



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL  
ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO**

**EL SISTEMA DE TRABAJO EN LA PRODUCCIÓN DE INFOGRAFÍAS  
PERIODÍSTICAS DEL DIARIO EL COMERCIO**

**Monografía elaborada por el Bachiller en Periodismo**

**KATIUSKA ESTHEFANIE ALCALÁ LUJÁN**

**Para optar el título de Licenciado en Periodismo**

**Lima – Perú**

**2016**



## **DEDICATORIA**

A mi Dios, porque Él me permite ver la luz del día y está conmigo en la oscuridad de la noche. A ti mamá, por ser una mujer fuerte y luchadora, gracias por demostrarme el verdadero amor al permanecer a mi lado en ese momento tan difícil de mi vida. A ti papá, por enseñarme a ser una mejor persona, tú sacrificas tu vida a diario y no solo por nosotras, sino por personas que ni conoces, eres mi súper héroe. A ti Teresita, por ser mi ángel de la guarda, tu amor y atención hacen de mí una noble persona. A ti Mamita Pola, por velar mis sueños, ahora yo cuidaré de los tuyos. A mis hermanas y su lucha constante por salir adelante siempre, María Teresa, gracias por aguantarme en mi traviesa infancia y por traer al mundo a nuestra bendición, mi Mattias y a ti Karito, por inculcar la presencia de Dios en mi corazón.

## AGRADEZCO

A mis maestros por sus enseñanzas académicas, a mi mejor amiga por su apoyo incondicional y a todas las personas importantes en mi vida que estuvieron motivándome para culminar éste trabajo.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	7
-------------------	---

### CAPÍTULO I

#### ANTECEDENTES DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA

1.1 La infografía antes de su existencia.....	9
1.1.1 Los primeros gráficos en los periódicos internacionales.....	11
1.1.2 La evolución de la infografía en el mundo.....	13
1.2 La llegada de la infografía al Perú.....	14
1.2.1 Otros diarios que empezaron a usar la infografía.....	15
1.3 La llegada de la infografía al diario <i>El Comercio</i> .....	16
1.3.1 Primeros diseñadores infográficos.....	17

### CAPÍTULO II

#### TEORÍA DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA

2.1 La Infografía Periodística.....	20
2.2 Importancia de la producción de infografías periodísticas.....	22
2.2.1 La importancia de la ética.....	23
2.2.2 La importancia de los bocetos.....	25
2.2.3 Importancia de la función comunicativa del color.....	26
2.3 Tipos de gráficos en una infografía periodística.....	27
2.4 Clasificación de infografías periodísticas según diarios americanos.....	29
2.5 Partes de una infografía periodística.....	31
2.6 Técnicas aplicadas en las infografías.....	32
2.7 Perfil de un infografista.....	33
2.8 Procesos de elaboración de una infografía periodística.....	35
2.9 Estilo de infografías periodísticas de la prensa extranjera.....	37

## CAPÍTULO III

### SISTEMA DE TRABAJO EN LA PRODUCCIÓN DE INFOGRAFÍAS PERIODÍSTICAS DEL DIARIO EL COMERCIO

3.1	Importancia del departamento infográfico en el diario El Comercio.....	41
3.1.1	El propósito de mostrar infografías en el diario.....	43
3.2	Proceso de constitución del Departamento Infográfico en el diario.....	45
3.2.1	Actuales integrantes.....	47
3.3	Adversidades del Departamento Infográfico.....	50
3.3.1	Riesgos que corre el diario.....	51
3.4	Sistema de trabajo.....	53
3.4.1	Las producciones al día.....	54
3.4.2	Tipos de infografías del diario.....	55
3.4.3	Secciones donde se presentan más infografías.....	57
3.5	Proceso de creación.....	59
3.6	Perfil del infografista en el diario.....	64
3.7	Reconocimientos y premios.....	65
3.8	Evaluación de las infografías en el diario.....	67
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	70
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	73
	<b>APÉNDICES</b>	
	<b>Apéndice A: Entrevistas a especialistas</b>	
	Apéndice A1: Entrevista a Raúl Rodríguez.....	76
	Apéndice A2: Entrevista a Ángela Peña.....	81
	Apéndice A3: Entrevista a Víctor Sanjinéz.....	84
	Apéndice A4: Entrevista a Paola Osejo.....	86
	Apéndice A5: Entrevista a Daniel Chang.....	89
	<b>Apéndice B: Infografía de la sección “Mundo”</b>	
	Apéndice B1: Encuesta: Clinton vs Trump.....	91

## INTRODUCCIÓN

En los años noventa, tras la presentación de la primera infografía en el diario *El Mundo*, que hablaba sobre el conflicto del Cenepa y que el periodista de investigación Edmundo Cruz hizo todo un seguimiento informativo, *el diario El Comercio* se vio impactado por ese nuevo formato, poniéndole énfasis al tema y llegando a crear el primer departamento infográfico en todo el país. Esta iniciativa la tiene Elio Leturia, quién contó con un grupo de ilustradores y diseñadores de otro país, para complementar más el área.

El departamento infográfico de “*El Comercio*” es el único medio que ha ganado muchos premios a nivel internacional por sus infografías, el concurso Español llamado “*Malofiej*” es uno de ellos, dónde los jurados analizan y estudian las infografías de todos los medios informativos del mundo, el diario ha ganado premios de Plata y Bronce.

En sus más de 20 años de trayectoria, el departamento infográfico de “*El Comercio*” ha demostrado que es importante para el público mostrar infografías periodísticas sumamente dinámicas, informando de manera más interesante y que al lector cuando lo lea le parezca más atractivo el texto.

En el primer capítulo tocaré los antecedentes de la infografía periodística, como es que la infografía aparece antes de llamarla así, como fue surgiendo con el pasar de los años, en que periódicos internacionales eran presentados, la llegada de la infografía al Perú, quien lo plasma por primera vez y como llega al diario.

En el segundo capítulo, tocaré temas de conceptualización mayormente, responderemos a las preguntas básicas como: ¿Qué es la infografía periodística?, ¿Cuál es la importancia de su uso?, ¿Qué tipos hay?, ¿Su clasificación?, entre otros. Se responderán estas preguntas para saber más sobre este nuevo formato que es utilizado por todos los periódicos del país y para su mejor comprensión.

Y por último, en el tercer capítulo explicaré y daré a conocer cuál es el sistema en la producción de las infografías en el diario “*El Comercio*”, quiénes pertenecen al área, como se distribuyen los temas, cuál es el propósito de mostrar infografías en el diario, cuáles son sus adversidades y sus riesgos. Su sistema de trabajo y cuántas infografías producen al día, qué tipos de infografías manejan más en el diario y en secciones las presentan con más frecuencia, el proceso de creación y otros temas de mayor interés. También mencionaremos los premios y reconocimientos que ha ganado el diario con sus infografías.

Este trabajo mayormente fue a base de las entrevistas que se hizo a especialistas en el tema, así como también a los mismos infografistas del diario “*El Comercio*”, con el fin de tener una mejor explicación sobre el tema.

Este trabajo se realizó con mucho esfuerzo, ya que gran parte del contenido no lo obtuve de libros, sino de las entrevistas que hice. Espero que sea de su agrado y coopera de alguna manera en la historia del uso de las infografías en el Perú.



## **CAPÍTULO I**

### **ANTECEDENTES DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA**

#### ***1.1 La infografía antes de su existencia***

Desde siempre, las imágenes, la historia y el texto han estado compenetrados a nivel mundial, la manera más factible de comunicarse en esa época era a través de imágenes, volviéndose así en un factor mucho más importante que la palabra. Tenemos a las cavernas, en esa época el arte rupestre era para los hombres prehistóricos la manera más fácil de comunicar o explicar las actividades diarias, así como también, dibujar los distintos animales que cazaban, un ejemplo es la Cueva de Valltorta, de la ciudad de Valencia en España, donde se puede apreciar el momento de cacería, se ven animales y a los cazadores, éstos personajes representan el modo de vida que se tenía hace miles de años (Gálvez, 2013).

En el antiguo Egipto mezclaron las imágenes con el texto, sus gráficos fueron plasmados en templos y tumbas, era algo simbólico ilustrar sus paredes ya que explicaban de alguna manera la interpretación al mundo en esa época, así como

también mostrar sus actividades diarias y dinastías. Según Gálvez, los egipcios utilizaban como pintura a los pigmentos naturales, colores de diferentes tierras y sus bases eran mayormente de color negro que sacaban del carbón o blanco de cal o yeso. Aquí encontramos diversas pinturas con escenas de trabajos agrícolas, un ejemplo es la de un esclavo que lleva un ternero en sus hombros cruzando un remanso (2013).

