

TESIS
COS 999
C67

UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO

FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACION

ESCUELA DE COMUNICACION SOCIAL

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

LA INFOGRAFIA

COMO HERRAMIENTA VISUAL DE APOYO A LA
INFORMACION ESTADISTICA DE LA SECCION
ECONOMICA DE PRENSA



JORGE LUIS CORTES

TUTOR: MILFRI PEREZ MACIAS

CARACAS, SEPTIEMBRE 1999

INDICE	
INTRODUCCION	1
Justificación del estudio	1
Problemas a investigar	2
Objetivo de la investigación	3
Importancia del estudio	4
Metodología	5
Organización del contenido	6
I. MARCO HISTORICO	8
1.1. Antecedentes históricos	8
1.2. Precursores de la infografía moderna	14
1.3. Binomio imagen+texto en la prensa	17
1.4. Cronología infográfica	
en los medios impresos nacionales	19
II. MARCO TEORICO	22
2.1. Infografía. Origen del término	22
2.2. ¿Qué es infografía?	27
2.3. Partes de una infografía	31
2.4. Tipos de infografía	34
2.5. Infografía en la información económica	52
III. MARCO METODOLOGICO	60
3.1. Consideraciones generales	60
3.2. Objetivos	61

3.3. Planteamiento del problema	62
3.4. Hipótesis	62
3.5. Variables	63
3.6. Tipo de investigación	65
3.7. Diseño de investigación	65
3.8. Universo y muestra	66
3.9. Instrumento de medición	67
4. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	82
4.1. Consideraciones generales	82
4.2. Resultados del grupo A	83
4.3. Resultados del grupo B.....	89
4.4. Números a la mano	94
4.5. Infografía vs no infografía	95
4.6. La infografía económica como herramienta eficaz de información económica	98
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	101
Recomendaciones	104
BIBLIOGRAFIA	106

INTRODUCCION

Desde 1984, la prensa venezolana comenzó a tomar en cuenta formalmente la utilización de un nuevo género periodístico para transmitir información a un nivel visual, diferente al contenido textual. “Cuando se menciona la imagen, siempre pensamos en la pintura, la ilustración y la fotografía. Todo el mundo reconoce que el pensamiento existe en dos formas; por un lado el dibujo o la imagen y por otro la palabra.” (Barnhurst, Kevin G., 1999)

El nuevo género periodístico al que se hace referencia hoy en día se conoce como infografía. A pesar de tener más de 10 años en las páginas de los principales periódicos del país, este término resulta algo desconocido aún para muchos periodistas, y todavía más para el lector común.

Problema a investigar

Justificación del estudio

Gracias al aporte que han realizado investigadores sociales, estudiantes, profesores y profesionales ligados a las ciencias de la comunicación, este género

informativo ha ido calando cada vez más en el conocimiento y aceptación de los editores y representantes de medios impresos en varios países como Estados Unidos, Francia, Inglaterra, España, Brasil, Argentina, Chile y Venezuela, entre otros. Pero los conocimientos adquiridos en diversas investigaciones no se transmite de manera formal en las universidades como parte del pènsum de estudios de periodismo, por lo cual los comunicadores sociales, específicamente los periodistas activos en los medios impresos, no dominan completamente el uso correcto de esta herramienta informativa. Los departamentos de infografía de los medios impresos que incluyen esta área en su redacción, están compuestos por profesionales que vienen de las artes gráficas y han incluido en su repertorio de conocimientos las artes periodísticas gracias al trabajo diario de la redacción; así como periodistas con conocimientos de artes gráficas que han aprendido a captar y desarrollar la noticia de forma visual, con lo cual se ha creado un perfil de comunicadores visuales que algunos autores llaman “diseñadores de información” (Widbur, Peter y Michael Burke, 1998), o simplemente infógrafos.

Problema a investigar

la inf Pero el conocimiento de este género informativo se ha mantenido al margen de las áreas temáticas principales de la carrera de comunicación social en las

universidades nacionales. El trabajador periodístico, así como los futuros profesionales que desean formar una carrera dentro de este nuevo género informativo se formulan interrogantes que deben ser aclaradas empíricamente, como por ejemplo: ¿Qué utilidad tiene la infografía como herramienta informativa, en comparación con los demás elementos informativos de uso periodístico? ¿La infografía transmite información de manera más eficaz que la redacción textual? y más específicamente ¿La información estadística llega al lector a través de esta herramienta?

Objetivo de la investigación

El propósito general de esta investigación es describir cómo la infografía atrae el interés del lector de prensa, brindándole una manera visual de recibir información periodística, específicamente del área económica, sobre todo en aquellos lectores poco asiduos o de hábitos de lectura superficial, sin especialización en el tema.

En un reciente estudio realizado por el Dr. José M. De Pablos, se indica que la infografía representa una buena herramienta visual de ayuda periodística (De Pablos, J. M., 1999). Su investigación se desarrolla en torno a la infografía de

sucesos o diagrama de sucesos y obtiene resultados que apoyan su hipótesis que señala que la infografía sirve para que los lectores capten mayor número de datos periodísticos y con más detalles. En el caso específico de la presente investigación, se pretende describir la ayuda que presta la infografía para transmitir datos estadísticos, propios de la noticia económica.

No existe un estudio formal sobre este tema específico, salvo aproximaciones como la investigación del Dr. De Pablos, y afirmaciones conceptuales de diversos autores que definen los tipos de infografía, y sus contenidos, pero no describen casos prácticos o estudios empíricos sobre este aspecto específico del uso de la infografía en la sección económica de prensa.

Importancia del estudio

La motivación principal para realizar esta investigación se basa en la necesidad de conocer de forma más empírica la utilidad de la infografía como herramienta informativa que permite comunicar información estadística o numérica, y si esto sucede con mayor eficacia que transmitir estos datos solamente en el texto. La importancia de esta investigación se centra en crear conciencia al periodista sobre la infografía como herramienta visual que permite una mejor

lectura de los datos numéricos, para hacer uso de ella en los casos que sea necesario. La conciencia por parte del lector en reconocer esta herramienta no representa importancia en esta investigación, pero sí la aplicación correcta de esta técnica informativa para brindarle a este lector, usuario final del trabajo periodístico, un producto que satisfaga sus expectativas y necesidades de información.

Metodología

La fuente de información, será a través de un cuestionario, aplicado a 72 personas que reúnen características específicas coherentes con el objetivo de la investigación, a saber: lectura poco asidua o superficial y conocimiento no especializado en el área económica. Se trata de una muestra no probabilística cuyos datos permiten llegar a conclusiones que no pueden ser generalizadas al universo de lectores de prensa, sólo a aquellos que reúnen estas características.

La mitad de estas personas revisarán una noticia económica con una infografía que contiene datos numéricos que representan la información principal de la noticia, y la otra mitad, recibirá la misma noticia publicada pero sin infografía. Ambas piezas informativas fueron publicadas el mismo día por medios impresos

diferentes, con la misma noticia y con la misma estructura de contenido.

El instrumento de medición recogerá datos que permiten hacer una distribución de frecuencias, para conocer el papel de cada elemento de la hoja informativa en la lectura del entrevistado. Una vez analizados ambos casos por separado, se compararán por cada una de las variables para describir en cuál de ellos la información estadística fue captada, y por cuántos lectores.

Se describirán en cada prueba el impacto visual de cada elemento, el interés de lectura que obtuvieron, cuántos lectores recordaron su contenido, qué datos y de cuál de estos elementos el lector obtuvo la información. Así la investigación podrá medir el papel de la infografía en comparación con los demás elementos informativos de la noticia impresa.

Organización de contenido

El estudio comienza por reconocer los antecedentes históricos que sirven de base a la infografía moderna, contenidos en un primer capítulo que comienza haciendo un repaso de las expresiones artísticas desde los inicios de nuestra civilización, pasando por las primeras experiencias infográficas en los medios

impresos, hasta llegar a los antecedentes de este género en la prensa nacional.

CAPITULO I. MARCO HISTORICO

El segundo capítulo describe las aproximaciones teóricas de la infografía, desde las diversas interpretaciones del término, hasta su estructura conceptual y los tipos de piezas gráficas que se conocen, resaltando aquella tipología utilizada en la prensa económica.

1.1. Antecedentes históricos

En el tercer capítulo, se señala la metodología utilizada y los datos recogidos luego de aplicar el instrumento de medición, así como el análisis respectivo de los resultados obtenidos. Todo esto permitirá arrojar conclusiones sobre el estudio de las variables y la incidencia de la infografía en cada una de ellas, en comparación con el resto de los elementos informativos de la noticia en cuestión.

que junto a un texto inscribían dibujos que servían de complemento y alivio al cuerpo de la escritura, que servía para tratar de comunicar. Había nacido la infografía, un modo nuevo de comunicar, un modo nuevo de hacer algo que la humanidad por consuetudine y necesidad había deseado aquellas primeras firmas de los cartones de los siglos XVII y XVIII, pues, es de hoy, pero también lo es de ayer, de un ayer que está muy remoto. (p. 18)

Cuando el hombre descubre que al frotar una punta de hueso contra otro más duro y fijo, se produce un trazo, que luego se puede reproducir

CAPITULO I. MARCO HISTORICO

1.1. Antecedentes históricos

De Pablos, José M. (1999) afirma en sus trabajos que “siempre ha habido infografía”:

Lo que a nosotros nos interesa en este trabajo es llamar la atención sobre el subrayado de aquellos primitivos mensajes, que junto a un texto inscribían o dibujaban un dibujo complementario y alusivo al corpus de la información que se trataba de comunicar. Había nacido la infografía, que no es en modo alguno un producto de la era informática, sino fruto de los deseos de la humanidad por comunicarse mejor, por dejar más acuradas aquellas primeras formas de comunicar. La infografía, pues, es de hoy, pero también lo es de ayer, de un ayer bastante remoto. (p. 18).

Quando el hombre descubre que al frotar una sustancia o cuerpo sobre otro más duro y fijo, se produce un trazo, que luego se va perfeccionando

pero que representa el primer vehículo de comunicación entre los primitivos humanos, antes que la palabra y más explícito que el intercambio visual y los sonidos guturales.

Romero, Adriana (1996) "...Primero fue el habla y la lengua, en ese orden, según el lingüista Ferdinand de Saussure, después la escritura, que es un modo de representar la lengua por sus fonemas (sistema fonético) o por conceptos (sistema ideográfico)", lo que representa para el hombre otros medios de comunicación adicionales a la simple comunicación visual que puede perderse en múltiples interpretaciones. Un dibujo o un gráfico puede ser más concreto si está apoyado por una explicación de lo que allí se plasma, así el receptor capta de manera más directa la información que se está transmitiendo.

Esos primitivos trazos pudieron haber servido como catálogos visuales, o explicaciones de situaciones reales o simples elementos decorativos o rituales, a ciencia cierta no se conoce su explicación, lo cierto es que aparte del uso que se les pudo haber dado en aquella época, hoy en día estos hallazgos sirven para conocer lo que el hombre hacía o al menos permite crear idea de sus costumbres y hábitos de vida: es información, a pesar de ser captada sólo visualmente.

A medida que el hombre ha evolucionado, ha aprendido nuevas formas de comunicación: el habla, el lenguaje y por último la escritura. Sistemas de comunicación abstractos, basados en símbolos y convenciones sociales que representan a la realidad. Es del interés de este trabajo, subrayar aquellas formas de comunicación no hablada que se han cultivado a lo largo de la historia.

Los antiguos egipcios inscribían en las paredes de los templos y en los papiros, imágenes complementadas con escrituras que explicaban de forma paralela lo que en el dibujo se plasmaba; es allí donde comenzamos a notar la unión del binomio imagen-texto que constituye la base de la infografía de hoy. Para los egipcios este binomio cumplía la función de permitir que la información llegase tanto a los cultos que dominaban el lenguaje de los signos, como a individuos que no disfrutaban de estos conocimientos y podían percibir el mismo mensaje de forma visual, sin necesidad de entender los signos cuyo significado desconocían.

De Pablos (1999) explica que "...la historia de la infografía es tan antigua como la de la conjunción de un texto a una imagen, fenómeno visual que encontramos en Babilonia y en Egipto, por no citar los antiguos restos de culturas primitivas en paredes de cavernas o de piedras alzadas en lugares

A medida que el hombre ha evolucionado, ha aprendido nuevas formas de comunicación: el habla, el lenguaje y por último la escritura. Sistemas de comunicación abstractos, basados en símbolos y convenciones sociales que representan a la realidad. Es del interés de este trabajo, subrayar aquellas formas de comunicación no hablada que se han cultivado a lo largo de la historia.

Los antiguos egipcios inscribían en las paredes de los templos y en los papiros, imágenes complementadas con escrituras que explicaban de forma paralela lo que en el dibujo se plasmaba; es allí donde comenzamos a notar la unión del binomio imagen-texto que constituye la base de la infografía de hoy. Para los egipcios este binomio cumplía la función de permitir que la información llegase tanto a los cultos que dominaban el lenguaje de los signos, como a individuos que no disfrutaban de estos conocimientos y podían percibir el mismo mensaje de forma visual, sin necesidad de entender los signos cuyo significado desconocían.

De Pablos (1999) explica que "...la historia de la infografía es tan antigua como la de la conjunción de un texto a una imagen, fenómeno visual que encontramos en Babilonia y en Egipto, por no citar los antiguos restos de culturas primitivas en paredes de cavernas o de piedras alzadas en lugares

mágicos”. (p.19).

En aquella época la necesidad de reafirmar el lenguaje icónico se hacía presente. “Un ejemplo es el Código de Hammurabi. ¿Qué otra cosa es sino una infografía sobre un soporte duro, presentado en forma de figuras esculpidas, con relieves que muestran imágenes del rey babilonio que escucha al dios Shamash y un texto que acaba de explicar el significado de tal figura y habla de justicia y libertad? Para que no se quede con dudas quien se acerca a la figura para conocer su significado. Para espantar la incertidumbre”. (De Pablos, 1998).

Esta es la base de la infografía, la conjunción de la imagen con el texto, tal cual como conocemos la infografía que se publica en la prensa de hoy. Hablamos pues de la necesidad de informar de manera clara, presentar un dibujo cuyo significado, solo su autor conoce con certeza, pero si este artista además agrega elementos textuales que expliquen lo que está dibujado transmite el mensaje de manera más explícita. Esto apoya lo que en líneas anteriores se expresa: la infografía debe tener como pilar la intención de informar, por ello la necesidad de este binomio imagen+texto.

Es difícil precisar en la historia cuál fue la primera pieza que combinara

el binomio imagen+texto, pero se han encontrado hallazgos que datan de muchos años atrás, en las primeras culturas que representan nuestros antecedentes como civilización.

En el Museo de Louvre, en París, se puede observar una obra esculpida que data del año 1690 a. C. (figura 1.1), allí está representada la imagen del rey babilónico Hammurabi recibiendo un código de leyes de Samash, dios de la justicia. Bajo la imagen esculpida, se puede ver un texto con el contenido de las leyes.



Figura 1.1

Existen varias piezas en diferentes culturas que hacen uso del binomio informativo, esto evidencia que no surge y se desarrolla en una sola civilización, es más bien un fenómeno propio del hombre y sus avances culturales. Otra imagen esculpida de la Estela de Adad-Menari III (c. 810-783 a.C.) le muestra junto con imágenes simbólicas en la parte superior y un mensaje textual colocado en el centro de la imagen (figura 1.2).



Figura 1.2

En la Edad Media, existen también piezas que demuestran el uso de la imagen unida al texto para representar pasajes en la historia, explicar acontecimientos y teorías, así como vidas de personajes de época. La invención de tipos móviles de Gutenberg, primera variante de la imprenta que hoy conocemos, no produjo inmediatamente el uso generalizado del texto, ni desplazó el uso de la imagen. «Era el tiempo de la grafía sobre la materia textual, un bI+T -imagen y texto-, por una razón lógica y sencilla: la dificultad para grabar en duras tablas de madera unidades de alfabeto en negativo frente a la relativa comodidad de verter el mensaje al modo gráfico, complementándolo con pocas palabras, o, sencillamente, el interés de facilitar la comunicación deseada entre una población no versada en la lectura...» señala De Pablos, José Manuel (1999, pg.20). De esta forma vemos que la imagen permite una mejor lectura del mensaje, apoyado con un contenido textual que reafirma lo que la imagen transmite. Para aquel entonces, la razón del uso de este binomio, versa en las dificultades de una técnica de impresión rudimentaria por un lado, pero

además la cultura textual no estaba generalizada, lo cual limitaba el alcance de la comunicación escrita. Hoy en día, pareciera que la tendencia a preferir la imagen aumenta cada vez más, no por razones de limitación técnica, ni por falta de conocimientos o enseñanza, sino más bien por el dinamismo cada vez mayor de este siglo y la necesidad de informarse en menos tiempo, algunos autores afirman que las tendencias indican que el hombre lee cada vez menos, y en la prensa diaria este fenómeno puede verse aumentado, por el corto período de vida de un periódico, además de la fuerte competencia comunicacional que ejerce la televisión. La infografía entonces es una herramienta informativa que desde épocas muy remotas, ha permitido al hombre comunicarse de manera más fácil, y sin exigencias de aprendizaje cultural y especializado.

infografías explicativas.

1.2. Precursores de la infografía moderna

«Una historia de la infografía no puede dejar de mencionar a Leonardo da Vinci, no porque sea innovador en esta área, sino porque él es el precursor de la idea de infografía que se mantiene y se usa hoy en día» (Stovall, James, 1997, p. 9). Las anotaciones y diarios de este genio renacentista italiano dejan ver una combinación de imagen y textos explicativos sobre diversos

y desarrolló el sistema de intersección de líneas verticales y horizontales.

temas (ver figura 1.3). Sus habilidades artísticas y su vena científica le llevaron a plasmar sus conocimientos e ideas a través de dibujos explicativos y sus respectivas anotaciones al margen del dibujo, tal como se estila hoy en día en la mayor parte de los diagramas informativos o infografías explicativas.

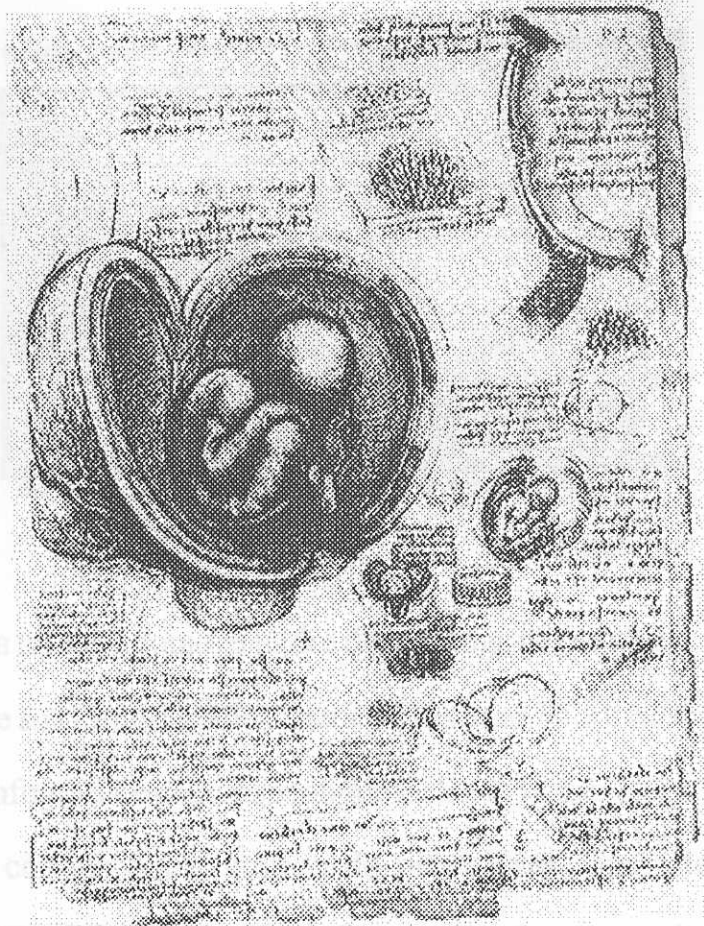


Figura 1.3

En cuanto a los gráficos cuyo interés se basa en explicar relaciones entre números, proporciones y toda aquella información estadística que hoy conocemos, la infografía debe su aplicación a los estudios del filósofo y científico francés René Descartes (1a mitad del siglo XVII), que entre sus archivos desarrolló un sistema de geometría analítica. Según Stovall (1997) «él utilizó los números para describir la posición de un punto sobre un plano y desarrolló el sistema de de intersección de líneas verticales y horizontales,

que se conoce como «código Cartesiano» (p.10).

