



**Universidad
de Holguín**

FACULTAD

COMUNICACIÓN Y LETRAS

DPTO. PERIODISMO Y COMUNICACIÓN
SOCIAL

LA INFOGRAFÍA EN EL TRATAMIENTO DE TEMAS HISTÓRICOS EN EL CANAL GIBARAVISIÓN

TESIS PRESENTADA EN OPCIÓN
AL TÍTULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO

Autora: Yulianny Ramos Domínguez

Tutor: MSc. Adrian Fernández Cuba

Consultante: MSc. Fabio Ochoa Olivera

Holguín, 2020



“Lo importante no es lo que se dice, sino cómo se dice”

Cicerón

Dedicatoria

A Jesucristo por haberme puesto en esta carrera aun cuando yo no quería estudiarla.

A mis padres, por ayudarme a levantarme en los momentos más difíciles y a perseverar
ante cualquier obstáculo.

A Tata, por sacarme de los apuros y aguantarme mis desesperos.



Agradecimientos

A Jesucristo, por todo.

A Mami, por tantas charlas y lluvias de ideas, por quedarse despierta hasta tarde para darme apoyo, por ser mami.

A Papi, por llevarme a ser la prueba de actitud, por tantas carreras, por ser mi chofer de coberturas y por su apoyo en todo.

A Tata, por todo el trabajo que te hice pasar, por las ideas y las opiniones.

A Jeyler, por ser la voz de la conciencia cuando “vagueaba”, por su amor y apoyo.

A Anabel y a Anido por todo el conocimiento y guía.

A Afer, por su guía y consejos, por enseñarme que había una periodista dentro de mí.

A mi grupo, Ani, Edu, Gre y Susi, por estos cinco años, por su ayuda, por las locuras, las risas, los proyectos, los viajes, etc.

A Fabio Ochoa, por el tema y los consejos.

A Yudy, por abrirme las puertas de Gibaravisión y aceptar el proyecto.

Al colectivo de Gibaravisión, a Alfre, Yisel, Mariam, Reycito, Sandy, Vice, a todos los demás que me brindaron sus conocimientos y tiempo para esta tesis.

A Bárbara Rodríguez, por insistirme en hacer la prueba, por mandar mis papeles.

A todos los que me ayudaron a formarme como periodista.

Resumen

La televisión se ha convertido en uno de los medios preferidos por la mayoría de los ciudadanos para informarse. Hoy se puede notar su funcionalidad al ver cómo este incide directamente en la cultura social de los públicos.

La infografía en la prensa impresa ha tenido una evolución mucho más importante debido a la necesidad que han tenido estos medios de potenciar la comunicación visual. En cambio, en el medio audiovisual, al que le es innato el uso de la imagen, el proceso de evolución parece mucho más lento.

Por otra parte, constituye un eje estratégico del Sistema de la Televisión Cubana abordar la historia nacional, sobre todo la local, en los telecentros; objetivo que puede resultar difícil de graficar por la falta de imágenes en las videotecas de los hechos ocurridos en el pasado. Es ante esta situación donde la infografía audiovisual se presenta abriendo un espectro de opciones, a nuevos trabajos periodísticos. Motivo por el cual esta tesis se propone utilizar la infografía audiovisual en el tratamiento de temáticas históricas a través de la creación de una sección para el principal noticiero del canal comunitario Gibaravisión.

En la presente investigación, compuesta por dos capítulos, se establecen los antecedentes históricos de la infografía periodística; se determinan los referentes teórico-metodológicos que sustentan las temáticas históricas en la infografía periodística audiovisual y se analizan las potencialidades y deficiencias del canal Gibaravisión en el empleo de infografías periodísticas. Además, se detalla el proceso de producción de la sección, la cual puede servir de modelo para otros telecentros con condiciones similares.

Palabras claves: infografía, audiovisual, periodismo histórico

Abstract

Television is increasingly being one of the preferred media by the majority of the world citizens as an informative source. Today it can be observed how it satisfies the user's requirements functionally and directly in the social culture of the population.

Infographics in the printing press has had an evolution much more important, due to the necessity these media have had to enrich the visual communication, nevertheless in the audiovisual medium, which inherits the usage of the images, the process of evolution seems to be slower.

Besides it constitutes a strategic axis of the Cuban Television System to approach the national history, above all, the local TV broadcasting. These objectives can be difficult to graph for the lack of images of past events in the videotechs beforehand this presented to open a wide spectrum of options to find new informative sources. That's why this project has a proposal to use the audiovisual infographics in the treatment of historical themes through the creation of a section for the main news broadcasting in Community Gibaravision Channel.

This investigation is divided into two chapters; it's established the historic antecedents of the journalistic infographics; it's determined the theoretical and methodological references that give support to the historical themes in the audiovisual journalistic infographics and it's analyzed the potentiality and deficiencies in its usage in Gibaravision Channel moreover, it's detailed the production process of the section that may be used as a model for other local broadcasting channels with similar characteristics.

Keywords: Infographics, audiovisual, historical journalism

Índice

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1: LA INFOGRAFÍA Y EL PERIODISMO.....	8
1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA	8
1.2 FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA..	15
1.3 LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA AUDIOVISUAL.....	22
1.4 EL PERIODISMO HISTÓRICO Y LA INFOGRAFÍA.....	33
CAPÍTULO 2: LA INFOGRAFÍA Y EL PERIODISMO HISTÓRICO EN EL CANAL GIBARAVISIÓN..	39
2.1 GIBARAVISIÓN: CARACTERIZACIÓN DEL CANAL	39
2.2 VILLA GRÁFICA: ORIGEN Y CARACTERIZACIÓN DE LA SECCIÓN	49
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES.....	60
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	

Introducción

Si bien las imágenes son parte de la cotidianidad del ser humano desde tiempos inmemoriales, es la sociedad del siglo XXI una de las que mayor influencia recibe de las mismas debido al desarrollo de tecnológico –televisión, internet, etc.- alcanzado en estos tiempos.

Cuando se estudian las distintas informaciones en los telediarios o informativos de televisión, uno de los recursos que aparece en pantalla, como requerimiento esencial de las noticias u otros géneros, es el grafismo, que se presenta de diversas formas según la utilidad, aplicación y objetivos concretos a representar.

Según Valero (2004) al grafismo le corresponde un papel relativamente pequeño en la actualidad de las informaciones televisivas. Sin embargo, gracias a la facilidad de elaboración de aspectos clarificadores en asuntos engorrosos, a la gran propiedad didáctica que tiene y, sobre todo, a su gran propiedad visual, resulta de creciente interés. Pues sirve para disponer de algún tipo de imágenes sobre sucesos concretos de los que únicamente se tienen teletipos textuales breves y muy poca iconografía videográfica.

Los relatos de tipo textual siempre han dominado en el periodismo -prensa, radio y televisión-, pero cada vez es más claro que existe una mayor prominencia de la imagen (...). Es así como en las últimas décadas, de una manera muy acelerada, pasamos a una tendencia periodística donde impera lo visual, un estilo de presentación que da importancia a la imagen y que, al combinarla con texto, da como resultado una comunicación mixta organizada como la propia de las presentaciones infográficas. (Marín Ochoa, 2009 p.2)

Estas formas de presentación tienen la capacidad de que los intérpretes comprendan de una manera más fácil los acontecimientos, acciones o hechos, de tal manera que los relatos se vean acompañados de otros componentes dispuestos en una presentación estética agradable, que suele ampliar y facilitar la comprensión de la información periodística.

Una infografía es muy útil cuando el producto periodístico presenta información numérica y el receptor se perdería en las cifras al ver la historia. Igualmente, resulta más apropiado colocar un mapa, por ejemplo, que estar describiendo con palabras la ubicación de un lugar. O cuando el producto presenta información que se piensa visualmente.

Causas y consecuencias de sucesos, ubicaciones geográficas de los acontecimientos, explicaciones de nuevas tecnologías, pronósticos del tiempo y los más disímiles contenidos mediáticos han sido representados a través de infografías, que ha devenido en un tipo de discurso periodístico, cuyo objetivo es “lograr una buena información recurriendo principalmente al lenguaje visual –es decir, a la expresión icónica– auxiliado por el lenguaje verbal para aportar precisiones no visualizables” (Colle, 1998)

De igual forma Marín Ochoa (2009) concluye que la infografía tiene enormes posibilidades didácticas con información o documentación que presenta temas de carácter científico, histórico o recreativo, gracias a sus posibilidades de presentar escenas y lugares que desconocemos. Tiene la capacidad de aclarar y aumentar los conocimientos obtenidos a través de otras formas de presentación de la información, convirtiéndose en un referente importante para los intérpretes que amplían y mejoran así sus nociones sobre diversos temas.

A pesar de las cualidades de la información audiovisual que median la elaboración periodística, se debe procurar que el receptor esté “informado de acontecimientos, pero también del saber”, porque “por sí misma la información no lleva a comprender las cosas: se puede estar informadísimo de muchas cuestiones, y a pesar de ello no comprenderlas” (Sartori, 2003)

El asunto no debe enfocarse exclusivamente en qué y cuántos datos exponemos, sino en cómo son presentados para lograr la comprensión. Por tal razón, considero que el lenguaje audiovisual, fundamentado en la relación texto-imagen-sonido, se convierte en soporte idóneo para el uso de la infografía, si tenemos en cuenta que existen datos que no pocas veces resultan complejos de explicar con el texto, o imposibles de capturar mediante la cámara. (Aguilera, 2015 p.6)

La infografía en televisión se ha convertido en una alternativa para “conseguir nuevas composiciones en la pantalla hasta la visualización de determinados hechos, acciones o datos

de los cuales no se hayan obtenido imágenes reales” (Cebrián Herreros, 1998 citado por Aguilera, 2015 p.5). Asentado en esto, la infografía resulta una buena opción para el tratamiento de temáticas relacionadas con el periodismo histórico, y más cuando se analiza su evolución histórica.

La gráfica de Charles Joseph Minard, “Bajas del ejército francés en la Campaña de Rusia 1812-1813”, aparecida en 1869 fue calificada por Edward Tufte¹ como la mejor infografía de la historia. De igual manera, han resaltado otros trabajos infográficos relacionados con el periodismo histórico como el publicado en 1898 en el que se explicaba el hundimiento del acorazado estadounidense Maine en la bahía de La Habana. (Cairo, 2008 p.44-51)

En 1991, la cobertura mediática de la Guerra del Golfo fue sustentada mediante infografías, que no solo se instalaron en las páginas de los periódicos, sino también en los minutos de los telediarios. Finalmente, la televisión adoptaría esta nueva técnica de visualizar la información.

Esto se debió en gran medida, a la censura ejercida por el gobierno norteamericano, que incidió en la poca presencia de periodistas en el campo de guerra y la escasez de imágenes. Diarios y televisoras acudieron a la infografía que, aunque cuestionable desde la perspectiva de precisión y ética, remedió la necesidad de visualizar el conflicto. La cadena multinacional CNN evidenció el empleo de los recursos infográficos en función del discurso periodístico.

Sin embargo, resulta contradictorio que, si bien el medio televisivo potenció la visualización de la información en las publicaciones escritas, y le es innato el uso de la imagen, el proceso de evolución de la infografía periodística ha sido mucho más lento que en la prensa impresa. Aunque en la actualidad, diversas televisoras como CNN y Telesur han hecho habitual esta manera de presentar los hechos.

A nivel internacional, la bibliografía sobre infografía audiovisual es insuficiente (Cairo, 2008; Marín, 2009; Sánchez, 2018; Manjarrez, s/f; Ferrer y Gómez, s/f), pues se enfoca, mayormente, a los medios impresos y digitales. Lo anterior, resulta lógico si se toma en cuenta que la

¹ Edward Rolf Tufte (1942, Kansas City, Misuri, EE. UU.), es profesor emérito de la Universidad de Yale, en la que dictó cursos sobre evidencia estadística y diseño de información y de interfaces. Es autor de varios libros sobre visualización de información cuantitativa.

introducción de la infografía en la televisión es un fruto relativamente reciente, dado a partir del desarrollo tecnológico del medio.

Respecto a esta temática son escasas las tesis de investigadores nacionales en las que se aborda la infografía (Fernández, 2013; Cabrera, 2014; Aguilera, 2015). Estas investigaciones coinciden en la eficacia de la infografía para el tratamiento de temas de diversas índoles, así como las facilidades comunicativas que ofrece el género, tanto para los medios como para el público receptor. Además, proponen profundizar en el estudio de las mismas por parte de las academias; así como la capacitación de personal en los medios para la creación de las mismas. Si bien en estas investigaciones se analiza el impacto de las infografías en la audiencia -sobre todo en grandes medios de prensa-, en ellas se analiza el tema de forma general, no se particulariza en el medio audiovisual y en sus potencialidades para el abordaje de temáticas históricas.

Según refiere Aguilera (2015) el uso de la infografía en la prensa cubana, en general, es muy limitado y escaso. El Sistema Informativo de la Televisión Cubana se utilizan algunos grafismos como el identificador de programas, cintillos, cortinillas, el parte meteorológico, y en aisladas ocasiones para la representación de cifras y exposición de textos. Sin embargo, las múltiples ventajas que ofrece la infografía para garantizar la comprensión no se aprovechan en los productos periodísticos. Entre los factores que generan esta situación se encuentran el poco espacio en los medios de prensa, el desinterés editorial y la ausencia de competencias para concebir productos infográficos.

Factores como estos se pueden encontrar en la televisora local Gibaravisión. Canal en cual, según refieren los entrevistados claves y los resultados obtenidos de la observación científica, no se usa la infografía como medio para informar contenidos, debido al ritmo acelerado de la rutina productiva y a que no poseen personal capacitado, en cuanto al conocimiento y dominio de herramientas necesarias para su elaboración.

Pese a esta negativa realidad, la dirección del canal es consciente de los beneficios que puede ofrecer la infografía en el tratamiento de ciertos temas con corte económico o histórico. Respecto a este último, es misión del canal reflejar o representar la historia de Gibara, al ser un eje estratégico a nivel de país del Sistema Integral de Gestión de Contenidos del Instituto

Cubano de Radio y Televisión, puesto en práctica a partir del 2019 y como parte de la Estrategia de Comunicación de la Televisión en Holguín.

Con respecto a las temáticas históricas, solo existe en su parrilla de programación un programa de corte histórico llamado “Sucesos”, en el cual se abordan las efemérides más importantes del día. Además del tratamiento de fechas significativas en el noticiero “Más que titulares”, generalmente a través de la crónica periodística.

Es por ello que se detecta como **problema científico**: ¿Cómo abordar las temáticas históricas desde la infografía en el periodismo audiovisual? El **objeto de estudio**, la infografía periodística y como **campo de acción**, las temáticas históricas en la infografía periodística audiovisual. El **objetivo general** es elaborar una sección para el noticiero “Más que titulares del sábado”, que utilice la infografía para abordar los temas históricos.

Se han planteado las siguientes **preguntas científicas**:

1. ¿Cuáles son los antecedentes históricos de la infografía periodística?
2. ¿Qué referentes teórico-metodológicos sustentan las temáticas históricas en la infografía periodística audiovisual?
3. ¿Cuáles son las potencialidades y deficiencias del canal Gibaravisión para el empleo de infografías periodísticas?
4. ¿Cómo elaborar una sección dentro del noticiero “Más que titulares del sábado” del canal Gibaravisión en la que se aborden temáticas históricas a través del empleo de infografías?

Para dar solución a estas preguntas científicas se proponen las siguientes **tareas científicas**:

1. Establecer los antecedentes históricos de la infografía periodística.
2. Determinar los referentes teórico-metodológicos que sustentan las temáticas históricas en la infografía periodística audiovisual.
3. Analizar las potencialidades y deficiencias del canal Gibaravisión en el empleo de infografías periodísticas.

4. Elaborar una sección dentro del noticiero “Más que titulares del sábado” del canal Gibaravisión en la que se aborden temáticas históricas a través del empleo de infografías.

Desde la perspectiva metodológica, la presente investigación es cualitativa. Según la finalidad, es una investigación orientada a la producción. El paradigma de investigación al que se adscribe, es el Socio-crítico.

Para darle cumplimiento a las tareas científicas se propone la aplicación de los siguientes métodos:

Métodos teóricos

El análisis y síntesis: para procesar la información y los referentes teóricos, en función de analizar y sistematizar las características de la infografía como género periodístico; así como para determinar los aspectos que más se ponderan en los resultados y elaborar conclusiones. De igual forma, estará presente durante la interpretación de los datos, para facilitar el diagnóstico.

El histórico-lógico: para examinar la trayectoria histórica de la infografía y su relación con el periodismo, además para la creación del producto comunicativo de periodismo histórico, al poner de manifiesto la lógica interna de la narración o relato.

Inductivo-deductivo: se complementan en el proceso del conocimiento científico, desde el punto de vista teórico, para arribar a conclusiones particulares, a partir de los cuestionamientos científicos, que luego puedan comprobarse en la práctica.

Métodos empíricos

Revisión bibliográfica documental: para garantizar mayor objetividad en este proceso investigativo se triangulan fuentes, teorías y experiencias expuestas en diversos soportes, relacionadas con la infografía y sus posibilidades comunicativas en el medio audiovisual y la práctica periodística.

La observación científica: para seguir en detalle la concepción del proceso productivo de los espacios informativos de Gibaravisión, y conocer cuáles son los obstáculos que limitan el uso de la infografía en la praxis de su redacción periodística.