En el imperio medio, para ellos era importante decorar los ataúdes de manera funeraria por medio de jeroglíficos, donde plasmaban leyendas mitológicas, el retrato del difunto en la zona correspondiente de la cabeza y por último decoraban formas semejantes en su exterior pero mucho más exuberantes.

En el Renacimiento, se conoce como la más auténtica transmisión de la información a sus ilustraciones y dibujos de Leonardo da Vinci, el artista italiano hizo gráficos informativos para que el lector pudiera entender de una manera muy didáctica sus obras (Gálvez, 2013). Aquí también nace la imprenta, pues era la característica más importante en un medio escrito y también imprimía ilustraciones y no solo textos.

Del mismo modo, en 1543 aparece Nicolás Copérnico y su teoría heliocéntrica donde incluyó en su libro este gráfico que revolucionó el Renacimiento (Osejo, 2012). En su gráfico se ve que el sol giraba una vez al día en el centro del universo y la tierra.

### ***1.1.1 Los primeros gráficos en los periódicos internacionales***

Los periódicos sin embargo, surgen sin imágenes e ilustraciones, esto es debido al único interés que le tenían a los libros en esa época, los libros eran los únicos que podían tener ilustraciones ya que el bagaje cultural de aquella época eran las imágenes de carácter vulgar que solo eran accesibles para las élites nacionales (Gálvez, 2013).

*The Daily Courant*, el primer diario Europeo que apareció en 1702 publicó en septiembre del mismo año un mapa en su portada donde muestra el intento de invasión por las tropas inglesas en la Bahía de Cádiz (Osejo, 2012). Como se puede ver, ya en esta época el graficar mapas mostraba de alguna manera los movimientos de las tropas y cuales eran su fin.

Para Osejo, el primer gráfico probablemente se trate de un trayecto aéreo, lo realizó Jean Pierre Blanchard en 1785, generando en su gráfico una progresión en su recorrido a través del canal de la Mancha (2012: 18).

William Playfair, es el creador del gráfico de barras y del gráfico de torta, éste ingeniero escocés a través de su libro “Atlas Comercial” y político en 1786, pudo comunicar las estadísticas económicas y políticas de una manera más explicativa, un hecho que jamás había ocurrido. Desde aquí, los mapas hacen su gran aparición en los diarios (Ramírez, 2011).

En 1806, el primer periódico *The Times* de Londres, publicó el primer gráfico que explicaba cómo se desarrolló un asesinato de forma cronológica, claro

que éste diario solo lo podía obtener la élite. Según Ramírez, aquí expone los planos de la casa donde ocurren todos estos hechos (2011).

El doctor John Snow plasmó un gráfico en 1854 mostrando sus investigaciones sobre el cólera: "Aquí permitió determinar la causa de dicha epidemia en el barrio Londinense de Soho y erradicarla tras el cierre de una fuente de agua" (Osejo, 2012). Así como también el mismo año, la doctora Florence Nightingale, condensó información estadística en sus reportes acerca de las condiciones de sus pacientes, haciendo un diagrama polar, esta aportación según Osejo, se basa en un histograma circular que graficaba las causas de mortalidad de los soldados durante la Guerra de Crimea (2012).

Otro creador gráfico reconocido por su notable trabajo es el ingeniero francés Charles Minard, en 1861 graficó la desastrosa campaña rusa del ejército Napoleónico ocurrido en 1812, Ramírez le llama desastrosa por la gran pérdida de soldados que tuvo, en el gráfico se mostraba las direcciones y situaciones en la cual se desplazaron las tropas, como también las temperaturas a los cuáles fueron sometidos (2011). Desde antes hasta la actualidad, este gráfico es considerado emblemático, concepto que aún persiste a pesar de los años y las nuevas técnicas.

El diseñador Francis Galton del diario *The Times* publicó el primer mapa del tiempo en 1875. Después de pocos años, varios diarios imitaron este diseño meteorológico, volviéndose común en las páginas (Osejo, 2012).

Tras el hundimiento del potente navío "Maine" en las costas de La Habana, William Hearst presentó en la portada del *The New York Journal* una ilustración de la nave destruida aparentemente por una mina española (Osejo, 2012).

La primera guerra mundial, según Osejo, forzó a que los medios empiecen a utilizar el grafismo para que de alguna manera los lectores entiendan lo que sucedía en los campos de batalla, como por ejemplo hay un gráfico que muestra el despliegue de las fuerzas aliadas y los emplazamientos de las tropas demarcándolo detalladamente (2012).

En 1924, aparece el filósofo Otto Neurath con su sistema universal llamado “Isotipo”, su objetivo era comunicar a través de imágenes, información no verbal. Neurath lo creó especialmente para fines educativos pero no se imaginó que éstos iban a tener un gran impacto en el diseño gráfico, en esa época el campo de la infografía y la información visual estaban evolucionando de manera muy rápida, esto hizo que el isotipo se vea plasmado en ellos. Para Ramírez, el Isotipo ya no tenía la necesidad de mostrar un lenguaje escrito, la forma de las imágenes o símbolos que éstos tenían, explicaban la realidad sin la necesidad de las palabras de manera visual y simple (2011).

### ***1.1.2 La evolución de la infografía en el mundo***

El hito que marcó la evolución de la infografía periodística fue durante la Guerra del Golfo (1990-1991), para Osejo esto pasó en esa época:

“De acuerdo con De Pablos (1999: 53), la Guerra del Golfo permitió el uso extensivo de gráficos y mapas que ilustraron las acciones de guerra, permitiendo la gradual masificación de este formato y la creación de departamentos especializados en los medios impresos. No se apeló a la presentación de escenas sangrientas de los campos de batalla (tales como

sucedió en Vietnam) sino que se graficaron rutas geográficas, estrategias de ataque y otros aspectos. Los medios televisivos se vieron en la necesidad de desarrollar también estos gráficos para precisar la magnitud de la guerra”. (2012)

El diario que utilizó mapas y diagramas al producirse el ataque al “*World Trade Center*” el 11 de Septiembre del 2001 fue el *The New York Times*, a través de un mapa se mostró los sitios bloqueados, barrios adyacentes y servicios públicos dañados. Así como también se vieron graficados los atentados en Madrid producidos el 11 de marzo del 2004 (Osejo, 2012). Estos gráficos suelen hacerse también para informar desastres naturales, accidentes, entre otros. Para Osejo, la cobertura inicial de la muerte de Osama Bin Laden en el 2011, fue muy criticada debido a los errores y al sensacionalismo que se mostró en las reconstrucciones visuales y gráficos muy emotivos (2012).

## ***1.2 La llegada de la infografía al Perú***

El primer diario que apostó a este formato de la infografía fue *El Mundo*, un diario que rondó durante un año en Lima. Fue propiedad de Julio Vera Abad, ex dueño de ATV del canal 9 y de la emisora radial Stereo 100 (Osejo, 2012).

El tema que trató el diario fue sobre el conflicto del Cenepa en 1995, Osejo también cuenta que acá se encargaron especialmente en defender la posición peruana realizando un seguimiento informativo de todo el hecho ocurrido aquella época, esta publicación estuvo a cargo del periodista de investigación Edmundo Cruz junto a los infografistas Elar Vega y Arturo Castro quienes elaboraron mapas de grandes dimensiones (2012: 43).

### ***1.2.1 Otros diarios que empezaron a usar la infografía.***

También hubo otros diarios que se dejaron llevar por esta nueva dinámica, Osejo tomó las declaraciones del ex director del departamento de infografía del diario *El Comercio*, donde nos dice: “Alfredo Oshiro Fukuhara, refiere que en 1999 los diarios que aplicaron esta disciplina fueron *El Comercio* y el extinto *El Sol*, diario sábana que salió a la luz en marzo de 1996, propiedad del empresario minero Andrés Marsano Porras, una de sus características particulares fue la aplicación de infografías periodísticas” (2012). Se dice que en ese entonces a los infografistas se le consideraba como un artesano hábil que podía sintetizar datos intensos y podía poner los colores correctos en una página.

Por otra parte, el diario oficial *El Peruano* tuvo que replantear los gráficos de sus ediciones recibiendo asesorías extranjeras, en ese momento no existía un departamento de infografía. Cada año que pasaba, la infografía iba creciendo y aumentando de manera increíble, viéndose tentados diversos diarios del país y apostando por este nuevo formato.

