

LA INFOGRAFÍA EN LOS MEDIOS IMPRESOS ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LA INFOGRAFÍA EN EL DIARIO LA NACIÓN

Reinaldo Cortés, profesor adscrito al Departamento de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes- Táchira.

Ismar Sánchez, licenciada en Comunicación Social, egresada de la Universidad de Los Andes, Venezuela.

RESUMEN

Hoy la información gráfica o infográfica juega un papel muy importante en los medios impresos. Este recurso le ha permitido a los medios de comunicación imprimir páginas con un signo de innovación y actualidad acorde a las necesidades de un público que está acostumbrado a informarse a través de la imagen que le muestran los medios audiovisuales como la televisión. La infografía se caracteriza por combinar recursos iconográficos con fragmentos textuales y cuenta con los elementos básicos de una noticia: Título, sumario, cuerpo, fuentes y créditos. Tomando en cuenta estos factores podemos determinar si la información expresada posee una distribución equilibrada entre texto e imagen. Específicamente en el caso del diario regional “La Nación”, es necesario indagar acerca de la infografía como medio noticioso y de diagramación a fin de conocer qué elementos resultan pertinentes, en el proceso de elaboración y selección de los gráficos de las páginas del periódico. Basados en la necesidad de conocer si los recursos gráficos son utilizados por la mayoría de los diarios con el objeto de aumentar su oferta noticiaria, o por el contrario ignoran su verdadera función como elemento informativo esta investigación permitió concluir que aún este recurso no ha sido valorado como debería.

Palabras clave: Infografía, Cultura Visual, Imagen, Diario La Nación.

ABSTRACT

Today the information graphics or infographics play a very important role in print media. This resource has allowed to the media to print pages with innovation and actuality signs, so they are agree the image audiency's necessities. The infographic is characterized by the combination of icon resources with textual fragments, and it has the basic elements of news: Title, summary, body, sources and credits. Taking into account these factors, we will determine if the expressed information possesses a balanced distribution between text and image. Specifically, for the case of the regional newspaper “La Nación “, we considered necessary to explore which elements are pertinent in the selection process of images, since they should be attractive to serve as reading “hook”; because the readers initially fix the attention in the graphic elements of the pages.

Key words: Infographics, Visual Culture, Image, Diario La Nación.

Introducción

Siendo la infografía un género periodístico que reúne los atributos individuales de una noticia y responde a todas las preguntas informativas que en si sola guarda la nota periodística, se hace pertinente estudiar cómo ésta

ha ganado un importante espacio en las páginas de los medios impresos contemporáneos, específicamente Diario La Nación, aun cuando en el intento de una definición de infografía por la prensa diaria aparezcan ciertas dudas.

Dado que hoy la imagen y la palabra se complementan dentro de un diario, el periodista actual debe no sólo redactar de manera textual sino escribir de manera icónica, debe aprender a comunicar los mensajes mediante imágenes. La infografía posee sus propias reglas, herramientas y estructura, por consiguiente, es preciso señalar cómo el periodista además de desarrollar su clásico trabajo de escribir las informaciones, debe conocer el diseño y la informática, pues esta utiliza una determinada metodología que incluye recolección de datos, jerarquización y difusión.

Aunque el ser humano tiene agudeza camaleónica para conocer la realidad, para adaptarse al medio en que se desenvuelve habitualmente, necesita una cierta capacidad y educación para comprender los mensajes que le llegan. Adquirir experiencia y familiaridad con las imágenes supone todo un aprendizaje y una base para leer mediante un sistema de signos diferentes de los que se aprenden en la escuela donde se enseña mediante códigos verbales literarios.

Nuestra actual civilización ha vuelto a descubrir el poder inmenso de esta otra modalidad de expresión del pensamiento que es el “lenguaje visual” y le está dando un carácter de avalancha a través de los medios de comunicación masiva. El receptor de la comunicación no puede quedar ajeno a esta realidad y habría de transformarse, idealmente, en un verdadero “analista de contenido”. En efecto, en muchos casos, el receptor de hoy no podrá acceder al sentido completo de un discurso si no está en condiciones de evaluar el significado de la expresión icónica, es decir de acceder críticamente al “contenido” del mensaje. (Raymond, 1999, p. 2).

Por estas razones es necesario acercarse a lo que es el proceso de desarrollo de la comunicación iconográfica y su uso en el periodismo contemporáneo. El uso de recursos visuales, como la infografía, es en la actualidad de fundamental importancia, en los medios impresos, audiovisuales y electrónicos, por estar en correspondencia con una cultura y alfabetidad visual que cruza las diversas dinámicas sociales.

Así es como esta investigación puede aportar conocimientos a aquéllos estudiantes que aun se forman bajo los conocimientos del periodismo y que en un futuro deseen realizar estudios similares sobre el tema, familiarizarse con las nuevas tecnologías en el tratamiento de la información escrita abrirá nuevos horizontes a fin de que puedan desenvolverse en las diferentes competencias que serán claves en su desarrollo profesional.

Las nuevas tecnologías han transformado nuestra sociedad, estos cambios han influido en las formas de presentar la información en los diferentes medios de comunicación, que posteriormente se trasladan al ámbito cotidiano del aula intentando optimizar los procesos de enseñanza. Constituye un reto para el sistema educativo desarrollar instrumentos que faciliten los procesos de comprensión en las aulas, ante el crecimiento casi explosivo de la cantidad y densidad de información que circula en todos los ámbitos de la vida en sociedad y en todas las áreas del conocimiento. (Minervini, 2005, p. 2).

Problema

Nueva cultura visual

En las últimas décadas, con el auge de tecnologías de la información y comunicación, se ha ido gestando a escala mundial una cultura eminentemente visual, impulsada por la expansión y consolidación del medio televisivo y más recientemente por Internet; situación que ha impuesto verdaderos desafíos a la prensa escrita, la cual se

vio condicionada por la presencia de una sociedad inundada por imágenes y con un público con renovados hábitos de lectura.

Desde siempre, por medio de ilustraciones o de gráficos más o menos sencillos, 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, pues ésta era la finalidad de su inserción entre las informaciones, como valiosos complementos. Es por esto que la información apoyada en elementos gráficos no es novedad alguna en el mundo de la información periodística. Al respecto, Minervini y Pedrazzini señalan:

Las transformaciones más radicales se pueden vislumbrar en la década del 80 donde las tecnologías tuvieron un fuerte impacto en la prensa gráfica lo cual permitió la incorporación de la informatización y por ende, el empleo de nuevos recursos visuales. Ante la inminente supremacía de la imagen, los medios gráficos se valieron de herramientas ya establecidas en la prensa, las fotografías, y generaron nuevas: las infografías. (2004, p. 2).

La aparición de este nuevo género ha producido una rápida evolución interna en la tecnología de las redacciones y en los procesos de producción informativa, cuatro factores: periodismo, arte, diseño y nuevas tecnologías, se han mezclado para producir infográficos (Leturia, 1998, p. 2) caracterizados principalmente por los elementos propios de un artículo noticioso como: título, sumario, cuerpo o desarrollo, fuentes y créditos; además de combinar recursos iconográficos con fragmentos textuales.

Viloria y Villalobos (2003), sostienen que la labor de informar mediante el lenguaje gráfico enlaza cuatro aspectos: arte, diseño, periodismo e informática. “No es fácil engranar estas cuatro actividades en un solo profesional, sin embargo, es propicio reconocer la importancia de la información gráfica en los medios impresos”. (p. 72).

Hoy día la infografía se ha volcado no solo a los medios nacionales, también a los regionales, la informática hace que cada vez sea más sencillo el reunir en un mismo dibujo o gráfico informaciones que están almacenadas en la base de datos del periódico. El resultado, la infografía, es un elemento eminentemente didáctico, que acerca al lector con mayor sencillez a la información, poniendo a su alcance, por medio de imágenes que se fusionan al texto, datos que de otra forma es imposible integrar en la noticia.