Entrevistas en profundidad: con el objetivo de recopilar información, valoraciones e indagar en los conocimientos que poseen en relación con la infografía y la utilidad que le atribuyen en la práctica del periodismo audiovisual; así como identificar las causas que limitan su empleo en este medio de prensa. (Anexo 1)

Encuesta: con el propósito de conocer criterios de los profesionales de la prensa, acerca de la infografía, además, para determinar las causas que ellos consideran como limitantes de su uso, a partir de sus rutinas productivas. (Anexos 2 y 3)

Grupo de discusión: con el fin de obtener criterios y juicios que permitan identificar las posibles debilidades y fortalezas de la sección *Villa Gráfica*, así como para analizar la eficacia de la misma.

El informe de investigación se encuentra estructurado según las normas establecidas para este tipo de documento científico en el nivel de pregrado. Consta de introducción, dos capítulos: el primero, destinado a los sustentos históricos y teóricos que fundamentan la investigación; el segundo está dirigido a analizar los elementos que inciden en la poca utilización de la infografía en el canal y la elaboración de la ficha técnica de la nueva sección. Las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y un cuerpo de anexo que complementan la investigación, están destinadas a favorecer el aprovechamiento de esos recursos, desde la práctica de la profesión y desde la formación de futuros profesionales del gremio.

Aporte: la creación de una sección que utilice la infografía audiovisual en función del periodismo histórico para el noticiero “Más que titulares”, emitido cada sábado por Gibaravisión.

Capítulo 1: **La infografía y el periodismo**

En el presente capítulo se hace referencia a los principales conceptos que sustentan el marco teórico-metodológico referencial de la investigación, ya que para la conformación y realización del estudio fue necesario hacer una revisión de la literatura existente acerca del tema, para sentar las bases esenciales de su fundamentación.

1.1 Antecedentes históricos de la infografía periodística

La representación visual de la información es el resultado del proceso de interacción de diferentes disciplinas y formas de comunicación. Si bien el referente gráfico más cercano a la infografía es la cartografía, mucho antes del surgimiento de la misma, hace más de 3000 años, se manifestaron sus primeros antecedentes; entendida como combinación de informaciones y recursos gráficos que posibilitan una mejor decodificación e interpretación del mensaje.

Al contextualizar esta definición, en las diferentes etapas históricas de la evolución humana, es necesario remontarse a la prehistoria, donde precisamente, entre las primeras formas de comunicación estaba la visualización de la información con las pinturas rupestres. El hombre primitivo ante distintas necesidades, tuvo la capacidad de comunicarse por medio de la representación gráfica en las paredes de las cavernas.

Muchos siglos fueron necesarios para el desarrollo del lenguaje textual. Durante este período la comunicación humana se sustentó en señas, trazos y dibujos. Trazos que mucho tiempo después se instituyeron en la escritura, acompañada desde su etapa primigenia por el dibujo para que, según De Pablo (1998), la información pudiera ser interpretada por los más cultos y los que aún se encontraban en la etapa cultural del dibujo únicamente.

La presentación visual de la información puede encontrarse en el Mundo Antiguo con la cultura egipcia, poseedora de un desarrollado sistema de jeroglíficos y dibujos; en

la Edad Media, con la elaboración de libros manuscritos que diseminaban la fe católica mediante textos y dibujos, para que fueran asimilados no solo por los letrados, sino también por los analfabetos.

La génesis infográfica se remonta a la idea de “mapa”. La plasmación del espacio físico parece enraizada en los comienzos de la civilización, cientos de años antes de Cristo. Una cartografía embrionaria surgió en Egipto Antiguo, Babilonia y China, en momentos históricos similares, aun no existiendo intercambio cultural entre ellas.

La naturaleza abstracta, simbólica y relacional de la cartografía queda evidenciada en mapas muy tempranos, pero estas no solo se limitaron a la representación del espacio físico. A partir del siglo XVII nació una nueva variedad, la cartografía temática, en la que cualquier fenómeno podía mostrarse sobre un mapa, siempre que fuera posible relacionarlo con su localización física.

Entre los ejemplos más conocidos de esta se encuentra el mapa de la epidemia del cólera en el barrio Soho -Londres- diseñado por el médico John Snow en 1854. En él se representan las muertes por enfermedad por medio de barras y la localización de los pozos y bombas de agua en el barrio con pequeños círculos. Una línea que circunda por parte del barrio muestra el área más cercana a pie a una bomba de agua determinada.¹ El plano de Snow no fue el primer mapa temático publicado, pero sí es considerado una obra maestra por el número de variables que contiene y por su claridad.

Uno de los hombres que trasciende hasta la actualidad, por sus ilustraciones para visualizar ideas, es sin dudas Leonardo Da Vinci, quien llenó hojas de sus diarios con dibujos sobre fenómenos, criaturas, anatomía e inventos; pero lo notable además es que estas ilustraciones no cumplían una función estética, sino que tenían el fin de comunicar y propiciar el análisis. Da Vinci, con su inagotable curiosidad, intuyó el poder de los ojos no solo de observar, sino también de ser una vía poderosa para comprender

¹ A mediados del siglo XIX no se conocía q el cólera se transmitía por el agua, se pensaba que era por la respiración, pero Snow estaba convencido que era por el agua contaminada.

la realidad circundante. Este principio sustentaría la infografía tiempo después. (Cairo citado por Aguilera, 2015: p.15)

El principio del siglo XIX asistió también al nacimiento de la estadística, inventada por el escocés William Playfair (1759-1823), ingeniero, matemático y economista a quien se le atribuye la paternidad de los gráficos de barras, lineal y circular.

Playfair se basó en el uso del sistema cartesiano de coordenadas utilizado en los mapas, para representar datos cuantitativos, ya que la latitud y longitud son tan solo variables numéricas que pueden ser sustituidas por ejes con determinada categoría.

En la introducción de su obra *The Commercial and Political Atlas*, Playfair (1786) plantea:

“En los gráficos las tendencias, diferencias y asociaciones se perciben en un parpadeo. El ojo percibe de forma instantánea lo que al cerebro le llevaría segundos o minutos inferir de una tabla de números (...). La gráfica permite que los números hablen a todo el mundo (...) no hay otra forma de comunicación humana que más apropiadamente merezca el calificativo de lenguaje universal.”
(Playfair citado por Cairo, 2008: p.43)

No podemos mencionar la estadística y la cartografía temática sin mencionar el nombre de Charles Joseph Minard, cuya gráfica “Bajas del ejército francés en la Campaña de Rusia 1812-1813” aparecido en 1869 ha sido calificado por Edward Tufte² como la mejor infografía de la historia.

La pieza es una combinación de mapa de situación militar y gráfica estadística. Por medio de un color muestra el avance del ejército de Napoleón hacia Moscú y con una línea negra la retirada de los franceses más allá de la frontera rusa. El grosor de la línea es una representación proporcional del tamaño del ejército. En la parte inferior

² Edward Rolf Tufte (1942, Kansas City, Misuri, EE. UU.), es profesor emérito de la Universidad de Yale, en la que dictó cursos sobre evidencia estadística y diseño de información y de interfaces. Es autor de varios libros sobre visualización de información cuantitativa.

de la página se incluye una gráfica de temperaturas y sobre el mapa se suponen nombres de ciudades y ríos, lo cual es relevante para comprender mejor la historia. Esta gráfica es un hito en la historia de la visualización de la información.

Cuando aún la fotografía no se hacía presente en los periódicos, la sociedad necesitaba representaciones visuales para entender lo que sucedía. Se puede decir que al añadir dichas imágenes a un texto aclaratorio se materializa de forma evidente la perdurabilidad del binomio Imagen + texto (I+T). Las primeras infografías de prensa fueron mapas creados por autores anónimos en los que se apreciaba la falta de formación cartográfica.

Es precisamente por esta dificultad que en un principio la visualización periodística no nace como infografía sino como arte. En vez de mejorar la comprensión del texto su objetivo era resultar visualmente atractivo. Por lo cual, la infografía de prensa se derivó de lo que Hodgson (1977) denominó *Pictorial Journalism*, el uso de dibujos para acompañar e ilustrar la noticia.

Durante la guerra de Crimea primero (1853-1856) y, más tarde, la Guerra de Secesión en EEUU (1861-1865), algunos diarios solían enviar ilustradores al frente de batalla para que representasen los acontecimientos lo más rápido posible. Dichos ilustradores no tenían formación periodística por lo que sus trabajos tenían los estándares de un artista. Las escenas no correspondían exactamente con lo que habían visto, sino que debían hacerlo más atractivo de tal forma que fuese un “gancho” para los lectores. Estas constantes se trasladaron a la infografía de prensa, en el momento en que el mismo tipo de profesional comenzó a ocuparse de ella. (Cairo 2008 p.50)

Un ejemplo evidente de manipulación en la prensa a través de la infografía, es la publicada el 17 de febrero de 1898 en el diario New York Journal, propiedad de William Randolph Hearst. En primera plana se explicaba el hundimiento del acorazado estadounidense Maine en la bahía de La Habana. Aunque sin ninguna evidencia, el cómo y el por qué expuestos de manera gráfica, calaron en la opinión pública norteamericana que apoyó fervientemente la intromisión de su gobierno en la guerra hispano-cubana.

Con estos elementos puede apreciarse como la infografía, desde su origen, acompañó las temáticas que implicaban la comprensión de datos complejos, entre ellas, sobresalen, las contiendas bélicas.

En el siglo XX, concretamente en el período de entreguerras, nace la disciplina del diseño funcionalista, justo en el período que triunfa la *Bauhaus*. El funcionalismo elimina los elementos sobrantes, de forma que prima la función, la eficacia frente a la forma.

Otto Neurath, filósofo vienés, inventa en 1924 el Isotype: una forma de transmitir información a través de un sistema universal de icónicos. El Isotype inspira la utilización de iconos con un lenguaje más o menos universal. Los pictogramas pretenden ser lo más simple posibles porque pretenden explicar generalidad, sin embargo, no dejan de formar parte de una determinada cultura visual propia de Occidente.

Según Herrera(s.f.), en la segunda mitad del siglo XX existen destellos de la utilización (dimensiones) de gráficos en prensa. La revista teutona *Der Spiegel* ya en los años cincuenta comienza a emplear iconos y gráficos estadísticos, saltándose la rigidez de las normas de composición de la época. Algunos de ellos resultan sorprendentes y destacan como intento de trabajar con gráficos más elaborados. En este sentido, *The New York Times* desarrolla en 1965, la sencilla pero eficaz representación de las órbitas espaciales, introduce en 1976 los gráficos de barras para encuestas electorales -en 1980 también realizará mapa-. No obstante, esto todavía son intentos sencillos e iniciales.

El ejemplo más evidente de sistema icónico tiene lugar en 1974 cuando el Departamento de Estado de EEUU creó, a través de la empresa AIGA, 50 elementos a fin de unificar los distintos iconos utilizados en el transporte. Los primeros pictogramas para representar los deportes olímpicos se crearon en Japón, aunque adquirieron mayor significación en los Juegos de Munich. (Modley citado por Aguilera 2015: p.19)

La primera base sobre la que se construyó la infografía moderna y actual surgió en *The Sunday Times*³ en la década de los setenta de la mano de Peter Sullivan. Su discípulo Nigel Holmes se marchó a la popular revista estadounidense, *Time*, donde creó una poderosa sección de infografía, que se caracterizó por el uso del color y la configuración de un estilo propio, muy limpio y similar a los trazos de ordenador -que sin embargo estaba conseguido a mano-. Da un paso más allá en la ruptura respecto a seriedad de los Isotype, combina los gráficos estadísticos con imágenes y los convierte en información.

La infografía alcanza su apogeo con el nacimiento de diario *USA Today* en 1982. Este periódico de alcance nacional fue un producto revolucionario por su estructura y contenidos: las historias eran cortas, estilo directo, paginación dinámica y el uso constante de la visualización de la información. Pretendía adaptarse al lector más ocupado que solo ojeaba el periódico porque estaba acostumbrado a obtener sus noticias de la televisión, por lo cual se hizo más llamativo. De ahí deviene el nacimiento del mapa del tiempo⁴. *USA Today* es el paradigma de “diario postelevisivo”. (Cairo 2008 p.51-52)

Desde la aparición del diario norteamericano *USA Today* en 1982 estos elementos ahora llamados infográficos han revolucionado el diseño, especialmente el periodístico y editorial. De acuerdo con Richard Curtis, director de fotografía y diseño de dicho diario, “la gente lee los gráficos primeros; algunas veces es la única cosa que leen”. (Leturia, 1998 p.1)

A mediados de la década del 80 nace la autoedición con el surgimiento de los ordenadores Macintosh⁵ que permitían ver gráficos, aunque de forma muy

³ The Sunday Times, edición dominical del diario más prestigioso de Gran Bretaña.

⁴ El mapa del tiempo es una de las infografías más imitadas de los tiempos, creada por George Rorick.

⁵ Macintosh: Ordenador personal original de la empresa Apple. Lanzado en enero de 1984 por uno de sus creadores Steve Jobs. Está equipada fundamentalmente para el procesamiento gráfico.

rudimentaria y limitada. Esta publicación incorporó numerosos equipos informáticos a su personal de diseño y desarrolló una “guía de diseño de mapas” en 1986.

Las nuevas herramientas y técnicas en la visualización de información se pusieron a prueba en 1991 durante la primera Guerra del Golfo. A pesar de que su cobertura periodística distó mucho de ser libre y abierta, la imagen icónica de la guerra fue la de los primeros bombardeos sobre Bagdad, emitidos por la CNN y reproducidos en los medios de comunicación de todo el mundo.

La falta de reporteros en el campo de batalla, a causa del gobierno, originó una escasez notable de fotografías en los periódicos, por lo que los ojos de los editores se dirigieron a un género incipiente en aquellos momentos. La visualización comenzó a ocupar las primeras planas de los diarios. Si bien destacó por las habilidades técnicas de los infográficos desde el punto de vista periodístico fue un desastre por la falta de precisión en los datos, relegando a los infográficos como meros embellecedores y no como herramientas de utilidad informativa. (Cairo, 2008 p. 55)

La infografía desde finales del siglo XX y hasta la actualidad ha continuado su expansión y posicionamiento en los medios a nivel global, como una herramienta informativa indispensable para la comprensión de contenidos.

Como se ha evidenciado, desde sus orígenes, la infografía ha estado ligada al análisis de determinados sucesos, a la presentación de hechos y a la contextualización de acontecimientos relacionados, sobre todo, a temas históricos – la invasión de Napoleón, la guerra de Crimea, la Guerra de Secesión en EEUU, la explosión del Maine, la Guerra del Golfo-, lo cual comprueba su funcionalidad para darle solución a los problemas de visualización que implica la narración de temas historiográficos.

1.2 Fundamentos teórico-metodológicos de la infografía periodística

El término 'infografía' tiene en castellano dos grupos de acepciones totalmente diferenciadas. Aunque tradicionalmente han sido muy variados los significados, la mayoría de ellos se articulan en los siguientes dos grandes grupos, atendiendo a sendos orígenes etimológicos principales atribuidos al vocablo.

Por una parte, el Diccionario de la Real Academia Española en su vigésimo segunda edición, afirma que el origen etimológico de la palabra es anglosajón y proviene info- de informática y -grafía de gráficos; o sea gráficos tratados a través de ordenadores. Mientras que los estudios del tema realizan una propuesta diferente a la que esta autora se adhiere. "(...) la infografía que aparece en los periódicos parece estar asentada en pilares más antiguos y clásicos, Info- no viene de informática, sino de información y -grafía de gráfica". (De Pablos Coello, 1998 p.22)

Teniendo en cuenta esta raíz etimológica "la infografía es una combinación de palabras y elementos visuales que explican acontecimientos y sitúan la historia o a sus protagonistas en un contexto determinado" (Leturia, 1998 p.1). Va más allá de la mera creación de gráficos. Su principal objetivo es hacer lo complejo sencillo; explicar lo difícil de la forma más clara posible utilizando el lenguaje gráfico. Parte de la información y los datos sintetizados transformados en códigos visuales para que, de un solo vistazo, se pueda comprender la realidad que se muestra.

Esta no es la única polémica respecto a la infografía. Otro tema de discusión ha sido la interrogante si es género o herramienta del periodismo. Autores como Camps (1996), Colle (1998), Herreros (1998), Yanes (2004) y Cairo (2008) coinciden en no utilizar el término "género" al momento de definir la infografía y prefieren emplear vocablos como disciplina, recurso, más bien como una herramienta o conjunto de ellas, con el fin didáctico de comunicar mensajes de forma más rápida.

Raymond Colle (1998), señala que la infografía es una disciplina del diseño gráfico orientada a la producción de unidades informativas verbo-icónicas. Es una unidad espacial en la cual se utiliza una combinación o 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.

Mariano Cebrián Herreros (1998), incorpora la capacidad de la infografía de comparación de cantidades mediante columnas verticales u horizontales, tartas partidas en porciones acordes con los porcentajes que se deseen representar. Añade que es el gran recurso de la visualización de cantidades numéricas, estadísticas y representaciones gráficas de realidades geográficas, mapas políticos y atmosféricos en aras de analizar mejor la información.

Mientras que Rafael Yanes (2004) intenta zanjar la discusión al exponer que la infografía es un recurso eficaz, se trata simplemente de un recurso gráfico. Un complemento informativo que ofrece grandes posibilidades de explicar al lector muchos datos con gran claridad.

