (1996). Diseño de Asignatura de Organización de Eventos Especiales. Tesis de grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social de la UCAB.
- De Ornelas, E. (1999). *Importancia de la infografía en la prensa venezolana:*Comparación El Nacional y El Universal. Tesis de grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social de la UCAB.
- Rodríguez, M. y Salgado C. (1989). El uso del color y de los gráficos informativos como recursos estratégicos para el diseño de diarios. Un análisis de El Diario de Caracas y visión general de la prensa venezolana en la utilización de estos elementos. Tesis de grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social de la UCV.
- Rodríguez, N. y Ron Y. (1995). Diseño del programa de la asignatura Comunicación Oral para la Escuela de Comunicación Social de la Universidad

- Católica Andrés Bello. Tesis de grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social de la UCAB.
- Romero, A. (1996). *Infografía como nuevo género periodístico*. Tesis de grado para optar al título de licenciado en Comunicación Social de la UCAB.

Publicaciones electrónicas

- Abreu, S. C. (2000, abril). La imagen periodística no fotográfica. Revista Latina de Comunicación Social, número 28, en:
 - [http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sap/114abreu.html] (9 Abr. 2000).
- Alonso, J. (1998, agosto). Grafía El trabajo en una agencia de prensa especializada en infográficos. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 8, en: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\49inf6.htm] (21 Mar. 2000).
- Barnhurst, K. G. (1998, julio). Periodismo visual. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 7, en:
 - [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\62kevin.vis.htm] (21 Mar. 2000).
- Clapers, J. (1998, septiembre). Los gráficos desde fuera de la redacción. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 9, en:
 - [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\36infojordi.htm] (21 Mar. 2000).
- Colle, R. (1998, diciembre). Estilos o tipos de infográficos. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 12, en:
 - [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\02mcolle\texto.colle.htm] (21 Mar. 2000).
- De Pablos, J. M. (mayo, 1998). Siempre ha habido infografía. Revista Latina de Comunicación Social, número 5, en:
 - [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a\88depablos.htm] (17 Nov. 1999).

- Gaffré, M. (junio, 1998). El rol de la infografía en el rediseño. Revista Latina de Comunicación Social, número 4, en:
 - [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/75mic.htm] (21 Mar. 2000).
- García, M. (1998, marzo): Tendencias en comunicación periodística visual, *Revista Latina de Comunicación Social*, número 3, en: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/marz98.htm] (21 Mar. 2000).
- Lallana, F. (1999, enero). Diseño y color infográfico. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 13, en:

 [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/150lallana.htm] (16 Feb. 2000).
- Leturia, E. (1998, abril). ¿Qué es infografía? Revista Latina de Comunicación Social, número 2, en:
 - [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/r4el.htm] (21 Mar. 2000).
- Pérez, E. J. (1999, agosto). Radiografía de una megainfografía. Revista Latina de Comunicación Social, número 20, en: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/.10info9.htm] (21 Mar. 2000).
- Serra, J.M., (1998, noviembre). La irrupción del infografismo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, número 11, en: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/.10info9.htm] (16 Nov. 1999).
- Valero, J.L. (1999, agosto). La imagen periodística dibujada y su forma de comunicar mensajes. Revista Latina de Comunicación Social, número 20, en: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/52valero.htm] (21 Mar. 2000).
- Valero, J.L. (2000a, marzo). Técnica y tecnología en la infografía de prensa. Revista Latina de Comunicación Social, número 27, en: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/ aa2000tma/128valero.html] (09 Abr. 2000).
- Valero, J.L. (2000b, junio). La infografía de prensa. Revista Latina de Comunicación Social, número 30, en:
 [http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/99valero.htm] (26 May. 2000).