En el diario *La República* a cargo del español Jaime Serra, tuvo un rediseño en el 2004. Según Osejo, éste personaje observó la creación del área de infografía integrado por diseñadores que trabajaban en el diario desde sus inicios, ellos eran pieza importante en esta sección ya que elaboraban los gráficos. Dicho departamento estuvo encabezado por Ana Guller. El diario se sintió comprometido con el tema que empezó a realizar una serie de talleres y capacitaciones a cargo de periodistas brasileños y peruanos (2012: 44).

Paola Osejo, Infografista de Diagramación del diario oficial *El Peruano* y autora del libro “*Periodismo Infográfico en el Perú*” (2012) (entrevistado por Katuska Alcalá el 10 de mayo de 2016) contó que las bases para que puedan crear desde sus inicios las infografías en el Perú fue a cargo de ilustradores y diseñadores que de buena Fe y algún intento artístico quisieron llenar el perfil de éste formato, tomando en cuenta los formatos internacionales y en la actualidad esto se ha vuelto en una tendencia que los profesionales peruanos deben descubrir. Esta es una disciplina que cada día crece más agregando nuevos elementos, hay dos tipos de infografías que se ha empezado a trabajar, una que es la parte “ilustrativa” que se tratan temas más artísticos y la otra “analítica” que se trabaja con base de datos mostrando una gran cantidad de información sin llegar a la parte ilustrativa.

### ***1.3 La llegada de la infografía al diario El Comercio***

El primer diario que armó un equipo de infografistas fue el diario *El Comercio*, llegándose a crear a fines del siglo diecinueve, el departamento infográfico.

A comparación de los otros diarios del país, *El Comercio* después de *El Mundo*, fue el primer diario que empezó a mostrar infografías en sus páginas con más frecuencia, esto los vio obligados a crear un área que se especialice en este nuevo formato ya que el público lector entendía a través de los gráficos y se había vuelto el boom del momento.



### ***1.3.1 Primeros diseñadores infográficos***

Raúl Rodríguez, actual Jefe del departamento infográfico de *El Comercio* (entrevistado por Katiuska Alcalá el 20 de octubre de 2016) contó que en esa época los ilustradores y diseñadores entraron a trabajar en planilla como directores de arte y también fueron capacitados por infografistas extranjeros como Xabier Díaz de Cerio y Xavier Conesa. Estos profesionales en ilustración fueron convocados por el diario para empezar a formar un equipo especializado netamente en infografías, más tarde tuvieron el cargo de jefes de diseño en el diario.

Mencionó que al inicio el equipo infográfico estaba dirigido por el diseñador Elio Leturia, su creatividad y talento hicieron que se convirtiera el primer infografista encargado del área en el diario. Leturia tuvo la oportunidad de rediseñar el diario e introducirlo al mundo visual al crear las áreas de ilustración, infografía y diseño. Luego tuvieron como directores del departamento a Xabier Díaz de Cerio y Alfredo Oshiro.

También comentó que el tema que plasmaron en una de las primeras infografías sacadas por el diario fue La guerra del Golfo en los noventa, como se sabe en esos tiempos la tecnología en Perú no era muy actualizada y con un poco de retraso llegaron las fotografías e imágenes de ese acontecimiento, el diario *El Comercio* apostó por esta nueva idea, en aquel momento el periódico, la televisión y la radio competían entre sí.

En muy pocos periódicos internacionales usaban la infografía y así como en *El comercio* el tema de La Guerra del Golfo fue el tema que marcó la tendencia

infográfica en España, se dice que esa guerra fue una etapa agotadora, diariamente tenían que elaborar infografías sobre el avance de las tropas, el equipo armamentístico de los ejércitos y mapas. (Ferrerres, 1995)

Raúl Rodríguez expresó que hace un tiempo, el único personal que debía estar integrado en el departamento era de netamente periodistas, que sepan manejar los programas de diseño ya que tenían la teoría de que un periodista si puede recrear una noticia, también está capacitado en recrear imágenes y gráficos que hagan entender mucho más sus notas. Ahora el equipo ha contratado a diseñadores que tienen talento y saben cómo manejar una infografía, buscan a gente que hagan de todo, que no solo cree gráficos, que también pueda buscar información y plasmarla.

Paola Osejo también expresó que *El Comercio* contrató al español Jaime Serra para empezar a impregnar la creatividad infográfica Europea en el diario, es uno de los diseñadores europeos que inició las bases conceptuales de la infografía. Llegado recién del diario argentino “El Clarín”, ahí se le reconoce como una revolución en el lenguaje infográfico, tanto por los criterios estéticos como por la ampliación de las temáticas consideradas propias del género (2016).

En la actualidad, *El Comercio* se ha catalogado como el diario que produce las mejores infografías, gracias a su gran tamaño de página y a su equipo experimentado en el departamento infográfico, pueden plasmar en una sola infografía muchas características de éste formato y poder dar a entender al público su mensaje. Hace mucho uso de programas actuales para el tipo de gráficos y su área está complementado con las últimas tecnologías.

El departamento infográfico actualmente está encabezado por el historiador de arte y diseñador Raúl Rodríguez, junto a él hay un equipo de 5 integrantes, cada uno trabaja de manera autónoma pero siempre en coordinación con su jefe directo.

## **CAPÍTULO II**

### **TEORÍA DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA**

#### ***2.1 La Infografía Periodística***

La palabra infografía es la fusión de dos cosas: información y gráfico, volviéndose más en un diseño en donde se combinan textos y elementos visuales.

En la actualidad la infografía es un formato muy usado en muchos países, incluso muchos diarios nacionales han tomado en cuenta la importancia del uso de éstos medios. Este recurso aproxima al lector a los elementos, ideas o acontecimientos más importantes de un determinado tema. (Granados, 2011).

En un primer momento, la infografía apareció en los medios gracias a los llamados “retocadores” de imágenes, Osejo explica que los que descubrieron este formato no fueron necesariamente por periodistas, sino por especialistas en programas de diseño, dibujantes e ilustradores. Pues para ellos, esto ocasionó que en un inicio el fin no era exclusivamente para informar, sino resaltar la parte estética (2012: 34).

“Consideramos infografía a toda síntesis de información que se vale de elementos gráficos para su comprensión, construyéndose un relato según los datos que se requieran presentar. Su objetivo final es la adecuada utilización del lenguaje visual para lograr el pleno entendimiento de lo que se quiere comunicar. En la actualidad, el despliegue infográfico es uno de los pilares de los rediseños en los diarios más importantes como *La Vanguardia* y *Público* de España”. (Osejo, 2012)

Según Osejo, estos diarios tomaron con mucha importancia el trato de la infografía, en *La Vanguardia* el 3% de sus infografías ocupan más de la mitad de página a más y el 72% son infografías de menor tamaño. Mientras que *Público* ha puesto su creatividad en portadas infográficas alcanzando premiaciones internacionales (2012: 33).

La infografía debe alcanzar el máximo interés en el público ya que los gráficos que existen en ello, hace familiarizar más con el tema. Los gráficos son las ideas que refuerzan la investigación, esto tiene un propósito informativo en la transferencia visual aplicando propiedades expresivas para facilitar su comprensión.

Esto ha permitido que la innovación y creatividad estén acorde a un público que se informa a través de imágenes, un ejemplo es el gran uso del televisor. La infografía se caracteriza por combinar recursos iconográficos con fragmentos textuales y cuenta con los elementos básicos de una noticia: Título, sumario, cuerpo, fuentes y créditos. (Cortés, 2008)

## 2.2 Importancia de la producción de infografías periodísticas

Sí bien es cierto, la infografía juega un papel muy importante en los medios impresos, no solo porque sea el más usado actualmente, sino porque tiene un conjunto de factores que hacen más fácil el entendimiento de los hechos noticiosos. En el siguiente cuadro, expondré la opinión de dos infografistas españoles reconocidos a nivel internacional interpretado por Paola Osejo.

Tabla N° 1: Importancia de la infografía

➤ <b>Jaime Serra</b>	➤ <b>Xabier Díaz de Cerio</b>
Considera importante que la producción gráfica de la infografía tenga un valor estético como funcional: que resulte bello visualmente y que aprehenda la información a través del lenguaje visual. Asimismo, sostiene que “la infografía no puede ser arte; ahora bien, el arte si puede ser infografía”.	Sostiene que “las infografías son piezas gráficas de alto impacto visual, una mezcla explosiva que permite la transmisión no solo de información sino también de conocimiento de manera rápida, entretenida, estética y eficaz”.

Fuente: Osejo 2012: 34-35.