Alberto Cairo, reconocido en la Cumbre *Malofiej* del 2008, como el infografista más influyente de la actualidad, reconoce que la infografía es una representación creativa diagramática de la realidad, pero contradice a Yanes al plantear que la infografía es mucho más que un recurso gráfico y mucho más que un elemento meramente complementario. Y aboga por fortalecer la infografía dentro del mundo periodístico, para lo cual es necesario, no relegarla a segundos planos, sino entenderla como una herramienta de comunicación, cuyo uso hace posible la comprensión de ciertos tipos de datos. (Cairo, 2008 citado por Aguilera, 2015)

Por otra parte, Casasús (1991), Núñez Ladevéze (1991), De Pablos (1991), Casasús y Núñez (1993), Romero (1996), Alonso (1998) y Sojo (2002) concuerdan en que la infografía es un género periodístico en el que prima la información, exactitud, claridad expositiva y mejor contextualización para el lector.

A lo que José María Casasús y Luis Núñez Ladevéze adicionan, que está formada por la convergencia de "soluciones" fotográficas, informáticas, de diseño y de contenido, que dan como resultado un mensaje informativo más claro, ameno, rápido, bello, objetivo, exacto, completo y, por supuesto, más eficaz. (Casasús y Núñez, 1993)

Al referirse al término infografía, Adriana Romero (1996) sostiene que "este género es 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".

Mario Tascón, ex jefe de infografía de *El Mundo*, de Madrid, y Tomás Ondarra (1998) sostienen que la infografía es un género donde lo primordial es informar mediante el uso del aspecto gráfico y visual.

Según ambos especialistas, la misma sirve para dar "patrones de referencia a las personas", para contextualizar una "información mayor" –como apoyo– o para contar una historia que de otra manera sería imposible o tediosa de relatar.

La aproximación al tema de la infografía por parte de académicos y periodistas es muy amplia y va desde los que ni lo mencionan hasta los que les ven grandes posibilidades. En medio hay todo un abanico de diferentes posiciones sobre el tema. Podría decirse que existe un consenso generalizado sobre su uso y aceptación como herramienta periodística, aunque no sin algún recelo, en los informativos audiovisuales. Hay ya estudios específicos que demuestran su capacidad de aumentar la atención y la capacidad de recordar las noticias por parte de los telespectadores (Ràfols, 2011 p.571).

Como se observa, muy pocos autores utilizan una fundamentación sólida para sustentar que la infografía es un género o para negarlo. Las ideas defendidas por ambos grupos (los que consideran la infografía como un género y los que no) son válidas, y gozan de razón. La polémica se torna más peliaguda cuando la infografía asume mayor protagonismo en el producto periodístico.

Para que sea considerada como género, es indispensable que la infografía tenga un papel protagónico en la forma de presentar la información; así como cumplir con las

siguientes características, resumidas por Aguilera (2015) tras la consulta a diversos autores (De Pablos, 1991; Romero, 1996; Valero Sancho, 2000; Cairo, 2008; Marín, 2009):

1. Tener una estructura claramente definida.
2. Tener como finalidad informar, y dar respuesta dentro de lo posible a las preguntas básicas del periodismo (Qué, quién, dónde, cómo, cuándo y porqué).
3. Poseer marcas formales que se repiten en diferentes trabajos, para que le den consistencia como género.
4. Ser autónoma, tener sentido por sí misma.

Aun cuando la infografía también puede ser utilizada como complemento de la información, este concepto de género pudiera ser privativo de los medios impresos y digitales. En ellos está claro que la infografía posee una estructura con coherencia narrativa, analiza determinado hecho desde distintas aristas y es autónoma a la hora de contar determinado hecho; pero aplicado al medio audiovisual este no es un concepto generalizable puesto que, en ocasiones, el uso de recursos gráficos está subordinado a un género, que prima sobre la forma de presentar la información.

Teniendo en cuenta que la infografía posee un componente gráfico, en el cual intervienen elementos de la comunicación visual, y un componente informativo-explicativo estrechamente relacionado con el periodismo, resulta necesario analizar los elementos de la comunicación visual que intervienen en el proceso de creación de significados para lograr una correcta infografía periodística.

La comunicación visual es un proceso puramente perceptivo. Todo lo captado a través de nuestro sistema óptico es analizado por el cerebro. El mundo que nos rodea se proyecta a través de imágenes que tienen un valor propio y un contexto de acción y aplicación diferente.

La función fundamental de la imagen es proporcionar una clave de lectura para el espectador, a fin de asegurar la comprensión de un significado determinado

e implícito. La imagen es un enunciado con equivalencia lingüística –desde el punto de vista icónico- por su capacidad de producir significación, pero también es una estructura compuesta de signos que producen un sentido y dan lugar a un cometido –discurso visual- generando una relación con el receptor. (Rodríguez, 2011 p.151)

La imagen es una de las formas comunicativas más importantes; la cultura visual invade en todo momento a la humanidad. Es más fácil que se recuerde o relacione un acontecimiento, proceso o suceso a partir de una imagen que a través de la información sin procesar; ya que de manera automática las imágenes se almacenan en el cerebro. (Marín, 2009)

La interacción primara del hombre con su entorno se realiza mediante la precepción. El proceso perceptivo está condicionado fuertemente por el nivel de conocimiento y experiencia que tengamos frente al objeto, lo que significa que el nivel perceptivo se va modificando.

La infografía como elemento puramente visual, depende de la percepción que pueda tener el receptor de los elementos gráficos que se le presentan. El poder prever como este reaccionará ante los estímulos que se brindan en la pantalla contribuirá a la construcción de un mensaje de mejor asimilación por parte de espectador.

Diversas teorías estudian la percepción como un eslabón vital para el procesamiento de la información, partiendo de diagramas mentales que el ser humano realiza para facilitar la asimilación de conocimientos. Entre las mismas, sobresale la Teoría de la Gestalt⁶ que en sus postulados establece: el organismo asume con mayor facilidad las formas simples; por tanto, cuanto más básicos y simples se presenten los mensajes, mejor serán percibidos y asimilados. Dicha teoría plantea que percibimos los objetos

⁶ Las "Leyes de la percepción" o "Leyes de la Gestalt" fueron enunciadas por los psicólogos de la Gestalt (Max Wertheimer, Wolfgang Köhler y Kurt Koffka en Alemania a principios del siglo XX) quienes, en un laboratorio de psicología experimental, demostraron que el cerebro humano organiza los elementos percibidos en forma de configuraciones o totalidades.

como conjuntos bien organizados y no como partes separadas y aisladas. (Rodríguez, 2011 p.49-52)

Según Umberto Eco (1982) la percepción implica recibir ciertos estímulos en un campo y coordinarlos, sobre la base de experiencias adquiridas, en una “estructura percibida”. Frente a un mensaje visual, el sujeto selecciona los datos de la experiencia y los estructura según sistemas de expectativas y suposiciones que implican el conocimiento de ciertas técnicas aprendidas; es decir, suponen el uso de códigos.

En este proceso interviene, además, la psicología cognitiva que se ocupa de cómo obtiene el cerebro la información, (Cairo, 2008 p.25), partiendo de ciertos supuestos: a) la mente es una función del cerebro que b) funciona como un sistema computacional⁷, basado principalmente en c) representaciones: el cerebro usa mapas mentales, crea y manipula símbolos, visualiza relaciones entre ellos, etc.

La psicología cognitiva condiciona la visualización de la información en el sentido de que cualquier representación será más satisfactoria cuanto más se adapte a la forma en que el cerebro adquiere y procesa datos. La percepción humana está especialmente capacitada para descubrir patrones visuales en lo que los ojos perciben. Si esos patrones se diseñan de antemano, basados en la regla de la visión, el tiempo requerido para la interpretación de cualquier gráfico será menor.

Otra de las teorías que estudia cómo el ser humano actúa ante la percepción es la Teoría de Neisser⁸, la misma expone que: la percepción es un proceso activo-constructivo en el que el perceptor, antes de procesar la nueva información, parte de un esquema informativo formado por referentes que tiene en su cerebro fruto de

⁷ Procesa/computa información a partir de datos del mundo exterior para desarrollar respuestas que faciliten la supervivencia del organismo.

⁸ La Teoría Cognitiva de Neisser es una rama de la psicología que se ocupa de los procesos a través de los cuales el individuo obtiene conocimiento del mundo y toma conciencia de su entorno, así como de sus resultados. Ve al individuo como un constructor activo de su experiencia, con carácter intencional o propositivo

experiencias anteriores, los cuales le permiten contrastar el estímulo para procesar y entender la información que se le presenta. (Neisser, 1976)

La teoría de Neisser está muy vinculada a lo que plantea Alberto Cairo sobre el componente central de la infografía, se puede analizar que existen puntos de contacto entre lo que plantea Neisser y lo expuesto por Cairo (2008) el cuál expone que: “El componente central de cualquier infografía es el diagrama. Un diagrama es una representación abstracta de la realidad (...) y la infografía de prensa consiste en el uso de diagramas con fines informativos.”

Por ejemplo, un mapa es un retrato abstracto de un área geográfica en el sentido de que prescinde de aquellos detalles que no son relevantes para la comprensión del mensaje (montañas y valles en un mapa de carreteras) para que aquellos que sí lo son (las vías de circulación, en el citado caso) se vuelvan más visibles. Una tabla estadística es una representación abstracta de series numéricas. Una ilustración es una representación abstracta de objetos físicos. (Cairo, 2008 p.22)

Todo ello, confirma cómo nuestro cerebro discrimina los elementos que no son esenciales para comprender la información y, de esta forma, se destacan los detalles que son imprescindibles para la decodificación.

Según Cairo (2008) estos diagramas representan de forma abstracta la realidad; y de acuerdo con la teoría de Neisser el ser humano ante un estímulo perceptual realiza un esquema mental para decodificar la información. Si el realizador de infografías se acerca en su diagrama a esa representación mental, le facilita el proceso de comprensión al lector.

La infografía es una manera de comunicar el conocimiento a los receptores. En la trama de los discursos sociales donde se ponen en juego otros sistemas culturales de codificación, como los del gusto, los retóricos, los estilísticos, que en conjunto irán conformando cierta sensibilidad colectiva frente a los mensajes visuales. (Eco, 1982)

Explorar esa sensibilidad podría ser un modo de enriquecer el trabajo del diseñador y de comprender la importancia que las producciones visuales tienen como conformadoras de valores e identidades dentro de la cultura.

El periodismo audiovisual plantea necesidades gráficas, que pueden ser resueltas mediante la utilización de recursos infográficos; donde la creación de imágenes, imposibles de captar por las cámaras, se convierte en la solución a necesidades comunicativas, a las que se enfrentan las redacciones periodísticas en su rutina habitual.

1.3 La infografía periodística audiovisual

La televisión se ha convertido en uno de los medios preferidos por la mayoría de los ciudadanos para informarse. Hoy se puede notar su funcionalidad al ver cómo este incide directamente en la cultura social de los públicos. Pero la existencia y desarrollo de otros medios, como Internet, hacen que la televisión busque alternativas para ganar espectacularidad y así poder enfrentar la competencia con los nuevos medios de comunicación de esta Sociedad de la Información.

En la era de la informatización, el desarrollo de la tecnología informática en el tratamiento, la manipulación y la creación de imágenes, ha llegado a niveles que representan un instrumento potencial para la construcción y elaboración de la información periodística audiovisual.

El concepto más preciso para definir esta capacidad tecnológica y sus posibilidades de transmitir información es el de infografía, que ha tenido su desarrollo teórico a partir de su uso en los medios de la prensa escrita y más recientemente en Internet.

La prensa impresa ha potenciado el desarrollo y evolución de la infografía, debido a sus potencialidades para la comunicación mediante recursos gráficos. En cambio, en el medio audiovisual, al que le es innato el uso de la imagen, el proceso de evolución parece mucho más lento.

No es que el medio audiovisual haya despreciado la infografía (...) estamos también delante de un problema de competencias profesionales puesto que estamos hablando de construir la información colectivamente, pero los periodistas no consideran a los infógrafos sus pares, cuando no les ven directamente con recelo, como para traspasarles la responsabilidad de elaborar noticias. Como apunta Valero (2001: 98-100) habrá que ir pensando en esta formación por parte de los infografistas. (Ràfols, 2011 p.572)

En el ámbito de la información audiovisual el tema presenta características diferenciadas cuya comprensión se debe hacer plenamente en el terreno del audiovisual.

La mayoría de los autores se la plantean más como una opción que como una necesidad, al considerar la preeminencia de la imagen capturada con cámara de video y el uso de la infografía como recurso cuando no se dispone de ellas. Si bien este es un planteamiento de la infografía propio del audiovisual y que ha funcionado a lo largo de los últimos veinte años, parece que va llegando el momento de ir enfocando el tema desde nuevas perspectivas. (Ràfols, 2011 p.571)

En la sociedad, la imagen está adquiriendo una mayor importancia en la comunicación de la mano de las nuevas tecnologías, pero en el terreno de la información audiovisual parece que hay un desequilibrio entre las posibilidades que ha alcanzado dicha tecnología y su uso en la mejora de la comunicación. En la era del Informacionalismo (Castells, 2006) el desarrollo de la tecnología informática en el tratamiento, la manipulación y la creación de imágenes ha llegado a unos niveles que representan un instrumento potencial de pleno derecho para ser considerado en la elaboración de la información diaria audiovisual.

El diseño de recursos gráficos para los informativos de televisión tiene sus propias características, que lo diferencian de los productos impresos, dado las peculiaridades y requerimientos técnicos del lenguaje audiovisual.

Los elementos gráficos son recursos ficcionales, pues dependen de un autor para existir como tal y se basan en referencias que representan la realidad (Farré, 2004). “Estos recursos están cada vez más presentes en los programas informativos contemporáneos, incluso han extrapolado en un nuevo concepto: infografía, en función de la organización de los saberes noticiosos que maneja el periodista.” (Rodríguez Suñol, 2013). De acuerdo con su función, contenido y forma, las infografías en informativos de televisión, según Valero Sancho (2004) se pueden clasificar de la siguiente manera:

Ortotipográficos: Las tipografías, que son utilizadas para presentar textos que permiten un mayor análisis por parte del espectador. Son empleados para enfatizar determinada idea o concepto. Por ejemplo, en comunicados oficiales; en expresiones emitidas oralmente por personajes relevantes de actualidad; en lista, causas, efectos o consecuencias, sumarios; para complementar y aclarar las presentaciones icónicas en su imprecisión figurativa o contextualizadora.

Tabular: Como su nombre indica son los datos organizados en forma de tabla. Son empleadas como fichas para las comparaciones de cifras muy precisas. En televisión por el tiempo de lectura no se debe abusar de tablas llenas de datos que lejos de agilizar el proceso de asimilación de los datos lo entorpezca. Su utilidad está dada por ejemplo a la hora mostrar las características de alguna persona u objeto. Se pueden combinar de forma diversa con dibujos, fotografías y textos. En pantalla solo se debe poner una ficha o tabla pues no hay suficiente espacio para comparar dos o más.

Comparativo: Está compuesto por los denominados diagramas, que suelen comparar posicionalmente, y los llamados gráficos, que suelen hacerlo espacialmente en función de la variable. Entre los que sobresalen los gráficos de barras, pastel y lineales, etc. Se emplean a la hora de analizar el comportamiento de determinados procesos.

Ubicativo: Son todos aquellos que se basan en el uso de representaciones de territorios para la ubicación de sucesos, y su función radica en que los intérpretes puedan relacionar el lugar representado con el de su residencia habitual o lugar conocido, para constatar en qué medida les afecta. El lugar de los hechos es de gran

importancia, pero se selecciona lo que más interesa de su orografía y lugares significativos, como trayectos, ríos, montañas, casas, etc., sin que ello signifique saturación de elementos. También se puede emplear en la localización de lugares de interés, como museos o monumentos en una ciudad, obras o construcciones ciudadanas, etc.

General: En este tipo pueden confluír las distintas infografías referenciadas anteriormente. Se pueden dividir en dos grupos. El que se emplea para describir un proceso de fabricación de dibujos o montajes gráficos multimediáticos complejos, organizados y elaborados por ordenador; y el que se emplea desde la presentación de informaciones sintéticas o de relatos de contenido completo, con todo tipo de recursos y de forma mucho más visual para conocer e interpretar un proceso de forma más dinámica que si fuese transmitida por los sistemas verbales.

Aguilera (2015 p.48) opta “bajo el término de infografía en televisión, a aquellos elementos gráficos que se subordinan a la programación informativa, y que están en función del periodismo. Más que a lo estético, están destinados a lo analítico, elementos que Valero Sancho ha definido en sus estudios sobre los grafismos en televisión”. Esta investigadora no lo considera así. Pues no todos los grafismos utilizados en los informativos cumplen con los elementos formales para llegar a ser una infografía.

Como plantea Valero (2004) –autor en el quien Aguilera sustenta su criterio- en general hay tres tipos de gráficos atendiendo a su grado de complejidad de lenguajes:

1. **Los que son piezas únicas simples**, como es el caso de los textos, fotografías o dibujos sin otros grafismos superpuestos que se pueden entender como unidades gráficas elementales, que tienen fácil identificación y reconocimiento. Los más simples se presentan de forma estática, pero pueden ser más grandes que la pantalla e incorporan un cierto desplazamiento para su visualización o que se les genere movimiento giratorio o irregular, por motivos estéticos.

2. De otro tipo son los denominados **infogramas⁹ o unidades gráficas complejas¹⁰**, en las que concurren al menos dos tipos de lenguajes, los icónicos y los verbales, pero no tienen suficientes elementos como para que se pueda hacer el discurso completo de una historia. Un infograma puede ser un trozo de mapa o dibujo sin título, pero con elementos verbales como los propios de los rótulos o breves explicaciones que apenas se entenderían sin estar vinculados al presentador o al vídeo.
3. Por último, **unidades informativas completas o infográficas** son presentaciones de contenido completas de una historia o idea, por simple que ésta sea, que se pueden presentar sobre todo con varios lenguajes, animadas o no, con sonidos o no. Suelen ser conjuntos animados de gráficos asociados a un determinado hilo conductor y explicación por parte de la voz del presentador.