En la era de lo visual la prensa tiene que esforzarse por mantener a sus lectores y por ganar a las nuevas generaciones educadas en la cultura de la imagen. Y para lograrlo debe armarse con las mismas herramientas que su principal rival, la televisión. Debe inventar nuevas formas de contar las noticias que atraigan al lector, que lo informen rápidamente, que no le hagan perder tiempo... Todo eso lo ofrece la Infografía. Los infográficos permiten conocer lo elemental de una noticia de un simple vistazo y ahorran tiempo al lector. (Ferrerres, 1995, p. 3).

La esencia de la infografía periodística es la cobertura de noticias de última hora, sin embargo, en algunos medios donde aún se encuentra en auge es posible que solo realicen en ciertos temas que requieran de minuciosa planificación o de un hecho que se encuentre como noticia principal en todos los periódicos, ejemplo: una guerra, el mundial, elecciones presidenciales, entre otros. Cairo (2004) manifiesta: “El infógrafo, ante todo, es un periodista, y el periodista es un esclavo de la actualidad”. (p 1).

No hacemos gráficos solamente para rellenar espacios. Hoy hacemos gráficos por el mero hecho de añadir color a la página. No realizamos gráficos simplemente para sustituirlos por una foto en el caso de que no haya información gráfica disponible. No hacemos gráficos para rellenar espacios predeterminados con el propósito de

mejorar el diseño de una página. (George Rorick, citado por Ferreres, 1995, p. 13).

Objetivo de la investigación

Indagar acerca de la infografía como elemento noticioso y de diagramación en los medios impresos, específicamente Diario La Nación de San Cristóbal – Táchira.

Objetivos específicos

- Determinar el perfil profesional del personal que realiza las infografías.
- Identificar que temas son los que generan mayor cantidad de infografías.
- Establecer los aspectos de diseño (color, fotos, imágenes, títulos, letra, tamaño) y diagramación (espacio, programas) que intervienen en la realización de infografías.
- Verificar si las infografías realizadas por el medio, cumplen con los elementos básicos de un artículo noticioso: título, sumario, cuerpo de la información, fuentes y créditos.
- Identificar los criterios en que usan los infógrafos de en el momento de decidir cuándo hacer una infografía.
- Precisar el número de infografías publicadas en el lapso estudiado.

Hacia una definición de infografía

“La infografía es un nuevo género periodístico, el último y más novedoso de los géneros de expresión informativa, que se puede asentar con firmeza en la tecnología informática, aunque no exclusivamente, porque también puede haber infografías artesanales.” (De Pablos citado por Abreu, 2002, p. 10).

“Una combinación de elementos visuales que aportan un despliegue gráfico a la información, aclarando que la infografía se utiliza fundamentalmente para brindar información compleja mediante una representación gráfica sencilla y sintetizada para hacer más atractiva su lectura”. (Manual de Estilo de Clarín, citado por Minervini y Pedrazzini, 2004, p. 23).

Peggie Stark, del Poynter Institute for Media Studies, Florida, dice que los infográficos son “una combinación de palabras y elementos visuales que explican los acontecimientos descritos en el artículo y sitúan a la historia o a sus protagonistas en un contexto determinado”. (Leturia, 1998, p. 3).

Valero (2001), la define como “La aportación informativa, realizada con elementos icónicos tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de la actualidad o algunos de sus aspectos más significativos, y acompaña o sustituye al texto informativo”. (p. 21).

Antonio Piñuela Perea considera que “la infografía es el proceso periodístico que genera gráficos e ilustraciones como un elemento informativo global e independiente de un periódico o revista”. (Ferreres, 1995, p. 3).

Wilmer Ascanio, ex gerente de infografías del Diario El Nacional, señala que una infografía “es una crónica contada a través de imágenes y textos. Es la descripción o más aún, la interpretación visual de un objeto, un proceso o un hecho”. (De Ornelas, 1999, p.56)

Tomando en cuenta, el origen de la infografía desde la época de las cavernas De Pablos señala el con-

cepto bI+T (binomio imagen + texto), el cual explica: “La infografía, entonces, es la presentación impresa (o en un soporte digital puesto en pantalla en los modernos sistemas en línea) de un binomio Imagen + texto: bI+T. Cualquiera que sea el soporte donde se presente ese matrimonio informativo: papel, plástico, una pantalla, barro, pergamino, papiro, piedra.” (1998, p. 14).

Alberto Cairo, diseñador de El Mundo.es define la infografía así: “Podemos definir infografías de periódico como el arte de narrar información que usan las herramientas del diseño, por ejemplo: Cartografía y/o fotografía. En la actualidad usted puede añadir video, el audio y la interactividad. (Cairo, 2005, p. 15).

Lo visual como origen de la comunicación

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

Como un hecho, los mapas son probablemente el primer intento sistemático de transportar información visual exacta, eso todavía puede ser comprendido hoy (desafortunadamente, no podemos saber exactamente lo que los cavernícolas trataron de decir con esos estilizados animales sobre sus paredes). Las explicaciones visuales están atentamente vinculadas a la razón. (Cairo, 2005, p. 13).

En la prehistoria, un ejemplar del antiguo humán descubrió el trazo: un material dejaba parte de sí al ser frotado en una superficie más dura y quieta. Junto al trazo se descubrió el soporte. Fueron dos grandes descubrimientos para la humanidad.

El humán que descubrió el trazo inició una forma de cultura que hoy todavía llamamos artes gráficas. Tras el trazo vino un segundo estadio, cual fue originar sombras y hacerlo con colores naturales extraídos de materiales vegetales o áridos del terreno sabiamente tratados y aplicados con mayor sabiduría aún. Después del trazo, el humán descubrió la figura de su entorno que podía recrear a partir del trazo. (De Pablos, 1998, p. 2).

Con el paso de los tiempos y la extensión de las primeras maneras de cultivo del espíritu, el humán fue creando otras formas de comunicación y sus sonidos guturales se fueron transformando en un formato que acabó siendo un lenguaje humano, pero aún con sus manos sólo podía comunicarse por señas o con trazos y dibujos. Todo aquel viejo mundo habitado emergía a una forma de cultura primitiva y sencilla, de un valor comunicativo enorme: las duras rocas de las paredes de sus cuevas y senderos o lugares mágicos se transformaron en el primer vehículo de comunicación humana.

La liturgia de aquella escritura primera se vio complementada y subrayada con dibujos conectados entre sí, para que la información pudiera ser interpretada por los más cultos con acceso a los signos del mensaje y por quienes todavía se encontraban en la etapa cultural e históricamente anterior, cual era la del sólo dibujo.

Por este supuesto proceso cultural, los mensajes antiguos que hoy encontramos del viejo Egipto y de otros pueblos históricos están formados por un binomio de texto e imagen. Las paredes de los templos egipcios y las láminas de tantos papiros dibujados 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.

El subrayado de aquellos primitivos mensajes, que junto a un texto inscribían o dibujaban un dibujo complementario y alusivo al corpus de la información dio origen a lo que es hoy la infografía, que no es en modo alguno un producto de la era informática, sino fruto de los deseos de la humanidad por comunicarse mejor, por dejar más acuradas aquellas primeras formas de comunicar. La infografía, pues, es de hoy, pero también lo es de ayer, de un ayer bastante remoto. (De Pablos, 1998).

La infografía digital

La infografía digital es un producto nuevo del periodismo digital, que ha aparecido como resultado de la necesidad que tiene la comunicación escrita de captar lectores en pantalla y en línea, es de nuevo, uno de los “salvavidas” que tiene el periodismo escrito, al igual que le ocurriera a la prensa hace unos pocos años en las primeras generaciones del ordenador personal. Una nueva forma de expresión, no únicamente periodística, ha nacido ante nosotros que tiene un gran poder de síntesis documental y visual: La infografía digital.

La infografía digital es una unidad informativa (no únicamente periodística), en la mayoría de los casos presentada en secuencia sucesiva, que se elabora para las publicaciones digitales audiovisuales no estrictamente lingüísticas, realizada mediante unidades elementales icónicas (estáticas o dinámicas) con el apoyo de diversas unidades tipográficas y/o auditivas, normalmente verbales. (Valero, 2001, p.35).