La importancia de producir infografías es mostrar un lenguaje periodístico no lingüístico:

“Un infografista es un nuevo tipo de profesional educado visualmente que es capaz de entender y comprender la noticia como una historia visual, que deberá interpretar visualmente los hechos para poder presentarlos a sus lectores de una forma gráfica e infográfica. El informador gráfico ha de entender y hacer entender las cosas de una forma fácil y rápida, de un vistazo, por más complejas que sean, y para ellos es imprescindible tener capacidad de abstracción y habilidad para hallar lo esencial”. (Ferrerres, 1995)

Las infografías son parte esencial de un medio de comunicación, su desarrollo permite potencializar y sofisticar la calidad de información, esto se adecua a cada medio.

### **2.2.1 *La importancia de la ética***

El cuadro gráfico debe ser ético, en su propósito de mostrar un contenido objetivo y veraz, acorde con la realidad. No se necesita llenar de elementos visuales para hacer al gráfico más atractivo: “hay que ser sencillo y económico con los elementos”, y no distorsionar la información en un afán de ser diferente (Leturia, 1998).

Según Leturia, Muchos artistas tratan de buscar nuevas formas visuales para enriquecer sus gráficos y cometen errores de precisión con la información, distorsionándola y restándole veracidad. La tridimensionalidad puede ser muy atractiva pero también engañosa (1998).

A la hora de diseñar una infografía, Eloy Leturia dice que se debe tener en cuenta muchos factores para trabajar con ética las infografías, en el siguiente cuadro explicaré cuatro de ellos.

Tabla N° 2: Factores para diseñar una infografía

<p><b>LA PROPORCIÓN</b></p>	<p>Debe ser la correcta y no se debe agrandar un elemento tanto a lo largo como a lo ancho. Un elemento aumentado en las dos dimensiones no se habrá duplicado, y en ese ejemplo se estaría distorsionando la información.</p>
<p><b>LA PERSPECTIVA</b></p>	<p>Puede otorgar atractivo al cuadro, especialmente a los mapas. Se debe utilizar con mucho cuidado, respetando las medidas que en éste se coloquen. A pesar de vivir en un mundo tridimensional, la bidimensionalidad se entiende mejor en la página impresa.</p>
<p><b>LAS TEXTURAS EN LOS CUADROS</b></p>	<p>Si no son bien utilizadas pueden causar confusiones e inclusive ilusiones ópticas. Por ejemplo, cuando se usan líneas diagonales para tramar las barras de un cuadro, éstas pueden parecer inestables al ser representadas.</p>
<p><b>LAS FORMAS UNIVERSALES</b></p>	<p>Las barras serán rectangulares completamente y no con terminaciones redondeadas o triangulares; el gráfico de torta será circular y no ovalado; las líneas serán rectas y no curvas.</p>

Fuente: Leturia, 1994: 16-17



### **2.2.2 *La importancia de los bocetos***

En el proceso creativo, los bocetos ayudan al infografista a tener una idea clara de cómo puede quedar el trabajo. El orden visual, las formas y la navegabilidad son elementos que serán determinantes en el aire final. Estos conforman el punto de partida insoslayable para toda infografía y el mismo planteo puede servir a más de una plataforma. (Osejo, 2012)

Osejo también explica que Goertzen sostiene que el dibujar nuestras ideas en papel es obligatoria. Si el gráfico es para impresión o web, necesitamos bocetos para organizar nuestros pensamientos y colaborar con nuestros reporteros y editores para que tengan una idea de los que estamos visualizando para el gráfico.

A mayor conocimiento y profundización del tema, la riqueza visual de los bosquejos será más ambiciosa. Este primer acercamiento es vital, ya que permite la planificación de coberturas impactantes. Además, el especialista debe aprehender el tema, esto le permitirá generar más alternativas visuales (2012: 56).

También dice en su libro que tras el primer planteo, es necesario continuar con su edición, tomando en consideración el público objetivo, el estilo del periódico y los espacios con los que contará el gráfico. Si se considera crear una infografía de tercer nivel, esta puede incluir mapas de ubicación, estadísticas, diagramas, esquemas, íconos y pictogramas, sin dejar de lado un punto focal atractivo.

### **2.2.3 *Importancia de la función comunicativa del color***

Mediante el uso del color, la infografía orienta la lectura, imprimiendo más carácter y dinamismo al gráfico. El ser humano tiende a identificar los colores que aprecia en la naturaleza y los relaciona con su experiencia previa, a fin de darle sentido y significados especiales.

Para Osejo, el análisis del color implica la identificación de los denominados “acromáticos” (blanco, negro y grises), los “análogos” (tres tonos consecutivos en cualquiera de los tintes y matices del círculo cromático); el choque (cuando se combina un color con el tono que está a la izquierda o derecha de su complementarios); el manejo de complementarios, de primarios o secundarios (verde, violeta y naranja); y la utilización de la triada terciaria (naranja rojizo, naranja amarillento, verde amarillento, verde azulado, violeta azulado, violeta rojizo) (2012: 59).

También Osejo explica que el color incide en nuestra psicología, despertando una gama de sensaciones, connotando peligro, tranquilidad o tristeza. Por ese motivo, es necesario que los infografistas, al igual que los diseñadores y maquetadores de páginas, conozcan las propiedades comunicativas del color para aplicarlas eficazmente (2012).

### **2.3 Tipos de gráficos en una infografía periodística**

Para Osejo, existen niveles de información que se muestran en las infografías de los medios impresos, en su libro “Periodismo Infográfico en el Perú” (2012), menciona tres niveles:

a) **De primer nivel:** Son los gráficos que contienen datos numéricos como los porcentajes y las tortas en sus diversas presentaciones.

Pueden jerarquizarse alfabéticamente, por fecha o por tamaño. Asimismo, suelen utilizar escala de valores, bajo un diseño horizontal, vertical o circular. Tienden a exhibir íconos representativos para presentar los datos numéricos, más aun si se trata de un elemento completo en un reportaje.

El aporte conceptual del infográfico dependerá de la temática abordada. Pueden mostrar “tortas”, “fiebres” y “barras” para explicar la información o apostar por la sencillez de las líneas.

Se pueden colocar tablas numéricas, gráficos de dispersión, de correlación, rankings, entre otros.

b) **De segundo nivel:** Se refiere a todo tipo de mapa geográfico y planos de calles. Estos tipos de gráficos deben respetar las proporciones reales, así como también considerar las escalas y las orientaciones cardinales. Siempre consignan un “mapa llave” o referencial como elemento que contextualice la lectura. Dentro de esta categoría encontramos diferentes tipos de mapas.

Tabla N° 3: Tipos de mapas

<b>COROPLETAS</b>	Cuenta con diferentes códigos de color según las áreas.
<b>SÍMBOLOS PROPORCIONALES</b>	Cuenta con símbolos que se proporcionan con la información que quieren mostrar.
<b>PUNTOS</b>	Que permiten ver concentraciones relativas.
<b>FLUJOS</b>	Donde se representan cantidades en función del grosor de línea.
<b>ISOPLETAS</b>	Con un cartograma que muestra áreas geográficas en función de los índices ubicados en cada una de ellas en orden decreciente.
<b>PERSPECTIVA AÉREA</b>	Donde la profundidad de los territorios se representa a través de la gradación de color.

Fuente: Osejo, 2012: 49

- c) **De tercer nivel:** Requieren mayor investigación y utilizan los recursos de los dos primeros niveles. Se prepara con más tiempo ya que es más compleja su elaboración. Son considerados “reportajes infográficos”, generados a través de diagramas periodísticos. Entre los diagramas, se incluyen las representaciones visuales (iconografías), asociaciones de información, jerarquías, esquemas y cronologías. Los últimos reportajes infográficos que se están trabajando incluyen dibujos, mapas, figuras, estadísticas, construcciones gráficas, así como esquemas para crear

escenarios diversos, respondiendo a las preguntas “cómo” y “por qué”, pueden de dos maneras:

- **Explicativos:** Detallan el desarrollo de un acontecimiento o el funcionamiento interno de un aparato.
- **Interpretativo:** Plantean una valoración, son representaciones abstractas de la realidad, donde se prescinde de elementos accesorios para contar lo esencial.

#### ***2.4 Clasificación de infografías periodísticas según diarios americanos***

Los diarios de los Estados Unidos son los pioneros de la infografía, se señalan como origen de la nueva modalidad del periodismo. Según Ferreres, los motivos del desarrollo de la infografía en los Estados Unidos son diversos. El ciudadano medio tiene un descuidado nivel cultural y precisa de apoyos gráficos. Los americanos padecen un tradicional desinterés por los hechos que suceden fuera de sus fronteras. Su acelerada vida laboral, que les deja poco tiempo para leer el periódico pero que, no obstante, sigue comprando porque la prensa estadounidense tiene un alto nivel de calidad de libertad informativa (1995).