Según este autor solo llega a ser un infográfico las presentaciones que se encuentran en la tercera clasificación. Mientras que las otras dos denominaciones se refieren a tipos de grafismos que por su nivel de complejidad no llega a ser “una representación diagramática de datos” (Cairo, 2008 p.21). Estas clasificaciones son: piezas únicas simples y los infogramas.

La infografía audiovisual es un producto comunicativo que, al ser utilizado como género o como recurso, posee una estructura al igual que un reportaje o una información. Tanto desde el punto de vista periodístico –a la cual se hizo referencia en epígrafes anteriores- como desde el punto de vista dramático.

Si bien en esta área no existe abundante bibliografía que especifique las características de la infografía audiovisual. La autora toma elementos referentes a las infografías del ciberperiodismo para la televisión; sustentado principalmente en

⁹ Usado por DE PABLOS, (1998), para describir una unidad comunicativa simple. “Entenderemos por un infograma respecto a infografía lo mismo que aceptamos por fotograma respecto a la secuencia de una producción cinematográfica”.

¹⁰ En el sentido de participación multimediática no en el grado de complejidad científica de los grafismos.

aquellos ofrecidos por Alberto Cairo (2008) en su libro “Infografía 2.0, visualización interactiva de información en prensa”.

Retomando el concepto de Cairo (2008 p. 21), “la infografía es una representación diagramática de datos”, cuyo componente central es, precisamente, el diagrama que este autor define como “una representación abstracta de una realidad”.

Por ejemplo, un mapa es un retrato abstracto de un área geográfica en el sentido de que prescinde de aquellos detalles que no son relevantes para la comprensión del mensaje, para que aquellos, que sí lo son, se vuelvan más visibles. La abstracción es un componente esencial en el diseño de diagramas: eliminar lo innecesario para que lo necesario destaque. En palabras de Hall (1996), los diagramas son “dibujos simplificados (...) cuyo objetivo es transmitir significados básicos”.

El grado de abstracción de una representación visual consiste en el nivel de semejanza/desemejanza entre el referente original y su retrato diseñado. El grado de abstracción posible, más allá del cual una imagen se vuelve incomprensible, por demasiado abstracta, depende de numerosos factores, como el nivel de familiaridad de los lectores con el objeto representado o el hecho de que diseñador y lector compartan una serie de códigos que faciliten la comunicación a través del gráfico. (Cairo, 2008 p.22-23)

La realización de infografías tiene procesos de producción similares a los propios de la información periodística. La misma posee una metodología de producción que consiste primero en generar el guion o argumento. Es necesaria la traducción de ese guion a los códigos gráficos. Una vez realizado dicho proceso se genera un *story-board*¹¹, y a partir de este, se crea el producto audiovisual.

Para ello, lo primero es tener la mayor cantidad de información correspondiente a la temática a tratar, luego es necesario jerarquizar la información y definir cuál es la más

¹¹ Secuencia de bocetos que representan la organización y cada uno de los planos de un producto Audiovisual.

importante para poder hacer una redacción más adecuada, siempre pensando en los recursos gráficos que se utilizarán.

Una vez recopilada la información se organiza por módulos de contenidos y se decide qué tipo de recurso es más funcional para cada tipo de datos. Luego, se determina qué contenidos requieren de ubicación geográfica, cuáles admiten comparación, qué tipos de gráficos permiten comparar esa información, etc.

Para contribuir a la comprensión es vital que los módulos sean parte de una secuencia lógica. Es conveniente en las infografías comenzar por los orígenes o ir de lo general a lo particular; pero lo fundamental es que exista una coherencia y una relación entre los contenidos presentados.

La secuencia lógica se traduce en la selección de las escenas a emplear, y en cada escena aparecerá la traducción de la información cualitativa y cuantitativa en pictogramas, figuras e íconos interconectados en aras de favorecer la comprensión del mensaje.

Según Cairo (2008 p.75-78) “las infografías están compuestas por escenas. La escena es una parte de un gráfico, una unidad temática que puede ser leída e interpretada de forma autónoma, aunque precise de las escenas continuas para cobrar significado completo”. No se consideran escenas las nuevas informaciones que aparecen en la pantalla, sino a los giros temáticos dentro de la historia.

Es importante tener en cuenta que las escenas están compuestas por planos y estos no pueden estar cargados de información, pues se pierde la atención, así como el tamaño de la tipografía y los pictogramas debe ser legible en todo momento.

Luego de definir cada uno de los recursos, sus características y formas conceptuales, más las leyes fundamentales de la organización y la percepción de la forma, es necesario detenerse en el lugar donde interactúan el espacio y la composición.

El espacio es uno de los elementos fundamentales del diseño. Se define como la distancia o el área que se encuentra entre o alrededor de las cosas. Influye

de manera determinante, ya que siempre se debe pensar dónde colocar los elementos y a qué distancia unos de otros, el tipo de imágenes, su dimensión, lo que habrá alrededor de ellas y el texto. (Rodríguez, 2011 p.55)

Siguiendo lo expresado por este mismo autor, el espacio influye de manera preeminente en la composición. “La composición es la distribución o disposición de todos los elementos, incluidos en un diseño, ya sea imágenes, textos o espacios en blanco, de una manera perfecta y equilibrada.” (Rodríguez, 2011 p.58)

En toda composición, los elementos ubicados en la parte derecha, poseen mayor peso visual y transmiten una sensación de avance. En cambio, los que se encuentran en la parte izquierda, proporcionan una sensación de ligereza. Esto también se observa en los elementos ubicados en la parte superior de una composición, donde tendrán mayor ligereza visual, mientras que los colocados en la parte inferior transmiten mayor peso visual. (Rodríguez, 2011 p.59)

Las composiciones perfectas no existen. Cada una dependerá de su resultado, por lo que se hace necesario conocer todos los aspectos y formas que ayuden a este fin, de manera que se pueda lograr un resultado eficaz, equilibrado y directo.

Según Leturia (1998) el cuadro gráfico debe ser ético, en su propósito de mostrar un contenido objetivo y veraz, acorde con la realidad. No se necesita llenar de elementos visuales para hacer al gráfico más atractivo; —hay que ser sencillo y económico con los elementos y no distorsionar la información en un afán de ser diferente. Muchos artistas tratan de buscar nuevas formas visuales para enriquecer sus gráficos y cometen errores de precisión con la información, distorsionándola y restándole veracidad. A la hora de diseñar un infográfico hay que tener en cuenta muchos factores. Entre ellos:

- **La proporción** debe ser la correcta y no se debe agrandar un elemento tanto a lo largo como a lo ancho. Un elemento aumentado en las dos dimensiones no se habrá duplicado, y en ese ejemplo se estaría distorsionando la información.

- **La perspectiva** puede otorgar atractivo al cuadro, especialmente a los mapas. Se debe utilizar con mucho cuidado, respetando las medidas que en éste se coloquen. A pesar de vivir en un mundo tridimensional, la bidimensionalidad se entiende mejor en la página impresa.
- **Las texturas** en los cuadros, si no son bien utilizadas pueden causar confusiones e inclusive ilusiones ópticas. Por ejemplo, cuando se usan líneas diagonales para tramar las barras de un cuadro, éstas pueden parecer inestables o —borrachasll al ser representadas. De igual modo, cuando se comparan datos, todos los elementos deben presentar las mismas texturas y los mismos valores.
- **Las formas** deben ser universales. Así, las barras serán rectangulares completamente y no con terminaciones redondeadas o triangulares; el gráfico de tarta (queso o pastel) será circular y no ovalado; las líneas serán rectas y no curvas.

De igual manera, la infografía audiovisual puede tener varios tipos de montaje. Sustentado en los tipos de estructuras organizativas brindadas por Cairo para la visualización interactiva de prensa se pueden definir dos tipos de construcción del discurso infográfico. Estos son: horizontal y vertical, que raramente se dan de forma pura, aunque una de ellas siempre es predominante.

- Las estructuras horizontales son propias de explicaciones paso a paso. En ellas, las escenas se yuxtaponen en la línea temporal en una secuencia. Como se muestra en la siguiente figura.

introducción → escena 1 → escena 2 → escena 3 → escena 4

FIG.1 Estructura con predominio horizontal

- Las estructuras verticales toman la forma de las ramas de un árbol. Dentro de cada escena existen múltiples contenidos informativos. Esta clase de infografía tiende a ser más profunda.

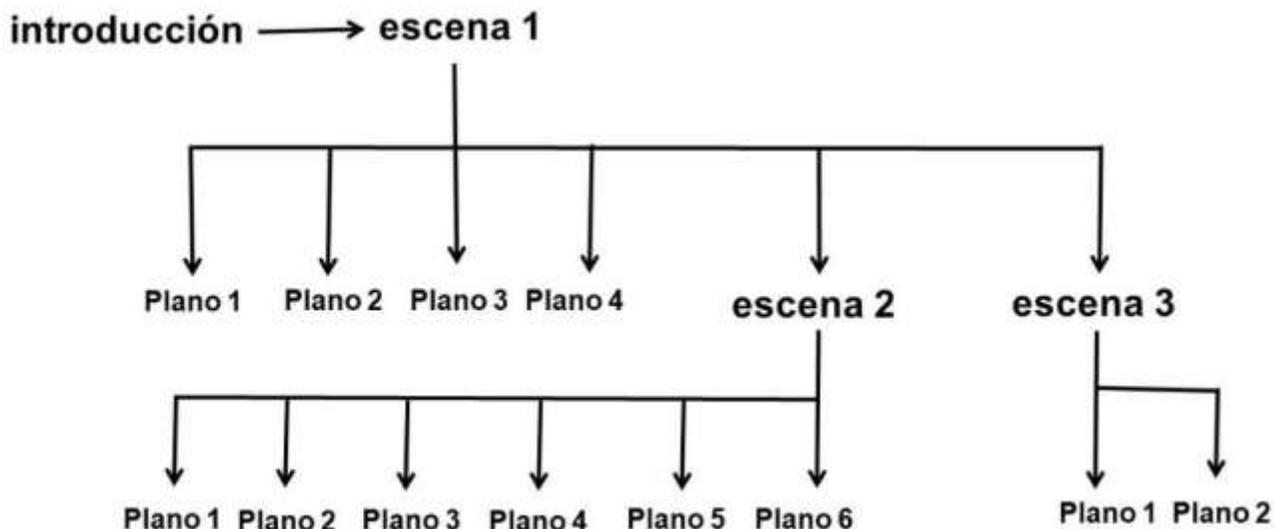


FIG.2 Estructura con predominio vertical

Aunque el objetivo de la infografía consiste en presentar la información en forma sintética, cosa que la imagen facilita enormemente, es evidente que existe información cuya representación visual puede complejizar su comprensión, por lo que el lenguaje verbal resulta imprescindible para asegurar la correcta interpretación.

De ahí la importancia de la realización sonora en la infografía audiovisual, la cual aporta una serie de elementos enriquecedores que traen mayor realismo al producto comunicativo. Teniendo en cuenta los elementos de lenguaje audiovisual (Díez & Abadía, 2015), la banda sonora de una infografía consta de tres elementos básicamente: la voz humana, los efectos sonoros y la música.

- La música: cumple una función narrativa, además de marcar el ritmo de la composición infográfica.

- Los efectos sonoros: por lo general son extra-diegéticos. Son utilizados en paralelo a las imágenes o como contrapunto y se convierten en elementos de importancia expresiva, dando fluidez a la narración. Puede servir para generar puntos de énfasis y así dosificar la información de una manera atractiva y comprensible. Se consideran efectos de sonido a todos aquellos ruidos que se destacan para recibir un tratamiento especial: disparos, explosiones y reverberaciones, etc.
- La voz humana: cumple un función informativa-narrativa que complementa el discurso infográfico. Además, aporta más información, con la consiguiente una economía de planos.

Una de las dificultades en el uso de la infografía audiovisual es que una mayor complejidad de imagen implica protocolos de trabajo más sofisticados en los mismos tiempos de ejecución, en el que la tecnología juega un papel importante para lograrlo. También hay que tener en cuenta que el uso de imagen gráfica puede condicionar la construcción del discurso verbal, especialmente cuanto es más compleja, ya que necesita tiempo de evolución, de permanencia en pantalla y de dar paso a los siguientes elementos que deben completar el conjunto.

Una información compleja debe ir construyéndose a medida que la voz en off avanza y debe construirse, de principio a fin, para que el espectador comprenda aquello que, visualmente, se le está explicando. La estructura audiovisual debe articularse de manera que discurso verbal y visual sincronicen el mayor tiempo posible.

Luego se pasa a aplicar el recurso cinético o animación, a través del cual se puede no solo mostrar la información sino variaciones de la misma, así como su comportamiento, lo que hace al producto final más atractivo. El tipo de movimiento que se le otorga a cada elemento gráfico, así como el resto de las decisiones creativas, no deben ser al azar, su elección debe estar justificada en conjunto con otros recursos expresivos, siempre velando por su aporte al mensaje que se intenta comunicar.

Es importante que la infografía no se sobresature al emplear todos los recursos al mismo tiempo, pues perderían sentido y afectarían la comprensión. Se debe buscar

un balance, donde los recursos gráficos aporten significado y mantengan activo al espectador. Como regla básica del periodismo, la información se jerarquiza, dando más peso visual a aquellos elementos que se deseen enfatizar, en aras de que el espectador los recuerde.

1.4 El periodismo histórico y la infografía

Desde que la prensa existe, el resultado de su trabajo cotidiano, configura el más rico y relevante acervo histórico de su tiempo. El periodismo es la más importante fuente de registro histórico de la realidad contemporánea.

El periodismo es contar historias y en el pasado se pueden rescatar tantas como se busquen. La historia es una fuente inagotable de productos periodísticos de interés. Como afirma el periodista Jorge M. Reverte, “la historia produce historias, lo que es una base fundamental para los medios y su atractivo”. (M. Reverte, 2014 citado por Aguilera, Durán, 2014 p. 2)

Es imposible comprender el presente sin conocer el pasado, por eso la historia siempre ha estado patente, implícita en el ejercicio del periodismo. El contexto histórico existe desde que se escribieron las primeras noticias y cobró mayor importancia con el nacimiento del periodismo especializado de la revista *Time* en 1923. El periodismo especializado implica, por definición, que el periodista tenga conocimiento de los antecedentes, es decir, del pasado, tanto del inmediato (conocido como *background* en las redacciones) como del antiguo, sobre todo de la etapa contemporánea.

Horst Pöttker (2012) aboga por desmarcarse de una información rápida y recurrir a la historia como “reserva potencial de conocimiento”. Él distingue tres maneras de utilizar la historia en el periodismo:

- Modo crítico: Observar el presente como contraste con el pasado.
- Modo analógico: Buscar similitudes entre el presente y el pasado.

- Modo genético: Reconstruir el presente como un desarrollo del pasado.

En esta línea, David Abrahamson (2012) señala que, por su función social, el periodismo tiene una “desesperada necesidad de sentido de la historia”. El periodista debe contestar al por qué de los hechos y eso le obliga a aportar un contexto histórico con las causas. Sólo así se puede llegar a explicar e interpretar con rigor una historia.

No obstante, el periodismo puede ir y va en ocasiones más allá del contexto histórico y llega a la producción histórica. Es lo que Martínez Gallego (2004) llamó “historiografía mediática”, es decir, las representaciones que hacen de la historia los medios de comunicación.

El periodista de la Cadena SER, Gonzalo Ugidos (2014), señala que “para el público los medios son la primera instancia para conocer la historia”. De hecho, es habitual que los historiadores académicos publiquen también artículos en los periódicos o acudan a la radio y la televisión.

El blog de historia de *El País* (2014) lo justifica de esta manera: “Dado que el presente se levanta sobre lo que ya pasó, no es mala idea echar un vistazo atrás para entender lo que está pasando. Cicerón lo dijo antes y mejor: “No saber lo que ha sucedido antes de nosotros, es como ser eternamente niños”.

“Todo periodista es un historiador. Lo que él hace es investigar, explorar, describir la historia en su desarrollo. Tener una sabiduría y una intuición de historiador es una cualidad fundamental para todo periodista. El buen y el mal periodismo se diferencia fácilmente: en el buen periodismo, además de la descripción de un acontecimiento, tenéis también la explicación de por qué ha sucedido; en el mal periodismo, en cambio, encontramos sólo la descripción, sin ninguna conexión o referencia al contexto histórico. Encontramos el relato del mero hecho, pero no conocemos ni las causas ni los precedentes. La historia responde simplemente a la pregunta: ¿por qué?”. (Kapuscinski, 2002 p.58)

Santos (2006) apunta que hay historias que la sociedad creía silenciadas simplemente porque no habían aparecido en los medios de comunicación. El periodismo histórico

es el relato verificado de hechos del pasado, con el objetivo de formar y entretener al gran público. En general, es atemporal y no está sometido a la actualidad.

Es un trabajo a largo plazo que aplica la metodología científica de la investigación histórica al trabajo periodístico y utiliza como fuentes principales los libros y artículos científicos de historia, los archivos y las hemerotecas. En definitiva, es trasladar el trabajo del historiador a las redacciones a cargo de periodistas especializados. El reto es combinar lo mejor del historiador (la investigación), con lo mejor del periodista (habilidades comunicativas), y llevar la ciencia histórica al gran público de una manera atractiva.

El periodista es un cronista de la actualidad y el historiador un cronista del pasado. Las principales diferencias entre uno y otro son las fuentes y los géneros. Los primeros utilizan la noticia, reportaje y entrevista, y los segundos el ensayo. El periodista histórico, a diferencia del historiador, que debe estar especializado en un tiempo y espacio concreto (historia antigua, medieval, etc.), sí puede abarcar todas las etapas mientras siga las pautas del periodismo especializado y la investigación histórica. Se lo permite la menor profundización respecto a su colega historiador.