1.3. Binomio Imagen

El escritor y economista de origen escocés, William Playfair, es considerado

entre los estudiosos sobre la materia como el padre de la infografía moderna, debido a que el desarrollo de sus formas gráficas para representar información numérica, es la base de la infografía estadística moderna. En la figura 1.4, se puede ver lo que hoy se conoce como gráfico de fiebre (ver Tipos de

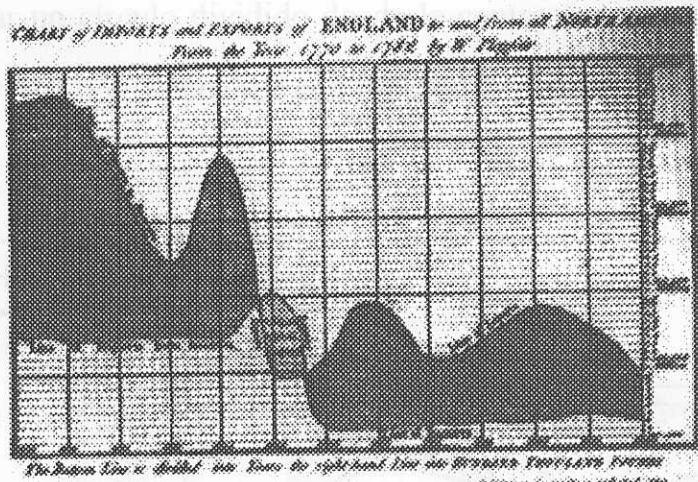


Figura 1.4

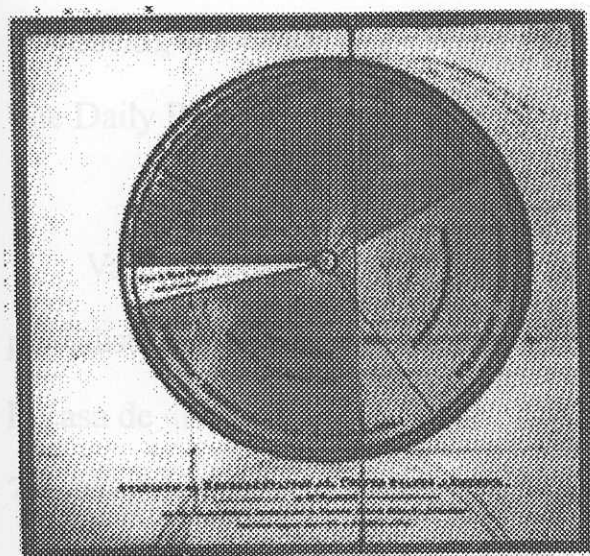


Figura 1.5

infografía) que Playfair desarrolló para graficar la evolución de las exportaciones e importaciones entre Inglaterra y Norte América, entre 1770 y 1782. Además de haber desarrollado este sistema de representación gráfica, también mostró el uso de las barras para hacer comparaciones

y fue el primero en dibujar un círculo dividido desde le centro (ver figura 1.5) , publicado en 1805 y que hoy se conoce como gráfico de torta.

1.3. Binomio imagen+texto en la prensa

Peltzer, Gonzalo
(citado por De Pablos,
1999) «nos enseña el
dibujo con un mínimo de
texto, solo iniciales de
llamadas del ataque del
almirante Vermon a
Portobello, publicado por

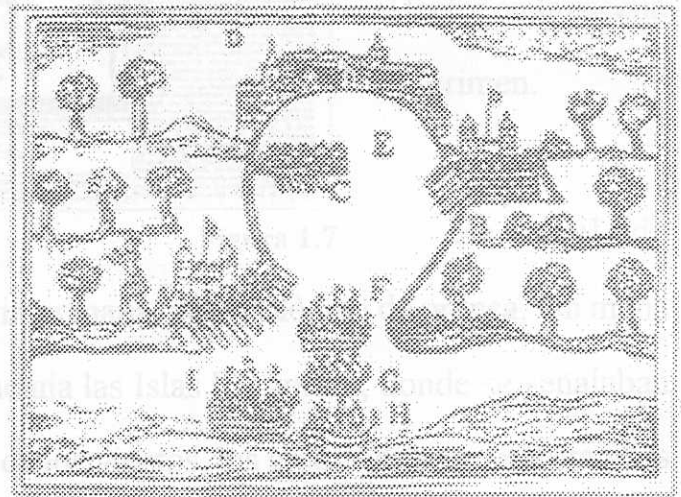


Figura 1.6

The Daily Post, de Londres, el marzo de 1740» (figura 1.6).

Varios autores coinciden que un ejemplar histórico en la infografía periodística, lo representa la cobertura gráfica del asesinato presenciado en la casa de «Mr. Bligth» (figura 1.7), publicado en The Times de Londres, el 7 de abril de 1806. Este trabajo narra lo ocurrido de manera gráfica, muestra un plano de la casa y narra por pasos el suceso, pero de forma visual situando

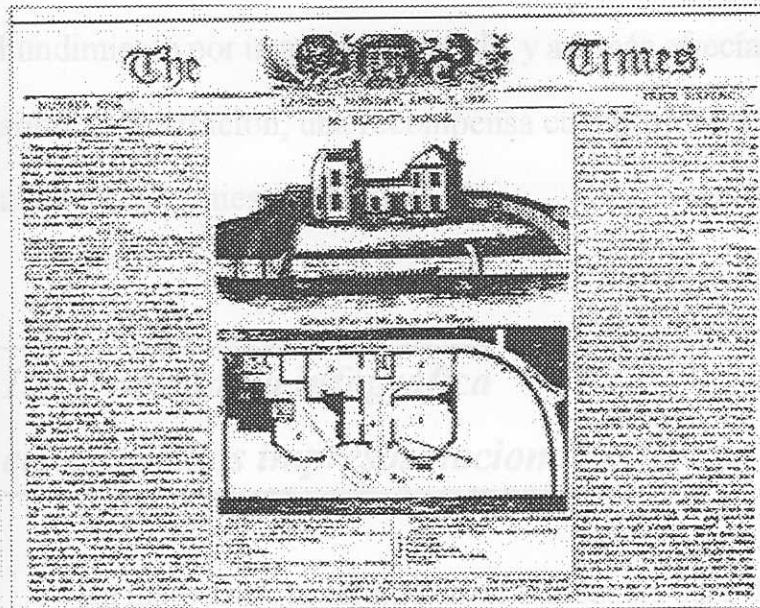


Figura 1.7 En abril de

1875, The Times publicó el primer mapa meteorológico de prensa. Un mapa del continente europeo que incluía las Islas Británicas, donde se señalaban datos de presión, la dirección de los vientos, los grados de temperatura y las condiciones del tiempo.

El hundimiento del Maine, noticia publicada en 17 de febrero de 1890, representa igualmente un antecedente importante. En aquella oportunidad, The New York Journal publicó en primera plana una ilustración de la embarcación, y la hipótesis sobre la causa del

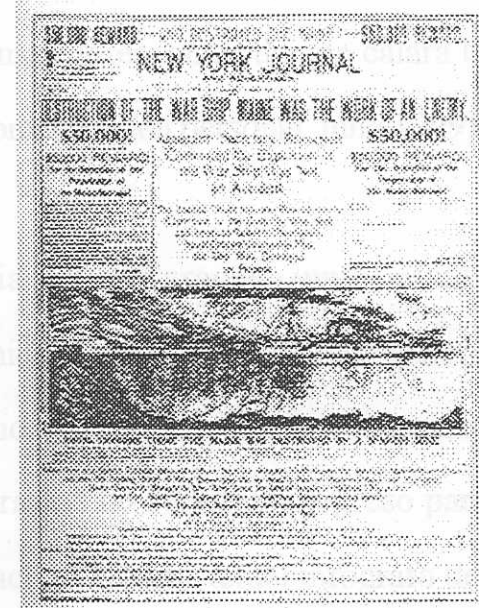


Figura 1.8

cada paso dentro del plano. Este gráfico no solo narra lo sucedido, sino que lo muestra ubicando al lector en la escena del crimen.

hundimiento por una mina española, y además ofrecía en recuadros colocados sobre la ilustración, una recompensa cuantiosa para quienes lograran ubicar al autor del siniestro (figura 1.8).

1.4. Cronología infográfica en los medios impresos nacionales

La historia de la infografía en Venezuela data de la década de los 80 de manera formal, siendo El Diario de Caracas, en su primera etapa, el primer diario nacional en crear un departamento de infografía estructurado. “La infografía tiene larga data en las páginas de la prensa nacional, cuando se publicaban mapas de ubicación y gráficos económicos muy simples que generalmente eran desarrollados por los ilustradores, antes de que calara la infografía de manera formal” Lemus, M. (comunicación personal, julio 1999).

Es a partir de 1984 cuando el Diario de Caracas, junto con la introducción del color en sus páginas, comienza a incluir este nuevo género periodístico encabezado por Wilmer Ascanio, quien estuvo 2 años en España, especializándose en esta área en la Universidad de Navarra y regresó para crear el departamento, con el apoyo de Nacho Catalán, actual infógrafo del

rotativo madrileño El País. Más tarde se sumaría al departamento Milfri Pérez, Juan Miguel Ortíz y Yolibeth Castro con el apoyo artístico de Mauricio Lemus quien se desempeñaba como ilustrador.

En 1995, El Diario de Caracas sufre una crisis financiera y deja de salir a la calle, culmina así su primera etapa.

Para 1996, Juan Miguel Ortíz se une a la redacción de El Nacional, y junto con Oscar Sotillo y Juan Carlos Flores integran el departamento de infografía.

Mauricio Lemus, junto con Rayma Suprani, Wilmer Márquez y Antonio Vega, dirigidos por Wilmer Ascanio conforman el departamento de infografía de El Universal. Milfri Pérez comienza a realizar infografías para el diario 2001 y más tarde se uniría a El Universal junto con Yolibeth Castro.

A lo largo de esta década, han desfilado por los diversos medios impresos que utilizan la infografía como género informativo, destacados infógrafos y profesionales gráficos de diferentes partes del mundo. Mario Tascón, ex-director del departamento de infografía de El Mundo de Madrid, Tomás Ondarra de El Correo de Bilbao, Jeff Goertzen y Mario García del Poynter

Institute for Media Studies en St. Petesburg, USA, así como profesionales de diversas áreas gráficas de diarios reconocidos en otros países, han dictado talleres, cursos y seminarios en nuestro país.

2.1. Infografía. Origen del término

Hablar de infografía representa un tema relativamente desconocido para mucha gente, cuando en realidad no lo es, y esto está evidenciado en la historia de la humanidad. El uso de esta herramienta comunicacional en la prensa escrita tampoco es algo novedoso.

Antes de entrar a revisar las aproximaciones teóricas de lo que se conocen como infografía, resulta necesario determinar la raíz del término y qué se entiende por infografía, para los fines de esta investigación.

Esta herramienta comunicacional es conocida en lengua inglesa como "informational graphics", que se ha abreviado hasta llegar al término "infographics" cuya traducción directa al castellano es lo que conocemos como "infografía". A pesar de que esta palabra se ha generalizado, muchos autores coinciden en que el término es una mala traducción y prefieren llamarle gráficos informativos, información gráfica o simplemente gráficos en algunos

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1. Infografía. Origen del término

Hablar de infografía representa un tema relativamente desconocido para mucha gente, cuando en realidad no lo es, y esto está evidenciado en la historia de la humanidad. El uso de esta herramienta comunicacional en la prensa escrita tampoco es algo novedoso.

Antes de entrar a revisar las aproximaciones teóricas de lo que se conocen como infografía, resulta necesario determinar la raíz del término y qué se entiende por infografía, para los fines de esta investigación.

Esta herramienta comunicacional es conocida en lengua anglosajona como “informational graphics”, que se ha abreviado hasta llegar al término “infographics” cuya traducción directa al castellano es lo que conocemos como “infografía”. A pesar de que esta palabra se ha generalizado, muchos autores coinciden en que el término es una mala traducción y prefieren llamarle gráficos informativos, información gráfica o simplemente gráficos en algunos

casos. Goñi, Oscar Alfaro (1998), señala lo siguiente:

A lo largo del artículo, el lector observará que no empleo los términos 'infografista', 'infográfico' ni 'infografía'. Realmente, la etimología de estas palabras no sólo me parece dudosa, sino confusa, y más teniendo presente que responden a la traducción literal que en su tiempo se diera del vocablo aparecido en los Estados Unidos.

Infografista, ¿es aquel que hace gráficos informativos, con el auxilio de un soporte informático, o ambas cosas? Por definición, un gráfico ha de ser informativo. Somos y realizamos funciones de periodista, no de ilustradores, por lo que el prefijo «info» se convierte en redundante y a la sazón innecesario (Otra cosa es que en ocasiones dibujemos ilustraciones. Una ilustración por sí misma no es informativa).

Nadie puede afirmar que los gráficos deban construirse necesariamente con un programa de diseño de Macintosh o PC.

Los orígenes del grafismo moderno están en los principios del siglo XIX e incluso antes y, evidentemente, en aquellos años nadie sabía siquiera lo que era un ordenador. ¿Vamos por ello a aseverar, que toda la cartografía estadística y recreación de la prensa anterior a la era de los microchips no pertenecía a la misma familia de los trabajos que hoy hacemos?

Así pues, seguiré empleando la palabra 'grafista': Especialista

en grafismo, en diseño gráfico. (Definición de la última edición del Diccionario de la Real Academia de la Lengua. En esta misma edición no aparece recogida la palabra 'infografía' ni sus derivados).

En otras ocasiones, se le llama al infografista “diseñador de información” cuya función primordial se basa en transformar la información a un modelo visual capaz de revelar su esencia mediante un lenguaje fácil de captar por una audiencia determinada. Otto Neurath (citado por Romero, Adriana, 1996) filósofo y sociólogo austriaco, activo durante los años 20 y 30, acuñó el término “transformador” al diseñador de información o infografista por considerarlos como intermediarios entre historiadores, economistas y matemáticos y sus respectivas audiencias.

Wildbur, Peter y Burke (1998), señalan en su libro “Infográfica”, de donde se extrae la información sobre los “diseñadores de información”, que la infografía se divide en tres grandes categorías:

La primera implica la presentación de la información como un sistema organizado de hechos o datos, como un horario, un sistema de señalización y la mayoría de los mapas –aquellos que se ubican en la entrada de un parque zoológico por ejemplo e indica la ubicación de los sitios de interés, o en la entrada de

algún club con señalización de zonas recreativas-, de los cuales los usuarios pueden extraer precisamente la información que necesitan para un propósito concreto. La segunda implica la presentación de la información como un medio de entender una situación o proceso –categoría que interesa para esta investigación-, por ejemplo, una guía, una gráfica de barras o una descripción detallada sobre el funcionamiento de una máquina. La tercera categoría es el diseño de sistemas de control, como el de los controles de entrada y salida de información de un producto o vehículo –que es lo que vemos en el tablero de algún carro, o en la cabina de piloto de una avión por ejemplo-.

En países como España, es muy común el término infografía pero se refiere a todo aquel desarrollo artístico trabajado por ordenador, como el modelaje 3D, el retoque fotográfico, así como el desarrollo gráfico de aplicaciones multimedias y animaciones de imágenes por ordenador. Esta, precisamente, es una de las posibles confusiones que se pueden presentar con el uso del término infografía, que puede referirse a la unión entre informática (info) y las artes gráficas (grafia), como también a la unión entre información (info) y gráficos (grafia).

Es del interés de esta investigación utilizar la vertiente conceptual que se refiere a la infografía como significante de la unión entre la información y

los gráficos. Según Jeff Goertzen (1991), ex asesor de gráficos de 'El periódico de Catalunya' «la infografía combina las habilidades del dibujo y diseño de un artista con las habilidades periodísticas de un reportero». Esta afirmación nos ayuda a ubicar el término en el sentido que nos interesa, más adelante se hará referencia sobre el perfil del trabajador infográfico.

Sierra (1998) aclara sobre la definición de infografía de la siguiente forma:

No está establecido en qué momento se empieza a conocer a este nuevo género informativo como 'infografismo' ni quién es el autor del bautismo. No he encontrado ninguna referencia a este término anterior a 1988. Seguramente la coincidencia con la informatización es lo que ha provocado que muchas veces se interpretara como grafismo informático en lugar de la, a mi entender, más correcta de grafismo informativo. El término designa un hecho periodístico consistente en la transmisión de información por medio de gráficos, dibujos, textos, fotos y/o ilustraciones y que se realiza de forma manual o por medios informáticos.

Luego de indagar sobre las variables conceptuales del término infografía, debemos concluir que lo esencial en esta investigación estriba en la

comunicación visual de la información, en la concepción teórica de la infografía como herramienta comunicacional que pretende enviar un mensaje de manera visual e informar al espectador o lector final. Es necesario tener presente que el elemento esencial en toda infografía para que se considere como tal, es la intención de informar, no se trata del arte por el arte, o de demostrar las facultades artísticas del infógrafo, lo importante es informar y que el mensaje llegue a un lector específico. Es por ello que a pesar de que el término pueda confundirse con la informática, no es hacia esta especialidad que nos referimos, siendo esta pieza clave para el desarrollo actual de los trabajos infográficos y la prensa moderna en general. “No obstante, para realizar buenos gráficos no basta una máquina, se necesitan periodistas con mentalidad gráfica que conviertan las ideas en imágenes y las plasme sobre el papel de forma sintética y organizada, o que al menos, sepan comunicarlas a los lectores” (Grupo Español de Usuarios de Machintosh en Prensa, 1995, p. 2).

2.2. ¿Qué es infografía?

Información gráfica, infográficos, gráficos informativos, gráficas diagramáticas, son algunos de los nombres con los que se conoce a la infografía a nivel mundial.

A pesar de la multiplicidad de significados que pueda tener esta palabra, la infografía, para los términos prácticos de esta investigación se refiere básicamente a una herramienta gráfica que tiene como fin primordial informar, transmitir una información a través del binomio imagen + texto.

De lo expresado anteriormente podemos resaltar que la infografía tiene tres pilares fundamentales: imagen, texto y la intención de informar.

Imagen: Mensaje icónico que ubica al lector en un contexto determinado y brinda información en el plano visual. De presentarse este elemento solo o aislado, la comprensión por parte del receptor, depende de la subjetividad e interpretación de éste, así como de su propia experiencia vivencial.