Es por eso la prensa americana ha clasificado los gráficos infográficos en tres partes, en el siguiente recuadro mostraré cuales son los tres principales más usados por estos medios internacionales.

Tabla N° 4: Clasificación de las infografías de Estados Unidos

<p><b>GRÁFICO DE ACTUALIDAD INMEDIATA “BREAKING NEWS”</b></p>	<p>Aquellos que responden a una noticia impactante, que rompen con la cotidianidad (accidentes, atentados, secuestros, desastres naturales). Son coberturas especiales que exigen el esfuerzo del equipo infográfico para asegurar la velocidad y puntualidad en la entrega, reluciendo sus habilidades de investigación, técnicas de ilustración y programación.</p>
<p><b>HARD NEWS</b></p>	<p>Son aquellos materiales inactuales que tienen un proceso de ejecución más prolongado. Versan acerca de la problemática política y economía. Tienden a incluir estadísticas, esquemas y reportajes infográficos.</p>
<p><b>SOFT NEWS</b></p>	<p>Se insertan piezas que retratan historias “de interés humano”, así como actividades artísticas, científicas, de entretenimiento e inclusive acerca de los estilos de vida de algún personaje. Para su ejecución se utilizan reconstrucciones visuales, fotografías de referencia.</p>

Fuente: Osejo, 2012: 50-52

## 2.5 Partes de una infografía periodística

Para que una infografía sea considerada completa, Elio Leturia nos dice que debe poseer un titular, un texto explicativo corto, un cuerpo de información, una fuente y un crédito de autor, en el siguiente recuadro mencionaré 5 puntos en el cual el autor explica de qué se trata.

TABLA N° 5: Partes de una infografía

<b>EL TITULAR</b>	Debe ser directo, preferentemente sintético a la vez que expresa el contenido de la infografía. El titular puede venir acompañado de una bajada o subtítulo, siempre opcional.
<b>EL TEXTO</b>	Debe ser sucinto y proveer al lector de toda la explicación necesaria para la comprensión de la infografía.
<b>EL CUERPO</b>	El cuerpo viene a ser la esencia misma de la infografía, la propia información visual: las barras, la torta, las líneas de fiebre, el mapa.
<b>LA FUENTE</b>	Indica de dónde se ha obtenido la información que se presenta en el infográfico y es muy importante, pues señala el origen de la misma.
<b>EL CRÉDITO</b>	Señala al autor o autores de la infografía, tanto de la configuración como de la investigación.

Fuente: Leturia 1998: 15-16

Para Ferreres, un infografista puede enunciar una historia o contarla completa, si es una unidad informativa, debe llevar un título. Los textos deben ser cortos y concisos, se pueden presentar numerados y ser una pauta para el orden. Una línea que identifique las fuentes y otras líneas donde figuren los autores del gráfico. También nos dice que hay que dar una sensación de respiro y defenderla con espacios vacíos (1995).

## ***2.6 Técnicas aplicadas en las infografías***

La elaboración de una infografía implica una exhaustiva investigación y la elección de los recursos idóneos para comunicar el mensaje. En cuanto a ilustración que representará el punto focal, Osejo en su libro explica que existen varias técnicas para su concreción: dibujo a mano o vectorial; el montaje fotográfico, la elaboración de maquetas y modelado en 3D; así como las perspectivas y animación virtual también en 3D. A continuación explicaré las siguientes técnicas:

- a) Dibujo a mano o trazo a mano alzada:** Algunos trabajos infográficos presentan trazos en carboncillo, dibujos a mano que dejan de lado cualquier retoque digital. Una buena infografía puede superar las barreras lingüísticas y captar la atención del lector. Si bien no se logra comprender el texto en árabe, los recursos visuales facilitan la decodificación del mensaje. El punto focal es un dibujo a mano alzada y los elementos secundarios se sirven de fotografías y trazos vectoriales.



- b) **Dibujo vectorial:** Los infografistas pueden emplear los trazos en vectores como alternativa a la ilustración a mano. Suelen basarse en fotografías, las cuales son redibujadas con trazos más suaves y con colores digitales.
- c) **El montaje fotográfico:** La utilización de una foto debe responder a un interés informativo. Muchas de las infografías de los diarios argentinos como *Clarín* y *La Nación*, responden a esta técnica.
- d) **Modelado en 3D:** Nos referimos aquí a los diagramas y elevaciones que utilizan los medios para graficar algún proyecto. Las perspectivas son muy aplicadas en las infografías interactivas y multimedia de los diversos diarios.

En la actualidad, estas técnicas suelen converger en un mismo material infográfico, con resultados disímiles. Ante esta ampliación de la paleta gráfica, resulta importante conocer la escala de esquematización icónica y la de los niveles de iconicidad a fin de equilibrar y ajustar adecuadamente el grado de abstracción de los elementos al momento de graficar.

## ***2.7 Perfil de un infografista***

Un infografista necesita formar su técnica, versatilidad, innovación, integración y creatividad. Osejo expresa que el infografista es capaz de realizar las tareas propias del proceso de diseño: desde la documentación, la selección del tema, la redacción de los textos para la infografía, así como la composición del gráfico.

El rigor informativo es vital para la elaboración de estos materiales y resulta enriquecedor realizar las investigaciones en el lugar de los hechos para recoger datos, tomar bocetos, fotografías y conversar con los implicados, en algunos casos (2012).

También se debe tener en cuenta que el infografista debe estar informado todo el tiempo, saber los temas coyunturales nacional e internacional. Como bien se sabe, muchas veces las notas lo hacen los redactores, pero los infografistas deben familiarizarse mucho y comprender del tema que se está tratando para elaborar mejores gráficos, si no se comparten las ideas correctas del tema que se está tratando, el resultado puede verse perjudicado.

Un infografista debe tener la curiosidad para conocer nuevos métodos, formatos, nuevos gráficos e íconos para que la infografía se vea aún más interesante, otro punto importante es la ética, saber cuándo se puede mostrar alguna información o cuándo solo lo guarda. Ser proactivos es una cualidad que cada persona debe tener, pero en la infografía éste aspecto es imprescindible.

Para Osejo, los equipos de infografía están integrados por diseñadores gráficos, periodistas e ilustradores. La fusión de estas especialidades es lo que permite la elaboración de propuestas impactantes, aprovechando las herramientas y programas propios del diseño (2012). También nos dice que un infografista debe tener las siguientes actitudes.

Tabla N° 6: Aptitudes de los infografistas

<b>APTITUDES DE UN INFOGRAFISTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Tener criterio periodístico.</li> <li>b) Habilidad artística.</li> <li>c) Conocimientos informáticos.</li> <li>d) Facilidad de escritura.</li> <li>e) Capacidad de diálogo.</li> <li>f) Orden.</li> <li>g) Rapidez (Trabajo bajo presión).</li> <li>h) Movilidad.</li> </ul>
-------------------------------------	--

Fuente: Osejo, 2012: 41

Para Ferreres, el perfil de un infografista y sus funciones son que debe ser el de consultar siempre, por ejemplo archivos o documentaciones, debe interesarse por lo que el lector quiere saber del tema, cubrir las informaciones, solos o con los redactores, redactar o dibujar las informaciones buscando la comprensión del lector más que la del editor y por supuesto realizar un boceto (1995).

### ***2.8 Procesos de elaboración de una infografía periodística***

Para que haya un proceso de elaboración de una infografía, debe existir un orden y la claridad. Daniel Chang, Jefe de Edición Gráfica del diario oficial El Peruano (entrevistado por Katuska Alcalá el 13 de noviembre de 2016) explicó sobre el proceso que lleva un infografista y en primer lugar está la planificación, se

debe planificar el tema y los tiempos en el que se trabajará en una infografía; la investigación, se debe hacer un buen trabajo investigativo para que la infografía sea completa; la ilustración y la edición.

Osejo recomienda plasmar en el gráfico un máximo de cinco temáticas para una correcta ejecución, el infografista debe considerar los siguientes pasos que mencionaré en el siguiente recuadro

Tabla N° 7: Pasos para la elaboración de una infografía

<b>LA INVESTIGACIÓN</b>	El trabajo de campo es la etapa periodística más importante. Es fundamental para determinar los elementos que servirán para estructurar la pesquisa y delinear sus objetivos.
<b>EL PLANTEO</b>	Se aconseja bosquejar en papel las ideas gráficas y perfeccionarlas, sin esperar a pasarlas a la computadora para recién estructurarlas.
<b>ELABORACIÓN</b>	En esta fase se emplea generalmente el programa Illustrator. La premisa es trabajar a partir de lo bosquejado.
<b>EDICIÓN</b>	Se evalúa la correcta jerarquización del infográfico, el manejo de color, la utilización de espacios en blanco, así como la veracidad y exactitud informativa.