El periodismo histórico se caracteriza por analizar, explicar e interpretar procesos con rigurosidad utilizando un lenguaje adaptado al público receptor. Al igual que ocurre con otras ramas especializadas, a juicio de Aguilera y Durán (2014) hay dos tipos de periodismo histórico dependiendo del método utilizado:

- Periodismo de divulgación en Historia: Si el periodista se limita a consultar y difundir de manera atractiva investigaciones de otros y no aporta ninguna novedad científica propia.
- Periodismo de investigación en Historia: En el caso de que las pesquisas del periodista aporten novedades científicas. Puede parecer demasiado ambicioso, pero hay muchísimos ejemplos de ello.

Según estos mismos autores, las características propias del periodismo histórico son las siguientes:

- Lenguaje claro. Huir de tecnicismos y expresiones ajenas al gran público. Puede transcribir textos históricos tal cual, siempre que sean breves y se entiendan. Por ejemplo, de castellano antiguo.
- Estilo literario.
- Mantener la tensión. Conocer el interés del lector y captar su atención de manera
- Filtrar los datos según su interés: Anteponer lo atractivo o llamativo a lo científico sin caer en el sensacionalismo y manteniendo el rigor. Restar importancia a parámetros como la exactitud de las citas o la aportación de todos los datos. Una gran cantidad de nombres, fechas y topónimos atosigan al lector así que sólo se deben incluir los imprescindibles.
- Resumir: Cuidar la extensión y tener gran capacidad de síntesis. Ser lo más breve posible para no aburrir al lector.
- Interpretar: Utilizar la interpretación para hacer afirmaciones y huir de los debates y los matices que puedan confundir al lector. No se trata de opinar, sino de expresar conclusiones fundamentadas desde una posición imparcial.
- Priorizar el propio relato sobre otras fuentes como historiadores y protagonistas de la época. Las declaraciones irán entrecomilladas y serán lo más breves posible.
- Reproducir documentos, sobre todo cuando sean inéditos.
- Apoyos gráficos: Utilizar imágenes, mapas, infografías, tablas, cronologías y gráficos que faciliten la comprensión de la historia.

La exposición gráfica de datos puede hacer más comprensibles y atractivos los productos relacionados al periodismo histórico. El apoyarse en estos recursos gráficos previamente mencionados pueden enriquecer la historia cuando hablamos de medios impresos o digitales. Pero en el caso de la televisión, el problema de la visualidad se vuelve más complejo en este medio, donde prima lo visual.

La infografía audiovisual viene a llenar ese “vacío” gráfico en los espacios televisivos relacionados al periodismo histórico. El Premio Nacional de Periodismo Histórico, Julio

Batista Delgado (s/f) opina que “lo fundamental en este tipo de trabajos es crear un ambiente agradable, hallar una forma más atractiva para contar los hechos del pasado, amenizar los datos y las figuras para que no parezcan estáticos”.

Basados en las tres maneras de utilizar la historia en el periodismo según Horst Pöttker¹² (2012) -a las cuales se alude al principio de este epígrafe- se les puede dar a cada una de ellas una solución visual, de acuerdo a las utilidades infográficas planteadas por Valero (2008).

Según Valero (2008 p.633-634) hay cuatro grandes utilidades infográficas: comparativas, documentales, escénicas y ubicativas:

1. Se entienden como comparativas las que están basadas en un conjunto de comparaciones sutiles que tienen como objetivo mostrar tendencias generales o cotejar datos de forma visual, desenmascarando las tendencias más sobresalientes y detallando los resultados más relevantes que permiten extraer conclusiones informativas. Es, por tanto, un conjunto de comparaciones, niveles, posiciones, áreas o conjuntos diversos de datos significativos.
2. Las documentales se emplean para la explicación de los fenómenos asociados al asunto significativo o bien documentan de forma ilustrada cuestiones complementarias que tienen relevancia, a menudo temáticas de poca actualidad, pero que se emplean para un cierto grado de documentación adicional diversa. No son información del día por sí mismas, pero a veces, pueden serlo de manera indirecta.
3. Las infografías pueden contener escenas a modo de representación de los actos más significativos de un determinado conjunto de movimientos de los actantes protagonistas en un escenario, de la misma forma que como se narra un cuento, tebeo o suceso informativo. La única diferencia está en el objetivo que tiene el contenido narrado. Se pueden reproducir aquellos sucesos que por

¹² Las tres maneras de utilizar la Historia en el periodismo: 1. Modo crítico: Observar el presente como contraste con el pasado. 2. Modo analógico: Buscar similitudes entre el presente y el pasado. 3. Modo genético: Reconstruir el presente como un desarrollo del pasado.

cuestiones diversas no pudieron registrarse en un video, como un suceso de la historia más o menos antigua o sencillamente cualquier acto inesperado de consecuencias significativas.

4. El dónde informativo y la necesaria ubicación o reparto de elementos sobre un territorio, al margen de su uso principal de descriptores de la superficie terrestre, hacen de los mapas, planos, recintos y microplanos los infogramas de mayor uso, constituyéndose en el grafismo visual central de buena parte de las infografías que aparecen en periodismo o estudios temáticos. Normalmente las infografías ubicativas se elaboran con el objeto de situar o repartir la información en un espacio, geográfico o no.

A consideración de esta autora, las infografías comparativas pueden darles solución a los trabajos de periodismo histórico asociados – según Pöttker (2012)- al Modo crítico y/o al analógico. Mientras que las documentales satisfacen al Modo genético y las infografías escénicas y ubicativas solucionan la visualidad en los trabajos relacionados a los tres modos, según el objetivo del producto comunicativo.

El uso de todas estas tipologías dependerá del contenido a representar. Es importante conocer que aun cuando toda información pudiera representarse mediante la infografía, solo cumplirán con su objetivo comunicativo, cuando sea utilizada la tipología correcta, de acuerdo con la información que se precisa comunicar.

Capítulo 2: **La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión**

En el presente capítulo, conformado por los epígrafes “Gibaravisión: caracterización del canal” y “Villa Gráfica: origen y caracterización de la sección”, se abordan las particularidades de este canal comunitario, teniendo en cuenta las estructuras y contenidos de los programas de su parrilla de programación, orientados al tratamiento de temas históricos, así como su principal espacio informativo.

Se reflejan, además, los resultados obtenidos de la aplicación de diferentes métodos científicos e instrumentos de investigación, que permitieron identificar las potencialidades e insuficiencias del canal Gibaravisión, en cuanto a la producción de trabajos de periodismo histórico y a al empleo de la infografía en el periodismo audiovisual, así como determinar los elementos que inciden en su escaso empleo.

Asimismo, se particulariza sobre el proceso de creación de la sección “*Villa Grafica*” para el noticiero *Más que titulares* del sábado, mediante el desmonte dramático de un capítulo piloto

2.1 Gibaravisión: caracterización del canal

El 6 de noviembre del 2006 fue fundado el telecentro Gibaravisión, el cual pertenece al Sistema de la Televisión de Holguín. Su misión es reflejar el acontecer de la comunidad, así como divulgar la actualidad nacional e internacional en la región, a través de la realización de productos audiovisuales de altos valores estéticos, éticos y profesionalidad, orientados a satisfacer las necesidades informativas, educativas y recreativas de los televidentes.

Funciona como una televisora comunitaria que transmite 2 horas los jueves, viernes y sábados. La parrilla de programación es variada y está integrada por 9 programas de

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

origen propio, -tres programas cada día-, que salen al aire por la frecuencia 69 de Multivisión, en su señal analógica.

En 12 años de existencia, Gibaravisión ha obtenido Premios en Festivales Nacionales y Provinciales de Televisión. Ha recibido importantes reconocimientos como el Mejor Telecentro al Trabajo Territorial y la Distinción 200 aniversario de la fundación de Gibara.

Las temáticas priorizadas están centradas en cinco vertientes principales de la Batalla de ideas y las 12 direcciones de trabajo político-ideológico; los lineamientos de la política económica y social aprobados en el VI Congreso de Partido; las reflexiones del líder histórico Fidel Castro Ruz; las intervenciones de la máxima dirección de país; el cambio climático; la crisis económica mundial; así como temáticas fundamentales del territorio: producción agrícola, alimentación del pueblo, ahorro de recursos naturales, enfermedades infectocontagiosas y de transmisión sexual, la labor de los sectores priorizados, salud, educación, calidad de vida de la población, desarrollo socio cultural, actualización del modelo económico, entre otras.

Entre los objetivos del canal se persigue estimular el conocimiento de la identidad cultural en el público gibareño, mediante programas que reflejen la historia, costumbres, tradiciones, idiosincrasia y arquitectura. Motivo por el cual el 50 por ciento de la programación está destinada a fomentar el conocimiento de la historia, la identidad y las riquezas culturales, así como reflejar el quehacer de los hombres y mujeres del campo, la labor y tradiciones del hombre de mar y, reafirmar valores que satisfagan las aspiraciones espirituales del gibareño.

Relacionado con temáticas históricas, el canal cuenta con dos programas. *Sucesos*, que trata las efemérides de los 5 días de la semana, de 12 min. de duración. Las emisiones de los jueves y viernes, con 3 min de duración aproximadamente, y los sábados de 6 a 7 min.

Programa: Sucesos

Área: Programación Variada

Duración: 12 min

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

Función: Informativa

Destinatario: Público general

Canal de Transmisión: Gibaravisión

Horario de Transmisión: de jueves a sábado de 18:30 a 18:42

Objetivos: El objetivo principal del programa es la divulgación de la historia local y nacional

Contenidos: El programa se nutre esencialmente de las efemérides del día a día y de contenidos históricos.

Estructura: El programa es grabado en estudio, tiene como hilo conductor dos voces en off femenina y masculina, que mencionaran las fechas y abordaran aspectos importantes del hecho histórico que se está dando a conocer, esto es graficado con material de apoyo.

Y el programa *A las Puertas de la Noche*, el cual aborda un tema relacionado con la historia local, es un espacio conducido por un presentador y cuenta con la presencia de un especialista, que responde a las preguntas mientras se aclara todo lo relacionado con el hecho histórico. Actualmente, se encuentra en receso de transmisiones, desde hace un año, debido el exigente ritmo productivo que este conlleva.

Programa: A las Puertas de la Noche

Área: Educacional /Formativo

Duración: 12 min

Función: Informativa Histórico-cultural.

Destinatario: Público adulto

Canal de Transmisión: Gibaravisión

Horario de Transmisión: 18:30 a 18.57 pm

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

Objetivos: Dar a conocer aquellas historias herederas de la identidad local para su conservación como bien tangible e intangible de Gibara, abordando a sus principales protagonistas, su cultura y su patrimonio.

Contenidos: El programa se nutre de una serie de secciones las cuales alternan en cada edición, *Ars Longa* donde se presentan objetos del Museo de artes decorativas de la ciudad, grabada en el propio museo, *Memorias de un caminante*, en la cual proponen una crónica realizada por un periodista en la que se sienta y se perciba la mirada del otro, del no nacido en estas tierras, su impresión de Gibara y su gente y, finalmente, *Acordes*, un video musical caracterizado por su diversidad genérica y por su rigor estético.

Estructura: Programa grabado en exteriores, en un ambiente que de alguna manera se relacione con el tema abordado, se trabajarán temas históricos y culturales los cuales serán representados por actores no profesionales de la localidad. El programa cuenta, siempre que es posible, con un especialista en el tema. En caso de hacerse en estudio se graficará tanto con fotos, videos y otros soportes antiguos y de la actualidad del lugar o hecho.

Con respecto a la programación informativa, esta solo abarca el 10 por ciento de la parrilla del canal, que consta de tres espacios: el noticiero *Más que titulares*, con 12 min de duración los jueves y viernes, el noticiero *Más que titulares del sábado*, con 27 min de duración y el programa de opinión Francodebate, el cual se emite el último viernes de cada mes.

El noticiero “Más que titulares” -12 min de duración- da la posibilidad a las principales autoridades del municipio, a las de los diferentes organismos y organizaciones políticas y de masas, de tener un espacio para comunicarse con el pueblo, ante la necesidad de transmitir alguna información de urgencia o interés general, consta de secciones como “Miradas a la Red”, que aborda temas novedosos divulgados en la internet, como su nombre indica, y “Enfoques”, una sección de comentarios, en la voz de un periodista que trata de temas encaminados al rescate de valores.

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

El noticiero sabático “Más que titulares” tiene su primera salida al aire en noviembre del 2016. Sus características se muestran a través de la siguiente ficha técnica:

Programa: Más que titulares del sábado

Área: Departamento Informativo

Duración: 27 minutos

Función: Mantener actualizada a la población, del acontecer territorial a través de los diferentes géneros periodísticos, e influir en la solución de problemas de la comunidad.

Destinatario: Público general

Canal de Transmisión: Gibaravisión

Horario de Transmisión: sábado de 18.03 a 18.30

Objetivos: Informar a sus televidentes sobre los hechos de interés de la comunidad, así como representar la vida del gibareño y orientar e informar a la población sobre determinados temas de interés, jerarquizados por la dirección del Partido y del Gobierno en el municipio.

Contenidos: El programa se nutre de los diferentes trabajos periodísticos, los cuales abordan temas relacionados con las prioridades orientadas por la máxima dirección del Partido y de acuerdo al plan de coberturas que presenta el medio. Cuenta con varias secciones como el parte del tiempo, las culturales, los deportes, Ciencia y Vida, Resumen semanal de noticias, y Servicios aduaneros.

Estructura: Es un programa que se realiza en vivo, con una presentadora que conduce los diferentes segmentos del programa, los cuales incluyen secciones grabadas con anterioridad y, diferentes reportes informativos que ofrecen diversidad temática a cada emisión.

Dentro del noticiero, se abordan los temas históricos orientados en el Plan Anual de Coberturas, que posee la jefatura del departamento informativo, a través de la crónica

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

periodística, graficada esencialmente con imágenes fijas. Sin embargo, Alberto Mora, asesor del canal opina:

Yo creo que el periodismo cubano en cuanto a contenido tiene mucho más valor que en otros medios, porque en ocasiones he visto noticias que no tienen ningún valor, sin embargo, lo presentan enriquecido con el uso de grafismos y otras cuestiones del diseño de la comunicación visual que lo hacen atractivo para el espectador. En ese sentido aún tenemos mucho que ganar en nuestros medios televisivos. (Alberto Mora, asesor de Gibaravisión, Anexo 1a.)

Reynerio Reynaldo, editor de Gibaravisión considera importantísimo el uso de infografías en los espacios informativos. Ya que las tendencias en el mundo son las infografías, principalmente la infografía en 3D. Por ejemplo, Telesur utiliza al presentador en un set bastante amplio, donde aparecen infografías en 3D y mientras la cámara se mueve, esa infografía se mueve también. Lo que conlleva una tecnología de última generación, a la cual nosotros no tenemos acceso.

En el canal comunitario Gibaravisión se aplicaron encuestas y entrevistas para analizar y evaluar el comportamiento y el estado de opinión de acuerdo con el uso de la infografía en los espacios informativos. Los instrumentos arrojaron resultados significativos con relación a la infografía y a su utilización en el medio. La encuesta fue aplicada a cinco periodistas, cuya labor está relacionada con el uso de la infografía audiovisual. (Anexo 2)

De acuerdo con las encuestas aplicadas en el telecentro provincial, solo el 80 por ciento conoce el concepto de infografía, a pesar de la heterogeneidad de la muestra; pues al explicar qué entienden por infografía, aluden a la utilización de gráficos, catalogándolos como recursos, para complementar y facilitar la comprensión de los contenidos.

Argumentos valorados por el jefe del equipo de reporteros Alfredo Claro, quien cataloga la infografía como “el arte de utilizar la gráfica para abordar un tema, que de otro modo se dificulta su comprensión”.

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

Alberto Mora Reynaldo, asesor de Gibaravisión, cree que las infografías son “un elemento importantísimo, como parte de un todo dentro de un programa. Es un elemento de apoyatura, para que el televidente reciba de forma más directa y clara los contenidos que, nosotros como realizadores, queremos hacerle llegar”.

Fernando Ballester, periodista de Gibaravisión, considera que la infografía es útil para el periodismo, debido a que “la comunicación actual compite constantemente con un cúmulo considerable de información por disímiles vías, mientras más escuetos y accesibles sean los contenidos para el público receptor, más fácil será el proceso de decodificación”.

Con respecto al uso de las misma en el canal Gibaravisión, los resultados fueron algo contradictorios, teniendo en cuenta que el 100 por ciento la considera útil para el periodismo, pero ninguno de ellos la ha utilizado en sus trabajos. Pues el 20 por ciento piensa que su uso es bueno, otro 20 por ciento cree que es regular y el 60 por ciento restante, valora de insuficiente el empleo de la infografía audiovisual.

Mora expresó también: “En la parte relacionada con la gráfica, nosotros hemos estado casi improvisando en el telecentro. Creo que aún no hemos sabido aprovechar todas las potencialidades que los grafismos brindan para la comunicación audiovisual. Ya que, cuando evaluamos los programas, nos centramos en el tema, el punto de vista, pero dejamos, un poco de lado, el empleo de los grafismos.”

Yoselis Ramírez Hernández, directora de programas de televisión de Gibaravisión valoró de la siguiente manera el uso de la infografía en el telecentro:

El uso de la infografía en el telecentro es casi nulo, porque los editores que tenemos no están totalmente capacitados como para usar una infografía; eso lleva un tiempo de edición, un estudio, lleva un trabajo de fondo, no es utilizar gráficas por utilizar gráficas, es que deben ser bien usadas, además eso lleva una preparación que, hasta ahora, ninguno de nuestros editores la tiene. (Anexo 1b.)