Texto: Unión de signos convencionales que bajo los parámetros del lenguaje tiene un significado explícito. Unido este elemento a la imagen, ubica de manera más concreta al lector sobre lo que visualmente se está planteando. Es un elemento de mayor objetividad que permite mejor comprensión de lo que la imagen comunica y mantiene el sentido original del mensaje al ser captado por el receptor.

Intención de informar: La sola unión de los dos elementos anteriores lleva implícita la intención de comunicar un mensaje concreto. Este elemento es el que permite unir definitivamente al texto y la imagen, y darle coherencia al mensaje final, es el engranaje del binomio imagen + texto, y es allí donde nace la necesidad de hacer de la pieza infográfica una unidad informativa autónoma, cuyos elementos serán analizados en un próximo apartado.

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

Rorick, G. (citado por García, Mario, 1998), director de gráficos de Knight-RidderTribune (KRT) Graphics Network, afirma por su parte, que la infografía es el matrimonio entre la información y la presentación.

La infografía es entonces, la unión básica de la información visual, apoyada de la información escrita o viceversa. Está a un nivel visual superior que el texto, pero menos detallado que la redacción de una nota completa, aunque mantiene su autonomía informativa. Así como también posee un nivel

de impacto visual menor al de una fotografía o menos realista, pero más concreto y explícito que ella.

Hay autores cuyos argumentos y referencias sobre la infografía dan a entender que esta herramienta va unida a la evolución de la prensa actual y las tendencias de lectura que se han venido presentando. Según Leturia, Elio (1998), diseñador en el diario The Detroit Free Press en Michigan, EEUU, la gente lee menos cada día y los infográficos son de gran utilidad para presentar información que es complicada de entender a través de puro texto.

Goertzen, Jeff (1991), ex asesor de gráficos de El periódico de Catalunya, nos dice que “la infografía combina las habilidades del dibujo y diseño de un artista con las habilidades periodísticas de un reportero”.

Stark, Peggie (1991) del Poynter Institute for Media Studies de St. Petesburgo en Florida, define la infografía como “una combinación de palabras y elementos visuales que explican los acontecimientos descritos en el artículo y sitúan a la historia o a sus protagonistas en un contexto determinado.” (p.2). Esta definición agrega un factor adicional, no sólo sitúa al lector en un contexto determinado, sino también a la historia y a sus protagonistas.

La infografía entonces se puede definir como una unidad informativa completa y autónoma, aunque no aislada de la información para la cual se utiliza en la prensa escrita. A pesar de su autonomía informativa, no debe competir con la información, ni con la fotografía; se trata de elementos o herramientas informativas con características y funcionalidad propias, y cuya utilización debe estar justificada según la necesidad que tenga el periodista o editor para informar de manera más eficaz al lector.

2.3. Partes de una infografía

Cuando decimos que el infográfico es una unidad informativa completa y autónoma, es porque mantiene la misma estructura de contenido que una nota de prensa. Sus elementos contentivos básicos son:

2.3.1. Título

Este debe ser breve e impactante, además de ser pertinente al tema que se está graficando. En el trabajo diario en prensa, muchas veces es el mismo periodista quien coloca el título a la infografía, para evitar repeticiones de palabras con lo que ha colocado en el texto, pero se corre el riesgo de contar con un titular que no represente el contenido del trabajo infográfico.

2.3.2. Contenido

El contenido está compuesto por el binomio texto+imagen, es el grueso de la pieza infográfica, ya que es allí donde se plasma el desarrollo visual, que debe estar apoyado por explicaciones o términos que se presentan en forma escrita, «...se trata de una noticia, así que debe llevar texto. Éste debe estar bien localizado en cajas, burbujas o bocadillos, encapsulado, siempre lo más corto posible...» (De Pablos, 1999, p. 82). El desarrollo de esta parte del trabajo debe ser tratada con más cuidado y elaborada por el infógrafo que conoce el engranaje visual y textual más que el periodista que escribe la nota de prensa.

2.3.3. Sumario

Este elemento no es imprescindible, pero es recomendable para aquellas infografías que contienen un desarrollo visual extenso o que tratan varios tópicos. Es recomendable que el mismo infógrafo realice su redacción para asegurar su coherencia con el resto de la infografía y realizar el trabajo de una forma más ágil. De Pablos (1999) llama a esta parte de la infografía pequeñas que el contenido de la pieza, no más de 7 puntos. Ambos elementos como «entradilla», y señala que debe estar cercana al titular y resumir lo que la infografía transmite en su totalidad. «No siempre habrá entradilla. Será cuestión de estilo», comenta el autor.

2.3.4. Leyenda

Ubica al lector en cuanto al significado de imágenes o íconos que están en la pieza infográfica que por sí solos se prestan a confusión. Es así como en un gráfico de barras que compara dos indicadores diferentes (por ejemplo: precio de venta y precio de compra del dólar), se usa un color distinto para cada indicador. La explicación de esa diferencia debe estar en una leyenda.

2.3.5. Fuente.

Toda información reflejada en prensa debe estar respaldada por una fuente para brindar confiabilidad y veracidad a la información. La infografía no está al margen de esta regla, pues la fuente indica al lector de dónde se obtuvo la información.

2.3.6. El crédito

Al igual que el periodista que firma su nota, el infógrafo puede firmar su pieza informativa. Tanto la fuente como el crédito suelen ser letras más pequeñas que el contenido de la pieza, no más de 7 puntos. Ambos elementos brindan credibilidad a la infografía como pieza informativa.

Figura 2.1. Señalización del aeropuerto de Düsseldorf, Alemania

2.4. Tipos de infografías

2.4.1. A nivel general

Existen diversas definiciones con respecto a los tipos de infografía que van desde las más generales a la más particular. Wildbur y Burke, en su libro “Infográfica” son quizá los autores que han abarcado el término de forma más amplia. Es así como ellos pueden categorizar a la infografía según su funcionalidad en:

2.4.1.1. Información del viajero

Hace referencia a sistemas de señalización, que además aportan identidad a la infraestructura que la utiliza, como un parque, un museo o un edificio. Son por ejemplo, indicadores de rutas que pueden

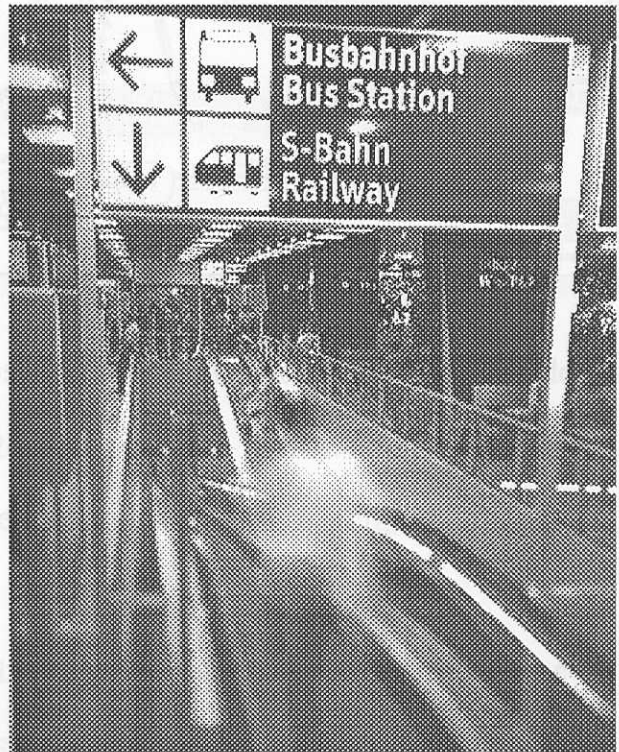


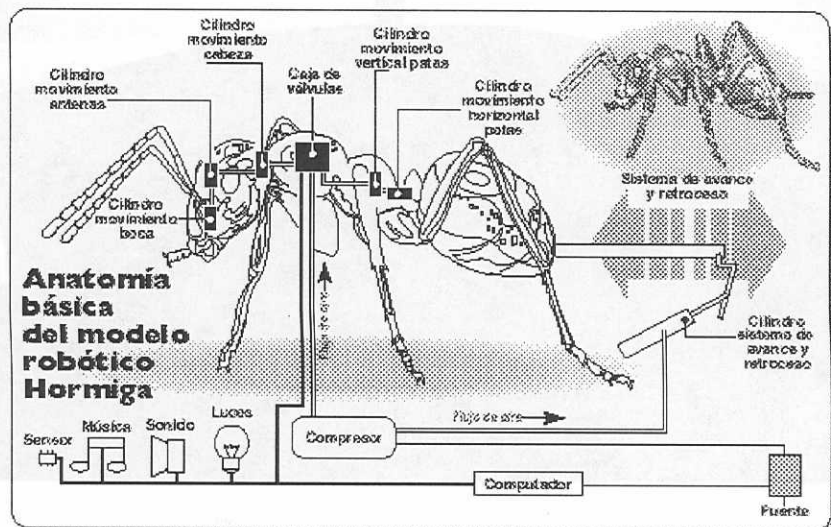
Figura 2.1. Señalización del aeropuerto de Düsseldorf, Alemania

verse en trenes europeos o en el metro de Caracas, por citar un ejemplo local.

2.4.1.2. Explicar el funcionamiento de las cosas

Aquí se concentran gráficos que plasman cómo es el sistema de producción y distribución del café, o la estructura y funcionamiento de un aeropuerto; es lo que otros autores llaman diagramas explicativos. También

Figura 2.2.
Infografía que explica las partes y funcionamiento de un modelo robótico de una hormiga



encontramos gráficos estadísticos de tendencias, como el aumento de la población mundial. Es en esta categoría donde la prensa encuentra utilidad en los infográficos, y cuyas representaciones típicas se tratarán más adelante.

También se encuentran dentro de esta categoría las instrucciones de cómo se arman y utilizan algunos productos; o los folletos de aviones que

describen paso a paso qué hacer en caso de emergencia; cómo utilizar los salvavidas y cómo salir del avión.

2.4.1.3. Control de entrada de información.

La interface que permite al usuario de una máquina utilizarla de manera correcta, como el tablero de un automóvil, el sistema operativo de un

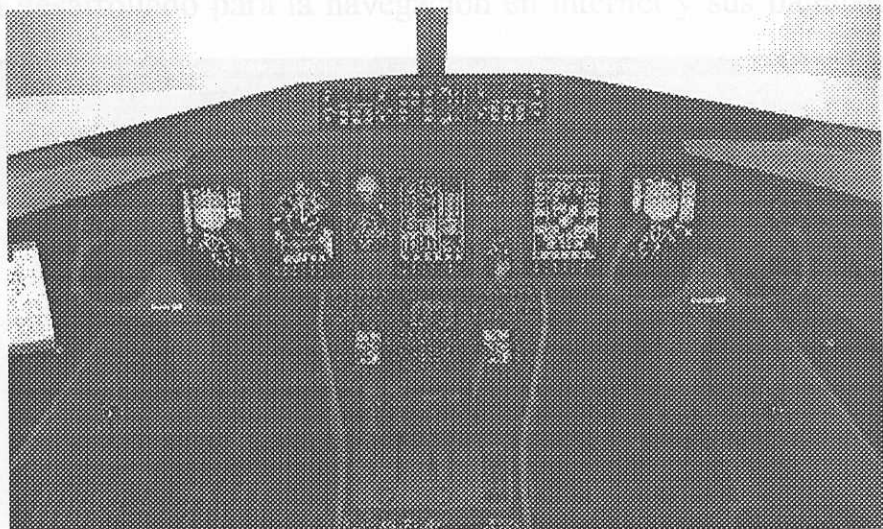


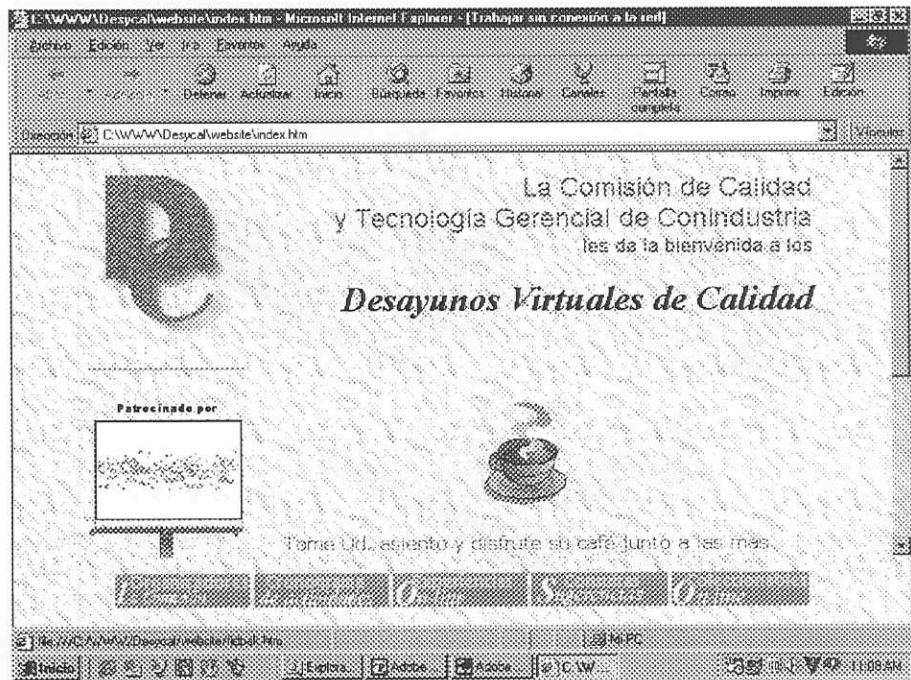
Figura 2.3.
Cabina de
mando de un
avión .

computador, o la cabina de mando de un avión, también se conoce como infografía aunque requieren de cierto adiestramiento por tratarse de mecanismos no convencionales. Conocer el significado del tablero de una cabina de avión o los controles de tráfico aéreo no es de uso común o masivo. Esta categoría es para fines más técnicos y especializados, muy ligados a la máquina a la que se relaciona el sistema gráfico.

2.4.1.4. Interacción con la pantalla *tridimensional*

Este es un aspecto que el hombre conoce de una manera u otra según el grado de utilización de los equipos electrónicos e informáticos. El empleo de las calculadoras es un ejemplo ilustrativo por lo común que resulta hoy en día. Se han creado una serie de símbolos e íconos que permiten al usuario de estos equipos inferir sobre la función específica de determinado botón. Así, todo el sistema desarrollado para la navegación en internet y sus páginas

Figura 2.4.
Interface visual de navegador Internet Explorer 4.0
Sus íconos de navegación están en la parte superior



web es muestra clara de ello, desde la manito que nos indica un link o puente hacia otra página, hasta los íconos que aparecen en el menú de navegación que están en la parte superior del navegador o browser (Netscape o Explorer).

2.4.1.5. La exploración del interface tridimensional

Este sistema brinda al usuario información de estructuras en tres dimensiones, utilizado en el trabajo arquitectónico o en manuales de montaje de equipos. Existen también manuales de orientación que son presentados de forma tridimensional para una mejor ubicación en el espacio, como se puede ver en la entrada de algunos centros comerciales con explicación de los niveles y sus respectivos accesos.

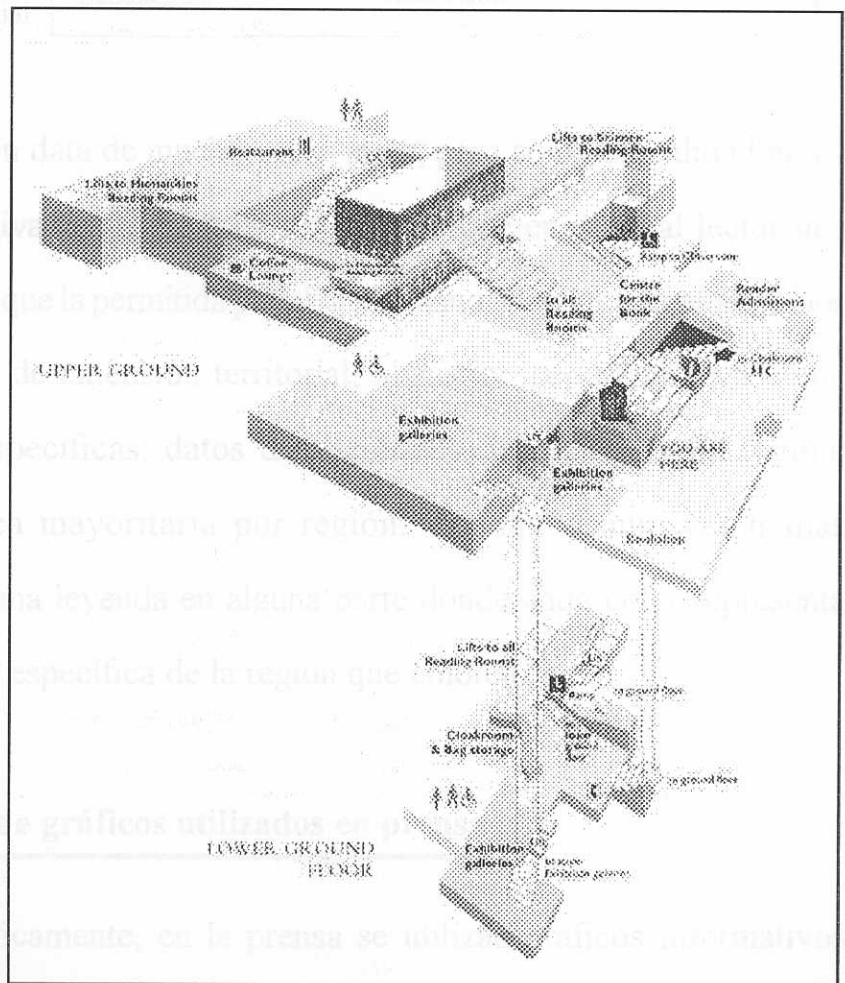
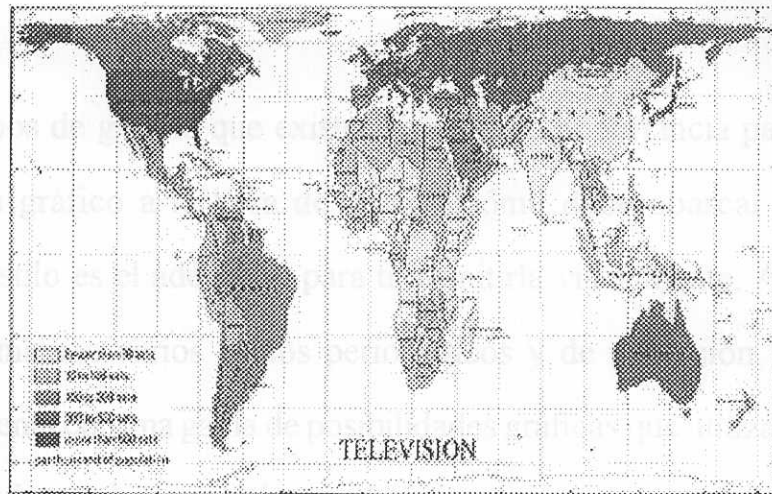


Figura 2.5.
Diagrama de orientación para la British Libray en Londres. Plano tridimensional para explicar las áreas del edificio

2.4.1.6. Los mapas del mundo interno y externo.

Figura 2.6.
Mapamundi cuyas
tramas de color
indican diferentes
controles de televisión
a escala mundial



Su utilización data de muchos años atrás, pero su funcionalidad no ha variado significativamente. Se trata de gráficos que enseñan al lector una visión más amplia que la permitida por el ojo humano. Con los mapas podemos obtener nociones de extensión territorial, ubicación geográfica, así como características específicas: datos demográficos, lengua de cada región, tendencia política mayoritaria por región. Es muy común ver mapas coloreados, con una leyenda en alguna parte donde cada color representa una característica específica de la región que colorea.