Sitios WWW

- Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, en:
 - [http://www.unav.es/fcom/] (20 Abr. 2000).
- Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra, en: [http://www.upf.es/grec/cast/estudiar/] (20 Abr. 2000).
- Facultad de Humanidades de la Universidad Carlos III de Madrid, en:
 - [http://www.uc3m.es/uc3m/gral/ES/ESCU/escul12.html] (23 Abr. 2000).
- Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, de la Universidad del País Vasco, en: [http://www.lg.ehu.es/castellano/paginas/prin_c.htm] (23 Abr. 2000).
- Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de La Laguna, en: [http://www.ull.es/facultades/cci/] (20 Abr. 2000).

ANEXO I

ENCUESTA: IMPORTANCIA DE UNA ASIGNATURA DE INFOGRAFÍA

ASIGNATURA DE INFOGRAFÍA dentro del pensum de estudios de Comunicación SociANEXOS atólica Andrés Bello Esta información servira para la elaboración del trabajo de grado sobre el mismo tema. Los datos de esta encuesta tienen carácter confidencial, y serán solamente utilizados en análisis estadísticos con fines estrictamente académicos. Muchas gracias por su colaboración.

ENCIERRE EN UN CIRCULO LA ALTERNATIVA DE SU PREFERENCIA

- Considera usted que las infografias pueden ayudar a facilitar la comunicación de cierto tipo de informaciones?
 - 1. En absoluto 2. No mucho 3. Un poco 4. Bastante 5. Totalmente

ANEXO 1:

ENCUESTA: IMPORTANCIA DE UNA ASIGNATURA DE INFOGRAFÍA

Se está realizando un estudio sobre la importancia de una ASIGNATURA DE INFOGRAFÍA dentro del pensum de estudios de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Esta información servirá para la elaboración del trabajo de grado sobre el mismo tema. Los datos de esta encuesta tienen carácter confidencial, y serán solamente utilizados en análisis estadísticos con fines estrictamente académicos. Muchas gracias por su colaboración.

NOMBRE Y APELLIDO:	
CARGO:	signatura, durante el pregrado, que enseñ

ENCIERRE EN UN CÍRCULO LA ALTERNATIVA DE SU PREFERENCIA

- 1. ¿Considera usted que las infografías pueden ayudar a facilitar la comunicación de cierto tipo de informaciones?
 - 1. En absoluto
- 2. No mucho
- 3.Un poco
- 4. Bastante

5. Totalmente

2.	¿Con qué	frecuenc	ia piensa u	sted en usar i	nfografí	as para sus trabajos?
1.	Nunca	2. Casi n		3. Algunas ved	ces 4	4. Casi siempre
			5. Siem	pre		
3.	¿Benefici					ore infografía ?
1.	En absolute		No mucho	3. Un p		4. Bastante
			5.Totalı	mente		
4. ¿Recibió usted información, formación o cursos de infografía mientras estudiaba pregrado?						
		i los past.	Sí a metodo	2. No	3. No s	abe CAB para diseñar un
5.				asignatura, du elaboración d		el pregrado, que enseñe rafías?
	1. En abso	luto	2. Poco im	portante	3.Me	edianamente importante
		4. Suma	amente impo	ortante	5. Indi	spensable

	os exigiría en un curso de infografía? (Indicar sólo tres aspectos
por orden de i	importancia, colocando 1 para el más importante y 3 para el menos
importante).	
infográfico en la p	Indentificar las noticias que son infografiables
6. Aproximaden	Aprender a abordar una noticia como infografía
8. /Quienes pro-	Conocimiento de los tipos de infografía
9. ¿Qué papel <u>our</u>	Dominio de los softwares para elaborar el trabajo
10. ¿Con qué freq 11. ¿En qué medi	Dominio de las técnicas de diseño para manejar los softwares
Anexo 2:	
Modelo de g	uión para entrevistar a autoridades de la UCAB
1. ¿Cuáles son los programa de estud	s pasos o la metodología que se emplea en la UCAB para diseñar un dio?
2. ¿Cómo estár Comunicación So	estructurados los programas de estudio de la escuela de cial?
3. Una vez diseña	do el programa, ¿cuáles son los pasos que se deben seguir para que
la cátedra sea apro	obada en la Escuela de Comunicación Social?
4. ¿Cuál sería su r	recomendación para una asignatura de infografía?
Anexo 3.	
Modelo de	guión para entrevistar a infógrafos y
profesionale	s de los diarios venezolanos

1. ¿Cómo definiría la infografía aplicada al periodismo?