Hoy día con la nueva infografía digital tiene algunas similitudes con la impresa pero es un producto claramente distinto. Sus diferencias principales son la versatilidad y sus posibilidades gracias al soporte digital y a la comunicación mediante Internet. Sus ilimitadas posibilidades de conexión biunívoca hipertextual, permiten el intercambio recíproco de contenidos. En todo lo relativo a su cinética diversa, es posible emular la figuración móvil de los fenómenos, tal como se presentan en la naturaleza.

El boom de la infografía de prensa

El empleo de gráficos informativos por parte de la prensa es tan antiguo como los propios diarios. Peltzer (1991), señala que el primer mapa publicado en la prensa apareció el 29 de marzo de 1740 en The Daily Post de Londres y en el mismo se recreaba el ataque del almirante inglés Vernon a la ciudad de Portobello con la intención de robar el oro.

“La presencia penetrante de la televisión, la diversidad de las revistas especializadas de más calidad, la urgencia de la comunicación radiofónica, el acoplamiento de la informática y las telecomunicaciones han cambiado la forma del periódico”. (Gaffre citado por De Ornelas, 1999, p. 11).

En el siglo XX la prensa perdió la exclusividad de la información y los sectores tradicionales disponían de menos tiempo para leer los diarios, “Si la prensa deseaba seguir subsistiendo tendría que optar por maneras menos densas, empezando por aligerar todo el corpus informativo”. (De Pablos en De Ornelas, 1999, p.12). En las últimas dos décadas de los 90, se desató el boom de la infografías. El apogeo de los nuevos infogramas como nuevo género periodístico arranca alrededor de 1979, y llega a su cumbre en 1990 con la Guerra del Golfo Pérsico.

Pero, ¿Por qué desde hace 20 años? A través de la compaginación en pantalla, iniciada con la introducción

de las computadoras en el campo editorial, es posible comenzar a reunir las distintas manifestaciones o lenguaje.

“El desarrollo de las técnicas que permiten manipular imágenes e incorporarlas al texto hace factible una gran versatilidad y rapidez de preparación, que se dio en la época presente de la historia, pero no se dio en ningún otro momento de la historia”. (Valero, 2000, p.17).

Gustavo Hermoso citado por De Ornelas (1999), señala que tras la Guerra del Golfo en 1991, todas las informaciones que se publicaran debían tener un nutrido departamento de infografías. La infografía actual es heredera de esas circunstancias y está encadenada a ella.

En Estados Unidos, la gran preocupación surgió por la llegada de la televisión por cable, la cual era considerada como una amenaza para la supervivencia del periódico y es a partir de allí donde además nace USA Today.

La Infografía en Venezuela

La introducción de la infografía en los diarios venezolanos, requería de una gran inversión tanto en los equipos necesarios como en la preparación del recurso humano, que no estaba acostumbrado a pensar visualmente. El primer Departamento se creó en El Universal.

De Ornelas (1999), señala que en los diarios venezolanos, los mapas, ilustraciones, diagramas y otros recursos gráficos, son utilizados desde hace mucho tiempo, “uno de los primeros periódicos que dio espacio a los gráficos informativos fue El Cojo Ilustrado”. (p. 58).

Antonio Vega, jefe del Departamento de Infografías de El Universal, señala en De Ornelas (1999), que en muchas oportunidades esas llamadas infografías no aportaban información real “por ejemplo: en el año 56 o 57, se publicó un diagrama incompleto acerca de un avión que se estrelló en el Ávila, en el cual el dibujante no enfocó como sucedió el accidente, sino que ilustró un plano poco realista con muchos círculos semeando las radioayudas de Curazao y Maiquetía”. (p. 59).

A principios y a mediados de siglo, en los diarios venezolanos predominó la fotografía como principal recurso gráfico, y al igual que en el mundo entero es a partir de 1990 con el estallido de la Guerra del Golfo cuando toma vida la infografía.

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, (2000) 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 este sentido Gerver Torres en Abreu (2000), director del Diario de Caracas, en ese momento, hacia la salvedad de que los periodistas buscaban convertir un gráfico en palabras, reconoce la escasa formación de los mismos para enfrentar las nuevas necesidades que se presentaban dentro del periódico.

Anciano (2000), señala “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 del 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”. (p. 29).

De esta manera, se señala que el plan fue puesto en manos de Wilmer Ascanio ya que era el único que sabía manejar Macintosh. “Cuando Jaime Nestare me explica de que se trata el nuevo proyecto la idea me cautivó, tratar de implementar en Venezuela un género periodístico que tenía años en Estados Unidos y que en ese momento se estaba incorporando en Europa era un reto”. (Ascanio, entrevista personal 1999, en De Ornelas, 1999, p. 60).

Ascanio intentó formar un Departamento de Infografías con los pocos recursos que disponía y para comenzar a preparar su labor empezó a recopilar diarios internacionales como: USA Today, Sunday Times, Tribuna News de Pennsylvania, El País de España, El Sol de Madrid y El Mundo, que ya utilizaban las infografías. (Anciano, 2000, p. 29).

Posteriormente, en este mismo año (1991), se llevó a cabo el Seminario Electrovisión sobre rediseño periodístico, donde asistió el embajador de Estados Unidos en ese tiempo, y luego de escuchar la intervención de Ascanio le ofreció una beca y para formarse en el área y partió a España. (De Ornelas, 1999, p. 61).

En España, Ascanio tuvo la oportunidad de asistir a cursos y seminarios, realizar pasantías en el País durante 1992, y cursó estudios en la Universidad de Navarra. Al regresar a Venezuela se dio cuenta que la situación era distinta y se comunicó con el español Nacho Catalán para que viniera a dictar cursos de capacitación. (Anciano, 2000, p. 29).

Anciano (2000), narra que en 1992, el Diario de Caracas atravesó por serios problemas económicos que lo llevaron a la quiebra y Ascanio prosigue otros rumbos estableciéndose El Universal, donde Andrés Mata director del periódico le solicitó que se quedara a cargo de la Jefatura del Departamento de Infografías. Ante tal auge, El Nacional reaccionó e introdujo también el uso de infografías. Desde 1998, Wilmer Ascanio considerado como el pionero del ramo en Venezuela, se convirtió en el Gerente del Departamento de Infografías de dicho periódico.

En El Nacional, se le da mucha importancia al género infográfico, actualmente este Departamento no tiene límites, es decir, yo puedo incorporar al personal que me haga falta, mientras que en El Universal, el proyecto nació incompleto y muy restringido, hay muy pocas posibilidades de ampliar, pues sólo hay lugar para cinco infógrafos. (Ascanio, entrevista personal, febrero 1999, en De Ornelas, 1999, p. 56). Desde entonces, Anciano (2000) señala que la situación en Venezuela no ha cambiado mucho, El Nacional y El Universal, continúan siendo los únicos periódicos del país que poseen Departamentos de Infografías bien constituidos.

Ascanio en Cóndez y Hernández (2000), asegura “la concepción del quehacer periodístico se ha transformado de una manera drástica. El reportero que se limita solamente a escribir no se concibe actualmente”. (p. 30).

Otros diarios han hecho algunos intentos, pero no han obtenido resultados positivos, por ejemplo El Globo, contó con Wilmer Márquez aunque luego se retiró. En el diario Economía Hoy, no se contaba con un Departamento de Infografías pero se hicieron algunos intentos de infografiar durante la Guerra del Golfo. (Anciano,

2000, p. 30).

El caso venezolano es bastante particular, las redacciones del país han sido visitadas por algunos de los mejores infógrafos del mundo, en 1996, Mario Tascón ex director de infografías de El Mundo de España y Tomás Ondarra de El Correo de Bilbao, dictaron un seminario en el Departamento de infografías de El Universal. De igual forma Nacho Catalán dictó una cátedra teórica – práctica en el departamento de El Nacional. (Romero, 1996, p. 90).

Metodología

Tipo y nivel de la investigación

La Infografía como elemento noticioso y su evolución en los medios impresos, es un estudio de tipo exploratorio-descriptivo. Sampieri (2003), señala “los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes”. (p. 115).