2.4.2. Tipos de gráficos utilizados en prensa

Más específicamente, en la prensa se utilizan gráficos informativos

específicos que podemos dividir en dos grandes grupos: Infografías estadísticas, e infografías no estadísticas.

indicadores como inflación, precio del dólar.

Conocer los tipos de gráfico que existen es de gran importancia para cualquier periodista gráfico a la hora de decidir cómo debe abarcar la información y qué estilo es el adecuado para transmitirla visualmente. Así como un reportero maneja varios estilos periodísticos y de redacción, el infógrafo también cuenta con una gama de posibilidades gráficas que utilizará dependiendo de la información que debe comunicar.

2.4.2.1 Infografías estadísticas

Estas estructuras gráficas se utilizan para explicar y detallar relaciones entre cantidades, números, cifras; lo cual nos puede indicar tendencias, evolución o reparto de un total, según el tipo de gráfico que se trate.

2.4.2.1.a. Lineales o fiebre

Holmes, Nigel (1991) las define como “una visualización de cantidades, elaborada con base en un período de tiempo y mostradas conjuntamente. Un ejemplo de ello es el ascenso de la inflación durante un período de varios años, o la variación de número de pasajeros de una aerolínea.”

Este tipo de gráficos indica fácilmente la evolución cuantitativa de diversos indicadores como inflación, precio del dólar, precio del barril de petróleo, temperatura atmosférica en diversos períodos de tiempo.

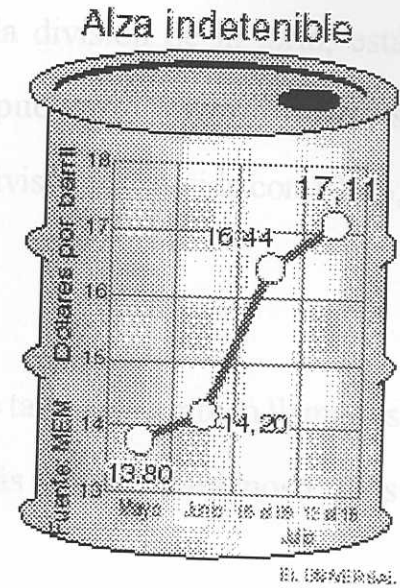


Figura 2.7. Evolución del precio del dólar por barril

2.4.2.1.b. De torta

Este tipo de gráfico hace alusión a un total (circunferencia completa) que se encuentra dividido en partes (trozos o divisiones de la circunferencia) cuya suma da como resultado ese total. Es muy común verlo en informaciones de participación de mercado en determinado renglón productivo, por ejemplo.

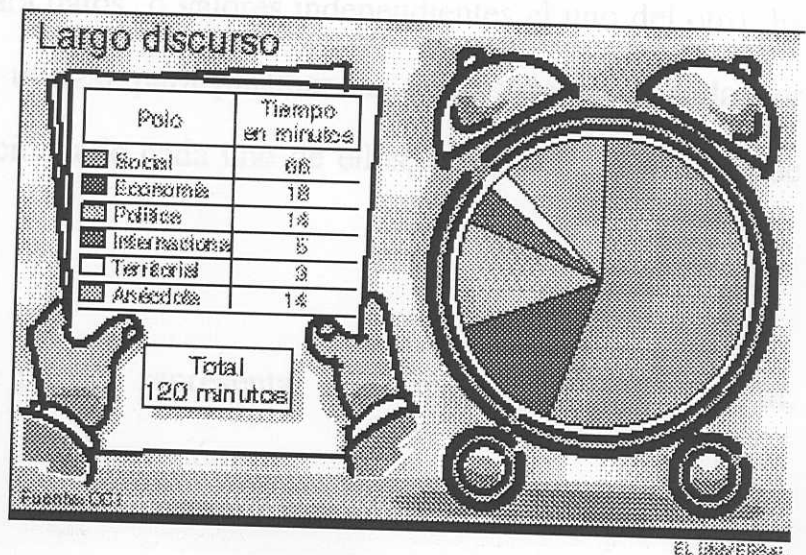


Figura 2.8. Gráfico de torta con distribución del tiempo en un discurso del presidente Chávez

Generalmente los valores que ocupa cada división de la torta, está expresado en porcentaje, aunque también pueden colocarse valores específicos, lo importante es que la suma de las divisiones coincida con 100%, o el total de la sumatoria de sus divisiones.

Holmes (1991) nos indica: “Los gráficos de tarta son también llamados de pastel o de círculo dividido. Son el método más práctico para mostrar los porcentajes de un todo”.

2.4.2.1.c. Barras

Estos gráficos son muy parecidos a los gráficos de fiebre en cuanto presentan cantidades en un período de tiempo determinado. La diferencia está en que no se unen los puntos porque no indica evoluciones, sino que generalmente compara datos o valores independientes el uno del otro. Es así como se puede utilizar para plasmar las ventas de una tienda por departamentos especificando cada uno de ellos, en un mismo período de tiempo.

Estas barras se pueden representar en forma vertical u horizontal, dependiendo del tipo de información.

caso Vertical. Generalmente se utilizan cuando se tiene el valor tiempo como indicador. El ejemplo de la tienda por departamentos es mucho más sencillo de entender de esta manera.

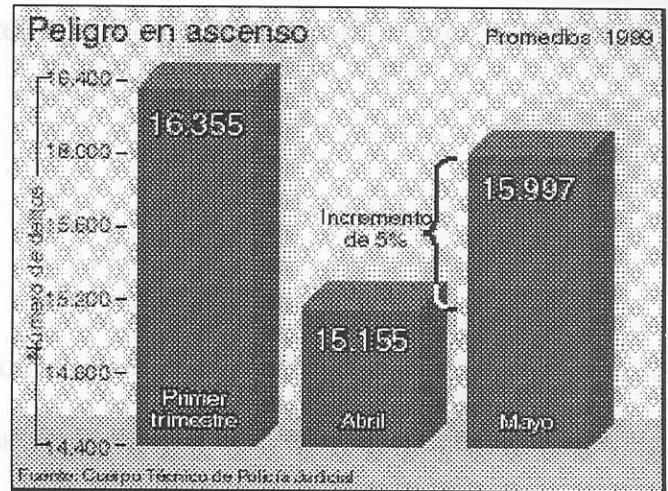


Figura 2.9. Índices de delincuencia en tres períodos de tiempo y su variación.

Horizontal. Al colocar las barras de forma horizontal, se varía un poco la lectura de sus valores a un nivel menos tradicional que el uso vertical. En muchas ocasiones brinda un efecto visual más apropiado, como podría ser el



Figura 2.10. Índices de delincuencia por ciudades en Venezuela

caso de presentar el número de calorías que poseen diferentes componentes alimenticios dentro de un determinado producto, como vemos aquí no se manejan nociones de tiempo.

2.4.2.1.d. Tablas

Las tablas son valores y cifras presentados de manera más textual que los anteriores tipos de gráficos estadísticos. Son utilizados cuando se trata

de un número amplio de categorías a mostrar, y son varios los valores por cada una de ellas o las diferencias entre los valores es muy distante, lo cual haría de un gráfico algo gigantesco y desproporcionado. Es así como se utiliza para

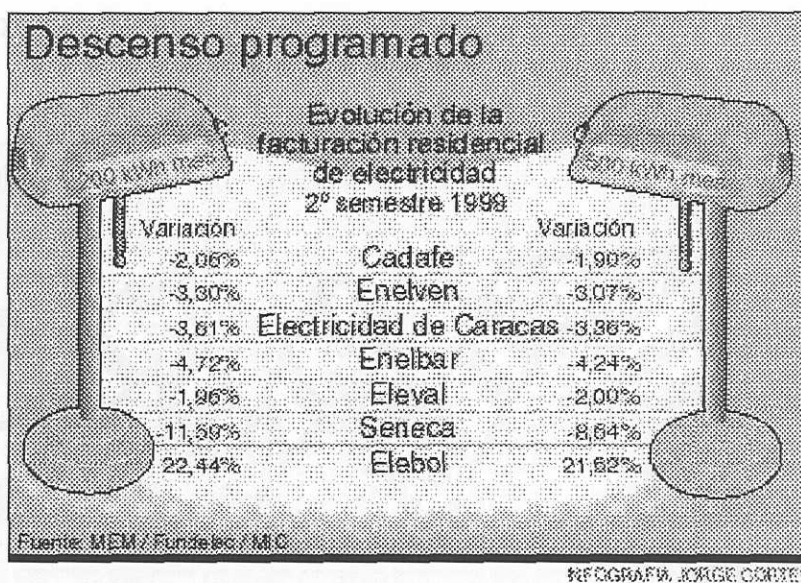


Figura 2.11. Tabla que refleja los porcentajes de variación del costo de la luz

informar sobre el nivel de desempleo por cada estado en Venezuela, y este además presenta cifras en tres o cuatro períodos de tiempo diferentes; en este caso es más recomendable una tabla.

2.4.2.1.e. Pictogramas

No es un tipo específico de gráfico estadístico diferente de los modelos anteriormente planteados, pero su utilización hace la diferencia entre uno y otro, sobre todo en cuanto a impacto visual. Cuando un gráfico de barras representa el nivel de delincuencia en diferentes ciudades, se puede utilizar un gráfico de barras, pero si estas barras se sustituyen por un icono o símbolo que representa fácilmente la categoría (delincuencia), como una pistola por ejemplo, entonces estamos viendo un pictograma.

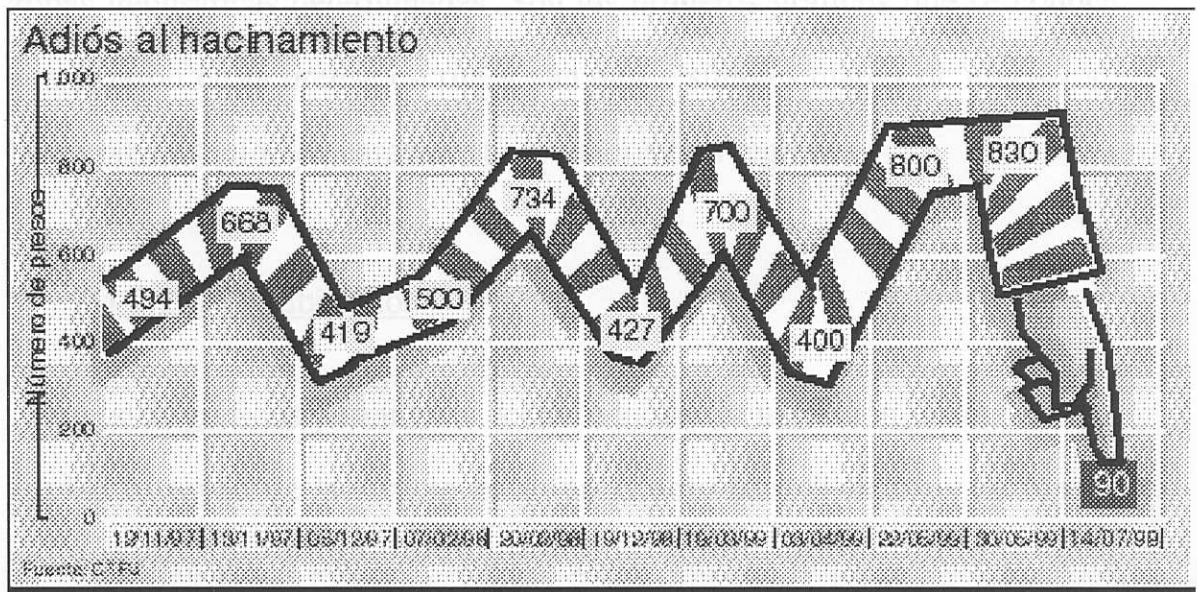


Figura 2.12. Esta infografía informa sobre la evolución del número de presos en una cárcel venezolana. La línea de este gráfico de fibra ha sido sustituida por una imagen que ícono que representa el tema carcelario

2.4.2.2. Infografías no estadísticas

Cuando la infografía lo que representa son situaciones o acontecimientos, partes de un proceso o ubica al lector en una región o zona determinada, ubicándola con calles, esquinas o edificios adyacentes como referencia. Básicamente se dividen en mapas, planos, diagramas y cajas de datos.

2.4.2.2.a. Mapas

Los mapas son utilizados para dar todo tipo de información referente a zonas geográficas determinadas. Son los primeros gráficos que se conoce aparecieron en la prensa escrita y van desde simples mapas de ubicación, hasta presentación de características de diversas regiones.

2.4.2.2.b. De ubicación

Estos gráficos permiten al lector conocer la ubicación exacta de una ciudad o región de la cual se habla en la nota periodística. Es de mucha utilidad para dar a conocer aquellas zonas que no son comunes al lector habitual del medio impreso.

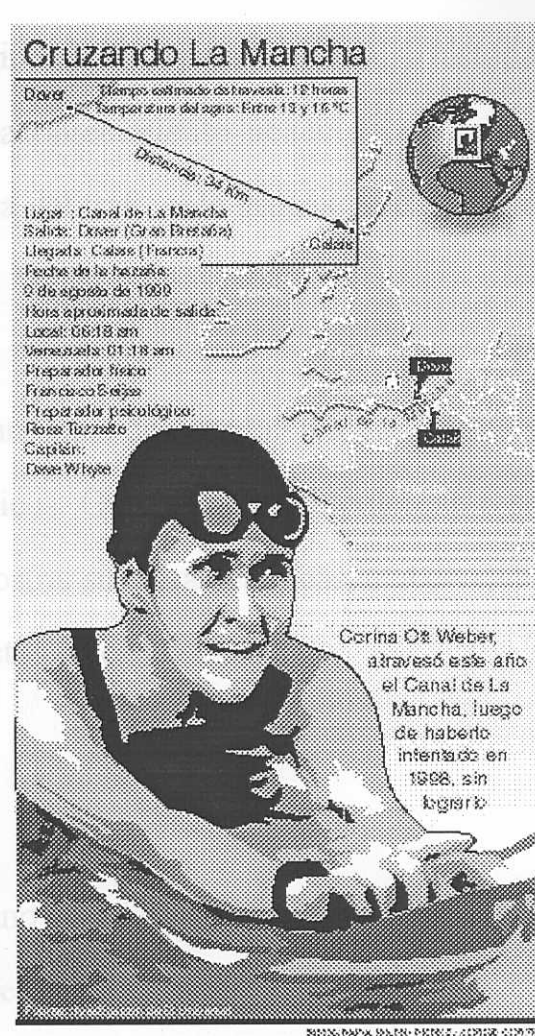
El nivel de detalle de estos mapas, depende del conocimiento del lector al cual se dirige el periódico. Por ejemplo, si sucedió un incidente en una

parte específica de la Av. Bolívar, en Caracas, se puede hacer un acercamiento o detalle del sitio ubicándola con calles, esquinas o edificios adyacentes como referencia. No es el mismo caso si se va a mostrar el lugar donde cayó una bomba en el

traman las regiones en cuestión para m político

Figura 2.13. Mapa que señala la travesía de una nadadora para cruzar el Canal de La Mancha, entre Gran Bretaña y Francia. En este ejemplo se puede ver tres tipos de ubicación espacial: general (ubicación en el mundo), regional (en el continente europeo) y de detalle (características del recorrido)

de un edificio o centro



conflicto en Kosovo, por que es un país alejado, en este caso de Venezuela y lo específico de calles o avenidas no serían puntos de referencia para el lector nacional.

El grado de ubicación varía desde el detalle en una zona específica de una ciudad, hasta la ubicación en el mapamundi de un país poco conocido.

El plano más básico es aquel que representa una vista aérea, bidimensional. Dependiendo del grado de detalle al que se pretenda llegar, se pueden hacer cortes transversales o longitudinales para mostrar el contenido del plano; o se puede representar de forma tridimensional y hasta en perspectiva.

2.4.2.2.d. Diagramas

Este nombre muchas veces se confunde con lo que antes citamos como gráficos estadísticos, pero en realidad se trata de gráficos que nos indican acciones, procesos, acontecimientos complejos, que de manera sintética y

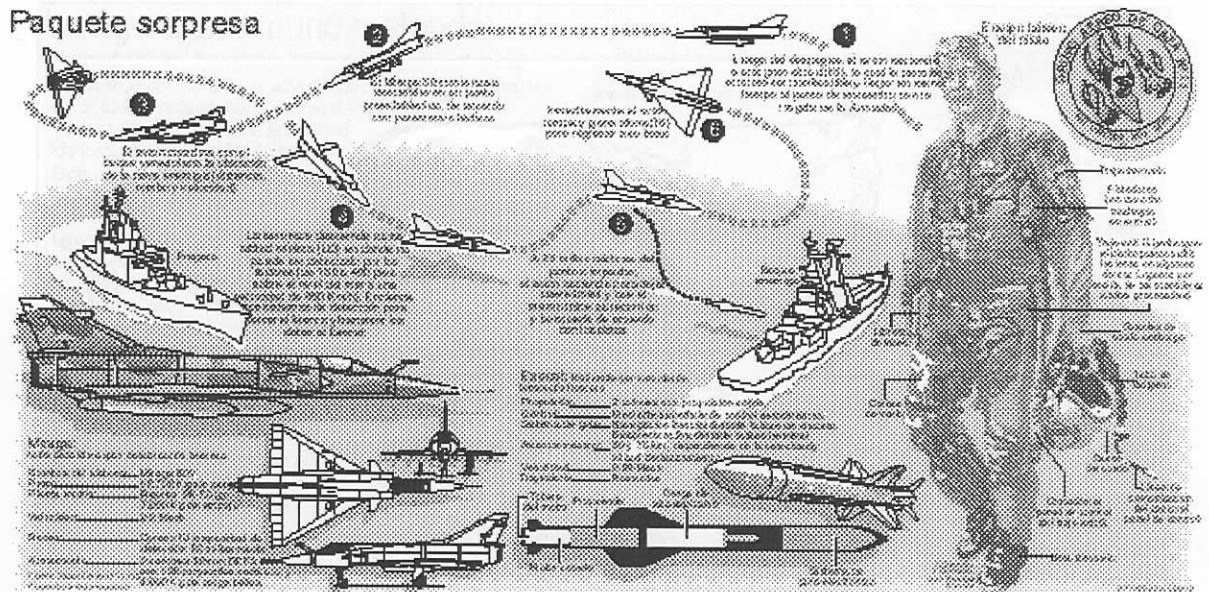


Figura 2.15. Diagrama infográfico que explica el sistema de ataque y detalles del jet de combate Mirage

simple da a conocer al lector situaciones que no vive en su propia experiencia.

Así como los mapas dicen dónde, los diagramas dicen el cómo.

de una boda real, o la visita del Papa, entre otros ejemplos.

Explicativo. Informan sobre cómo sucede determinado hecho o proceso. Pueden incluir diferentes tiempos. En la figura 2.15 se describe el proceso de ataque de un avión Mirage.

Un ejemplo clásico es el proceso de producción de alguna empresa.

Retrospectivo. Representa un hecho ya acaecido, y explica los detalles. Generalmente se utiliza en situaciones o sucesos que ocurren de manera inesperada y rápida, de los cuales se obtienen los detalles una vez transcurridos.