En relación a las razones que inciden en su poco aprovechamiento, todos los periodistas encuestados coincidieron en que la principal dificultad es el tiempo de edición. Otro de

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

las dificultades presentes es con respecto a la tecnología, referente a los cual el 80 por ciento de los encuestados manifestó que no se cuenta con la tecnología adecuada. A lo que Reynerio Reynaldo, editor e ingeniero de transmisiones expresó:

Los principales problemas que presenta el canal están asociados a la iluminación en el set. Para realizar un buen programa, que tenga una buena infografía, se necesita un buen recortador, para que el recortador tenga calidad, tiene que haber buena iluminación, pero aquí no contamos con la iluminación necesaria para iluminar el recortador.

El suicher que tenemos, actualmente no es bueno recortando, quiere decir que para compensar eso es necesario que la iluminación sea excelente. Por lo que siempre dije que era mejor hacer el recortador en edición.

Estoy seguro que, con los programas nuevos, con las técnicas nuevas, principalmente con el Adobe Premier 2020, el 2019 es posible porque la iluminación no tiene que ser tan precisa para recortar; por lo cual puede ser viable con trabajo de edición.

Es cierto que estas problemáticas están presentes a la hora de realizar una infografía con recortador, pero esta no es la única vía de realizarlas. Existen *softwares* como *Adobe After Effects*, mediante el cual se pueden realizar infografías audiovisuales. Aunque programas como estos necesitan ciertos requerimientos técnicos, como una buena tarjeta de video, capacidad de memoria RAM y un buen disco duro, con los recursos existente en el medio podría ser viable el proceso de producción de los infográficos “ya que tenemos los requisitos técnicos necesarios, pero no los suficientes” acota Reynerio Reynaldo.

Yoselis Ramírez Hernández, directora de programas, considera que la principal dificultad que incide en uso de la infografía en el telecentro Gibaravisión es la falta de capacitación del personal involucrado. Con quien coinciden el 60 por ciento de los periodistas encuestados, pues creen que no conocen lo suficiente sobre infografía y, que no se cuenta con el personal capacitado para realizarlas. Además, piensan que no es una tendencia del periodismo televisivo cubano. (Anexo 1b.)

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

“Si sabemos que es un elemento que ya está probado desde el punto de vista psicológico, es importante que lo incorporemos en función de hacer más atractiva la información que queremos ofrecer, siempre y cuando no entorpezca el mensaje comunicativo”, manifestó Alberto Mora Reynaldo, asesor de Gibaravisión. (Anexo 1a.)

Por otra parte, el 40 por ciento de los encuestados opinó que no es interés de los periodistas y que, no se exige, por parte de los directivos del medio, la realización de infografías. Si bien las infografías son consideradas una tendencia del periodismo contemporáneo, éstas aún no se han incluido dentro de las cartas de estilo, ni manuales de los medios de prensa televisivos.

Según Irma Cáceres, periodista del Sistema Informativo por más de treinta años: “En el Sistema Informativo de la Televisión Cubana, en cuanto a diseño no hay nada escrito, específico que diga cómo vamos a usarlo (...) y como no está realmente establecido para cada programa, depende un poco de quien haga el programa y de cuál sea el programa” (citado por Aguilera, 2015 p.57)

A lo que Alberto Mora Reynaldo, asesor de Gibaravisión (Anexo 1a.) alude: “No creo que exista ningún documento que norme u oriente como debe ser el uso de los grafismos. Sí considero que todos los trabajadores asociados a la programación, deberían conocer al respecto, ya que la televisión no es un trabajo de una sola persona, sino de equipo”.

En relación con las ventajas que aporta la infografía al periodismo audiovisual, se pudo concluir al contrastar las entrevistas, a informantes claves, con las encuestas; todos señalan que es un recurso necesario para el periodismo audiovisual y valoran su utilidad, exponiendo los siguientes argumentos:

- Ha revolucionado la manera de presentar el audiovisual.
- Ofrece posibilidades para la puesta en escena de la agenda noticiosa, tanto desde el punto de vista comunicativo como el estético.
- Complementa el material periodístico audiovisual, ahorra tiempo en pantalla y permite crear y emitir parte del mensaje.

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

- Es un elemento de apoyatura para que el televidente reciba de forma más directa y clara los contenidos.
- Recurso idóneo para graficar y explicar acontecimientos históricos, para rellenar el vacío gráfico que puedan generar los hechos históricos y facilitar la comprensión del mensaje.

Respecto a la capacidad que tiene el telecentro Gibaravisión para la realización de una sección, en la cual se aborden temas de historia de la localidad, sustentado en infografías audiovisuales, Reynerio Reynaldo, editor e ingeniero de transmisiones, opinó:

Tenemos como inconveniente que los noticieros se realizan en vivo y no contamos con la tecnología para transmitir una infografía en vivo, se podría pensar en un noticiero editado, donde sí podría hacerse. Claro, resultaría más trabajo de edición y más personal capacitado para editar. Quizás se podría crear una plaza para que una persona se encargue del trabajo realización de infografías. Pero creo que sí se puede hacer, si se piensa adecuadamente. (Anexo 1c.)

Salvador Echavarría, director de programas de televisión de Telecristal (Anexo 1b.), considera que para lograr insertar, de forma adecuada, las infografías en la programación informativa de un canal, se tienen que tener en cuenta tres aspectos principales:

1. Quienes hagan infografías deben ser especialistas en esa materia. Con conocimientos del diseño de la comunicación visual.
2. Deben ser capaces de trabajar en equipo, porque el trabajo de televisión depende de la unificación de criterios, independientemente de cuál sea el área de cada uno de sus miembros.
3. Quienes hagan programación tengan en cuenta y respeten los criterios especializados de los diseñadores de infografías.

Yoselis Ramírez Hernández, directora de programas (Anexo 1b.) opina que: “la infografía es un vehículo que tienen, tanto el periodista como el editor, para que la información realmente quede en el televidente”.

Tras analizar los diferentes factores que influyen en el proceso de creación de infografías audiovisuales, así como las principales limitantes y/o dificultades que existen de acuerdo a las condiciones del telecentro Gibaravisión, se propone la creación de una sección, mediante la cual se pretende satisfacer la necesidad, existente en el telecentro municipal, de un espacio que aborde temas de la historia local, mediante infografías periodísticas audiovisuales.

2.2 Villa Gráfica: origen y caracterización de la sección

Más que titulares del sábado cuenta en su estructura con un grupo de secciones de gran variedad temática, como el parte del tiempo, las culturales, los deportes, Ciencia y Vida, Resumen semanal de noticias, y Servicios aduaneros, al cual, por decisión del medio, se le añaden los trabajos de género y de corte histórico, debido a que es el mayor en el tiempo de duración y se transmite los fines de semana, motivo por el cual sus realizadores buscan una diversidad temática refrescante e informativa.

Gibaravisión tiene como misión reflejar o representar la historia local, al ser un eje estratégico a nivel de país del Sistema Integral de Gestión de Contenidos del Instituto Cubano de Radio y Televisión, puesto en práctica a partir del 2019 y, como parte de la Estrategia de Comunicación de la Televisión en Holguín. Para dale solución a esta necesidad, dentro de la programación informativa del canal, se propone una nueva sección, para la cual se propone el nombre *Villa Gráfica*, como alusión al territorio y al empleo de recursos gráficos.

Esta sección concebida con un tiempo de duración de 2.30 minutos y una frecuencia quincenal, tiene como objetivo explicar hechos de la historia local, cuya incidencia esté aun presente en la actualidad, a través de infografías audiovisuales, supliendo así, la ausencia de imágenes y planos para graficar.

Villa Gráfica tiene como público meta a toda la población en general, siguiendo en línea con el perfil del programa donde se inserta, por lo cual su lenguaje es coloquial, fresco y directo, de manera tal que no dificulte la comprensión de la historia, teniendo en cuenta los diferentes rangos de edades que observan el noticiero.

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

En cada emisión se pretende analizar el tema en cuestión, de manera cronológica, abordando las causas de los mismos, el desarrollo, conflictos y su desenlace. La sección parte de una escaleta, que guía al realizador y, delimita cada uno de los bloques o secuencias.

La autora de la presente investigación propone analizar, cómo los elementos de la teoría se ponen en función de la realización de la sección, para lo cual se desarrolla el desmonte dramático del capítulo piloto.

La sección que se propone desmontar está relacionada con la construcción del ferrocarril Gibara-Holguín, la cual aún no tiene fecha de emisión. Se decide tratar esta temática porque, precisamente, a la entrada de Gibara se encuentra el túnel del Ferrocarril, conocido popularmente como “El túnel de Gibara”, el cual es un símbolo constructivo de la localidad y fue la obra ingeniera más importante de Holguín hasta 1983.

Además de ser el tercer ferrocarril de Cuba, este estuvo asociado a importantes sucesos de la historia local, como combates en la Guerra del '95 y al desarrollo económico del pueblo, hasta perder su vitalidad como medio de transporte principal, hechos a los que se le da continuidad en diferentes emisiones de Villa Gráfica. Pese a los valores históricos-culturales que posee, este tópico ha sido poco tratado por el medio audiovisual.

La novedad radica fundamentalmente en que la arista del tema, que presenta la sección Villa Gráfica, no se ha explicado en los espacios informativos del canal comunitario, así como el tratamiento de la información, al ser a través de infografías, ya de por sí, pudiera ser novedoso para la realidad gibareña y cubana.

Para la realización de esta sección se utilizó como software principal *Adobe Premier Pro CC 2020*, herramienta con la que se editan los trabajos periodísticos, programas y la programación de cambio del canal. Además, de otros softwares complementarios para el procesamiento de las fotos y la realización de algunas animaciones como *Adobe Photoshop CC 2020* y *Adobe After Effects CC 2019*.

Para la realización de la sección, se tuvo en cuenta el algoritmo del proceso de diseño propuesto por el profesor, Msc. Adrián Fernández Cuba, de la Universidad de Holguín, el cual se fundamenta en la metodología de Jorge Frascara (2000), donde se plantean cuatro etapas en el proceso productivo:

1. CONCEPTUALIZACIÓN

- Investigación profusa. Triangulación de fuentes
- Crear un boceto o guía general

2. DOCUMENTACIÓN

- Recopilar todo el material existente. Fotografías, ilustraciones, mapas, esquemas, etc.

3. NARRACIÓN

- Estructurar la narración
- Desarrollar soluciones que faciliten el análisis e interpretación

4. EVALUACIÓN

- Verificar su funcionalidad

Partiendo de este algoritmo del proceso de diseño, durante la primera etapa de *Conceptualización* se verificaron diversas fuentes documentales y no documentales, con el fin de triangular la información necesaria, entre las que se encuentran:

- Fernández Perdomo, Elda (1987): “El ferrocarril de Gibara a Holguín”, Comisión Provincial de Monumentos, Holguín
- Entrevistas a Enrique Doimiadios, Historiador de Gibara y a Frank Cuesta, miembro de la Asociación de Historiadores de la Localidad de Gibara.
- Se consultó la emisión del programa *A las Puertas de la Noches*, en la que se abordó la temática del ferrocarril.

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

Una vez obtenida toda la información, fue necesario jerarquizarla y organizarla por módulos de contenidos, para poder hacer una redacción más adecuada, definir qué tipo de infografía es más funcional para cada tipo de datos y, darle respuesta a un grupo de preguntas necesarias para contar la historia.

Este capítulo de la sección cuenta con cinco presentaciones en cámara, las cuáles introducen la respuesta a las siguientes cuestiones:

1. ¿Cuál fue el motivo por el cual se debía construir un ferrocarril?
2. ¿Por qué fue postergado el inicio de la construcción?
3. ¿Cuándo se retoma y comienza la idea de construcción?
4. ¿Cómo se excava el túnel y se construye el puente de hierro?
5. Terminación de la vía ferroviaria y primer viaje del tren

Siguiendo con el algoritmo se desarrolla un *story-board*, donde se propone qué diagrama utilizar, así como se delimitan las escenas de la infografía y, por consiguiente, los planos y recursos gráficos que las componen, los cuales serán explicados en la etapa de *Narración*.

Durante la *Documentación* se efectuó una búsqueda exhaustiva de materiales fotográficos, mediante la cual se obtuvieron fotos del tren, el túnel, el puente de hierro y las estaciones ferroviarias de Gibara y Holguín, así como un mapa, en el que se muestra la ubicación de la línea férrea y otros elementos relacionado con el ferrocarril.

En la tercera etapa del proceso de diseño se estructuró la *Narración*, donde se crearon las soluciones visuales, teniendo en cuenta los elementos de la psicología cognitiva, la semiótica y la percepción, expuestos en el capítulo anterior de este informe, cuyas soluciones finales se explican a continuación.

Se selecciona el nombre Villa Gráfica, precisamente porque Gibara era denominada *Villa* en la época Colonial, lo cual sugiere la parte histórica y *Gráfica*, porque la sección pretende utilizar la infografía audiovisual, como elemento principal para graficar las temáticas históricas que aborde.

Para Villa Gráfica se crea un identificador visual, que integra la pauta de identidad del programa y, del propio canal Gibaravisión. En la palabra Villa se incluye un vitral, ya que este es un elemento distintivo de la arquitectura de la Gibara colonial, el cual posee los colores del logo del telecentro, manteniendo una unidad visual. En la parte inferior del vocablo Gráfica, se encuentra una línea del tiempo, la cual simboliza el orden cronológico de la historia y, ratifica el uso de gráficos. En la FIG. 4 se pueden apreciar estos elementos.



FIG. 4 Identificador visual de la sección Villa Gráfica

La sección posee una unidad discursiva y cada pantalla está interrelacionada, tanto con la que le antecede como con la siguiente, y a su vez, con la identidad del programa *Más que titulares del sábado*, para evitar rupturas en el discurso visual.

La infografía presenta como diagrama principal un mapa, que comprende el territorio de Gibara a Holguín, por lo cual, según cuatro grandes utilidades infográficas planteadas por Valero (2008), este es un diagrama ubicativo¹. En el mismo, se van localizando los tramos de vías y las estaciones ferroviarias edificadas.

¹ Según Valero (2008 p.633-634) hay cuatro grandes utilidades infográficas: comparativas, documentales, escénicas y ubicativas. A las que se hacen referencia en el epígrafe 1.4 El periodismo histórico y la infografía, p.32

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

Debido a la ausencia de imágenes de la construcción del ferrocarril, resulta necesario representar las distintas etapas del proceso constructivo a través de iconemas e íconos, por ejemplo, cada vez que se concluye un tramo de la vía férrea, la línea avanza hasta el lugar terminado, así hasta completar el primer viaje.

La interrupción de la Guerra de los Diez Años se representa con un fragmento de un combate mambí, ubicado sobre el propio mapa, en el lugar donde se construiría el ferrocarril. La infografía es complementada con el uso de fotografías de la época, que muestran la locomotora del tren, el túnel y el puente.

El túnel y el puente se tratan de forma particular, por las especificidades de cada uno y sus peculiaridades durante el proceso constructivo del ferrocarril, al constituir puntos de giro en la historia. Con respecto al tramo del puente, se realizó una animación del tren pasando por el puente, utilizando como referencia una foto antigua del mismo.

Según el tipo de montaje, posee una estructura vertical, compuesta por cuatro escenas. Una primera en la que se aborda desde la idea y aprobación del proyecto de construcción, hasta el inicio de la Guerra de los Diez Años, motivo por el cual fue detenida la obra. La segunda escena retoma el inicio de la construcción, hasta la terminación del primer tramo de línea férrea. La tercera escena trata los desafíos de ingeniería, que enfrentaron los obreros: la construcción del túnel, del puente de hierro que une las dos orillas del río Cacoyugüín y, la terminación de los tramos de la vía. La cuarta escena se refiere la construcción de las cuatro estaciones ferroviarias y, finalmente, la despedida.

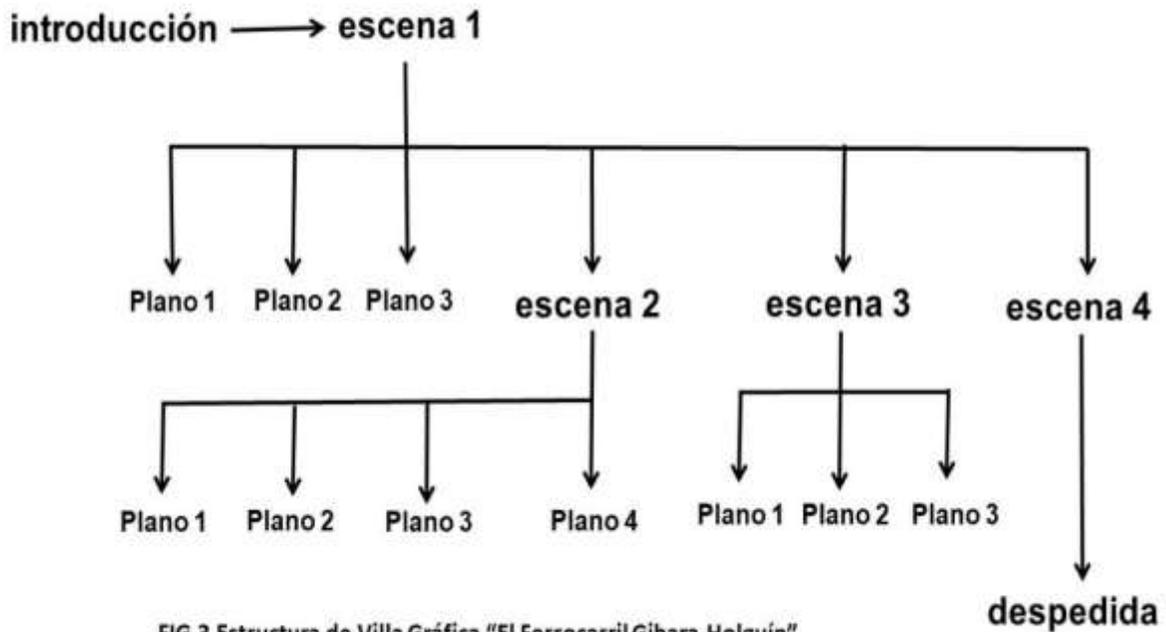


FIG.3 Estructura de Villa Gráfica "El Ferrocarril Gibara-Holguín"

La selección del color está, fundamentalmente, asociada a la identidad visual del noticiero, con predominio del azul (R: 19, G:77, B:115), así como con el rojo de la marca Gibaravisión (R: 236, G:27, B:33), el verde (R: 1, G: 106, B: 14) y el blanco (R: 255, G: 255, B: 255) y de ahí sus variaciones en cuanto a saturación y luminosidad, en correspondencia a las variables infográficas a representar.