<b>CORRECCIÓN</b>	Tamiz infaltable en el proceso, donde se determina si se respetan las normas de estilo propias del medio.
-------------------	---

Fuente: Osejo, 2012: 53

Las infografías en general tienen como objetivo mostrar conceptos que de alguna manera sean entendidos, apoyándose de gráficos para disponer la información de forma creativa y organizada. De alguna manera tratan de distribuir los mensajes y hacerlo más entendible y coherente. Es por eso que se debe llevar un proceso de creación por medio de etapas que si bien no se plantea, el tiempo puede jugar una mala pasada.

### ***2.9 Estilo de infografías periodísticas de la prensa extranjera***

Como sabemos, la infografía periodística apareció en los diarios extranjeros, muchos de ellos con el tiempo fueron mejorando sus técnicas y agregando nuevos gráficos e íconos que harían de la infografía un papel importante en la prensa escrita, es por eso que Osejo en su libro toma como ejemplo a dos países y sus diarios más importantes, en los siguientes cuadros mencionaré estos dos estilos:

Tabla N° 8: Estilo de los diarios en España

<b>ESPAÑA</b>	
<b>EL PAÍS</b>	A inicios de la década pasada, este diario aún se maquetaba a cinco columnas y presentaba infografías como elemento principal. Al cumplir 31 años de circulación, <i>El País</i> presentó un nuevo diseño, cuya propuesta visual se basó en la reformulación de las infografías adquiriendo mayor tamaño y color.
<b>LA VANGUARDIA</b>	Su primer rediseño fue en 1989, instauró las modernas técnicas infográficas como complemento de la información. El segundo rediseño fue en el 2007 a cargo de Jaime Serra, el diario en esa época cautivó a los lectores con una información visual y didáctica.
<b>EL MUNDO</b>	Desde su fundación en el año 1989 tuvo formado su equipo de infografía, encabezado por Mario Tascón. Su propuesta gráfica evita sobredimensionar las sombras y volúmenes con el fin de efectivizar el contenido de la imagen. Desde el 2004 este diario destaca por sus infografías donde explican episodios históricos, deportivos, y acontecimientos de gran relevancia.
<b>PÚBLICO</b>	Diseñado por el estudio Cases i Associats, se dirigió especialmente al lector joven y cibernauta. Su propuesta infográfica fue agresiva: las piezas eran grandes, a veces

	ocupando páginas enteras. Empleó diagramas de flujos, mapas de dispersión, elevación en 3D. El color era sobrio y más recargado cuando se comparan cantidades. Este diario en su edición solo circuló cinco años por problemas económicos.
--	--

Fuente: Osejo, 2012: 71-77

Tabla N° 9: Estilo de los diarios en Estados Unidos

<b>ESTADOS UNIDOS</b>	
<b>USA TODAY</b>	Tenía como distintivo un considerable despliegue gráfico en todas sus secciones. Estas presentaban <i>snapshots</i> infográficos, con estadísticas e ilustraciones a todo color. Este diario fue uno de los pioneros en adaptar sus contenidos impresos al entorno digital por sus aplicaciones para teléfonos celulares.
<b>THE NEW YORK TIMES</b>	Desde sus inicios, esta publicación brindó especial atención a los elementos gráficos. Los mapas que mostraban este diario no solo sirvieron en tiempos de guerra, sino también para ilustrar acontecimientos y logros importantes en la portada. Mediante imágenes satelitales y renderizaciones en 3D, el mapa adquiere mayor realismo e impacto.

<b>LOS ÁNGELES TIMES</b>	Uno de los estilos gráficos de este diario son sus planos descriptivos de construcciones, elaborados con sobriedad, con una paleta cromática tenue.
<b>THE WASHINGTON POST</b>	Exhibe una gran variedad de mapas infográficos, resultado de un alto grado investigativo y del uso de software especial que genera imágenes tridimensionales.

Fuente: Osejo, 2012: 78-83



### **CAPÍTULO III**

#### **SISTEMA DE TRABAJO EN LA PRODUCCIÓN DE INFOGRAFÍAS PERIODÍSTICAS DEL DIARIO *EL COMERCIO***

##### ***3.1 Importancia del departamento infográfico en el diario “El Comercio”***

Para comprender la importancia que tiene el departamento infográfico, primero debemos hablar un poco del diario al que pertenece: “*El Comercio*”. Este diario fue fundado el 4 de mayo de 1839, el diario se ha convertido por el esfuerzo de sus trabajadores y el reconocimiento del público en el medio de comunicación de mayor credibilidad en el país. Según la página web del grupo El Comercio, sus fundadores fueron el chileno Manuel Amunátegui y el argentino Alejandro Villota. En 1875 Amunátegui entregó la dirección a José Antonio Miró Quesada, modernizándolo con mejores equipos. La historia de los fundadores se basa en la herencia que deja cada director que pasa por el diario, es por eso que desde 1999 hasta la actualidad, Alejandro Miró Quesada Cisneros es el director.

La innovación también se produjo en el campo de la redacción, las páginas de este diario muestran renovaciones en materia de diseño impuestas por la

tipografía y la diagramación computarizada. En 1953, *El Comercio* había comenzado a publicar suplementos todos los domingos de cultura Dominical, estas publicaciones siguen saliendo hasta la actualidad.

El diario iba creciendo en la actualidad cuenta con varias revistas, como por ejemplo esta *Somos* y otras más que son muy conocidas a nivel nacional. En la actualidad *El Comercio* también se encuentra en internet y como aplicación para los teléfonos celulares.

Una de sus grandes campañas fue en el siglo XIX al constituir la campaña por la libertad de los esclavos, *El Comercio* descubrió que había hombres que aún tenían propietarios. Según el periodista Julio Escalante en su artículo de la página web *El Portafolio*, el diario asumió una larga campaña por la abolición de la esclavitud.

El diario se caracterizó por su sentido amplio llamado a todo tipo de libertad, a la libertad de hacer empresa, de crear trabajo y de conseguir uno, como expresa Escalante, este diario asumió un modelo de periodismo de empresa y sus intenciones estaban claras desde su propio nombre. Sus páginas estaban dedicadas a temas que podían interesar a los hombres de negocios: las salidas y llegadas de barcos al puerto del Callao, los precios de diversos materiales e insumos, el papel que cumplían las autoridades para facilitar los negocios y no entorpecerlos. Es por eso que el diario es uno de los más comprados en el país.

La importancia de la creación de un departamento infográfico en el diario *El Comercio* se debe a la manera más dinámica y eficiente de mostrar noticias, involucrando al lector más que un texto simple, la infografía busca impactar por

medio de sus imágenes y gráficos, haciendo que la noticia sea más completa y que ayude al lector a comprender más rápido la situación por la cual por medio de una redacción tal vez sea poco factible. En la entrevista que le hice a Raúl Rodríguez, menciona que para él como jefe del departamento infográfico, la noticia gráfica es veraz porque se tiene un trabajo de investigación atrás de eso y tiene buenas fuentes, es funcional porque le va a servir al lector y es reveladora porque abre toda una serie de sentimientos y responde muchas preguntas.

Hoy la información infográfica juega un papel muy importante en todos los medios y en este diario no es la excepción, este recurso ha permitido que las páginas del diario se vean con mucha innovación y actualidad, tratando de llegar a acostumbrar a los lectores a informarse a través de la imagen.

### ***3.1.1 El propósito de mostrar infografías en el diario***

Como en todos los periódicos, la idea de innovar es algo que a muchos diarios les interesa mostrar al público. De esto habla más Ángela Peña, coordinadora de diseño de El Comercio (entrevistada por Katuska Alcalá el 15 de noviembre de 2016) a quien le hice la pregunta de cuál es el fin de que el diario empiece a sacar infografías:

El propósito básico es informar de una manera más interesante y creativa de algún dato y que cuando el lector lo lea le parezca más atractivo el texto, también a la necesidad de explicar algún evento o alguna situación que no es fácil de contar ni por fotografías ni textos

y que es más fácil que se entienda con una infografía. El tema pide o infografía o ilustración, de acuerdo a la data que le proporcionan a los redactores. Se basa básicamente en la necesidad de la información y que el público lo pueda recibir de una manera más educativa, más sencilla de digerir.