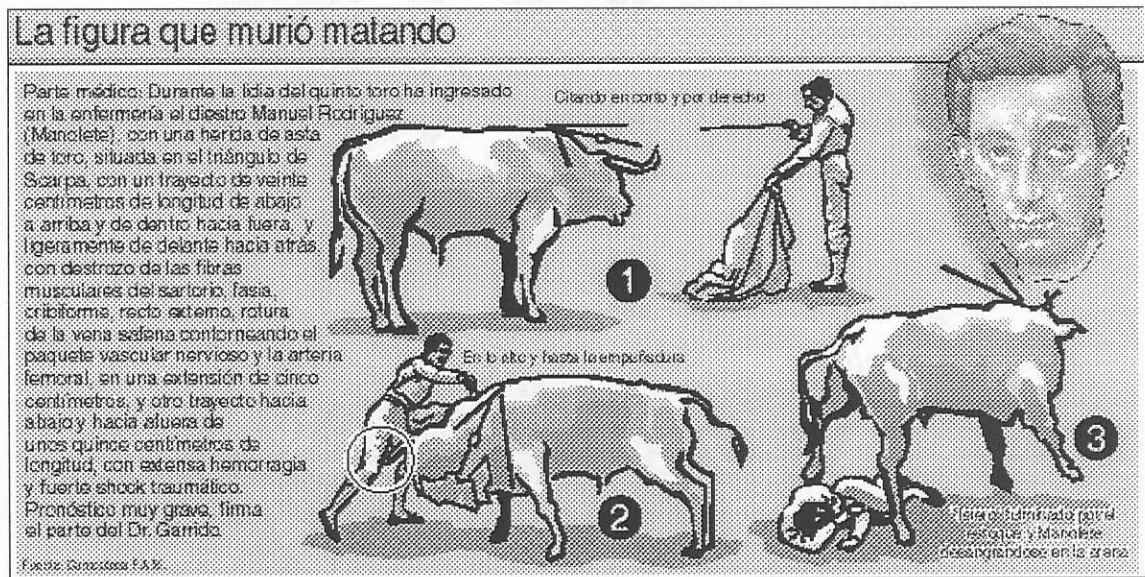


Figura 2.16. Infografía que detalla por pasos la muerte en la arena del torero Manolete

Anticipativo. También explica algún acontecimiento, sólo que no ha sucedido aún y los detalles pueden obtenerse de antemano, como es el caso de una boda real, o la visita del Papa, entre otros ejemplos.

Paso a paso. Este tipo de gráfico no estadístico, es de gran utilidad para explicar procesos, indicando su secuencia, tiempos, implementos, etc. Un ejemplo clásico es el proceso de producción de alguna empresa manufacturera. En la figura 2.17 se observa una infografía médica, muy útil en los casos en que la vista común no puede captar.

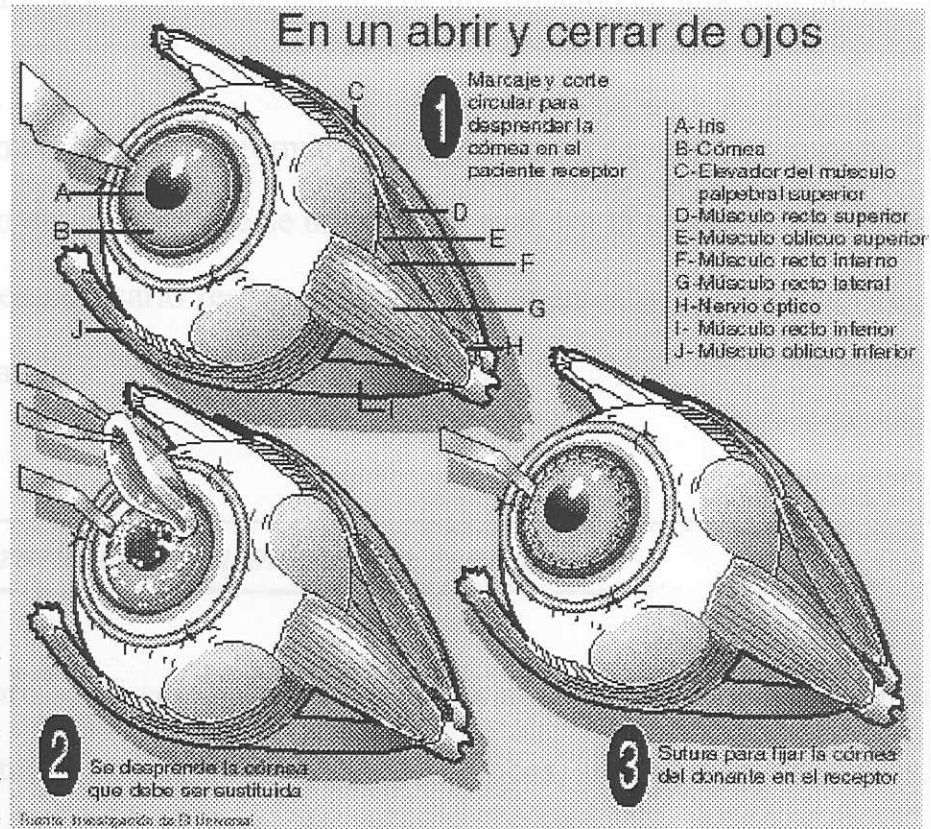


Figura 2.17. Infografía que explica el proceso de cirugía de la córnea

Estos son los tipos de gráficos o infográficos utilizados en la prensa escrita. No existe ninguna regla que diga que una sección informativa de un periódico debe utilizar sólo uno de estos tipos de gráficos y no los otros. El infógrafo debe conocer los estilos de gráficos que existen y decidirá qué tipo de infografía es más funcional dependiendo de las características de la información que se le presente, no importa de cuál sección informativa provenga.

De hecho, existen infografías que mezclan diversos tipos de gráficos brindando al lector varias dimensiones de información en una sola pieza.

La premisa básica es informar de manera clara y sencilla, no importa la combinación de gráficos que se utilice. Sea cual sea la composición y tipo de gráfico, es necesario respetar todos los elementos que debe tener una infografía para que se considere como tal.

2.5. Infografía en la información económica

La información económica, por la naturaleza de su contenido, utiliza principalmente el tipo de **infografías estadísticas**, anteriormente descritas. Esto no quiere decir que sean los únicos tipos de gráficos informativos

aplicables a la información de la sección económica.

Según Carmen Rosa Gómez, editora de la sección económica de El Universal «la relación de la infografía con la sección económica es básica, el 90% de la información que manejamos es infografiable» (Gómez, C. R., comunicación personal, 1999). Más adelante aclara que aparte de la infografía que representa cifras y números, existen otras posibilidades de desarrollos infográficos, como proceso de producción de empresas manufactureras, o mapas para señalar características económicas de regiones, entre muchas otras posibilidades de graficar información de diversa índole, según se presente el enfoque de la noticia.

La tipología que se presenta de la infografía no corresponde exclusivamente a una tendencia informativa por cada tipo de pieza gráfica. Sin importar a qué sección editorial corresponda la noticia, los datos pueden ser concebidos bajo cualquier tipo de infografía, según sea la naturaleza de la información. En el presente estudio, existe un énfasis en desarrollar un poco más la infografía de tipo estadística y los conocimientos empíricos que sobre ella existen.

Barnhurst, Kevin (1999), señala que «hay otro tipo de pensamiento que

son las matemáticas. Los números constituyen un sistema de símbolos, como el alfabeto. Así como la escritura, la aritmética puede tomar forma visual. A esto es lo que llamamos *cuadro gráfico*.». Según este autor, casi todo el mundo reconoce que en los gráficos, el tiempo va en la línea horizontal en un orden de izquierda a derecha, mientras que en la vertical, se colocan los datos numéricos o valores, cualesquiera que sean. Este sistema visual para analizar las ecuaciones matemáticas fue un aporte del filósofo y matemático René Descartes, pero quien utilizó por primera vez este sistema de líneas verticales y horizontales para ordenar y graficar valores (línea vertical) en periodos de tiempo específicos (línea horizontal), fue William Playfair, que utilizó este sistema para graficar la estadística financiera.

Los cuadros gráficos se desarrollaron en Europa, y especialmente en Francia durante el siglo XIX, pero no se usaron mucho en los Estados Unidos hasta este siglo, después de que llegó la época de la gran depresión. En aquella época había mucho interés en los cambios de precios, y los cuadros gráficos empezaron a ser publicados en muchos lugares. Desde que apareció el diario USA Today, los cuadros gráficos se están utilizando mucho más en los Estados Unidos, hasta el punto en que los editores norteamericanos, según un estudio reciente opinaron que pronto el uso de los cuadros gráficos podría sobrepasar el de las fotografías en los periódicos estadounidenses. (Barnhurst, K.1999).

2.5.1. ¿Porqué se da este fenómeno?

Según Stovall, J. (1999) la sociedad utiliza los números para saber sobre sí misma, es simplemente la manera para entender quiénes somos y qué está sucediendo en nuestra sociedad. Por ello, advierten que es una responsabilidad del comunicador social, mantener informada a la sociedad, motivo por el cual el periodista debe dominar la extensa variedad de números y las formas de representarles. Indica que los gráficos tienen dos funciones básicas: describir montos o cantidades y mostrar relaciones entre ellas, y los gráficos brindan una lectura más rápida y eficiente que las palabras.

2.5.2. Prensa económica en Venezuela

Armando Fuguet, encargado de la sección económica de El Nacional entre 1987 y 1991, reafirma los que Stovall señala, al declarar que:

«El periodismo económico comienza a tomar creciente importancia en los medios de comunicación a comienzos de los años '70. Con el embargo petrolero árabe sobreviene el alza de los precios del petróleo y el incremento inusitado de los ingresos del país. Ocurre el boom petrolero. Luego vino el recalentamiento de la economía, el inmenso endeudamiento de las empresas del Estado, la nacionalización las industrias de hidrocarburos y del hierro. Todos estos hechos son cubiertos por la prensa y motivan

como nunca antes la presencia destacada de la información económica en los medios de comunicación» (Fuguet. A. Citado por Sandoval, Werther. 1998).

Los cambios y tendencias económicas del entorno mundial, hacen eco en la economía venezolana, así como el mantenimiento de viejas fórmulas del Estado se hacen caducas frente al entorno económico mundial y se dificulta el manejo de la administración pública para generar bienestar en la población. Frente a todo este panorama que golpea los indicadores económicos como el dólar, las tasa de interés y otros factores que afectan directamente la economía familiar, el venezolano necesita conocer y saber qué está sucediendo, es entonces cuando la prensa económica va perdiendo la exclusividad de ser publicada en algunas revistas especializadas para formar parte importante de la producción editorial de los medios impresos masivos. Es así como en 1980 El Nacional crea la Sección de Economía. Más adelante, en 1988 aparece el diario Reporte y un año más tarde comienza a publicarse el diario Economía Hoy, ambos especializados en la prensa económica.

La necesidad de incluir la sección económica en los medios impresos masivos, implica adaptar la información a un lenguaje comprensible por la mayoría, premisa básica del comunicador social, es por ello que se va creando la necesidad de incluir nuevas herramientas comunicacionales que permitan

una mejor lectura sobre la información numérica, que representa la materia prima de la información económica.

«Somos una especie de traductores para el lector» señala la actual editora de economía de El Universal, que indica además que al margen de que se asume que la mayor parte de la gente que lee la sección, domina una proporción importante de los términos en los que habla el periodista económico, no obstante existe conciencia de la obligación de hacer llegar la información de la manera más sencilla y clara posible. (Gómez, C. R. Comunicación personal, agosto de 1999).

2.5.3. El departamento de economía de El Universal

La sección económica de este medio impreso, está compuesta por un editor, un coordinador y 10 reporteros. La materia prima es información que consiguen cubriendo fuentes como telecomunicaciones, consumo, laboral, comercio exterior, macroeconomía, privatización, mercado de capitales, sector privado, petróleo, construcción, banca y finanzas, entre otras.

El perfil del reportero de economía lo representan periodistas que tiene años cubriendo la información económica, cuya experiencia les ha permitido

acoplarse a la terminología y características propias de esta fuente informativa, para comunicar a la masa de lectores la información de la forma más sencilla posible, sin entrar en explicaciones terminológicas.

El 90% de la información económica es infografiable, de la cual un gran porcentaje lo constituyen información estadística o numérica. En el periodismo moderno, los gráficos estadísticos presentan diversas maneras de exponer o plasmar datos numéricos según Stovall, mas aún si el periodista gráfico posee los equipos y programas necesarios para crearlos. Señala además que sus convenciones de uso, hace relativamente fácil el entender y digerir este tipo de información. (Stovall, 1999. p. 59).

Entre los gráficos comúnmente utilizados en prensa económica están los gráficos de fiebre o evolución, utilizados con regularidad en la información petrolera, precio del dólar, estados financieros; los gráficos de barras que permiten comparar valores de diversa índole, como los precios de un mismo producto en diversos mercados; los gráficos de torta, cuya utilidad se centra en representar proporciones y porcentajes como es el caso de cifras de mercado de varias empresas competidoras, y las tablas que permiten representar valores numéricos que no tiene relación inmediata pero que sirve para conocerlos de forma clara y ordenada. Estos son los tipos básicos de

gráficos estadísticos que se utilizan, pero un mismo gráfico informativo puede hacer uso de varios de ellos, o fusionarlo con otro tipo de gráfico no estadístico, no existe una regla que fije parámetros al respecto.

3.1. Consideraciones generales

Estos gráficos informativos que representan datos numéricos, se han visto enriquecidos con aportes como el de Nigel Holmes, quien recomienda utilizar imágenes o símbolos en la estructura del infográfico para contextualizar aún más la información estadística y brindar al lector una ubicación inmediata en el tema que se desarrollan los datos.

Para determinar el impacto visual, atracción a la lectura, la capacidad de retención lograda, así como la información comprendida, el lector realizó cuestionarios individuales que respondieron a cada página y a cada elemento informativo de la página, cuyos resultados se tabularon en tablas de distribución de frecuencias que más adelante se describirán detallados.

3.2. Objetivos

CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO

3.2.1. Objetivo general

3.1. Consideraciones generales

La presente investigación busca determinar el papel de la infografía como elemento informativo en cuanto a la atención que logra sobre el lector y la transmisión de información en comparación con los demás elementos informativos con diferencias visuales en su presentación (título, texto, fotografía y sumario), que posee una nota periodística de prensa escrita.

Para tal fin se realizó un estudio descriptivo, no experimental sobre una muestra no probabilística compuesta por individuos con características similares en cuanto a hábitos de lectura.

Para determinar el impacto visual, atracción a la lectura, la capacidad de retención lograda, así como la información transmitida al lector, se realizaron cuestionarios individuales que respondieron a cada variable, por cada elemento informativo de la página, cuyos resultados se muestran en tablas de distribución de frecuencias que más adelante se encuentran detallados.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

3.3. *Planteamiento del problema*

Describir el impacto visual y transmisión de información que logra la infografía sobre el lector, con respecto a los demás elementos informativos con características visuales diferenciadas, sobre una muestra de individuos de un artículo de prensa económica, llama la atención del lector, su interés por leer la información que allí se incluye, a tal punto de recordar más información estadística de la noticia y captar la información que allí se presenta?

3.2.2. Objetivos específicos

3.4. 3.2.2.1. Medir el impacto visual que consigue los diversos elementos informativos que contiene una noticia económica de prensa escrita.

3.2.2.2. Determinar el interés de lectura que logran los elementos informativos del artículo.

3.2.2.3. Definir el elemento de la página que presenta mayor grado de lectura por parte del lector.

3.2.2.4. Identificar la capacidad de retención que demuestra el lector entre los diversos elementos de una nota de prensa económica.

3.3. Planteamiento del problema

¿Incluir una infografía estadística dentro de los elementos informativos de un artículo de prensa económica, llama la atención del lector, su interés por leer la información que allí se incluye, a tal punto de recordar más la información estadística de la noticia y captar la información que allí se presenta?

3.4. Hipótesis

La inclusión de la infografía como elemento informativo dentro de un artículo de economía, llama la atención del lector, capta su interés lectura, y permite mayor grado de recordación y recepción de la información estadística.

Según De Pablos (1999), luego de un estudio realizado «la infografía es una buena herramienta visual de apoyo periodístico -cuando es posible realizarla- y sirve para que los lectores capten mayor número de datos

periodísticos o que los capten con más detalles». Su investigación se basó en periodismo de sucesos, con un diagrama explicativo sobre un hecho acaecido en España. En nuestro caso se desarrolló la investigación en base al periodismo económico con una noticia cuya información incluye datos numéricos correspondientes a la economía nacional.

3.5 Variables

3.5.1. Impacto visual de los elementos que contiene una noticia, sobre el lector

Definición conceptual: Dirección visual primaria del lector frente a un número determinado de elementos visuales que presenta una artículo de prensa escrita, a saber: título (texto), foto, sumario e infografía.

Definición operacional: Elección individual que el lector realiza sobre un elemento contenido en la hoja suministrada, en una primera impresión visual, sin lectura. Pregunta verbal, sin cuestionario escrito, para conocer el elemento que le llamó la atención.

3.5.2. Atención o interés selectivo

Definición conceptual: Internalización que el individuo hace de ciertos

Definición conceptual: Estado cognitivo que permite al lector comenzar su lectura por uno de los elementos de la noticia, por sobre los demás, en una página de prensa escrita.

elemento de la página que el lector reconoce como conocido. Ficha

Definición operacional: reconocimiento de la información específica del elemento de la página por el cual comenzó su lectura. Ficha suministrada por encuestador con opciones de elección única e individual.

3.6. Tipo de investigación

3.5.3. Grado de recordación

Hernández et al. (1998) «...en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente...» (véase la redundancia) describir lo que se investigó y por qué.

Definición conceptual: Capacidad del individuo entrevistado para recordar unos datos por sobre otros colocados como posibles opciones.

Específicamente en esta investigación se describe cada variable por su modo, cuyos resultados apoyan la hipótesis planteada.

Definición operacional: reconocimiento de la información específica del elemento de la página que recuerda con mayor claridad. Ficha suministrada por encuestador con opciones de elección única e individual.

3.7. Diseño de investigación

3.5.4. Retención informativa

NO existe manipulación controlada de las variables, ya que... el autor menciona

Definición conceptual: Internalización que el individuo hace de ciertos datos o información con reconocimiento satisfactorio de detalles.

Definición operacional: reconocimiento de la información específica del elemento de la página que el lector reconoce como conocido. Ficha administrada por encuestador con opciones de elección única e individual.

3.6. Tipo de investigación

La presente investigación corresponde a un **estudio descriptivo**. Según Hernández et al. (1998) «...en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así (váltase la redundancia) describir lo que se investiga.» (p. 60). Específicamente en esta investigación se describe cada variable por separado, cuyos resultados apoyan la hipótesis planteada.

3.7. Diseño de investigación

No existe manipulación deliberada de las variables, ya que éstas ocurren

en la realidad sin la intervención del investigador; lo cual ubica este trabajo en un **diseño no experimental**. Además, es condición necesaria que las variables se presenten, en lo posible, de la manera más cercana a la realidad, lo cual excluye la intención de manipularles.

El tipo de diseño no experimental está definido por Hernández et al. (1998) como **transversal descriptivo**, estos estudios «...recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.» (p. 186). El procedimiento a seguir mide en un grupo de personas la incidencia de las variables planteadas y se describen los resultados.