La tipografía es un elemento indispensable para la infografía en el audiovisual, ya que contiene el grueso de la información. En el caso de Villa Gráfica se utilizan tipografías Sans Serif² como la Franklin Gothic Medium, en todas sus variantes, la cual es reconocida por su alta legibilidad en todos los soportes y, a diferentes puntajes intencionados, para hacer énfasis en ciertos datos. El color de la tipografía se basa en altos contrastes texto-fondo, en aras de facilitar la legibilidad de la información presentada, en esta sección se utiliza el blanco, en correspondencia con la saturación y luminosidad del color de fondo.

² Que no contiene ornamentos en el cuerpo de la tipografía.

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

La sección es presentada y conducida por un locutor en cámara, que aparece indistintamente en pantalla, utilizando la voz humana con una función informativa-narrativa, que complementa el discurso infográfico, al aportar más información; a través de la cual se marca el énfasis y la curva de interés, mediante los cambios de entonación y la realización de varias preguntas retóricas.

Los efectos sonoros empleados son extradiegéticos, que de igual forma contribuyen a la representación de realidades y, funcionan como elementos gramaticales enfáticos, que contribuyen a la dramaturgia de la sección. Por ejemplo, la utilización del sonido del tren en movimiento, a medida que avanza la vía férrea, para explicar la idea de construcción; de igual forma, ocurre con la excavación del túnel, en el cual se escuchan sonidos de picos, barretas y explosivos, también sucede cuando se hace referencia a la Guerra de los Diez años, donde los efectos sonoros subrayan ciertos datos de la voz, así el sonido ayuda a la comprensión de los contenidos.

La curva de interés se trabaja mediante varios recursos. Además, con las distintas animaciones, se pretende focalizar la atención del espectador en todo momento; se pretende que el espectador siga cada uno de los movimientos y, al mismo tiempo, se le brinda información.

Los contenidos son ubicados en diferentes posiciones dentro de la composición, con la intención de darle más peso visual a ciertos datos, así como ligereza visual a otros. La curva de interés alcanza puntos máximos, cuando se enfatizan, con preguntas retóricas, los giros temáticos de la historia.

El algoritmo del proceso de diseño se concluye con la etapa de *Evaluación*, en la cual se verifica la funcionalidad comunicativa del producto terminado en su conjunto, haciendo mayor énfasis en la claridad discursiva, tanto del discurso verbal como el visual, para que ningún elemento entorpezca el mensaje.

En esta etapa se efectuó un grupo de discusión (Anexo 4) con cinco de los principales realizadores del noticiero *Más que titulares* del sábado, en el cual se debatieron elementos como la unidad discursiva entre el texto y los recursos gráficos; se valoró la comprensión y la funcionalidad comunicativa de la sección; la unidad entre la identidad

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

visual de Villa Gráfica y el noticiero *Más que titulares del sábado*; así como los aspectos positivos, negativos e interesantes de este apartado.

En la dinámica se obtuvo un promedio de 98 por ciento de confirmación, entre la unidad discursiva del texto y los recursos gráficos, además del poder de síntesis que brinda la infografía para abordar temas históricos, respecto a lo cual, se valora muy bien, por el hecho de concentrar, en tan poco tiempo, tanta información, incluso para todo tipo de público.

En relación a la funcionalidad comunicativa, el 22 por ciento de los participantes consideran que la despedida fue muy rápida, la cual rompía abruptamente con la dramaturgia de la sección. Mientras el 78 por ciento restante consideró que la información estuvo muy bien seleccionada, posibilitando una correcta asimilación, y comprensión para todo tipo de público.

También se valoró el uso de los recursos sonoros, el 26 por ciento de los criterios sostiene que se deben explotar más, en función de ganar en realización y riqueza sonora ambiental. Estas sugerencias fueron aplicadas, en la edición final del capítulo objeto de análisis.

En la dinámica se concluyó que la selección de la información, los puntos de giro y el tiempo de duración influyen al no deja caer la curva de interés, lo cual favorece el acercamiento del espectador y, lo motiva a indagar más sobre el tema.

El 100 por ciento de los participantes coinciden en que existe unidad entre la identidad visual de *Villa Gráfica* y el noticiero *Más que titulares del sábado*, a través de elementos como el empleo del color azul, el principal del noticiero; la utilización de los colores identificativos del canal; la coherencia entre las transiciones, que incluyen la misma caracterización sonora.

Todos concluyen que el uso de la infografía, para abordar temas históricos, resulta interesante y positivo. En tanto, tres de los participantes, consideran que la edición es el principal factor negativo que enfrentan, pero que el mismo se puede solucionar, mediante

Capítulo 2. La infografía y el periodismo histórico en el canal Gibaravisión

reajustes de la rutina productiva y, a través de la frecuencia de emisión, para ganar en tiempo de realización.

La totalidad de los participantes, en el grupo de discusión, concluye que la sección satisface la necesidad de un espacio para abordar la historia local, pues para un canal de televisión comunitaria, llevar temas históricos es muy bueno y, más ahora, que no hay ningún programa en parrilla, sobre todo a través de los recursos infográficos, porque, además de potenciar la motivación del espectador, pueden funcionar como gancho para el propio programa.

Esta sección es una muestra de cómo se pueden lograr productos comunicativos creativos, novedosos e interesantes para el público, sacando provecho a las potencialidades del medio audiovisual, pese a los limitados recursos tecnológicos; dándole solución a una problemática existente en el canal, lo cual demuestra la necesidad de potenciar, aún más, la preparación de su colectivo realizador.

Conclusiones

Tras evaluar las posibilidades de la infografía para abordar temáticas históricas y su funcionalidad en el periodismo, la autora plantea las siguientes conclusiones:

1. Los recursos gráficos han estado presentes desde los orígenes de la humanidad, para contar historias, gracias a lo cual hoy conocemos acerca de las antiguas civilizaciones, de temas históricos como la Guerra del Golfo, la explosión del Maine y la Guerra de las Malvinas, por mencionar algunos ejemplos.
2. La infografía audiovisual, utilizada tanto como género o recurso, satisface la ausencia de planos en trabajos históricos y facilita la comprensión y narración de los hechos.
3. A pesar de reconocer su función y utilidad, los periodistas de Gibaravisión, utilizan escasamente la infografía en sus trabajos periodísticos audiovisuales, debido, fundamentalmente, a las limitaciones con el tiempo de edición y a las propias ideologías profesionales.
4. La sección *Villa Gráfica*, para el noticiero *Más que Titulares del sábado*, demuestra que, pese a las limitantes, es posible realizar un trabajo infográfico en el canal, lo cual indica que los periodistas del telecentro pudieran explotar mejor este recurso, si se crean las condiciones técnicas y de capacitación.

Recomendaciones

- Aplicar los resultados de la investigación en el canal Gibaravisión, así como la inclusión de la sección dentro del programa *Más que titulares del sábado*.
- Establecer planes de capacitación o talleres, tanto para periodistas como editores de Gibaravisión, en aras de potenciar la utilización de la infografía audiovisual en los espacios informativos.
- Continuar investigando sobre la infografía audiovisual, pues aún existen muchas aristas del tema por tratar, tanto en los medios nacionales como en los provinciales y comunitarios.

Bibliografía

- Aguilar, J. L. (2011). *Diseño Diseñar diseñando: teorías, estrategias y procedimientos básicos*. La Habana: Letras Cubanas.
- Arévalo, G. (2009). *La infografía interactiva. Un género por desarrollar*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5791662>
- Borrás, L., & Caritá, M. A. (2013). *Infototal, inforrelato e infopincel. Nuevas categorías que caracterizan la infografía como estructura informativa*. Obtenido de Cuadernos Artesanos de Comunicación: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwixktWtio7qAhUyhuAKHfBuCBwQFjAAegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.cuadernosartesanos.org%2Fcac44.pdf&usg=AOvVaw3CHDHDvMp3uBXqCRfy3c3k>
- Bourdieu, P. (1996). *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Bucher, F. (2007). *Televisión (un discurso)*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3015860>
- Cabrera, M. Á., & López, S. G. (2008). *El periodismo gráfico desde una perspectiva semiótica: información, interpretación y opinión en la representación estadística de la actualidad*. Obtenido de Textual Visual Media. Revista de la Sociedad Española de Periodística: <http://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/6>
- Cabrisses, R. R. (2011). Infografía audiovisual: de la imagen al espacio. En *Estudios sobre el mensaje periodístico. Vol. 17, núm. 2* (págs. 569-579). Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Cairo, A. (2004). Alberto Cairo: Gráficos Interactivos. (E. Manchón, Entrevistador)
- Cairo, A. (2008). *Infografía 2.0 Visualización Interactiva de Información en prensa*. Madrid: Alamut.

- Cairo, A. (2011). *El arte funcional. Infografía y visualización de información*. Obtenido de Books google: https://books.google.com.cu/books/about/El_arte_funcional.html?id=KGF_tQAA CAAJ&redir_esc=y
- Cairo, A. (2012). *Forms and Functions: Visualization as a Technology*. Obtenido de Oreilly: <https://www.oreilly.com/library/view/the-functional-art/9780133041187/ch02.html>
- Cairo, A. (2013). *FunctionalArt Intro Chapter1*. Obtenido de Scribd: <https://es.scribd.com/document/174914579/FunctionalArt-Intro-Chapter1>
- Cairo, A. (2013). *The Functional Art: An introduction to information graphics and visualization*. Obtenido de Books Google: https://books.google.com.cu/books?id=xwjhh6Wu-VUC&pg=PT313&lpg=PT313&dq=Thematic+Maps+Statistics+and+Cartography+Meet+alberto+cairo&source=bl&ots=nMAlImMO0c&sig=ACfU3U2vBQ6yWS500ILjawbktIE_QT4k5A&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiwsoeOv5DqAhUCRTABHZIZA_4Q6AEwAHoECAo
- Coello, J. M. (1991). *Tendencias en comunicación periodística visual*. Obtenido de Memorias digital de Canarias: <https://mdc.ulpgc.es/cdm/ref/collection/rldcs/id/292>
- Coello, J. M. (2013). *Siempre ha habido infografía*. Obtenido de Cuadernos Artesanos de Comunicación: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwixktWtio7qAhUyhuAKHfBuCBwQFjAAegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.cuadernosartesanos.org%2Fcac44.pdf&usg=AOvVaw3CHDHDvMp3uBXqCRfy3c3k>
- Colle, R. (2004). *Infografía: Tipologías*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81975801>
- Colle, R. (2013). *Estilos o tipos de infógrafos*. Obtenido de Cuadernos Artesanos de Comunicación :

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwixktWtio7qAhUyhuAKHfBuCBwQFjAAegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.cuadernosartesanos.org%2Fcac44.pdf&usg=AOvVaw3CHDHDvMp3uBXqCRfy3c3k>

Díez, F. F., & Abadía, J. M. (2015). *Manual básico del lenguaje y narrativa audiovisual*. Obtenido de Sixtoon Files: <https://sixtoon.files.wordpress.com/2015/04/manual-basico-de-narrativa-y-lenguaje-audiovisual.pdf>

Díez, S. Z. (2004). *Pensar la Imagen*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/25016_82687.pdf

Duenes, S., & G.V, X. (2012). All the Infographics That Are Fit to Print. (A. Cairo, Entrevistador) Obtenido de <https://www.oreilly.com/library/view/the-functional-art/9780133041187/ch12.html>

Eiroa, M. (2014). *Historia y Periodismo: interrelaciones entre disciplinas*. Obtenido de Historia Y Comunicación Social: https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.44955

Felici, J. M., & Roselló, R. A. (2015). *Diccionario de conceptos y términos audiovisuales*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/307995336_Diccionario_de_conceptos_y_terminos_audiovisuales

Ferreres, G. (2009). *Infografía periodística 1995*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/tintachina/infografia-periodistica-1995>

Franquesa, A. F., & Fontanills, D. G. (2013). *Infografía*. España: Universitat Oberta de Catalunya. Obtenido de https://docplayer.es/66996911-Infografia-alba-ferrer-franquesa-david-gomez-fontanills-pid_.html

González, D. G. (2014). *Los infográficos periodísticos como género informativo*. Obtenido de Historia y Comunicación Social: <https://core.ac.uk/download/pdf/38816807.pdf>

- Gorton, K. (2009). *Media Audiences: Television, Meaning and Emotion*. Edinburgh: Edinburgh University Press. Obtenido de https://books.google.com.cu/books/about/Media_Audiences.html?id=UWEMD13YmIMC&redir_esc=y
- Gracia-Avilés, J. a. (2007). *Las nuevas tecnologías en el periodismo audiovisual*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/28152463_Las_Nuevas_Tecnologias_en_el_periodismo_audiovisual
- Graells, P. M. (1995). *El lenguaje audiovisual*. Obtenido de Multigestor Windows: https://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf
- Grimwade, J. (2012). The Infographics Gentleman. (A. Cairo, Entrevistador) Obtenido de <https://knightcenter.utexas.edu/mooc/InterviewWithJohnGrimwade.pdf>
- Herrera, I. (s.f.). *La Historia de la Infografía* . Obtenido de Camaleo: <https://es.calameo.com/read/00555589890fee5cd992e>
- Leturia, E. (1998). *¿Qué es infografía?* Obtenido de Cuadernos Artesanos de Comunicación: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwixktWtio7qAhUyhuAKHfBuCBwQFjAAegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.cuadernosartesanos.org%2Fcac44.pdf&usg=AOvVaw3CHDHDvMp3uBXqCRfy3c3k>
- Marchi, C. (1999). *Brasil: periodismo e investigación histórica*. Obtenido de Chasqui, Revista latinoamericana de Comunicación: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/537>
- Marita Otero López, X. L. (2012). *Diseño y visualización de la información. Caracterización del mensaje infográfico en los diarios españoles*. Recuperado el diciembre de 7 de 2018, de ZER - Revista de Estudios de Comunicación: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/10623>

Méndez, G. M. (2013). *Visiones para un nuevo género. Acercamiento a los rasgos que tipifican el uso de la infografía como recurso del periodismo hipermedial en The New York Times y lainformacion.com*. La Habana: Universidad de La Habana.