La infografía es un género naciente que apenas está ganando terreno en los periódicos contemporáneos, su nacimiento aún se discute por diversos expertos en el área y su concepción como género periodístico más todavía.

Asimismo, se señala su nivel descriptivo ya que a partir de la investigación que se realice se podrá conocer las características de los infógrafos del Diario La Nación, además se podrá tener una visión más clara sobre como se desarrolla este nuevo género y cual es su situación en este medio impreso específicamente.

A través del análisis cualitativo se cumple con un proceso de organización, reducción y presentación de información en unidades que facilitan la descripción y comprensión en profundidad de cada uno de los objetivos específicos planteados. “los estudios cualitativos no pretenden generalizar de manera intrínseca los resultados a poblaciones más amplias, ni necesariamente obtener muestras representativas, se fundamentan más en un proceso inductivo (exploran y describen, y luego generan perspectivas teóricas) van de lo particular a lo general”. (Sampieri 2003, p. 13).

Diseño de la investigación

Por su dimensión temporal y tomando en cuenta la clasificación de Sampieri (2003), el diseño de investigación para la recolección de información es de tipo no experimental Transversal, es decir, se recolectan datos en un solo momento, en este caso se estudiará únicamente la situación ocurrida en Diario La Nación durante el año 2006, su propósito es comenzar a conocer una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Son muy utilizados dentro del enfoque cualitativo.

Aunado a esto se cumple con un proceso de investigación de campo y documental, a fin de recolectar el máximo posible de información sobre el tema para poder establecer un marco teórico que refleje la teoría más importante sobre las infografías.

Población y Muestra

A fin de concretar la investigación fue necesario seleccionar la población y por consiguiente una muestra del conjunto a estudiar.

En esta investigación se requirió de información del personal que realiza las infografías, es por esto que para este tipo de muestra se ha seleccionado el muestreo no probabilístico de expertos, Hurtado y Toro (1999) lo definen “Es aquel en el cual no todos los miembros de la población tiene la misma oportunidad de ser seleccionados como integrantes de la muestra, aquí se eligen como elementos de la muestra a quienes tienen la mayor cantidad de información sobre el asunto que nos interesa”. (p. 81).

Es decir para la recolección de datos a través de encuestas y entrevistas sólo se utilizará el personal con mayor conocimiento e intervención en el proceso de creación de infografías por Diario La Nación.

Sin embargo, ante la necesidad de conocer y evaluar los criterios en que se basa Diario La Nación para la realización o publicación de infografías y verificar los datos que se obtengan a través de las entrevistas y aplicación de encuestas, fue pertinente una revisión de las publicaciones de este medio impreso, por lo que se seleccionó una nueva muestra pero ahora del producto en sí, infografías publicadas en el año 2006 en la sección de internacionales (provenientes de la AFP) y para conocer el estilo del periódico, algunas realizada por Diario La Nación, de cualquier año y de cualquier sección. Se utilizó el muestreo no probabilístico por estudio de caso que permite al investigador mayor flexibilidad en la selección del objeto de estudio.

En este tipo de investigación el objetivo no es tomar una población infinita para analizar, lo importante es tomar algunas infografías como punto de referencia para cumplir con los principales criterios de la investigación que es determinar como la infografía ha ganado espacio como elemento noticioso en los medios impresos.
Recolección de datos

En las técnicas a utilizar para la recolección de datos para esta investigación, se seleccionaron: La encuesta a través del cuestionario y la entrevista, el cuestionario tanto con preguntas abiertas como preguntas cerradas debido a que se requiere medir cuantitativamente algunos datos y la observación. A través de la observación estructurada, que se realiza con la ayuda de elementos técnicos apropiados, tales como: fichas, cuadros, tablas, por lo cual se ha denominada observación sistemática, se verificarán y establecerán las técnicas que se utilizan por el Departamento para el diseño infografías entre otros elementos importantes de investigación.

Resultados

Para la presentación de los resultados se han establecido dos fases: La fase I, se presentará la información obtenida de las entrevistas realizadas tanto al jefe de Información del Diario La Nación, La Coordinadora de Internacionales y el jefe del Departamento de Sistemas quien es el Diseñador de las Infografías y en la fase II, se analizarán tanto las infografías realizadas por el medio para cualquier sección, como las importadas de agencias de noticia para la sección de internacionales del periódico.

Fase I. Hablan los expertos del diario

Respecto a la definición de infografía, el Jefe de Información la considero como “un diseño gráfico integrado por varias partes como leyenda, fotografías, dibujos que se incorporan como un collage para ilustrar una noticia muy compleja, acontecimiento social, político, o de sucesos que sea importante y se preste para ser ilustrada a través de una infografía”.

En cuanto al crecimiento y evolución de las infografías, el entrevistado manifestó no conocer su evolución, sin embargo aludió que este es un recurso que poco a poco ha ido ganando espacios en los periódicos internacionales y que en pocas palabras o en poco espacio le da un mensaje muy integral al lector.

Asimismo, para relatar el auge de la infografía en medios venezolanos, postuló como ejemplo al diario Panorama, manifestó que este medio está utilizando mucha infografía tanto en primera como en última página y de los diferentes ámbitos noticiosos: sociales, políticos, económicos, sucesos. Considera que en este sentido panorama le está dando gran importancia al uso de infografías aludiendo que debe poseer un gran recurso humano. Igualmente, dio referencias sobre El Nacional y El Universal, resaltando que este último, con mayor constancia está utilizando mucho este recurso para hacer análisis económicos y sobresalen en política.

Sobre el auge de la infografía en Diario La Nación, indicó que allí siempre se ha utilizado, pero debido a la falta del recurso humano se utilizan en mayor instancia las infografías que llegan de las Agencias de Noticias para la sección de Internacionales.

“En los tiempos modernos, poco a poco la capacitación universitaria de los profesionales, ha dado pie a que el periódico considere algún recurso humano que pueda hacer este trabajo, pero aún no se ha contratado a un profesional que se dedique exclusivamente, porque no es política del Diario el uso constante de la infografías, sin embargo, ya hay personal técnico que está en capacidad de hacer estos diseños, y aunque se utilizan poco, no es porque no sean buenos”.

Referente al papel que juegan los periodistas en el diseño de infografías para El Diario La Nación, aunque el Jefe de Información argumenta que el infógrafo o diseñador gráfico debe ser periodista, debido a que quien realiza infografías debe tener una visión periodística de la noticia, reconoce que en el caso del periódico ningún periodista tiene relación con la elaboración de infografías, se encuentran excluidos de ese proceso.

Ante tal planteamiento, surgió la interrogante sobre ¿Cómo es el proceso para la realización de infografías? ¿Quiénes procesan la información para que el diseñador pueda ilustrar la parte gráfica? “Los jefes de información le damos los elementos al técnico que va hacer la infografía, le decimos cual es la noticia y la manera de cómo concebirla, sugerimos frases, algún texto y él se encarga de ubicar la información dentro del espacio donde se encuentran las imágenes”.

Por otro lado, señaló que las infografías que se realizan en el medio no se encuentran sujetas a ningún estilo especial, dependiendo de la información se utilizan diversos gráficos para convertirlos en un híbrido, resaltó que el elemento gráfico que por lo general se utiliza es la figura humana que se involucre con el acontecimiento. Según la información suministrada para la sección de Sucesos es que se han realizado el mayor número de infografías.

Para finalizar, el entrevistado argumentó que aunque la infografía se ha vuelto importante es sólo un recurso para algunos casos especiales, que no puede convertirse en el formato estándar de la noticia cuando no lo ha hecho si quiera la pirámide invertida.

Por su parte, La Coordinadora de Internacionales, informó que su perfil profesional corresponde a Licenciada en Comunicación Social, con una gran trayectoria en medios radiales, actualmente se encarga de La Coordinación de Internacionales del Diario La Nación, dedicada a procesar la información de seis agencias internacionales de noticias.