Es así que la actual coordinadora de diseño explica cuál es el fin del diario al mostrar infografías. Muchos de los medios han optado por este nuevo formato, llamativo y lleno de gráficos.

Para Raúl Rodríguez, jefe del departamento infográfico del diario, el propósito de mostrar infografías es casi lo mismo a lo que se refiere Ángela Peña, él cuenta que todos los diarios tenían la misma intención de trabajar con nuevos recursos para competir con otros medios periodísticos, ya sea la televisión la radio, en esas épocas la competencia era la televisión por cable, la televisión de señal abierta y la radio, el internet todavía no estaba. Entonces el diario con sus herramientas, tenía un grupo de dibujantes, de gente talentosa, buenos periodistas y pues arman una sección de infografía para compartir con esos medios. La infografía tiene cosas que la televisión y la radio no te puede contar, entonces a partir de esas fortalezas, el diario hace la diferencia en informar a la gente.

También se ve comprometido en informar mejor pero no llenado de información su gráfico, sino haciendo suponer al público al leer cada infografía.

### ***3.2 Proceso de constitución del Departamento Infográfico en el diario***

El proceso de constitución del departamento infográfico en el diario *El Comercio*, como ya he mencionado antes, se da durante el inicio de los años noventa.

El primer diario en crear un equipo de infografistas a nivel nacional, desde entonces se empiezan a mostrar infografías con más frecuencia. En esa época tuvieron principal atención los ilustradores y diseñadores, pues ellos eran capacitados cada cierto tiempo para aprender el manejo de este nuevo formato. Al ver que poco a poco las infografías iban ganando espacio en los lectores y diarios del país, se vio obligado a reforzar su gran equipo, trayendo de otros países a los infografistas más reconocidos en Latinoamérica, ellos se encargaban de las capacitaciones y el desarrollo de las nuevas técnicas infográficas.

En el diario la infografía periodística ocupó en un inicio una página completa para poder mostrar y resaltar mejores los gráficos, poco a poco fue desarrollándose, llegando a ocupar dos páginas completas, muchas veces como un “especial” que saca el diario, ya sea para algún tema coyuntural o de algún personaje.

Como ya se había explicado, el que inició como jefe del departamento infográfico fue Elio Leturia, el comandó el primer equipo de esta área. Luego el diario trajo a los infografistas españoles Xabier Díaz de Cerio y Xavier Consea para que capaciten a los nuevos infografistas que se estaban desarrollando en el diario.

El diario se ha dedicado de lleno a sacar las mejores y grandes infografías de todo el país, le dedican de 2 a 4 hojas, desde las pequeñas infografías hasta las grandes.

En la actualidad, el departamento infográfico lo lidera Raúl Rodríguez como ya se había mencionado y el área cuenta con seis infografistas, no todos son periodistas, cuentan con un grupo de diseñadores, la teoría del diario es que ellos puedan tener noción de investigar y como plantear una infografía

Las infografías son creadas por cada infografista, no hay la necesidad de pasar por el jefe del departamento para dar su visto bueno, en el diario dan la libertad de creación y confían en su personal capacitado.

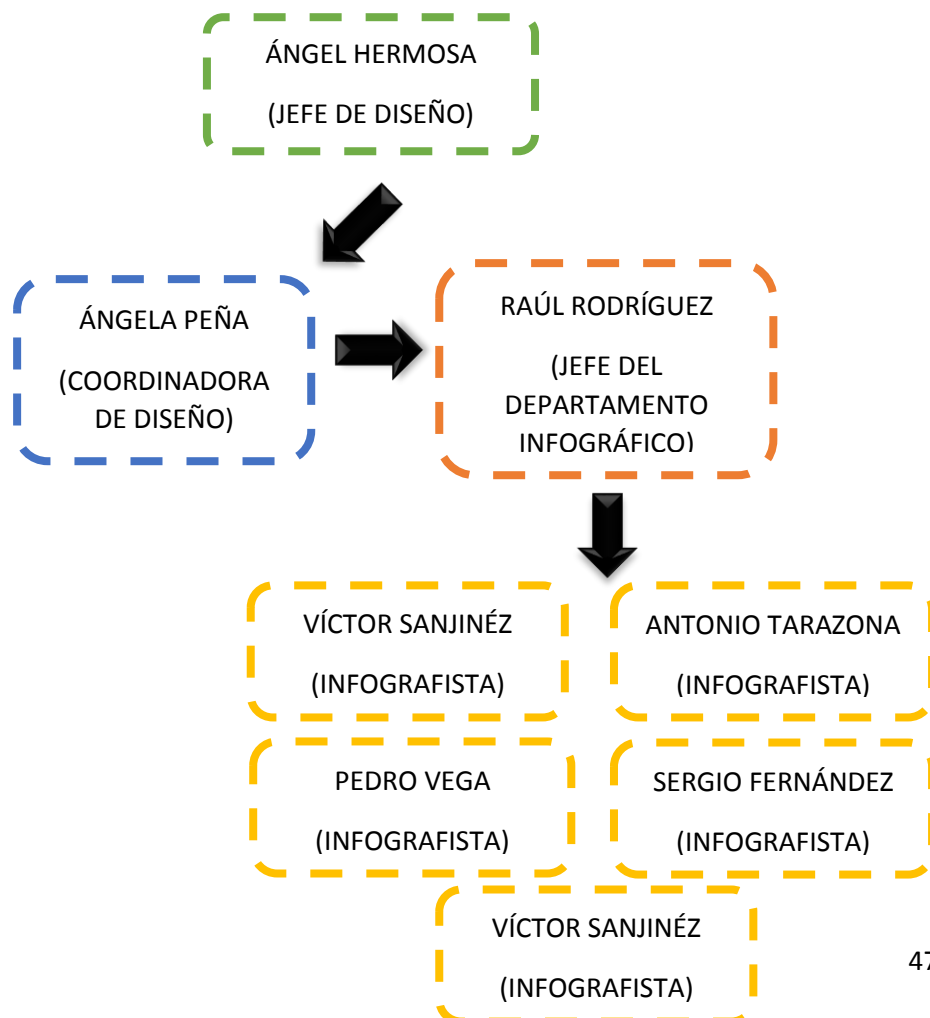
La infografía en el diario *El Comercio* ha pasado por dos etapas según Ángela Peña, antes las infografías que se trabajaban en el periódico tenían una información muy rica pero también compleja, a la hora de elaborarse y hasta el uso de los colores. Las páginas se veían potente, muy bonita y llena de información pero mucho contenido y muy recargadas.

En la actualidad el periódico en sí tiene el propósito de mostrar en sus páginas que sean mucho más ligeras, tener menor información sin perder la calidad, tratando de poner pocas cosas en páginas y que funcione con el público. El cambio de diseño fue drástico para el diario, se pasó de tener toda esa información de páginas para infografías y ahora la hacen de una manera más sencilla y ligera, no solamente en información sino también en imágenes y colores. En la actualidad se tiene en el diario una paleta de color que es bastante más plana, con colores menos llamativos, pero en las infografías si se usan todo tipo de color. Ese cambio se debe

básicamente a que el periódico cambió todo, es más ligero y más liviano, y el formato en general del diario se dice que es más elegante, pero también se debe que en general la demanda del público es que todo sea muy sencillo de digerir, leer el periódico de una manera más rápida.

### 3.2.1 Actuales integrantes

El departamento infográfico tuvo a tres infografistas ya mencionados anteriormente, en la actualidad Raúl Rodríguez es el cuarto jefe del área y junto a él, cinco infografistas más, muchos de ellos tienen diferentes profesiones, a continuación contaré más sobre ellos:



Ese es un pequeño organigrama el cual menciono los puestos que tienen en relación con el departamento infográfico. Ángel Hermoza es el actual jefe de diseño del diario El Comercio, él es la cabeza del área de infografía, diseño e ilustración, se encarga de dirigir a los jefes de cada sección centrándose en un solo tema.

Los demás infografistas que pertenecen al área son: Víctor Sanjinez, diseñador de profesión al igual que Antonio Tarazona y Pedro Vega, Sergio Fernández como Comunicador al igual que Jean Izquierdo.