3.8. Universo y Muestra

La investigación utiliza como unidad de análisis individuos con características específicas:

Características

Edad: entre 20 y 45 años

Sexo: Ambos sexos (no es determinante)

Nivel educativo mínimo: bachiller

Tipo de lector: esporádico (lector poco asiduo a la prensa) (N=72) que

Promedio de revisión de la prensa: 4 veces a la semana La intención es

Tiempo de lectura en prensa: promedio 30 minutos diarios no representa

Instrucción económica: no especializada o se pueden extender a todo el

universo de lectores, sólo a los lectores que reúnen las características de la

mue

La investigación necesita ser realizada sobre sujetos con características

bien específicas y estandarizadas, ya que la diferencia estará dada en la

prueba que se entregará, no en el lector. Por esta razón, no todos los individuos

del universo de lectores tienen la misma posibilidad de ser elegidos, además,

no existe un listado formal de individuos que reúnan estas características

específicas que permita seleccionar una muestra representativa, esto hace

que la muestra sea **no probabilística**.

La muestra está compuesta por **individuos voluntarios**, se trata de

muestras fortuitas que se utilizan frecuentemente en ciencias sociales y

ciencias de la conducta, compuesta por sujetos que acceden voluntariamente

a participar en la investigación. “Este tipo de muestra se usa en estudios de

laboratorio donde se procura que los sujetos sean homogéneos en variables

tales como edad, sexo, inteligencia, de manera que los resultados o efectos

no obedezcan a diferencias individuales, sino a las condiciones a las que

fueron sometidos.” (Sampieri et al., 1998, p. 227).

3.9. La muestra está compuesta por setenta y dos individuos (N=72) que reúnen las características que especifica la investigación. La intención es obtener información de tipo cualitativa, en donde la cantidad no representa un factor importante, cuyas conclusiones no se pueden extender a todo el universo de lectores, sólo a los lectores que reúnen las características de la muestra seleccionada.

3.9. Instrumento de medición

El instrumento de medición está compuesto un cuestionario que fue administrado personalmente a cada individuo, compuesto por 4 preguntas concernientes a una noticia económica de prensa, que miden las variables planteadas.

Para tal fin se seleccionó el artículo de prensa publicado el 25 de mayo de 1999. La misma noticia fue publicada en El Universal y en Economía Hoy, con la misma estructura de contenido, solo que en El Universal presentó el artículo con una infografía de tipo estadística, que contiene información relevante dentro de la noticia; mientras que el artículo de Economía Hoy no incluye esta herramienta informativa pero contiene la misma información estadística en el texto.

3.9.1. Grupos de observación

Ambas pruebas fueron presentadas a grupos de igual número de individuos, por lo cual se dividió la muestra en dos subgrupos de la siguiente forma:

Grupo A. Compuesto por 36 personas que observaron y revisaron la noticia que publicó en El Universal, cuyo contenido tiene los elementos clásicos de un artículo de prensa (título, sumario, texto y foto) y una infografía con información estadística. A cada quien se le aplicó el cuestionario por separado (ver figura 3.1)..

Grupo B. Compuesto por 36 personas que observaron y revisaron la noticia que publicó en Economía Hoy, cuyo contenido solo tiene los elementos clásicos de un artículo de prensa (título, sumario, texto y foto). A cada quien se le aplicó el cuestionario por separado (ver figura 3.2)..

Es preciso señalar que la información contenida en la infografía de la prueba A, está ubicado dentro de la redacción textual de ambos artículos, lo cual estandariza la información de ambas pruebas y permite establecer comparaciones en cuanto a recepción de la información.

Figura 3.1 Contenido informativo de la prueba A

Las secciones resaltadas en la muestra, corresponden a información específica que contiene cada elemento (texto, gráfico, foto y sumario). Las opciones de respuesta por cada ficha presentada al entrevistado permite conocer qué elemento de la página ocupó su atención y, como consecuencia, qué información pudo captar del artículo

4. SUMARIO

Información contenida: QUE (idea secundaria)

Señalamientos de ilegalidad que hacen los parlamentarios, y la negativa de Giordani a opinar sobre la medida

1. TEXTO

Información contenida: QUE Y CUANDO

El ejecutivo prevé para finales de año el ingreso de 300 millones de dólares al FEM, producto del excedente de venta de crudo con precio mayor a 9 dólares

2. GRAFICO

Información contenida: COMO

Cómo se van a repartir los dólares adicionales. Muestra el reparto en porcentajes para cada organismo o institución

3. FOTO

Información contenida: QUIEN

Giordani compara al fondo con una represa.

La premisa de colocar en el fondo todos los recursos que se generen por encima de \$9/b se mantendrá durante 5 años

Ingresarán \$300 millones al FEM

JORGE GIORDANI, ministro de Cordinplan, no quiso opinar acerca del establecimiento de algunos parlamentarios respecto a la legalidad de la modificación del Fondo de Inversión para la Estabilización Macroeconómica (FEM).

Laiza Rosado Maracara, *El Universal*

Caracas. El Ejecutivo prevé que este año ingresen al Fondo de Inversión para la Estabilización Macroeconómica (FEM) alrededor de 300 millones de dólares, según cálculos conservadores que maneja Cordinplan. El titular de la cartera de la planificación, Jorge Giordani, explicó que la mitad de todos los ingresos petroleros que se generen como consecuencia del alza del precio por encima de 9 dólares en el presupuesto, recomendado se destinará al fondo.

De acuerdo al nivel de producción, que actualmente tiene Venezuela (unos 2,6 millones b/d) por cada dólar adicional al establecido en el presupuesto, ingresarán entre 700 y 800 millones de dólares, sin embargo el Ejecutivo prefiere optar por conservador y sus cálculos prevén que entrarán al fondo unos 300 millones de dólares.

Giordani informó además que para los próximos cinco años, se mantendrá la premisa de que todo el ingreso petrolero que se utilice por encima de 9 dólares deberá ir al mencionado instrumento.

"Esto significa una medida seria de austeridad fiscal, pero no para el derroche, sino fundamentalmente para la inversión".

Giordani no quiso responder a los señalamientos que han hecho algunos parlamentarios en relación a la legalidad de la modificación por parte del Ejecutivo de la ley que creó el FEM.

Cómo llenar el pote y en qué usarlo

La inserción original del fondo de estabilización aprobado en la administración Calabera, era repasar los recursos petroleros que entrarán a las arcas públicas cuando el precio del crudo superara el promedio de los últimos cinco años, que actualmente se ubica alrededor de los 14,5 dólares por barril.

Ahora, y durante los próximos 5 años, se considerará excedente petrolero aquellos ingresos que se generen como consecuencia de un precio de barril por encima de los mencionados 9 dólares.

Pero debido a las obligaciones legales el monto total de los excedentes no se destinan al fondo de estabilización. De acuerdo a la explicación de Giordani, 30% se reparte entre las regiones y Petróleos de Venezuela y el restante 30% va al fondo.

Así, de este último 60%, el 20% se destina al fondo único social, 17,5% al Fondo de Inversiones de Venezuela y 12,5% al de rescate de la deuda.

Consultado acerca de las condiciones para el uso de los recursos, indicó que en el caso del fondo único social, éste todavía no ha sido creado. Aunque el Fondo de Inversiones de Venezuela establece sus propias reglas, la inversión se hará principalmente en sectores productivos generadores de empleo y el de rescate de

Así se repartirán los dólares adicionales

Cada dólar que sobe el barril de petróleo genera, según el actual nivel de producción, entre 700 y 800 millones de dólares, sin embargo para calcular los recursos que entrarán este año al fondo, el Ejecutivo prefiere ser conservador. El ministro de Cordinplan considera que la activación de este instrumento es una medida de austeridad.

Organismo	Porcentaje
República	35%
Gobiernos regionales	15%
Fondo Único Social	20%
Fondo de Inversiones	17,5%
Fondo de Rescate de Deuda	12,5%

Que felices seríamos si...

El ministro de Cordinplan, recordando a Juan Pablo Pérez Alfonzo, señaló que de haberse activado el fondo en el quinquenio pasado, este año tendría alrededor de 64.800 millones ahorrados.

Giordani comparó al FEM con una represa y se pregunta, "¿cuántos tendríamos en el tanque si se hubiera activado en 1973?".

Así, continuando con los ejemplos académicos, explicó que el objetivo del fondo es que parte de los recursos que entrarían no entren al incremento de gastos y asocorben la inflación. "La intención es repasar esos recursos adicionales para que cuando el agua llegue al mar sea mansa".

El ministro considera otra

deuda tiene sus propias reglas de funcionamiento.

De cumplirse las previsiones del Gobierno, en cuanto a los montos que ingresarán al FEM, este año el fondo único social (una vez que sea creado) entrará con 60 millones de dólares, el FIV con 21,5 millones de dólares y al de rescate de la deuda irán 37,5 millones de dólares.

El ministro considera otra

El ministro de Cordinplan compara el fondo con una represa



Figura 3.2

Contenido informativo de la prueba B

Las secciones resaltadas en la muestra, corresponden a información específica que contiene cada elemento (texto, foto y sumario). Las opciones de respuesta por cada ficha presentada al entrevistado permite conocer qué elemento de la página ocupó su atención y, como consecuencia, qué información pudo captar del artículo

Dinero excedente en el fondo financiero reducirá efecto inflacionario

Al FEM ingresarán 300 millones de dólares este año

Para finales de año el Fondo de Estabilización Macroeconómica (FEM) habrá representado 300 millones de dólares provenientes de las exportaciones de crudo, según cifras conservadoras dadas por el ministro de Cordiplan, Jorge Giordani. En la reciente modificación del FEM se estableció que los ingresos petroleros excepcionales a partir de los nueve dólares tendrían como destino este fondo de recursos financieros.

El FEM busca estabilizar el ingreso fiscal de origen petrolero en forma tal que la volatilidad del mercado no lo afecte excesivamente como ha estado sucediendo en los últimos tiempos. De esta manera, de presentarse algún shock desfavorable por la caída de los precios de los hidrocarburos, se trasladaría al sector público recursos financieros acumulados en tiempos de precios excedentes.

El Presupuesto Nacional fue elaborado con base en nueve dólares como precio promedio del barril de petróleo. Por lo tanto, el FEM recogerá todo aquel diferencial por encima de esta cifra. Hasta ahora el promedio del crudo sobrepasa la meta establecida en las cuentas de la nación y se ubica en 11,1 dólares; por lo que el excedente es de 2,1 dólares.

Ahora bien, sólo 1,5 dólares se destinarán al Fondo de Estabilización Macroeconómica, lo que equivale a unos 700 millones de dólares, tomando en cuenta el valor aproximado de cada dólar petrolero, cifra que la sostiene un valor constante de las exportaciones diarias de crudo y un precio promedio del barril. Sin embargo, el ministro de Cordiplan dijo que la meta del Gobierno era por lo menos llegar a representar 300 millones de dólares para fin de año, como cifra "muy conservadora".

La distribución de los recursos destinados al Fondo de Estabilización Macroeconómica se realiza de la siguiente manera: tomando en cuenta un volumen de producción de petróleo constante por un precio estimado, en este caso nueve dólares, se calculan los excedentes o diferenciales, de los cuales se reparten un tercio a Petróleos de Venezuela y dos tercios a la República, a través del impuesto sobre la Renta (Itr) y las regalías de las exportaciones de crudo.

De las regalías (16% del total de los recursos) se reparten 30% al Situado Constitucional, 20% para la Ley de Asignaciones Especiales y el restante 60% es lo que en definitiva conformará el FEM. Del Itr (el monto del total de los recursos) 20% es para el Situado Constitucional y 80% se usa a los recursos financieros del fondo.

El 60% de regalías y 80% del Itr se reparten al FEM de la siguiente manera: 40% de los recursos al Fondo Unico Social (que no ha sido creado aún y su puesta en marcha dependerá de la autorización del Ejecutivo a través de la Ley (habilitante); 35% el Fondo de Inversiones de Venezuela y finalmente 25% se destinará al Fondo de Rescate de la Deuda.

En términos monetarios, de 1,5 dólares petroleros: 35 centavos de dólar serán de Pdvsa; 16,3 centavos al Situado Constitucional y asignaciones especiales; 20 centavos de dólar al Fondo Unico Social; 17 centavos al Fondo de Inversiones; y 12 centavos de dólar al Fondo de Rescate de la Deuda.

El remanente se destinará al Situado Constitucional y asignaciones especiales, económicas para la inversión en alcaldías y gobernaciones, así como a dotaciones de Pdvsa, luego de que ésta restituya los ingresos por exportación de hidrocarburos.

El ministro Giordani no quiso emitir ningún juicio acerca de la polémica generada entorno a la legitimidad de la reforma al Fondo de Estabilización Macroeconómica. Se limitó a decir que "nosotros no hemos entrado en modificación de leyes, tan sólo hemos activado algo que estaba vacío".

Finalmente, la activación del FEM contribuirá a reducir el efecto inflacionario que genera sobre la economía la destinación al gasto de los ingresos extraordinarios del petróleo.

Según la ley, las transferencias que efectuará el FEM al sector público no excederán el monto necesario para cubrir el diferencial de ingresos. En caso de que los recursos del FEM excedan de 80% del monto equivalente al promedio de las exportaciones petroleras de los últimos cinco años, el excedente correspondiente a la República será transferido al Fondo de Rescate de la Deuda para amortización anticipada de deuda pública nacional. El excedente correspondiente a las entidades estatales será transferido a éstas según corresponda para la realización de gastos de inversión y el diferencial correspondiente a Pdvsa será transferido a dicha empresa.

Norika M. López ■ ECONOMÍA HOY



Jorge Giordani, ministro de Cordiplan

1. TEXTO

Información contenida: QUE Y CUANDO

Para finales de año el FEM habrá representado 300 millones de dólares, como consecuencia de los ingresos petroleros excedentes a partir de 9 dólares

4. SUMARIO

Información contenida: QUE

El presupuesto nacional fue elaborado sobre la base de 9 dólares, entonces el excedente será recogido por el FEM. El promedio del crudo actual es de 11,1 dólares

3. FOTO

Información contenida: QUIEN

Jorge Giordani es el ministro de Cordiplan

2. GRAFICO*

Información contenida: COMO

Cómo se van a repartir los dólares adicionales, y reparto en porcentajes para cada organismo o institución

(*) La información que está en estas líneas corresponde al contenido de la infografía que se aprecia en la otra prueba

3.9.2. Validación

A manera de validación, se aplicó el instrumento a 7 personas cuyas características coinciden con la muestra descrita anteriormente. Las dos primeras, permitieron detectar defectos en las instrucciones de lectura que debía realizar el entrevistado, luego de un ajuste, se obtuvieron los resultados esperados en las restantes 5 personas.

La prueba realizada a las últimas 5 personas, permitió demostrarles la dinámica del instrumento e hizo más fácil su adiestramiento y comprensión de la prueba, por lo cual se utilizaron estas personas como encuestadores para aplicar el instrumento en la muestra necesaria.

3.9.3. Cuestionario y dinámica

El cuestionario se aplicó a personas previa selección para ser coherentes con las características específicas de la muestra. Para ello se les realizaron preguntas relacionadas con dichas características.

La dinámica para realizar el cuestionario sigue los siguientes pasos:

- 1) El encuestador muestra la hoja con la nota de prensa y realiza la primera pregunta de forma verbal, que está relacionada con el impacto visual de los elementos de la hoja.
- 2) Se pide al entrevistado que revise el artículo de la misma forma como normalmente revisa la prensa, y en el tiempo que le parezca necesario. Esto es muy importante porque permite una mayor aproximación a la situación real de lectura del entrevistado, no por imposición de quien solicita la encuesta.
- 3) Transcurrido el tiempo de lectura que considere el entrevistado, se le suministra al entrevistado fichas con preguntas y 4 posibilidades de selección, de la cual debe elegir una sola opción. Cada opción está precodificada y una vez hecha la elección, el encuestador anota en la planilla la opción seleccionada.

Las preguntas y sus respectivas fichas se presentan una por una hasta que el lector realice la selección sobre alguna de las opciones:

Ficha 1 (pregunta verbal). **Al ver esta hoja, ¿qué elemento de la página le llama más la atención?**

Ficha 2. ¿De las siguientes frases, cuál recuerda haber consultado

Antes de formular la pregunta, se le muestra al entrevistado la hoja sin entregársela, y se formula esta primera pregunta inmediatamente. La pregunta es abierta, no se indican opciones específicas.

Variable a medir: Impacto visual

Codificación:

Elemento	Código
Texto	1
Gráfico	2
Foto	3
Sumario	4

Estas opciones se representan por ser los elementos de la hoja más resaltantes. La primera opción (texto) representa al título en los casos en que sea indicado por el entrevistado.

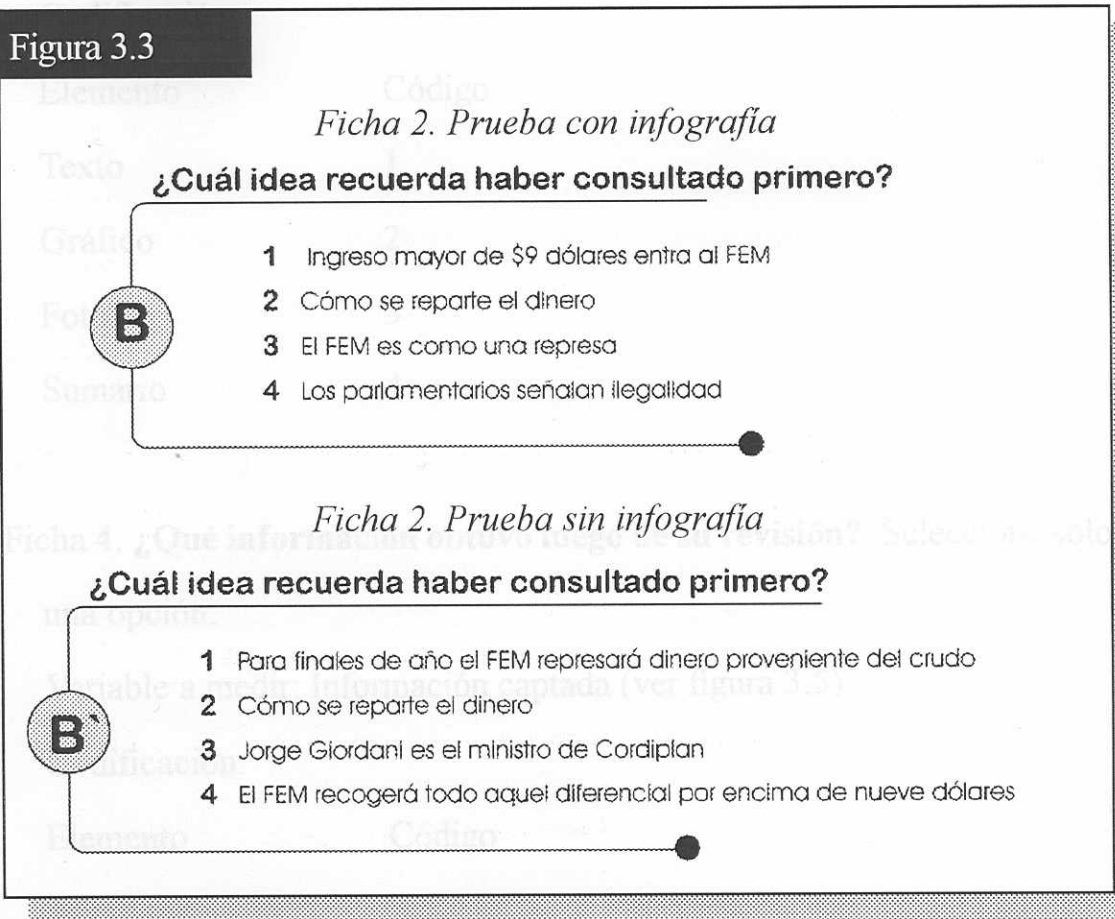
Luego de obtener la respuesta, se le entrega la hoja al entrevistado y se indican las instrucciones para que revise el artículo de la misma forma como lo haría cuando lee el periódico por su cuenta, y en el tiempo que considere necesario. Sin informarlo a la persona entrevistada, el encuestador esperará máximo 2 minutos, le retirará la hoja, y continuará con las preguntas.