Al igual que el entrevistado anterior, la pregunta de entrada fue ¿Cómo definiría usted la infografía? señaló que la infografía es aquella que trae una información a cerca de algo. Puede ser una especie de mapa, cronograma que presenta una información sobre determinado tema.

La Coordinadora informó que para descargar las infografías, lo hace de la Agencia Franpres (Agencia Francesa de Prensa), información que llega porque el periódico tiene exclusividad con dicha agencia. Las infografías se descargan de lunes a viernes y luego los domingos porque los sábados descansan de mandar información. De esta agencia señaló, que llegan infografías de todo tipo: Políticas como elecciones, de salud algunos estudios que se estén realizando sobre cualquier enfermedad, economía, pero las que generalmente se importan se relacionan con conflictos entre países como Irak, eventos de la naturaleza.

Sobre el proceso de selección y publicación, informó: “Yo selecciono la infografía aquí, bien sea vertical u horizontal, de la información que sea porque tengo autonomía para seleccionarlas, debo llevarla luego con el encargado de procesar las imágenes para que me de las medidas y saber cuantas columnas se va a tomar en el periódico”.

Finalmente, la Coordinadora de Internacionales señaló que lo imprescindible para poder seleccionar las infografías que se van a publicar, es estar informados y saber cuáles son las noticias más importantes del día a través de los diversos medios internacionales.

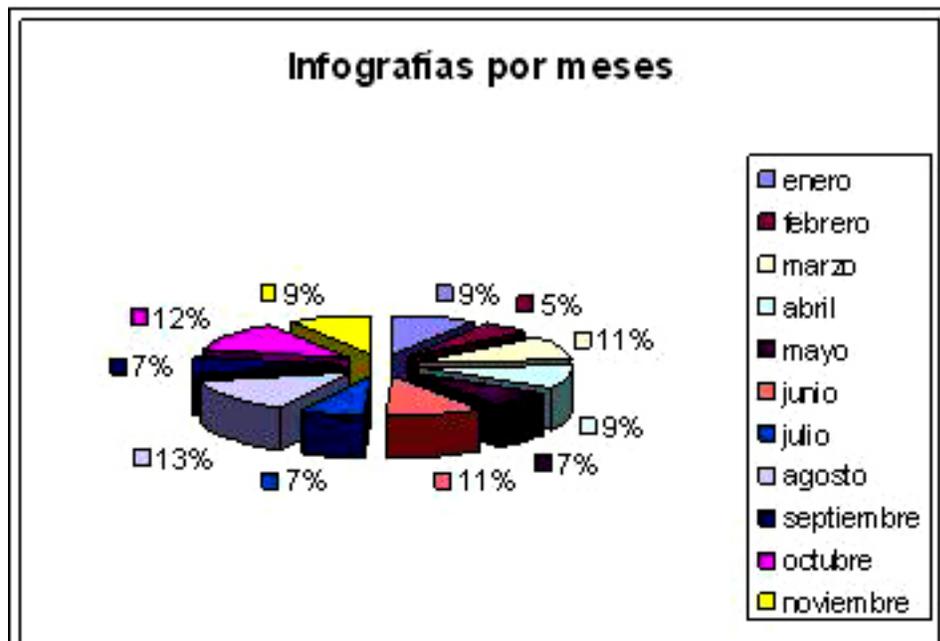
Finalmente, el jefe del Departamento de Sistemas quien se convierte esporádicamente en Diseñador de Infografías por la escasa publicación de este elemento gráfico en el Diario La Nación manifestó: “La infografía es un logo informativo donde se logra sintetizar de manera sencilla y clara la noticia”.

En cuanto a la frecuencia con la cual realiza infografías para el medio, la respuesta fue algunas veces. Él señala que esto se debe a que su función no es realizar infografías para el medio y tampoco depende del Departamento de Redacción, por lo tanto para realizar infografías el acontecimiento debe ser sumamente importante y luego de ajustar el tiempo y las demás labores que están bajo su responsabilidad en el área de sistemas, se planifica sobre que se va a realizar la infografía.

Sobre el papel que juegan los periodistas en la elaboración de infografías para el medio, indica que su papel es de gran importancia, ya que son ellos quienes aportan la información y los datos que la infografía puede y debe contener.

En relación al promedio de infografías realizadas para el medio, la sección más infografiada y los temas que generan mayor número de infografías, el entrevistado indicó que presume haber realizado un promedio de 100 infografías para Diario La Nación y aunque no es su especialidad le agrada hacerlo. Señala que la secciones más infografiadas, empezando por la de mayor tendencia y terminando por la de menor son: Sucesos, Deportes, Información General y Política.

Para conocer detalles más precisos, con respecto a la diagramación y diseño indicó que se emplean elementos básicos de un artículo noticioso como: Título, cuerpo, fuente y créditos, el tipo de letra utilizado es Arial para ajustarse al estilo del diario. Los colores más utilizados en las infografías son el amarillo y el azul, por su vistosidad.



Sobre los softwares más utilizados para el diseño y elaboración de las infografías, Bustamante indicó que por su simplicidad son: Corel Draw y Photoshop, programas dirigidos para el trabajo de imágenes, muy utilizados en diseños de páginas Web y muy flexibles para compactar imágenes como las infografías.

En cuanto a las características personales añadidas a la realización de infografías, el diseñador indicó la simplicidad y claridad por las exigencias de la infografía y que además constituye una de los principales rasgos característicos de estos gráficos y creatividad personal debido a que no existe dentro del periódico normas, leyes o algún manual de estilo sobre como trabajar infografías.

Manifestó que no ha recibido ningún tipo de formación o cursos sobre el área, pero el recibir alguna orientación facilitaría su trabajo y le otorgaría mejores y mayores beneficios a sus diseños.

Fase II. Hablan Las Infografías

Infografías de la sección de Internacionales de Diario La Nación durante 2006

En la sección de Internacionales se publicaron en todo el año 2006, 57 infografías distribuidas en los meses de la siguiente manera: Enero 5, febrero 3, marzo 6, abril 5, mayo 4, junio 6, julio 4, agosto 8, septiembre 4, octubre 7, noviembre 5, durante el mes de diciembre no se publicaron infografías.

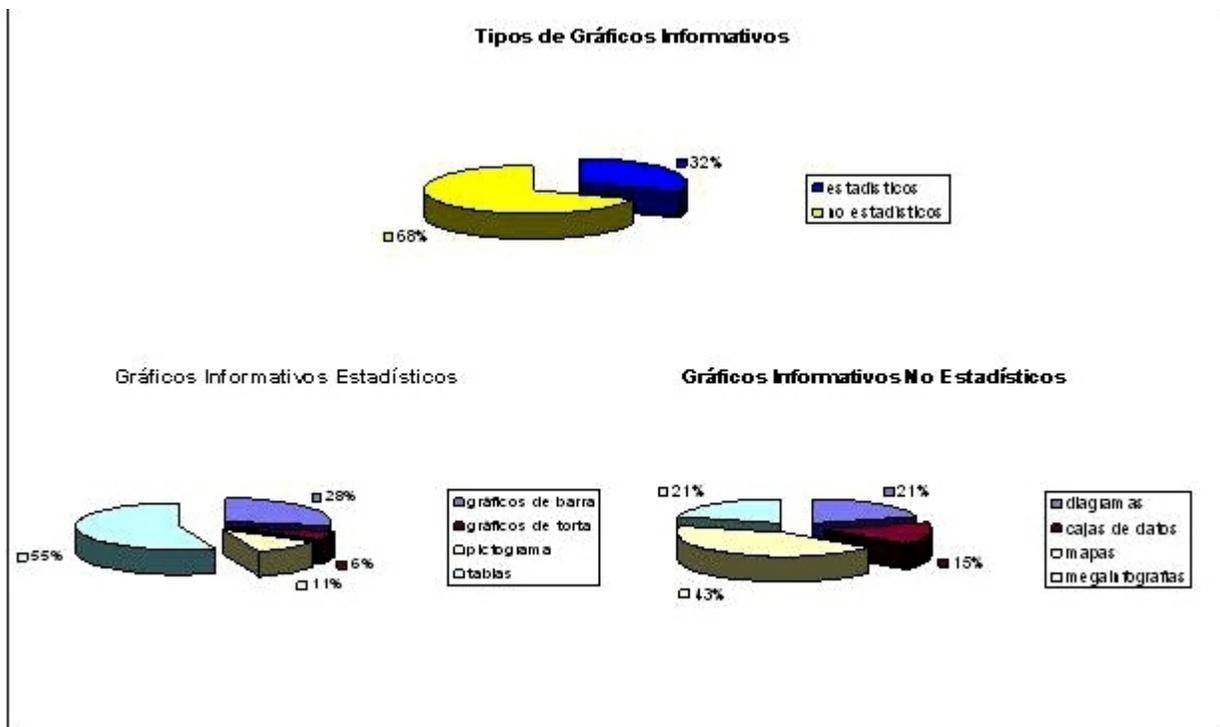
Asimismo, durante los meses que más se publicaron infografías fueron agosto y octubre, en un análisis a los temas tomados en cuenta resaltó los hechos de violencia por guerras en países del Medio Oriente y asunto relacionados con la política elecciones en algunos países de Suramérica y acuerdos políticos y energéticos entre gobernantes.