Minervini, M. A. (2005). *La infografía, como recurso didáctico*. Obtenido de Cuadernos Artesanos de Comunicación : <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwixktWtio7qAhUyhuAKHfBuCBwQFjAAegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.cuadernosartesanos.org%2Fcac44.pdf&usg=AOvVaw3CHDHDvMp3uBXqCRfy3c3k>

Morris, C., Smith, L., & Pecanha, S. (2005). *The Dallas Morning News. Graphics Stylebook*. Obtenido de Docplayer: <https://docplayer.net/7371600-The-dallas-morning-news-graphics-stylebook.html>

Ochoa, B. E. (2009). *La infografía digital, una nueva forma de comunicación*. Obtenido de Gabinete Comunicación y Educación: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjxqPL5jl7qAhWtm-AKHeThBYQQFjAAegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.gabinetecomunicacionyeducacion.com%2Fsites%2Fdefault%2Ffiles%2Ffield%2Fadjuntos%2Fla_infografia_digital_un

Ochoa, B. E. (2010). *Tipologías y posibilidades educativas de la infografía digital*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4152801>

Pablos, J. M. (1998). *Siempre ha habido infografía*. Obtenido de Cuadernos Artesanos de Comunicación : <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwixktWtio7qAhUyhuAKHfBuCBwQFjAAegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.cuadernosartesanos.org%2Fcac44.pdf&usg=AOvVaw3CHDHDvMp3uBXqCRfy3c3k>

- Panofsky, E. (2019). *Estudios sobre iconología*. Obtenido de Academia: https://www.academia.edu/38841929/Estudios_sobre_iconologia_-_Erwin_Panofsky
- Paola Hassel Torres Paniagua, H. A. (2019). *La infografía en los procesos educativos*. Obtenido de Escuelas Superiores de Formación de Maestras y Maestros : http://unefco.minedu.gob.bo/app/dgfmPortal/pro_vocaciones/art_ver/MTA1NTI=
- Peltzer, G., & Sánchez, J. F. (s.f.). *Información Periodística visual: las grandes redes mundiales de distribución de infográficos*. Obtenido de Docplayer: <https://docplayer.es/11941837-Informacion-periodistica-visual-las-grandes-redes-mundiales-de-distribucion-de-infograficos.html>
- Perea, I. J. (2015). *Infografía: ¿Dónde está el conocimiento que se perdió?* Obtenido de [Communication Paper:](http://ojs.udg.edu/index.php/CommunicationPapers/article/view/246/IgnacioAlcalde) <http://ojs.udg.edu/index.php/CommunicationPapers/article/view/246/IgnacioAlcalde>
- Pericot, J. (2005). *La imagen gráfica: Del significado implícito al sentido inferido*. Obtenido de [ResearchGate:](https://www.researchgate.net/publication/28136070_La_imagen_grafica_Del_significado_implicito_al_sentido_inferido) https://www.researchgate.net/publication/28136070_La_imagen_grafica_Del_significado_implicito_al_sentido_inferido
- Pinto, J. C. (2017). *Estudio sobre la infografía en el ciberperiodismo portugués*. Obtenido de [Revista Estudios de Jornalismo:](https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/43467/1/ESTUDOS%20DE%20JORNALISMO%202016.pdf) <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/43467/1/ESTUDOS%20DE%20JORNALISMO%202016.pdf>
- Povedano, M. A., & Mañes, Á. D. (2014). *El periodismo histórico: Teoría y Técnica de su uso en la prensa española*. Obtenido de Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744531001>
- Prats, J. F. (2006). *La competencia en comunicación audiovisual: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3912590>

- Ramo, J. L., & Vozmediano, M. M. (2018). *Construcción comunicativa del reportaje infográfico online de calidad. Elementos constitutivos*. Recuperado el 7 de diciembre de 2018, de El profesional de la información: http://www.researchgate.net-publication/324227509_Construccion_comunicativa_del_reportaje_infografico_online_de_calidad_Elementos_constitutivos
- Ranera, G. H. (2013). *Infografía, espectáculo e información*. Obtenido de Cuadernos Artesanos de Comunicación : <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwixktWtio7qAhUyhuAKHfBuCBwQFjAAegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.cuadernosartesanos.org%2Fcac44.pdf&usg=AOvVaw3CHDHDvMp3uBXqCRfy3c3k>
- Rodríguez, C. D. (2014). *“Propuesta de Manual para el estudio de la Infografía en las carreras de Periodismo y Comunicación Social”*. Santa Clara: Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
- Sancho, J. L. (2000). *La infografía de prensa*. Recuperado el 15 de octubre de 2018, de Revista Latina de Comunicación Social: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000qjn/99valero.htm>
- Sancho, J. L. (2004). *El grafismo en la información televisiva*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1302001>
- Sancho, J. L. (2008). *La infografía digital en el ciberperiodismo*. Obtenido de Revista Latina de Comunicación Social: http://www.ull.es/publicaciones/latina/08/42_799_65_Bellaterra/Jose_Luis_Valero.html.
- Sancho, J. L. (2008). *Tipología del grafismo informativo*. Obtenido de Estudios sobre el Mensaje Periodístico: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110631A>

Sancho, J. L. (2009). *Clasificación del grafismo de contenido en los informativos de televisión*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/254483747_Clasificacion_del_grafismo_de_contenido_en_los_informativos_de_television

Sancho, J. L. (2010). *La comunicación de contenidos en la infografía digital*. Obtenido de Estudios sobre el Mensaje Periodístico: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP1010110469A>

Sancho, J. L. (2010). *La infografía periodística y documental impresa*. Obtenido de Portal Comunicación.com: <https://incom.uab.cat/portacom/la-infografia-periodistica-y-documental-impresa/?lang=es>

Sancho, J. L. (2018). *Nuevas narrativas visuales*. Obtenido de Cuadernos Artesanos de Comunicación: www.cuadernosartesanos.org/#150

Sojo, C. A. (2002). *Periodismo Iconográfico (y XI): ¿Es la infografía un género periodístico?* Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/26533948_Periodismo_Iconografico_y_XI_Es_la_infografia_un_genero_periodistico

Sojo, C. A. (2013). *¿Es la infografía un género periodístico?* Obtenido de Cuadernos Artesanos de Comunicación : <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwixktWtio7qAhUyhuAKHfBuCBwQFjAAegQIAxAB&url=http%3A%2F%2Fwww.cuadernosartesanos.org%2Fcac44.pdf&usg=AOvVaw3CHDHDvMp3uBXqCRfy3c3k>

SOPCOM, C. d. (2017). *Ensino, práticas e experiências no jornalismo*. Obtenido de Revista Estudos de Jornalismo : <http://www.revistaej.sopcom.pt/edicao/139>

Stephanou, L. N. (2008). *La Autonomía de la Infografía*. Obtenido de Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=2251

Vega, J. J. (2016). *Infografía, Bloque Especializado*. Obtenido de Docplayer: <https://docplayer.es/8499956-Infografia-bloque-especializado-compiler-lic-juan-jose-manjarrez-de-la-vega-licenciatura-en-diseno-grafico.html>

Vintimilla, O., & Santos, H. P. (2018). *Infografía animada: una nueva vía educacional*. Obtenido de Dspace de la Universidad del Azuay: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/7903>

ANEXOS

Anexo 1

Guía para entrevista a informantes claves

a. Asesores

1. Alberto Mora Reynaldo, arquitecto y asesor del canal Gibaravisión.
 - ¿Qué entiende usted por infografía?
 - ¿Cuáles son los grafismos que se emplean en los programas del telecentro?
 - ¿Qué importancia le confieres al uso de los grafismos al periodismo histórico, pero sobre todo a la historia de la localidad?
 - ¿Conoce si existe en el telecentro algún documento que rijan el uso de los grafismos?
 - ¿Cuáles son las ventajas que le confieres al uso de la infografía en los informativos televisivos?
 - ¿Cómo valoras el uso de los grafismos en los informativos televisivos nacionales?

b. Directores De Programas

1. Yoselis Ramírez Hernández, director de programas de Gibaravisión
2. Siria María Díaz Verdecía, director de programas de Gibaravisión
3. Salvador Echavarría Garcel, director de programas de televisión de Telecristal
 - ¿Qué entiendes por infografía?
 - ¿Consideras que en el telecentro Gibaravisión se utiliza la infografía?
 - ¿Por qué consideras importante el uso de la infografía en los informativos?
 - ¿Cómo valoras el uso de la infografía en el periodismo contemporáneo cubano?
 - ¿Cuál crees que es la principal dificultad que incide en uso de la infografía en el telecentro Gibaravisión?



- ¿Qué recomienda para lograr insertar de forma adecuada las infografías en la programación informativa del canal?
- ¿Qué importancia le confieres al uso de los grafismos al periodismo histórico?

c. Editor

1. Reynerio Reynaldo, editor e ingeniero de transmisiones del telecentro Gibaravisión.
 - ¿Cuáles son las principales dificultades que imposibilita realizar infografías audiovisuales en el canal Gibaravisión?
 - No todas las infografías audiovisuales se realizan con recortador, algunas se realizan completamente en edición a través de *Adobe After Effects*. ¿Por qué no se realizan infografías con este programa en el canal?
 - ¿Cómo valoras el uso de los grafismos en el informativo del sábado?
 - Teniendo en cuenta la tecnología con que cuenta el telecentro, ¿qué acciones se pueden realizar para incrementar el uso de los grafismos en el informativo?

d. Periodistas

1. Marel González, periodistas del telecentro provincial Telecristal
 - ¿Qué entiende por infografía audiovisual?
 - ¿Qué ventajas considera que tiene la infografía para el periodismo audiovisual?
 - ¿Cómo la ha empleado en sus productos periodísticos?
 - A su consideración, ¿Cuáles son las principales dificultades para la realización de infografías en los informativos?
 - ¿Qué opina acerca del uso de la infografía en el periodismo histórico?
 - ¿Cree viable la creación de una sección que aborde temas de historia local a través de la infografía audiovisual?



Anexo 2

Encuesta para periodistas del canal Gibaravisión

La carrera de Periodismo realiza una investigación relacionada con el empleo de la infografía periodística en la televisión y su aplicación al periodismo histórico. Sus opiniones son de gran utilidad para el desarrollo de la misma, por lo que agradecemos de antemano su significativa colaboración.

Especialidad: _____

Año de graduación: _____

Tiempo en el medio: _____

1. ¿Qué entiende usted por infografía?

2. ¿Considera que la infografía es útil para el periodismo?

_____ si _____ no

Argummente su respuesta



3.- ¿Cómo considera usted que puede ser utilizada?

_____ recurso informativo _____ género periodístico _____ otros

¿Por qué?

5.- ¿Qué temas pudieran ser abordados en el periodismo histórico a través de infografías?

6.- ¿Cómo valora usted el empleo de la infografía en el canal Gibaravisión?

_____ muy bueno _____ bueno _____ regular _____ insuficiente

7- Enumere las razones que inciden en su poco aprovechamiento:

_____ no se cuenta con la tecnología adecuada

_____ no se cuenta con el personal capacitado

_____ poco tiempo para la edición

_____ no conozco suficiente sobre infografía

_____ no es interés del periodista

_____ no se le exige por parte de los directivos del informativo

_____ no es una tendencia en el periodismo televisivo cubano

_____ Otras. ¿Cuáles? _____



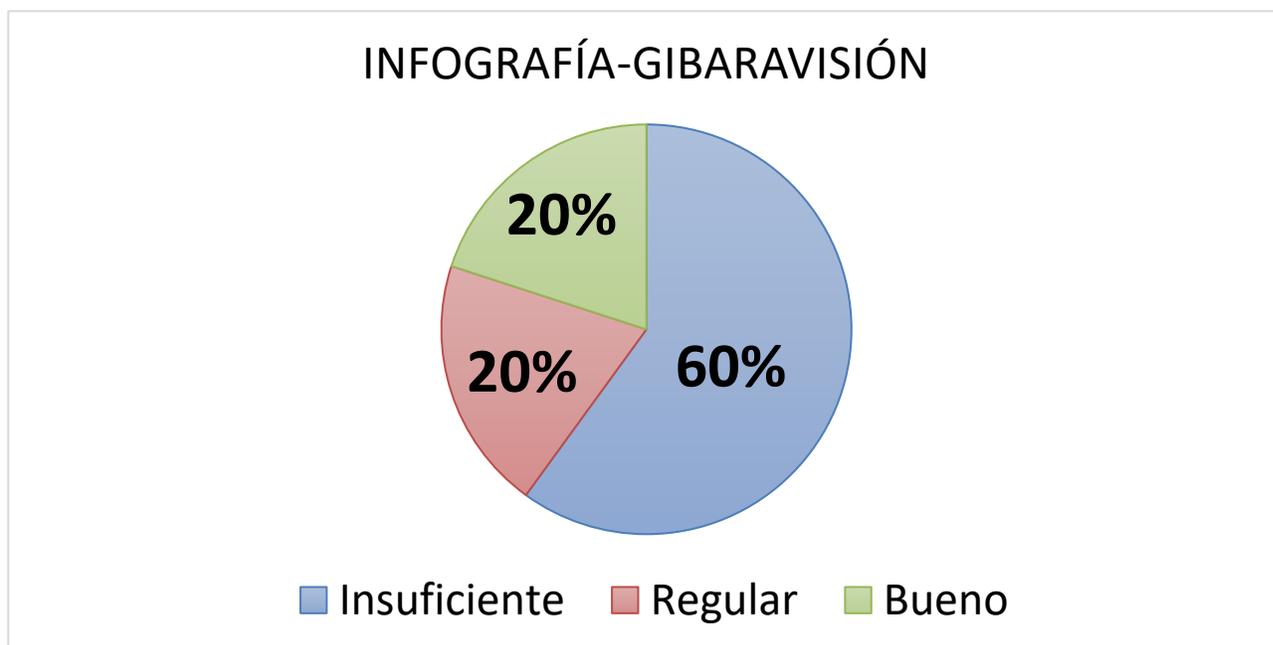
8- ¿Qué recomendaciones haría para potenciar el empleo de la infografía en el canal Gibaravisión?

Anexo 3. Resultados de la encuesta

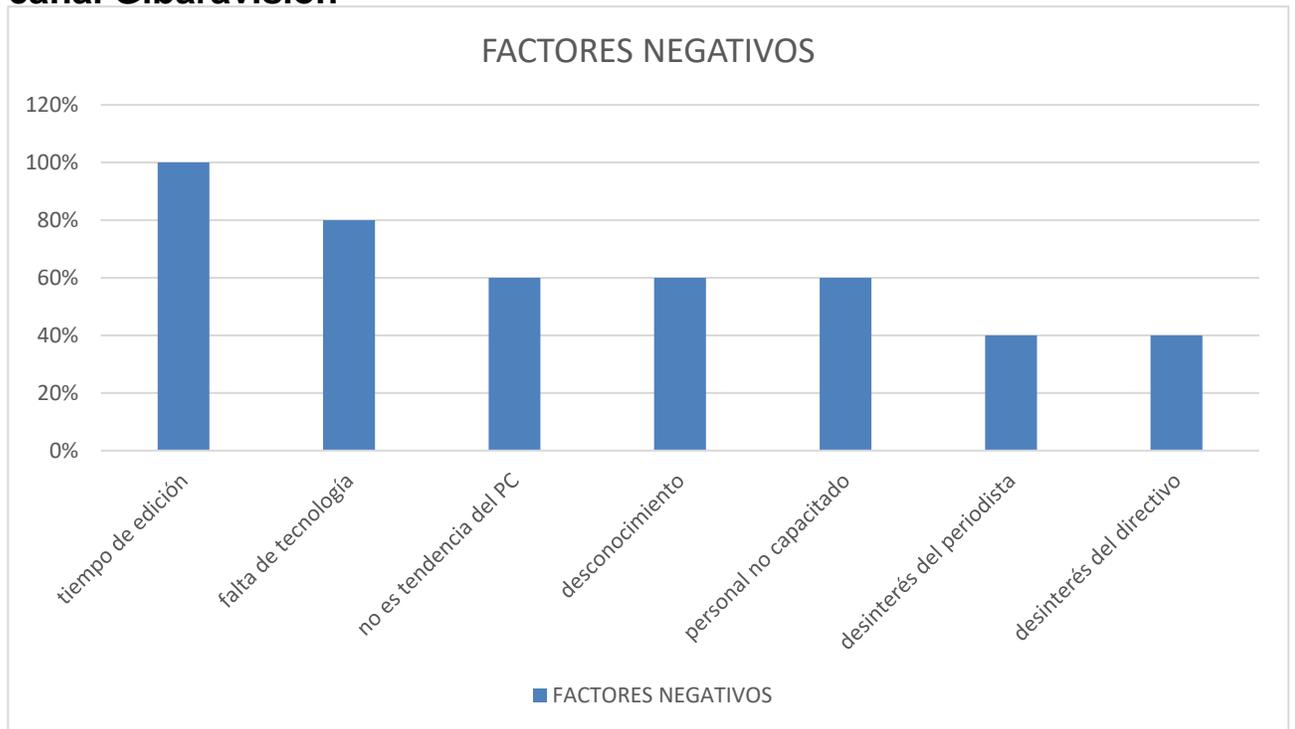
a. Principales resultados obtenidos



b. Uso de la Infografía en el canal Gibaravisión



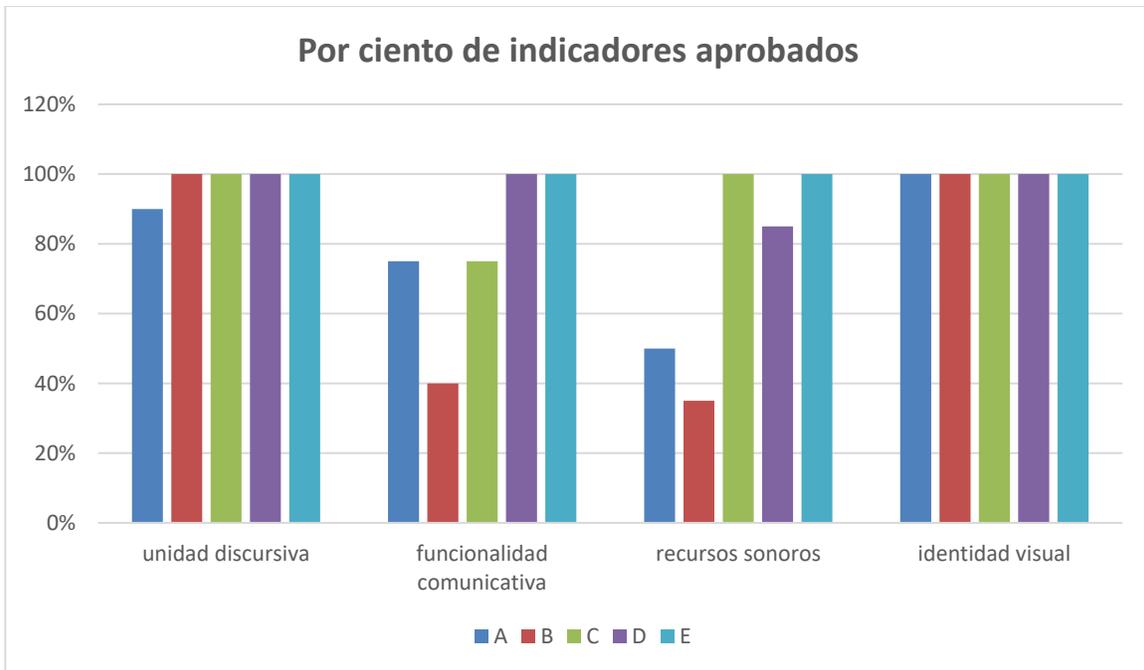
c. Elementos que inciden en la poca utilización de la infografía en el canal Gibaravisión



Anexo 4 Grupo de discusión

a. Resultados positivos de los indicadores evaluados en el grupo de discusión.





b. Resultados generales del grupo de discusión