Ficha 2. ¿De las siguientes frases, cuál recuerda haber consultado primero?. Seleccione solo una opción.

Variable a medir: Interés selectivo (ver figura 3.3)

Codificación:

Elemento	Código
Texto	1
Gráfico	2
Foto	3
Sumario	4



En este caso, y en las preguntas subsiguientes, no se indica en la ficha los elementos por su nombre, sino que se infiere su revisión por los datos específicos que contiene cada elemento. Para medir su selección, cada opción a seleccionar (1, 2, 3 y 4) tiene la información específica que contiene cada elemento en las primeras líneas de texto, y que varía en cada caso.

Ficha 3. ¿De las siguientes frases, cuál recuerda con mayor claridad?.

Seleccione solo una opción.

Variable a medir: Retención (ver figura 3.4)

Codificación:

Elemento	Código
Texto	1
Gráfico	2
Foto	3
Sumario	4

Ficha 4. ¿Qué información obtuvo luego de su revisión?. Seleccione solo una opción.

Variable a medir: Información captada (ver figura 3.5)

Codificación:

Elemento	Código
----------	--------

Figura 3.4

Ficha 3. Prueba con infografía

De las siguientes frases ¿cuál recuerda con mayor claridad?

- 1 El Ejecutivo prevé un Ingreso al Fondo de Estabilización Macroeconómica (FEM)
- 2 Así se repartirán los dólares adicionales
- 3 El ministro de Cordiplan compara el fondo
- 4 Algunos parlamentarios consideran ilegal la modificación del FEM

C

Ficha 3. Prueba sin infografía

De las siguientes frases ¿cuál recuerda con mayor claridad?

- 1 Para finales de año el Fondo de Estabilización Macroeconómica habrá represado 300 millones de dólares
- 2 Así se repartirán los dólares adicionales
- 3 Jorge Giordani, Ministro de Cordiplan
- 4 El presupuesto nacional fue elaborado sobre la base de nueve dólares como precio promedio del barril de petróleo

C

Figura 3.5

Ficha 4. Prueba con infografía

¿Qué información obtuvo luego de su revisión?

D

- 1 La mitad de todos los ingresos petroleros que se produzcan por encima de los \$9 por barril, entrarán al FEM
- 2 Los dólares se repartirán 50% para Pdvsa y gobiernos regionales, y 50% para el Fondo de Estabilización Macroeconómica
- 3 El ministro de Cordiplan considera que el fondo es como una represa
- 4 El ministro de Cordiplan no quiso pronunciarse acerca del señalamiento de ilegalidad de la modificación del FEM que hicieron algunos parlamentarios

Ficha 4. Prueba sin infografía

¿Qué información obtuvo luego de su revisión?

D

- 1 La reciente modificación del FEM estableció que los ingresos petroleros excepcionales a partir de 9 dólares tendrán como destino el FEM
- 2 Los dólares se repartirán 50% para Pdvsa y gobiernos regionales, y 50% para el Fondo de Estabilización Macroeconómica
- 3 Giordani es el ministro de Cordiplan
- 4 Como el presupuesto nacional fue elaborado sobre la base de 9 dólares por barril de petróleo, el excedente será recogido por el FEM y el promedio del crudo actual es de 11,1 dólares

Texto	1
Gráfico	2
Foto	3
Sumario	4

Las fichas y sus respectivas opciones de selección varía en cada grupo de observación según el contenido y estructura de la noticia presentada (ver figuras 3.1 y 3.2). Cabe destacar que en el grupo B, a pesar de no existir el gráfico, se mantiene la opción “Gráfico” y su codificación (2). Para el entrevistado, esta opción sigue siendo una frase que contiene datos que puede conseguir en el texto. A los ojos del encuestador y el investigador, la selección de esta opción arroja 2 conclusiones: 1) si la selecciona es porque captó esta información que esta casi al final del artículo; 2) si no la selecciona, es porque no llegó a obtener esta información.

3.9.4. Recolección de los datos

El encuestador realiza las preguntas y muestra las fichas con las opciones. El entrevistado no realiza ningún tipo de anotación, solo selecciona una opción y la comunica verbalmente o señala sobre la ficha, la opción que le pareció seleccionar.

Para registrar las respuestas, al encuestador se le suministrará una planilla (ver gráfico 3.6), con las preguntas. Estas contienen espacios o celdas en blanco para colocar una equis (X) sobre la opción que le indique la persona entrevistada.

Una vez que el encuestador realiza las preguntas y marca las respuestas seleccionadas por los individuos encuestados, entonces entrega las planilla al investigador para procesar los datos y realizar el análisis.

ENCUESTA DE ALUMNOS POR EL INVESTIGADOR

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	1	2	3	4
1. Nombre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Género	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Edad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figura 3.6 Planilla para recolección de datos

	A	B	C	D		A	B	C	D		A	B	C	D
1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	A	B	C	D		A	B	C	D		A	B	C	D
1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	A	B	C	D		A	B	C	D		A	B	C	D
1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	A	B	C	D		A	B	C	D		A	B	C	D
1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	A	B	C	D		A	B	C	D
1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1. Texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	2. Gráfico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	3. Foto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	4. Sumario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ESPACIO A SER LLENADO POR EL INVESTIGADOR				
	Texto	Gráfico	Foto	Sumario
A. Impacto visual	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B. Interés de lectura	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
C. Retención	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
D. Idea captada	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

CAPITULO IV. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Consideraciones generales

A continuación se describen los resultados obtenidos por cada grupo (A y B), luego de haber aplicado el instrumento de medición. Es necesario recordar que se utilizó en la investigación dos presentaciones de una misma noticia económica de prensa, cuya estructura de contenido es similar, salvo que la del grupo A (El Universal) contiene una infografía como elemento informativo, mientras que la hoja revisada por el grupo B (Economía Hoy) no contiene infografía.

Las setenta y dos personas que componen el total de la muestra seleccionaron los elementos informativos de la página, donde concentraron su atención, cuya información recuerdan con mayor claridad y captaron de manera más clara. Como se pudo constatar en las fichas entregadas a cada individuo, no se les indica explícitamente el elemento gráfico, sino que su selección se basa en datos específicos que el investigador ha seleccionado de cada elemento informativo, lo que indica qué elemento informativo lograron leer, y qué información obtuvieron.

Se realizaron las encuestas necesarias, que dieron un total de 72 personas encuestadas (N=72). El trabajo de campo se realizó con la colaboración de Yamairi Acosta, René Cortés, Aurimar Marchena, Yulmary Rodríguez y Omar Villarroel.

4.2. Resultados del grupo A

A continuación, se representarán los resultados obtenidos en el Grupo A, con 36 personas a quienes se les aplicó la prueba cuya noticia tenía infografía entre sus elementos informativos. La figura 4.1 muestra los resultados de este primer grupo.

Figura 4.1 Resultados del Grupo A

Prueba 1: Nota con infografía N: 36

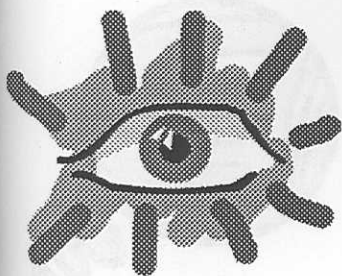
ESPACIO A SER LLENADO POR EL INVESTIGADOR				
	Texto	Gráfico	Foto	Sumario
A. Impacto visual	6 *	25	5	0
B. Interés de lectura	15	18	0	3
C. Retención	10	19	3	4
D. Idea captada	14	14	3	5

(*) Text = Tit.

Grupo A. Pregunta 1 referente a la atracción visual que ejercieron los elementos de la página sobre las personas entrevistadas. En la tabla 4.1.1 pueden observarse los resultados y sus conclusiones:

Tabla 4.1.1

Variable: Impacto visual en prueba con info



Elemento del artículo que más le llamó la atención al ver por primera vez la hoja

Categorías	Códigos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Texto (título)	1	6	16,6%
Gráfico	2	25	69,5%
Foto	3	5	13,9%
Sumario	4	0	0%
		36	100%

COMENTARIO: Más de la mitad de los entrevistados (69,5%), vió primero el gráfico antes que los demás elementos de la hoja, mientras que solo un 16,6% observó el título (que se cuenta como texto en este caso) y la fotografía fue vista por solo 5 personas (13,9%). El sumario no representó ningún impacto en los lectores. Esta acorde con la hipótesis.

Grupo A. Pregunta 2 que arroja resultados sobre el elemento de la nota por el cual el lector comenzó su lectura. En la tabla 4.1.2 pueden observarse los resultados y sus conclusiones:

Tabla 4.1.2

Variable: Impacto visual en prueba con info



Entre los elementos de la página, por cuál de ellos comenzó el entrevistado a realizar su lectura

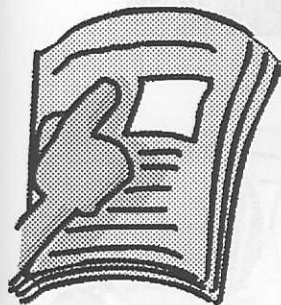
Categorías	Códigos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Texto (título)	1	15	41,7%
Gráfico	2	18	50%
Foto	3	0	0%
Sumario	4	3	8,3%
		36	100%

COMENTARIO: Un 41,7% de los entrevistados comenzó a revisar el artículo por el título y el texto. De acuerdo a la hipótesis, un mayor número de lectores, justo la mitad (50%), comenzó revisando el gráfico. La foto no fue revisada por ninguna persona y el sumario solo fue visto por 4 personas (8,3%).

Grupo A. Pregunta 3 cuyas respuestas seleccionadas, permiten ubicar al investigador sobre cuál elemento produjo retención de información en la mayor parte de los casos (ver tabla 4.1.3).

Tabla 4.1.3

Variable: Retención selectiva en la prueba con info



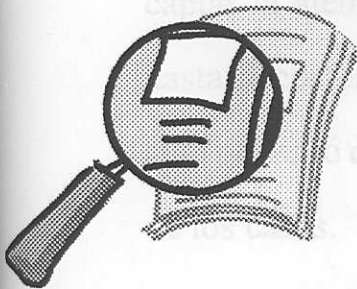
Cuál elemento de la página contiene los datos que recuerda con mayor claridad

Categorías	Códigos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Texto (título)	1	10	27,8%
Gráfico	2	19	52,8%
Foto	3	3	8,3%
Sumario	4	4	11,1%
Sumario	4	36	100%

COMENTARIO: Poco más de la mitad de los lectores (52,8%) recordó la información contenida en el gráfico, lo cual apoya la hipótesis. La información contenida en los restantes elementos de la página no tuvo el mismo grado de retención que el gráfico, sólo una cuarta parte de los entrevistados pudo recordar lo que decía el texto.

4.2. Grupo A. Pregunta 4. Entre los lectores se consultó la información que captaron en el artículo, de la ficha seleccionaría la opción que tuviera los datos, y esa opción correspondía a un elemento particular según la tabla 4.1.4

Tabla 4.1.4. Variable: Retención informativa en prueba con info



Elemento que logro transmitir información al lector luego de su revisión

Categorías	Códigos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Texto (título)	1	14	38,9%
Gráfico	2	14	38,9%
Foto	3	3	8,3%
Sumario	4	5	3,9%
		36	100%

COMENTARIO: La información contenido en el gráfico y en el texto, logró ser captada por la misma cantidad de lectores por poco más de un tercio del total en cada caso, lo cual apoya parcialmente la hipótesis. Tanto la foto como el sumario fue determinante en unos pocos entrevistados.

4.2.1 La infografía se ve y se lee

Tras conocer los resultados de las pruebas realizadas al Grupo A, a quienes se les evaluó luego de revisar una información noticiosa con una infografía incluida en su presentación, se pudo constatar la importancia de la infografía en las variables medidas, que en la mayor parte de los casos logró captar la atención visual del lector, sirvió de gancho visual para atraerle hasta su contenido y comenzar la revisión del artículo desde la infografía, lo cual permitió que fuera esta información la que se recordó en la mayor parte de los casos.

Teniendo solo los datos de las variables anteriores se podría afirmar que en la mayor parte de los casos, el lector solo ve la infografía y luego pasa la página o ve otra noticia, sin llegar a revisar los demás elementos. Los resultados obtenidos en la última variable, sobre qué información captó finalmente el lector, descarta esta posible conclusión. Como se pudo reconocer, la infografía y el texto transmitieron información en el mismo número de casos, a pesar de haber sido la infografía la protagonista en las variables anteriores, pero apoya la hipótesis manejada porque equipara a la infografía en el mismo nivel de importancia en cuanto a contenido, como lo hace el texto o cuerpo redaccional.

4.3. Resultados del grupo B

La evaluación que se realiza en el Grupo B (figura 4.2), cuya noticia no incluye una infografía en su presentación, no es más que un grupo de control que siendo neutro, permite constatar hacia dónde se dirige el lector cuando no hay un gráfico informativo en su contenido. Es casi predecible el hecho que el ítem correspondiente al gráfico, no sea seleccionado por ningún lector, debido a que no hay gráfico en la presentación. La clave está en que no se le presenta al entrevistado la opción explícitamente como gráfico. De no haber respuesta, como efectivamente sucede, es porque esa información no llegó a ser leída por los entrevistados.

Figura 4.2 Resultados del grupo B

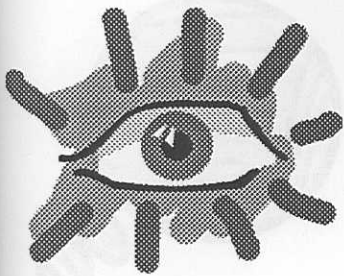
Prueba 2: Nota sin infografía N: 36

ESPACIO A SER LLENADO POR EL INVESTIGADOR				
	Texto	Gráfico	Foto	Sumario
A. Impacto visual	6 *	0	26	4
B. Interés de lectura	12	0	8	16
C. Retención	11	1	9	15
D. Idea captada	9	0	12	16

(*) Text - Tit.

Grupo B. Pregunta 1 referente a la atracción visual que ejercieron los elementos de la página sobre las personas entrevistadas. En la tabla 4.2.1 pueden observarse los resultados y sus conclusiones:

Tabla 4.1.1 Variable: Impacto visual en prueba sin info



Elemento del artículo que más le llamó la atención al ver por primera vez la hoja

Categorías	Códigos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Texto (título)	1'	6	16,6%
Gráfico	2'	0	0,0%
Foto	3'	26	72,3%
Sumario	4'	4	11,1%
		36	100%

COMENTARIO: Dos tercios de la muestra sobre la cual se aplicó la prueba sin info, fue atraída por la fotografía como elemento visual atractivo. No existe referencia hacia el gráfico, porque simplemente no se ve, y el título es llamativo en solo un 16,6% de los lectores. El sumario no fue muy atractivo, logrando ser captado por solo 4 personas.

Grupo B. Pregunta 2 que arroja resultados sobre el elemento de la nota por el cual el lector comenzó su lectura. En la tabla 4.2.2 pueden observarse los resultados y sus conclusiones:

Tabla 4.2.2. Variable: Impacto visual en prueba sin info



Entre los elementos de la página, por cuál de ellos comenzó el entrevistado a realizar su lectura

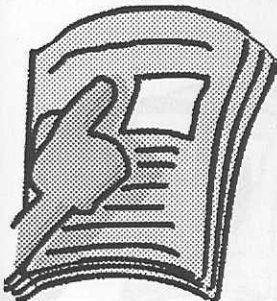
Categorías	Códigos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Texto (título)	1	12	33,3%
Gráfico	2	0	0,0%
Foto	3	8	22,2%
Sumario	4	16	44,5%
		36	100%

COMENTARIO: El sumario representó en la mayor parte de los casos el punto de partida para revisar la información contenida en el artículo, poco menos de la mitad (44,5%) lo hicieron. Un tercio de la muestra comenzó a leer el texto, entre lo cual se incluye el título y solo una quinta parte de los lectores revisó la foto en primera instancia. La información de el gráfico no está a primera vista.

Grupo B. Pregunta 3 cuyas respuestas seleccionadas, permiten ubicar al investigador sobre cuál elemento produjo retención de información en la mayor parte de los casos (Tabla 4.2.3).

Tabla 4.2.3

Variable: Retención selectiva en la prueba sin info



Cuál elemento de la página contiene los datos que recuerda con mayor claridad

Categorías	Códigos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Texto (título)	1	11	30,5%
Gráfico	2	1	2,9%
Foto	3	9	25,0%
Sumario	4	15	41,6%
		36	100%

COMENTARIO: Es el sumario el elemento cuya información quedó fija en la memoria del lector en casi la mitad de los lectores. Un tercio de la muestra recordó lo que decía el texto, y solo la cuarta parte fijó más la información de la foto. Llama la atención que una persona logró recordar los datos sobre el reparto del dinero, a pesar de estar el gráfico.

Grupo B. Pregunta 4. Entre los lectores se consultó la información que captaron en el artículo, de la ficha seleccionaría la opción que tuviera los datos, y esa opción correspondía a un elemento particular según la tabla 4.2.4

Tabla 4.2.4 Variable: Retención informativa en prueba con info



Elemento que logro transmitir información al lector luego de su revisión

Categorías	Códigos	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Texto (título)	1	9	25,0%
Gráfico	2	0	0,0%
Foto	3	11	30,5%
Sumario	4	16	44,5%
		36	100%

COMENTARIO: Poco menos de la mitad (44,5%) de los lectores captó la información del sumario. 30,5% de la muestra captó la información bajo la foto, y solo la curta parte revisó y se informó con las primeras líneas del texto. Nadie logró captar la información sobre el reparto del dinero debido a la ausencia del gráfico.

4.4. Números a la mano

Luego de realizar el análisis y descripción de ambos grupos por separado, es posible concluir que:

1) Los resultados del Grupo A apoyan la hipótesis e indica que la infografía genera atención en la mayor parte de los casos con mayor atractivo que la fotografía, así como también atrae al lector hacia la información que el gráfico contiene, lo cual permite que esos datos calen más en la mente del receptor por sobre otros datos que estén en otras partes del artículo, y la información que el gráfico transmite informa, al igual como lo hace el texto. Es importante saber que la información estadística que transmite el gráfico, llega al lector de forma satisfactoria.

2) Los resultados del grupo B dan a la fotografía una importancia visual mayor que los demás elementos, pero se queda allí. El lector busca informarse, y así lo hace, a través del sumario y en tercer lugar de preferencia se presenta el texto o contenido. De los 36 entrevistados, solo 1 llegó a ver la información estadística sobre el reparto del dinero y esto apoya la hipótesis desde otra perspectiva, ya que sin el gráfico, esta información numérica no es fácilmente captada, ni reconocida.

4.5. Infografía vs no infografía

Para culminar el análisis, resulta conveniente y clarificador equiparar ambos grupos (A y B) para visualizar los resultados obtenidos en cada una de las variables. A continuación los resultados.