- En relación a la composición de colores: 47 infografías se publicaron en Blanco / negro y 10 en color. Es preciso acotar, que por observación de las infografías que se importan de las Agencias Internacionales todas son a color, sin embargo tomando en cuenta la política del diario, donde el contenido de sus páginas es blanco y negro, algunas donde no es pertinente la coloración se publican en escalas de grises, y de igual forma se ilustra la

noticia.

De acuerdo al tema de las infografías publicadas, el 39% de infografías se orientó a temas de política y el 20% siguiente lo corresponden otros temas como: Ciencia que resalta mucho, y revueltas sociales. Finalmente, son los eventos naturales como ciclones, terremotos, tormentas tropicales y tsunamis los que obtienen en tercer lugar en rango de números de infografías publicadas que corresponde al 14%.

Referente al tipo de gráfico seleccionado, estadístico y no estadísticos hubo mayor tendencia por los gráficos no estadísticos, en este caso 68%. Asimismo, dentro de los gráficos informativos estadísticos las tablas y los gráficos de barra tuvieron mayor tendencia, y dentro de los gráficos no estadísticos, el tipo que tuvo mayor tendencia fue los mapas, el tratarse de noticias internacionales proporciona mayor y mejor ubicación al lector ubicarlo dentro de un contexto territorial.

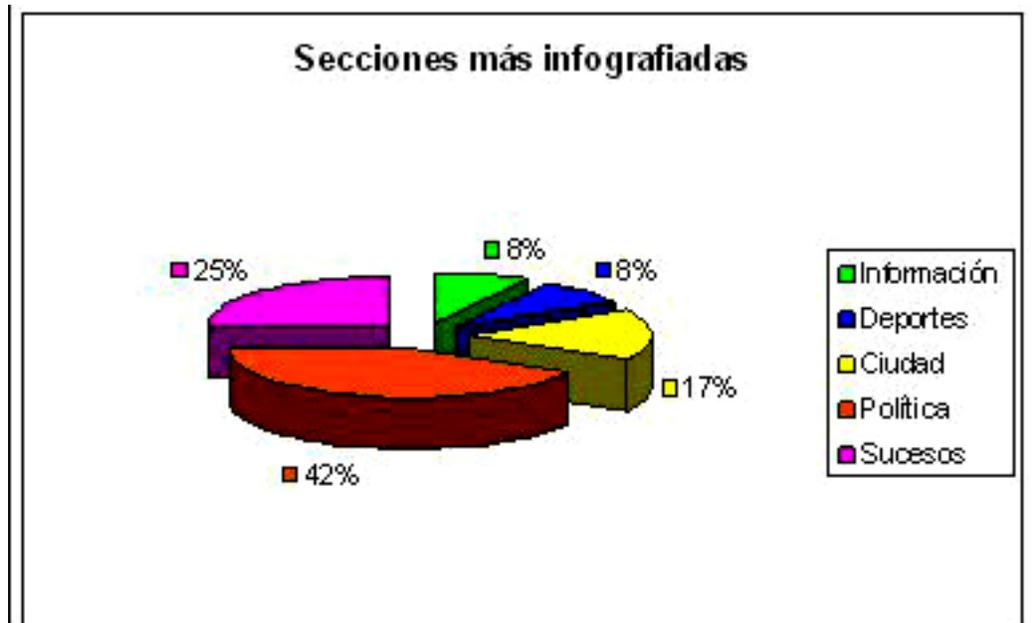


Infografías realizadas en el Diario La Nación.

Es preciso resaltar, ante de exponer los resultados que las infografías analizadas no fueron escogidas por el investigador, fueron sugeridas y entregadas por el diseñador de las mismas, debido a que no existe un archivo donde se pueda consultar la publicación y las que existen están en digital, la gran mayoría han sido desechadas o eliminadas, no hay clasificación ni un sistema que permita ir archivando para fines de estudio o de consultas.

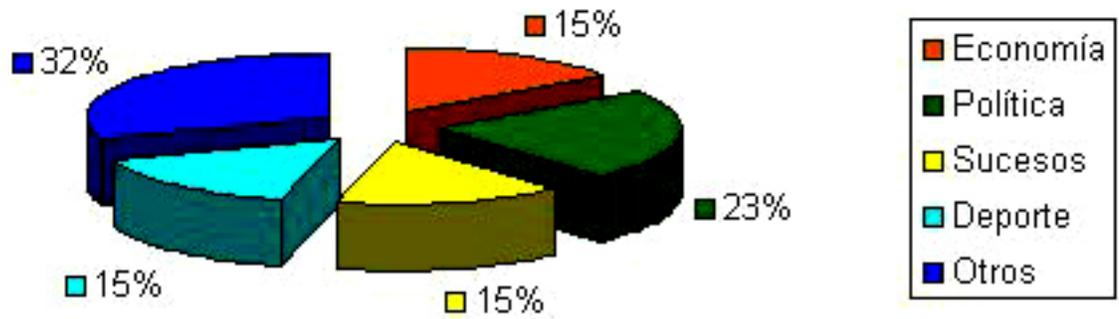
Con respecto a la análisis morfológico de la sección para la cual se realiza las infografías, Nacional, Información A, B, C, Opinión, Internacional, Frontera, Deportes, Ciudad, Política y Sucesos, los resultados indican que la sección con mayor incidencia es la de Política con 42%, seguidamente la sección de Sucesos 25%, y el tercer lugar Ciudad con 17%. En el resto de secciones no se encontraron infografías.

Estos resultados coinciden con las declaraciones de los entrevistados, quienes señalaron que las secciones más infografiadas eran política y sucesos, es necesario acotar, que aunque Política es la sección más infografiada no todos los temas son de política propiamente, pero por encontrarse dentro de la sección se consideran dentro de la misma.

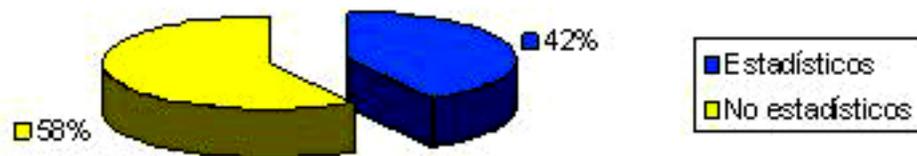


- En el análisis morfológico del tema sobre el cual se realizan mayor número de infografías, incorporados Salud, Economía, Política, Sucesos, Guerra, Deporte, Eventos naturales y Otros, en primer lugar se encuentran la categoría de Otros con 32 % que sugiere los temas: Educación y Sociales. En segundo lugar, Política con el 23 % y en tercer lugar hay igualdad de entre los temas economía, sucesos, y deportes. Los temas de salud, guerra y eventos naturales no sugirieron ninguna infografía.