- 2. ¿Cómo ha sido la evolución de la infografía en Venezuela?
- 3. ¿Quién o quienes han sido los pioneros de la infografía en los medios venezolanos?
- 4. Según su opinión, ¿a qué factor se le puede atribuir la demanda o el *boom* infográfico en la prensa?
- 6. Aproximadamente, ¿cuál es el promedio de infografías que se elaboran semanalmente para el periódico?
- 8. ¿Quiénes pautan las infografias: los redactores o los infógrafos?
- 9. ¿Qué papel cumplen los redactores en el proceso de elaboración de una infografía?
- 10. ¿Con qué frecuencia sucede que una idea gráfica origina un artículo?
- 11. ¿En qué medida es beneficioso para el departamento de infografía que los periodistas o redactores tengan conocimientos sobre dicho tema?
- 12. ¿Le parece que sería necesario la formación de redactores para que elaboren bocetos a partir de los cuales pueda trabajar el infógrafo?
- 13. ¿Cree que se puede enseñar la infografía?
- 14.¿Qué puede usted opinar acerca de la formación profesional de los periodistas en el área infográfica?
- 16. ¿Qué instituciones ofrecen estudios de infografía aplicada al periodismo?
- 17. ¿Qué recomendaciones haría usted para una asignatura de infografía, impartida a estudiantes periodismo? ¿Cuáles cree que deberían ser los contenidos básicos de la materia?
- 18. ¿Cuál cree que debería ser el perfil de un periodista con conocimientos de infografía?
- 19. ¿Qué tan importantes son las computadoras para la elaboración de infografías?
- 20. ¿Cómo debe estar dotado tecnológicamente un departamento de infografía?
- 21. ¿Cuáles son los conocimientos técnicos básicos que debería adquirir un estudiante de infografía?
- 22. ¿Cómo funciona el departamento de infografía? ¿Quiénes lo integran?

Anexo 4:

Modelo de guión para entrevistar a expertos y catedráticos del exterior

- 1. ¿Cómo definiría la infografía aplicada al periodismo?
- 2. ¿Cómo ha sido la evolución de la infografía en el mundo?
- 3. ¿Quiénes han sido los diarios pioneros en el manejo de la infografía?
- 4. Según su opinión, ¿a qué factor se le puede atribuir la demanda o el boom infográfico en la prensa?
- 5. ¿Cree que se puede enseñar la infografía?
- 6. ¿Qué puede usted opinar acerca de la formación profesional de los periodistas en el área infográfica?
- 7. ¿Considera necesario incorporar una asignatura de infografía periodística dentro de los planes de estudio de pregrado, de las escuelas o facultades de Comunicación Social (o Ciencias de la Información)? ¿Por qué?
- 8. ¿Qué instituciones ofrecen estudios de infografía aplicada al periodismo?
- 9. ¿Qué recomendaciones haría usted para una asignatura de infografía, impartida a estudiantes periodismo? ¿Cuáles cree que deberían ser los contenidos básicos de la materia?
- 10. ¿Cuál cree que debería ser el objetivo general de la cátedra?
- 11. ¿Cuáles piensa usted que son los métodos más adecuados para impartir una asignatura de infografía a estudiantes de periodismo?
- 12. ¿Cómo debe estar dotado tecnológicamente un departamento de infografía?
- 13. ¿Cuáles son los conocimientos técnicos básicos que debe adquirir un estudiante de infografía?