Ficha (pregunta verbal) No 1. ¿Qué elemento de la hoja le llamó más la atención?. (De los resultados obtenidos, las personas encuestadas resaltaron el título, que se maneja como la opción texto).

Grupo A (con info): Texto, 6; Gráfico 25; Foto, 5; Sumario, 0.

Grupo B (sin info): Texto, 6; Gráfico, 0; Foto, 26; Sumario, 4.

Se puede observar que el gráfico logró la atención de más de la mitad de los encuestados, lo que apoya la hipótesis. Mientras, quienes no tenían info en el texto, concentraron su atención en la fotografía con una preferencia muy similar a la infografía en la prueba A (ver figura 4.3).

Ficha No 2. ¿Qué información recuerda haber revisado primero?.

Grupo A: Texto, 15; Gráfico 18; Foto, 0; Sumario, 3.

Grupo B: Texto, 12; Gráfico, 0; Foto, 8; Sumario, 16.

Midiendo la variable sobre interés de lectura, vemos como el gráfico concentra la atención de la mayor parte de los lectores, cuando este está incluido en la presentación. Entonces el lector tiene la oportunidad de enterarse de esta información estadística, al menos de forma más fácil que si no hubiera una infografía como es el caso presenciado por el grupo B, donde el sumario y el texto, en un nivel un poco más bajo, acapararon la atención primaria de la audiencia (ver figura 4.4).

Ficha No 3. De las siguientes frases, ¿cuál recuerda con mayor claridad?

Grupo A: Texto, 10; Gráfico 19; Foto, 3; Sumario, 4.

Grupo B: Texto, 11; Gráfico, 1; Foto, 9; Sumario, 15.

Es importante resaltar nuevamente que la información redactada en ambos artículos, corresponde a la misma noticia, y su extensión de texto es muy similar. La información correspondiente al reparto de los dólares que ingresarán como excedente de la venta petrolera, está descrita en el texto aproximadamente a la mitad de la nota, y esto sucede en ambos casos. Solo en la prueba A, la infografía resalta esta información y la transmite de forma

visual (ver figura 4.5).

En la pregunta número 3, la comparación entre los resultados no se hace explícitamente sobre el elemento como atractivo visual, sino que da una idea al investigador de cuál información pudo captar el lector y vemos que en el Grupo A, justo la mitad de ellos logró reconocer la información estadística, pues 18 lectores vieron y recordaron la infografía, mientras que en el grupo B solo 1 persona pudo reconocer los datos estadísticos que no estaban colocados en un gráfico, en este caso, sino que estaban en el texto de forma poco accesible.

Ficha No 4. *¿Qué información obtuvo el lector luego de revisar el artículo?*

Grupo A: Texto, 14; Gráfico 14; Foto, 3; Sumario, 5.

Grupo B: Texto, 9; Gráfico, 0; Foto, 11; Sumario, 16.

En este caso, resulta más evidente que la infografía logra transmitir información estadística al lector, además de la información que le puede brindar el texto o desarrollo de la noticia. El grupo B cuya presentación no incluye una infografía, no informó a ninguno de sus lectores sobre el reparto de los dólares, información estadística que estaba en el texto y a pesar de

ello no fue captada (ver figura 4.6).

4.6. La infografía económica como herramienta eficaz de información estadística

La periodista de El Universal que redactó el artículo indicó que «el ministro Giordani convocó una rueda de prensa donde explicó cómo se iba a repartir ese dinero y en qué proporciones llegaba a cada organismo. Esa era la noticia, y al principio nadie la entendió hasta que mostró unos gráficos y los explicó en detalle» (Maracara, Luisa. Comunicación personal, agosto 1998).

Luego de comparar los resultados entre los grupos A y B, por cada una de las variables, se constató que al menos la mitad de los lectores del grupo A, captó la información sobre cómo se reparten los dólares producto del excedente del ingreso petrolero gracias a que estos datos los contiene la infografía. Los lectores del grupo B no lograron captar esta información.

Figura 4.3



Impacto visual

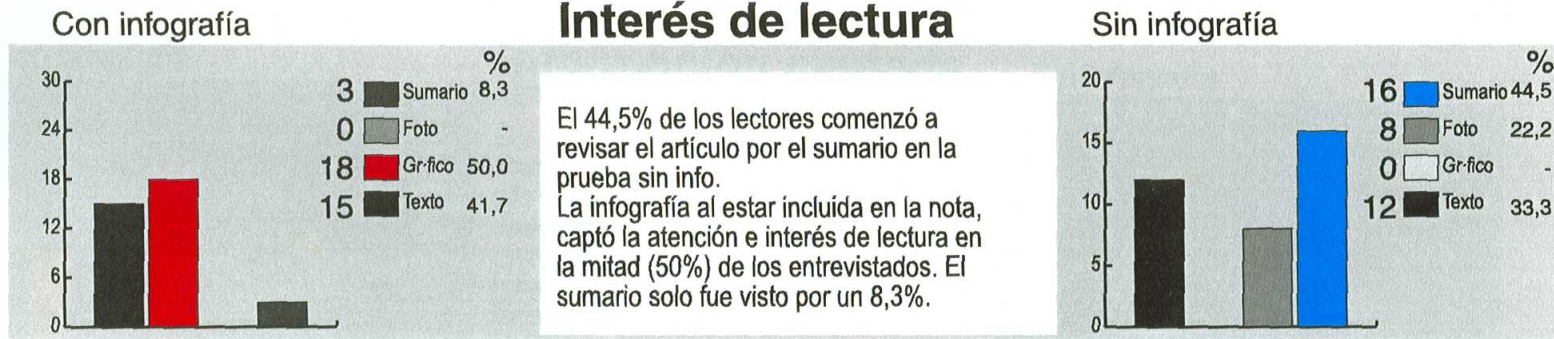


En el artículo que presenta la información sin infografía (grupo B), la foto llama la atención en el 72,3% de los entrevistados. Cuando se presenta la misma información, esta vez con una infografía incluida (grupo A), esta logra atraer la vista del 69,5% de los lectores, la foto solo el 16,6%

Figura 4.4



Interés de lectura

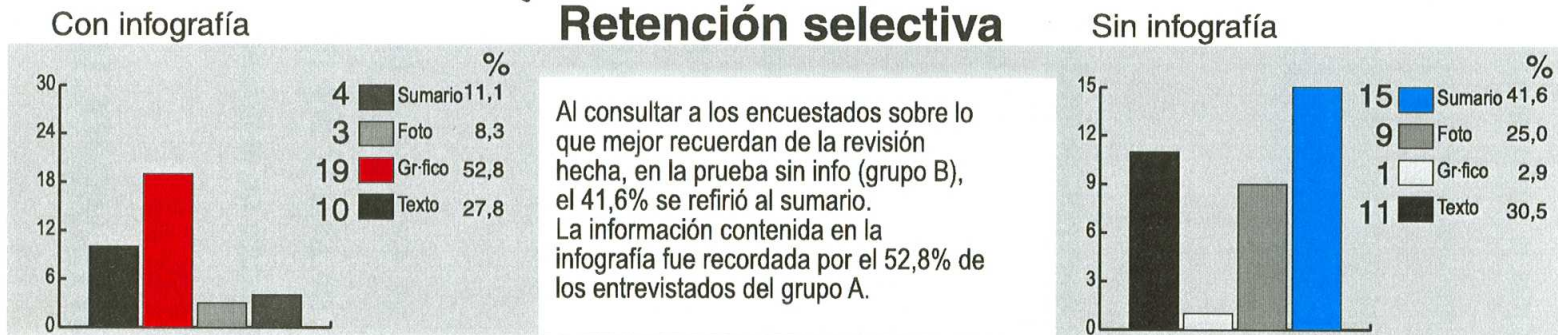


El 44,5% de los lectores comenzó a revisar el artículo por el sumario en la prueba sin info. La infografía al estar incluida en la nota, captó la atención e interés de lectura en la mitad (50%) de los entrevistados. El sumario solo fue visto por un 8,3%.

Figura 4.5

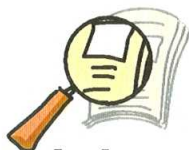


Retención selectiva

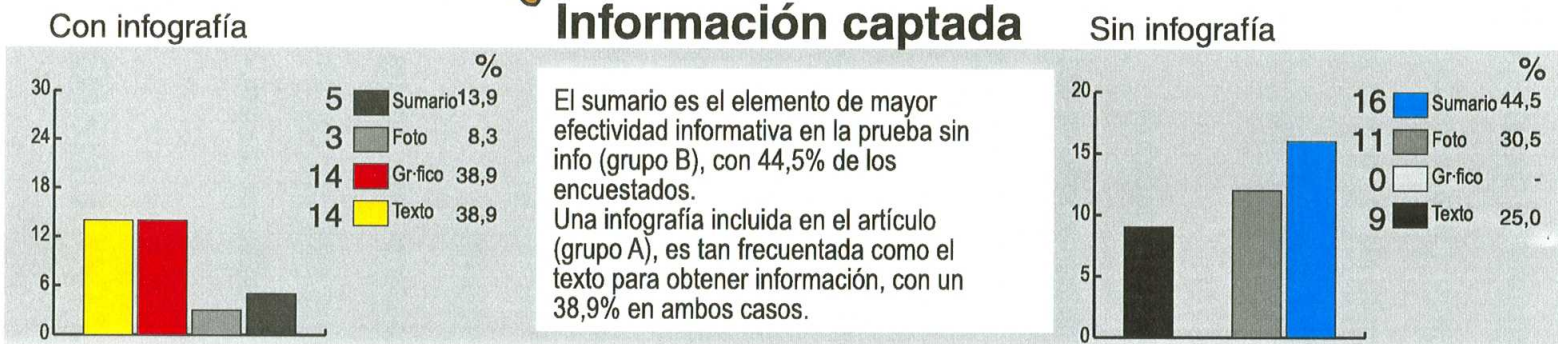


Al consultar a los encuestados sobre lo que mejor recuerdan de la revisión hecha, en la prueba sin info (grupo B), el 41,6% se refirió al sumario. La información contenida en la infografía fue recordada por el 52,8% de los entrevistados del grupo A.

Figura 4.6



Información captada



El sumario es el elemento de mayor efectividad informativa en la prueba sin info (grupo B), con 44,5% de los encuestados. Una infografía incluida en el artículo (grupo A), es tan frecuentada como el texto para obtener información, con un 38,9% en ambos casos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de revisar detalladamente los resultados de la investigación, es posible concluir, al igual que lo hizo el Dr. De Pablos, que la infografía representa una buena herramienta visual de apoyo a la información periodística.

Barnhurst, K. (1999) afirma que el pensamiento matemático se distingue del pensamiento verbal, y así como el texto bien escrito pinta una imagen mental, el lenguaje de los números tiene su propio alfabeto y también puede ser representado visualmente.

En el caso específico de este estudio, la infografía presente en el artículo al cual se expuso el grupo A, fue un atractivo visual preferido por la mayor parte de los lectores.

El artista gráfico que realizó la tarea de convertir la información a un lenguaje visual, utilizó una imagen que alude directamente a la idea de dinero: el billete. La división proporcional del billete, hace referencia hacia el reparto o distribución de este dinero, sin necesidad de leer la información. Todo esto justifica el uso de la imagen como contextualización del contenido

informativo, y cumplió el objetivo de captar la atención del lector desde la primera exposición de la página ante sus ojos.

La mayor parte de los entrevistados comenzó su lectura desde la infografía, lo cual indica que causó mayor interés que los demás elementos informativos del artículo. Desde este instante, los lectores que revisaron la pieza infográfica lograron captar los datos numéricos contenidos en la noticia, y recordaron esta información por sobre otros datos presentados en la redacción del artículo, en la mayor parte de los entrevistados.

Finalmente, el texto sirvió de referencia informativa para casi el 40% de los entrevistados, y en un mismo nivel se ubicó la infografía, lo que indica que la información básica de la noticia fue captada por un número considerable de lectores, y el trabajo del redactor unido al infógrafo logró transmitir efectivamente la información noticiosa de este caso en particular.

En resumen se cumple la hipótesis planteada que confirma que la infografía, además de lograr la atención del receptor, fija en su mente mayor número de datos y detalles estadísticos que cualquier otro elemento informativo del artículo. Al hacer la comparación con el grupo que revisó el artículo sin infografía, la información estadística no fue captada por los

lectores, lo que indica que el mensaje noticioso no fue transmitido. ¿Cómo se puede transmitir toda esta información con el uso exclusivo del texto?. Queda demostrado que el buen uso de la infografía, como se presenta en este estudio, permite transmitir información numérica que de otra manera sería difícil de imaginar.

La presentación de información estadística sin las referencias visuales que brinda la infografía, no logra transmitir estos datos a personas cuyo hábito de lectura se presenta como poco asiduo o superficial, con conocimientos de economía poco especializados.

Los resultados presentados en este estudio permiten indicar al periodista o redactor, que la infografía representa una herramienta informativa que transmite al lector los datos estadísticos y numéricos de forma más eficaz que el texto. En todo caso, no sustituye ni resta importancia a los demás elementos informativos, más bien es un complemento práctico y muy útil para representar la información que se expresa en números, valores y sus relaciones entre sí.

La infografía, aparte de significar un referente visual, como lo hace también la fotografía, brinda al lector un nivel de información más exacto y

transmite de manera efectiva la información numérica a través de sus convenciones gráficas que se utilizan desde los tiempos de Playfair.

Recomendaciones

Al redactor. Este estudio representa un esfuerzo por dar a conocer el uso de la infografía como herramienta visual de apoyo efectivo para el periodista. Vale la pena recordar lo que señala Stovall (1999), sobre la utilización de los datos numéricos que hace la sociedad para conocer más sobre sí misma, y estar consciente del estado de las cosas. Esto representa un reto para el periodista de la sección económica de satisfacer las necesidades y expectativas de sus lectores que son en definitiva la sociedad de la cual escribe, y que quiere y necesita saber sobre sí misma. Representar la información estadística, numérica, haciendo uso exclusivo de la palabra escrita, puede resultar una tarea complicada para el redactor, no por falta de capacidad del periodista, sino por lo complicado que puede resultar para el lector no especializado digerir esta información. Es allí donde la infografía cumple su rol protagónico, y se presenta ante el periodista como una herramienta comunicacional efectiva para el tratamiento y transmisión de este tipo de información.

Al infógrafo. El compromiso del comunicador social de mantener a la sociedad informada y cumplir con sus expectativas, es un tema que involucra en igual medida al redactor y al infógrafo, pues es este último quien debe conocer y dominar los alcances de la herramienta que tiene bajo su manejo y orientar con criterio, la factibilidad del uso de esta herramienta en los casos que se hace necesario y resulta aplicable. El desarrollo autodidáctico del infógrafo representa en gran medida el medio de aprendizaje de este arte, debido a la falta de una estructura formal de estudios sobre esta materia, lo cual requiere de un esfuerzo consciente del profesional infógrafo por conocer los detalles de su labor, partiendo por los conocimientos básicos sobre la infografía, hasta conocer los tipos de gráficos que se pueden desarrollar y la aplicación y funcionalidad de cada uno de ellos. Solo de esta manera el periodista gráfico puede manejar con criterio el desarrollo diario de su labor, y orientar de forma efectiva al redactor sobre la utilidad de esta herramienta y justificar su aplicación. De otra forma, el trabajo intuitivo puede decantar en errores éticos inconscientes, desvirtuar la información, y hasta desinformar al lector.

BIBLIOGRAFIA

Libros

MEYER, E. (1997). *Designing infographics*. EEUU: Hayden Books

DE PABLOS, J. M. (1999). *Infoperiodismo*. España: Editorial Síntesis.

STOVALL, J. (1997). *Infographics, a journalist's guide*

GOERTZEN, Jeff, *Gráficos, libro de estilo de «El Mundo»*. Documentación infográfica de la Society of Newspaper Design, Capítulo Español. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1991, introducción. Barcelona, España: Editorial Gili.

Grupo Español de Usuarios de Machintosh en Prensa. *Innovación Periodística, Tendencias y Fórmulas con Éxito. Documentos (II)*. Area de Proyectos, Diseño e Innovación Periodística / Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra. Pág. 2.

ROMERO, A. (1996). *La infografía como nuevo género periodístico*. Universidad de Navarra. Bello. Escuela de Comunicación Social. Caracas.

HERNANDEZ, R. (1998). *Metodología de la investigación* (segunda edición). México: McGraw Hill Interamericana Editores, s.a.

HOLMES, Nigel. *Cómo (no) mentir con estadísticas*. Documentación infográfica de la Society of Newspaper Design, Capítulo Español. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1991, p. 3.

Lecturas para redactores escépticos sobre qué diablos sea eso de la infografía. Documentación infográfica de la Society of Newspaper Design, Capítulo Español. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad de Navarra, 1991, p. 2.

MEYER, E.. (1997). *Designing infographics*. EEUU: Hayden Books.

STOVALL, J. (1997). *Infographics, a journalist's guide*.

Massachussets, EEUU: Allyn and Bacon.

WILDBUR, P. y Michael B. (1998). *Infográfica*.

Barcelona, España: Editorial Gili.

Tesis de grado

ROMERO, A. (1996). *La infografía como nuevo género periodístico*.

Universidad Católica Andrés Bello. Escuela de Comunicación Social. Caracas.

GRAFE, M. (1998, junio). *El rol de la infografía en el periodismo*

(1.963 palabras - 5 páginas). Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line), número 6. La Laguna (Tenerife)

Revistas on-line

LETURIA, Elío. (1998, abril). *¿Qué es infografía?*. Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line), número 4. La Laguna (Tenerife)

BARNHURST, K. s/f: *El periodismo visual*, documentos de trabajo de The Poynter Institute for Media Studies, St. Petersburg, Florida, USA.

en España. Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line) número

BARNHURST, Kevin. (1999, abril). *Los cuadros gráficos*

(3.362 palabras - 7 páginas). Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line), número 16. La Laguna (Tenerife)

Documentos no publicados

DE PABLOS, José Manuel, (1998, mayo). *Siempre ha habido infografía.*

Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line), número 5.

La Laguna (Tenerife)

SANDIVAL, Werther (1998) *Breve y reciente historia del periodismo*

en España. Guía de obras no publicada. Universidad Católica Andrés Bello

GARCÍA, Mario. (1998, marzo). *Tendencias en comunicación periodística visual*. Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line), número 3. La Laguna (Tenerife)

Correos electrónicos

GOÑI, Oscar. (1998, octubre). *El grafismo en un diario regional.*

Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line), número 10. La Laguna (Tenerife)

GRAFE, M. (1998, junio). *El rol de la infografía en el rediseño*

(1.963 palabras - 5 páginas). Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line), número 6. La Laguna (Tenerife)

LETURIA, Elio. (1998, abril). *¿Qué es infografía?*. Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line), número 4. La Laguna (Tenerife)

SIERRA, Josep María. (1998, noviembre). *La irrupción del infografismo en España*. Revista Latina de Comunicación Social (Serie on-line), número 11. La Laguna (Tenerife)

Documentos no publicados

SANDOVAL, Werther (1998). *Breve y reciente historia del periodismo económico*. Guía de clases no publicada. Universidad Católica Andrés Bello.

Correos electrónicos

BARNHURST, K. (1999, agosto). *Subject: Re-Investigación sobre infografía periodística*.

COLLE, R. (1999, julio). *Subject: Re-Investigación sobre infografía periodística*.

DE PABLOS, J. (1999, julio). *Subject: Re-Investigación sobre infografía periodística.*

PEREZ, E. (1999, agosto). *Subject: Re-Investigación sobre infografía periodística.*