Temas más infografiados



Tipos de gráficos

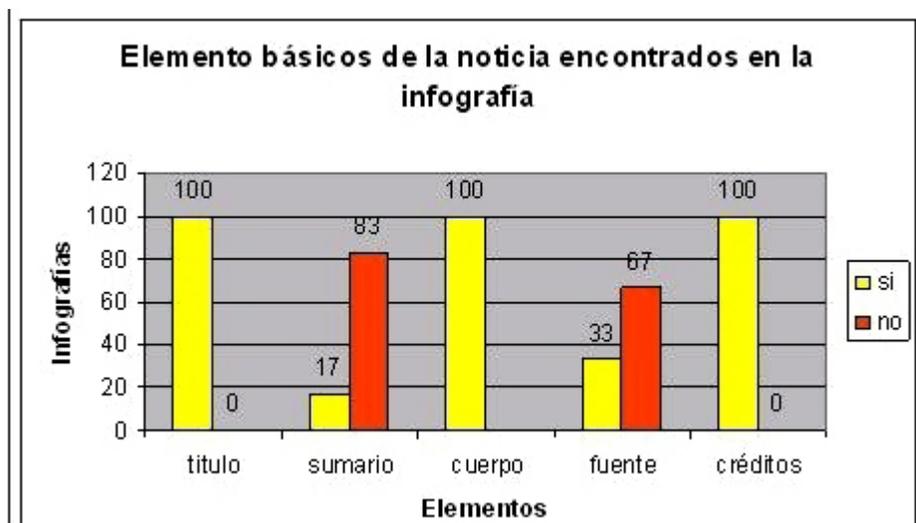


Es preciso indicar que se demuestra lo explicado en el primer análisis, aunque allí la sección más infografiada fue Política en los temas no, y es porque en esta sección se incluyen temas de salud, otros de carácter social que tienen que ver con las políticas gubernamentales, pero los temas al ser analizados no corresponden a política propiamente, ejemplo promedio de escuelas existentes en el Estado y porcentaje de las que pueden convertirse en bolivarianas, aunque esto constituye una propuesta del gobierno el tema es de Educación.

- Tomando en cuenta los tipos de gráficos en los que se dividen las infografías, se pudo constatar que como señalaron los entrevistados, los gráficos que mayormente se realizan son de tipo no estadísticos para lo cual el resultado del análisis sugirió 58 % y los gráficos estadísticos 42 %.

Los gráficos no estadísticos se dividen en: Gráficos de fiebre, gráficos de barra, gráficos de torta, pictogramas y tablas. No obstante, los únicos que resultan electos para elaborar infografías, según el análisis, son: Pictogramas con 20 % y Tablas con 80 %.

Sobre los gráficos informativos no estadísticos, divididos en: Diagramas, caja de hechos, mancheta, mapa y megainfografía; según el análisis las cajas de datos son las más empleadas con 72 %, mapas con 14 % y megainfografías con 14 %. Los diagramas y las manchetas o iconos no fueron empleados.



- Simultáneamente, analizando los elementos básicos que debe tener un artículo noticioso cualquiera como son: Título, Sumario, Cuerpo, Fuente, Créditos, el resultado de las infografías analizadas indicó que en un 100% todos los gráficos realizados cumplen con los elementos de Título, Cuerpo y Créditos, la mayoría el 83% no poseen Sumario y el 67 % no sugieren Fuente informativa.

- Con respecto al tipo de fuente que utilizan el 100% son elaboradas con letra Arial entre 9 y 12 puntos.

- De acuerdo al análisis para precisar si las infografías son a color o blanco y negro, el resultado indicó que el 100% de las infografías revisadas son a color.

- Ligado al análisis anterior, se procedió a revisar el color con mayor tendencia en la elaboración de infográficos en Diario la Nación, postulados para este amarillo, azul, rojo, verde, gris, negro, Otro. El análisis indicó que el color con mayor tendencia es el negro con 29%, seguidamente el verde con 18%, y el tercer lugar el amarillo

con 14 % al igual que el azul y el rojo. En último lugar viene quedando el blanco con 11% sugerido como otros. El gris no se utilizó en ninguno de los gráficos.

Conclusiones

Lejos de desaparecer se impondrá

Para la realización de esta investigación fue necesario penetrar en los más recónditos rincones relacionados con el objeto de estudio: La Infografía, novedoso término que posee su fundamento inicial en la prehistoria cuando el hombre plasmaba dibujos en las cavernas.

El auge de este género a escala mundial o mejor dicho en países como Estados Unidos, España, se ha convertido en el “boom” del periodismo, ya no sólo se grafica en las páginas de muchos periódicos pertenecientes a estos países, también se ha incursionado en la web, periódicos como Elmundo.es publican a diario una infografía digital llena de movimientos, sonidos y hasta de interactividad con el usuario

Explorar el origen de este recurso gráfico en Venezuela y por ende en la región formó parte esencial de esta investigación, pues conocer su historia permitió conocer también; el proceso paulatino de lo que ha constituido la adopción de la infografía en este país.

Es indiscutible que la infografía ha penetrado con fuerza en muchos diarios impresos y poco a poco la cantidad de producción irá aumentando, de ahora en adelante es de vital importancia que la formación del comunicador social integre una cultura visual, ya no basta cubrir y redactar bien una noticia; el periodista de hoy debe estar preparado para visualizar la infografía que bañada en creatividad y credibilidad complementará su texto.

No obstante, específicamente en Diario La Nación, la situación de La Infografía es otra, como género aún no ha logrado consolidarse, todavía no es visto como un género periodístico que esta cobrando mayor fuerza cada día. Su incidencia es muy intermitente y el enriquecimiento gráfico es muy deficiente comparado con infografías producidas por medios nacionales.

Es notorio en muchos casos la falta de creatividad y la persistencia de trabajos infográficos elaborados casi por un mismo formato, además que no representan el hecho noticioso en sí.

Con base en la copilación teórica consultada, los medios impresos o digitales que producen infografías poseen un departamento y una gran cantidad de personal para afinar cualquier detalle y meterse de lleno en la producción de infografías, no obstante, en el caso de estudio que fue Diario La Nación, la inmediatez con que deben realizarse no permite al diseñador explotar aún más su creatividad, no se trabajan temas de lleno sólo gráficos para representar algo puntual de la nota de prensa.

La calidad de los infográficos no es prioridad, quizá porque no es la política del Diario, tampoco existe una visión para tratar mejor este nuevo género que poco a poco continuará incursionando y los periódicos tendrán que verse obligados a cambiar tal como lo hicieron cuando apareció la televisión.

En la investigación se pudo detectar que siendo la infografía un género periodístico, indudablemente una actividad que está en el terreno de la Comunicación Social, en algunos de las personas entrevistadas existe desconocimiento sobre el tema, no existe un fundamento consolidado sobre el cual fundamentar una definición por lo

que esto podría debilitar mucho más la importancia que tiene este elemento gráfico del periodismo.

Aunado a esto, los periodistas que se desempeñan en el diario no han recibido por lo menos conocimientos básicos que les permita explotar este género por sí solos y plasmar la esencia de sus datos a través de imágenes. No obstante, la percepción que generó el estudio de la infografía en los profesionales de la información fue muy positiva al tanto de reconocer la importancia de este recurso en la determinación de la identidad y la presencia infográfica en el medio.

Diario La Nación, no cuenta con un departamento de infografías ya que sus jefes lo ven como un espacio innecesario, en la teoría la mayoría de los diseñadores de infografías resultan ser diseñadores gráficos o cualquier otro profesional relacionado, y en la investigación se pudo confirmar que esto ocurre, esta referencia no agota el tema de la infografía, ni mucho menos garantiza un futuro profesional de la Comunicación Social pueda competir en el mercado ocupacional de egresados de otras carreras, pero puede despertar la necesidad de formar a los periodistas dentro de la comunicación visual.

En cuanto al diseño y la diagramación de las infografías por el medio, existe una disposición casi igual en todos los gráficos de los elementos básicos de la noticia como título, información, fuente y créditos.

Tomando en cuenta los objetivos que se plantearon, la sección que más se explota es la de Política y Sucesos, pero se obvian temas de salud, economía que pudiera resultar un éxito en la captación de lectores.

En la sección de Internacionales, donde se descargan infografías para reseñar algunas noticias del mundo con carácter importante, se constata que muchas veces están allí para rellenar un espacio o para suplantar una foto que no existe y no para darle su sentido real de valor informativo, porque su tamaño es tan pequeño que igual no logra determinarse el hecho noticioso y debe colocarse la nota de prensa para informar sobre el suceso.

Finalmente, se concluye que la infografía lejos de desaparecer se impondrá, la cultura de lo visual no es nuevo, como tampoco es nuevo que los periódicos deben innovar en estos tiempos de cambio, debería existir mayor integración entre las escuelas de Comunicación Social y la empresa periodística a fin que su personal se mantenga actualizado y se ataquen necesidades prioritarias como dar a conocer “esta nueva manera de informar” que desde la prehistoria dio sus primeros pasos.

Este trabajo de investigación genera las siguientes recomendaciones orientadas primero a La Escuela de Comunicación Social como institución formadora y segundo a Diario La Nación por ser el caso de estudio y el primer periódico de la región en el estado Táchira.

- Las Escuelas de Comunicación Social, en este caso la de la Universidad de Los Andes, debería incluir la asignatura de Infografía dentro del pensum de estudios como lo han hecho por ejemplo la UCAB en Caracas, para educar profesionales con una formación que se adapte a los nuevos tiempos y a las nuevas tecnologías, permitiendo así un desenvolvimiento del egresado con mayor versatilidad en todos los ámbitos de la comunicación, de esta manera el estudiante también podría adquirir las destrezas para abordar las informaciones tanto con texto como con imagen.
- Otra opción, sería colocar la asignatura dentro del régimen de materias electivas de manera que pueda ser seleccionada por los estudiantes que tengan una mayor inclinación hacia el diseño o que se identifiquen con el tema.

- Es pertinente que tanto las Escuelas de Comunicación Social como los medios en este caso Diario La Nación, estén conscientes del cambio que se ha producido en los lectores para de esta manera adaptar el recurso humano, la formación y el diseño de los periódicos a las nuevas necesidades.
- Los jefes de redacción de Diario La Nación deben promover que su equipo periodístico esté al margen de las nuevas tendencias informativas, organizando de esta manera foros, cursos o talleres de actualización en este caso en materia de infografías.
- La directiva del periódico en conjunto con los jefes de redacción, pueden realizar un estudio de factibilidad para determinar la necesidad y el impacto que tendría, proporcionar un espacio bien equipado para producir infografías y que fuera dirigido por dos personas como mínimo, además que esto traería como consecuencia un rediseño de las páginas o de los cuerpos atrayendo mayor cantidad de lectores dando cabida a la creatividad y a la capacidad innovadora.

La Infografía es hoy un género incipiente que apenas ha ido ganando terreno en las salas de Redacción de los periódicos contemporáneos, pero a medida que haya más profesionales expertos en Infografía que dispongan de los medios necesarios para hacer un buen trabajo, la Infografía irá ganando protagonismo. Ya no será un recurso “extra-ordinario” reservado para acontecimientos excepcionales. Ni será simplemente una forma más rápida de realizar gráficos, será un género periodístico como lo puede ser la crónica o el reportaje y seguramente se convertirá en uno de los más leídos por su claridad y capacidad de síntesis. Para que esto ocurra no sólo deben evolucionar las redacciones de los periódicos, también habrá de surgir un nuevo tipo de lector educado en una cultura visual y capaz de entender el lenguaje con el que le hablan los infográficos.

Referencias Bibliográficas

1. ABREU, Carlos (2000). Periodismo iconográfico ¿Es la infografía un género periodístico? En Revista Latina de Comunicación Social, número 28, abril de 2000, La Laguna (Tenerife). (<http://www.ull.es/publicaciones/latina>) Fecha de consulta [22/06/07].
2. ABREU, Carlos (2002). Periodismo iconográfico ¿Es la infografía un género periodístico? En Revista Latina de Comunicación Social. Número 51, de junio – septiembre de 2002, La Laguna (Tenerife). (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101.html>) Fecha de consulta [22/06/07].
3. ANCIANO, Ana M (2000). Propuesta de programa de estudio para la asignatura de infografía contemplada en el nuevo pensum de estudios de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. (Nº AAN7275).
4. CAIRO, Alberto (2004). Coberturas infográficas de actualidad inmediata. En: <http://www.albertocairo.com/infografia/articulos/articulos.html>. Fecha de Consulta [12/02/2007].
5. CAIRO, Alberto (2005). Sailing to the Future: Infographics in the Internet Era. Creative Commons License. University of North Carolina.
6. CONDEZ, A. HERNANDEZ, J. (2000). Infografía. Propuesta de estandarización de diseños infográficos para el Diario el Nacional apuntando hacia la elaboración de un manual de estilos. Universidad Católica Andrés Bello, Escuela de Comunicación Social. (Nº AAN7398).
7. DE ORNELAS CARDOSO, Elizabeth (1999). Importancia de la infografía en la prensa venezolana: Comparación entre el Nacional y el Universal. Universidad Católica Andrés Bello. Escuela de Comunicación Social, Periodismo Impreso (Nº AAA5277).

8. DE PABLOS, José M. (1998). Siempre ha habido infografía. En: Revista Latina de Comunicación Social. Número 5, mayo de 1998; La Laguna (Tenerife) (<http://www.lazarillo.com/latina/a/88depablos.htm>). Fecha de consulta [28/06/07].
9. FERRERES, Gemma (1995). La Infografía Periodística. http://tintachina.com/docs/infografia_periodistica_1995.pdf. Fecha de Consulta [03/04/2007].
10. HURTADO Y TORO (1999). Paradigmas y Métodos de Investigación. Tiempos de Cambio. P. 80-82.
11. LETURIA, Elio (1998). ¿Qué es infografía? En Revista Latina de Comunicación Social. Número 4, abril de 1998, La Laguna (Tenerife). (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/1998leturia>) Fecha de consulta [01/05/07].
12. MINERVINI, Mariana (2005). La infografía como recurso didáctico. En Revista Latina de Comunicación Social. Número 59, de enero-junio de 2005, La Laguna (Tenerife). (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200506minervini.pdf>)_ Fecha de consulta [21/04/07].
13. MINERVINI, Mariana y PEDRAZZINI Ana (2004). El protagonismo de la imagen en la prensa. En Revista Latina de Comunicación Social. Número 58, de julio-diciembre de 2004, La Laguna (Tenerife). (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20042058minervini.htm>) Fecha de Consulta [03/04/2007].
14. PELTZER, Gonzalo (1991). Periodismo iconográfico. Ediciones Rialp.Madrid.
15. RAYMOND, Colle (1999). El contenido de los mensajes icónicos. En Revista Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife). Facultad Santiago de Chile.
16. ROMERO, Adriana (1996). La Infografía como nuevo género periodístico. Trabajo de grado no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Escuela de Comunicación Social. (Nº AAL7814).
17. SAMPIERI, H. Roberto (2003). Metodología de la Investigación. Tercera Edición. McGraw-Hill.
18. VALERO SANCHO, José Luis. (2000). La infografía de prensa. En Ámbitos 3-4. Revista Andaluza de Comunicación y Revista Latina de Comunicación Social, número 30, de junio de 2000, La Laguna (Tenerife), (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/99valero.htm>). Fecha de Consulta [22/03/07].
19. VALERO, José (2001). La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos. Universidad Autónoma de Barcelona. Editorial Bellaterra, 2001.
20. VILORIA, Hender; VILLALOBOS, Fernando (2003). La Infografía Periodística en la Formación de Comunicadores Sociales. En Revista Comunicación. Tercer trimestre 2003 Nº 123.

NOTA:

El presente artículo está basado en la Memoria de Grado titulada “LA INFOGRAFÍA COMO ELEMENTO NOTICIOSO Y SU EVOLUCIÓN EN MEDIOS IMPRESOS. CASO DIARIO LA NACIÓN”, presentada para optar por el título de licenciado en Comunicación Social en la Universidad de Los Andes - Táchira en año 2008.