Ángela Peña en la entrevista que me dio, cuenta que llegó al diario como diseñadora gráfica, le fue llamando la atención los diseños que mostraba el diario y fue así que se fue soltando más en el diseño y diagramación, a la par sentía que en el área se necesitaba tener un orden en el área de diseño, es por eso que Ángel se vio en la necesidad de tener a alguien más a su lado como mano derecha para compartir las ideas en el diseño y escuchó las propuestas de Ángela y la escogió a ella como coordinadora del área de diseño. Para Ángela apoyar a Ángel le llamó mucho la atención, asumió más responsabilidades como hacer una fusión entre el área de ilustradores e infografía, así como también trabajar en la parte administrativa, saber cuándo los trabajadores salen de vacaciones, sus horarios y el ordenamiento del área. Además de esto, Ángela es la encargada de la página web, haciendo trabajos para tener mayor participación en partes interactivas, juntar noticias de una manera más interesante. Ella es comunicadora de profesión, pero el diseño le atrajo más y se dedicó de lleno a aprender más sobre ese rubro. También cuenta hecho anecdótico:



Bueno los anécdotas que siempre tenemos son los cierres, mi primer cierre grande que tuve de un suplemento que diseñamos fue de una carrera de *Nike* que fue un suplemento grande de cuarenta páginas que se tenía que poner la data de la información, de cuántos corrieron, los puestos del orden de llegada, todo eso fue un proceso difícil, para mí era una responsabilidad grande y me sentía súper estresada. Tuve que correr la carrera, como soy deportista, quería ver más allá de lo que solo las cámaras enfocan, sentí mucha emoción y adrenalina, saliendo de la carrera tuve que ir al periódico a redactar y seguir con la información que había recolectado. Ese día perdí una nota de los reporteros, no lo encontrábamos y estuvimos mucho tiempo buscándolo, su publicación ya estaba terminada, así que solo nos dedicamos a buscar pero al final la encontramos, pero igual pasamos el mal rato.

También dice que en general se puede perder una nota, pero ya no suele pasar mucho debido a la nueva dinámica que están llevando en el periódico, todos se comunican por medio de una página, todos hablan más de lo que hablan antes, hablan y coordinan con Ángel, con el diseñador, con la gente que trabaja la parte visual y es como un feedback donde hacen un pequeño debate y dan su punto de vista, sus opiniones.

Raúl Rodríguez como ya hemos mencionado antes, es el actual jefe del departamento infográfico, él empezó a trabajar en el diario como practicante, es historiador de profesión, primero empezó haciendo infografías en el área de publicaciones y en el 2007 pasó al área que en el 2014 fue asignado jefe hasta la actualidad. Los gráficos que le llaman más la atención son los arquitectónicos, lugares de muchos años atrás de creación así como también de los recién inaugurados, un ejemplo tenemos el especial que sacó este año sobre la iglesia San

Francisco. Para ese trabajo, Raúl se demoró más de seis meses en plantearla. Él es la principal persona que decide y propone que trabajos crear, pero no quita la creatividad de sus trabajadores.

También entrevistamos a Víctor Sanjinéz, uno de los infografistas del diario *El Comercio*, diseñador de profesión, fue descubierto y contratado hace ocho años por el ex jefe del área Alfredo Oshiro quién apuesta por sus diseños e ilustraciones, quiso ver como trabajaría una infografía una persona que es artista. Sanjinéz no cuenta que su primera anécdota como infografista fue que recibió por parte de su jefe a que entrevistase al director del neoplásicas y dice que le costó mucho llegar a recrear con la información que obtuvo una infografía. También dice que le gusta trabajar con visualización de datos, le gusta manejar números. Se toma tres días para terminar una infografía relativamente grande, pero los que son de menos tamaños solo es cuestión de horas.

### ***3.3 Adversidades del departamento infográfico***

Como se sabe, la infografía es un formato que tiene que ser preparado al momento, una de sus dificultades principales que presenta el área es el tiempo, muchas veces les juega una mala pasada, creando consigo muchos conflictos como pérdidas de información.

Para Raúl Rodríguez, todos los diarios tienen la misma intención para competir con otros medios periodísticos y una de las adversidades para él era la lucha constante del diario contra los demás por mostrar cada día una mejor

infografía, esto hacía que por momentos retrasen la elaboración y presentación de los productos, como la prensa escrita se veía obligada a competir ya que el lector prefería la televisión y la fotografía e imagen eran mucho más completos y entretenidos.

También cuenta que el tiempo es un factor muy importante a la hora de trabajar por la cantidad de trabajos que mandan, muchas veces piden infografías de actual inmediata que son las que ocupan todo el día y no sé sabe cuánto tiempo se puede usar. El trabajo de reportaje es donde piden con mucho más tiempo, ya que se tiene que hacer investigaciones, plasmar ideas, usar programas más complicados.

Lo mismo dijo Ángela Peña, para ella el tiempo es una dificultad tremenda para los infografistas en el diario, muchas veces tienen muy poco tiempo para elaborar infografías y a veces tienen mucha información que es compleja al transformar en algo que sea bonito y visual y sobretodo que se entienda, básicamente el problema principal es correr con el tiempo porque lo demás es data que se busca o fotografías que se sacan de los servidores que tiene el diario.

### ***3.3.1 Riesgos que corre el diario***

Como en todos los medios periodísticos, por cada nuevo formato que se apuesta, va a tener sus ventajas y desventajas, el departamento infográfico puede correr el riesgo de cometer algún error, ya sea por una mala información o algún proceso que no permita ser entendida por el público.

Como cuenta Raúl Rodríguez, no necesariamente deben ser los periodistas los únicos que corren riesgos al recoger alguna información, ellos también como infografistas deben ir a buscar la información que requieran, si había la necesidad de viajar, lo hacían, si tendrían que meterse a algún incendio o a algún accidente para reconstruir los hechos lo hacen, no hay límites para conseguir la primera información, todo lo que le pueda pasar a un periodista, le puede pasar también a un infografista.

También explica que el otro tipo de riesgo es el no cuidar bien la información, el infografista es la última persona que manda su gráfico al sistema y se tiene que revisar bien, siempre se debe ser precavido, es por eso que se debe tener mucho cuidado y revisar cada punto para que no se cuele algún error.

Por otra parte, Ángela Peña menciona que ella considera un riesgo el hecho de que la infografía no sea entendida por el público y que el tema se vuelva por ellos más complejos. Ella considera que ese puede ser el único riesgo, por otra parte no habría ningún problema.

En la actualidad, se exigen infografías analíticas, basadas en un proceso de edición semejante a la estructuración de un texto interpretativo: saber si la imagen responde a las preguntas básicas del periodismo, con la finalidad de evitar elementos poco pertinentes que entorpecerían la lectura.

Como ya se ha explicado y Osejo lo señala, los errores generalmente del apresuramiento y del poco tiempo disponible para adecuar el contenido infográfico a un hecho aún en proceso. Esto evita el debido contraste de fuentes, promoviéndose la desinformación y la tendenciosidad.

Para obtener piezas gráficas de calidad, los procesos de edición deben ser rigurosos y exigentes dirigidos no sólo por los autores de la infografía o el jefe de área, sino colaboradores y asistentes como los lingüistas o diseñadores gráficos y con eso cuenta el departamento infográfico del diario, con un control de calidad el cuál se encarga de revisar minuciosamente cada información, gráfico o dato que este mal informado. El filtro existe en El Comercio y desde que lo crearon en el equipo de trabajo, las infografías han ido mejorando y cada vez se presentan mínimos errores.

### ***3.4 Sistema de trabajo***

Acá contaré más sobre el sistema de trabajo del departamento infográfico del diario *El Comercio*, explicaré cuántas infografías saca el diario al día, como es que ya sabe el departamento infográfico que debe sacar esa cantidad de infografías, quién lo demanda y como lo aplican.

Por otra parte también mencionaré los tipos de infografías que sacan el diario, como se clasifican y por qué tipo de información lo clasifican, como desarrollan los temas lo infografistas y como coordinan con los redactores y editores, en que secciones aparecen mayor cantidad de infografías.

Así como también mencionaré el perfil de un infografista del diario *El Comercio*, que cualidades debe tener, a que debe enfrentarse y que nuevos retos pueden lograr seguir.

### ***3.4.1 Las producciones al día***

Al día el departamento producen de 8 a 10 infografías impresas, pueden ser de cualquier tipo, como por ejemplo las más usadas son los mapas, esquemas vectoriales, estadísticos y barras.

En la entrevista que le hice a Ángela Peña, nos explica más porque mayormente al día salen esa cantidad de infografías:

“Aproximadamente sacamos ocho infografías al día, cada sección que son cinco nos piden una infografía y después nos piden otras más para el suplemento que se da en el cierre del día. Las infografías que nos piden pueden ser de diferentes niveles de complejidad, algunas más sencillas, otras más elaboradas. Las infografías que salen en los especiales salen una vez a la semana, la información mucho más elaborada que es en este caso las trabajamos los fines de semana, en este caso se usa más tiempo ya que se informa con más lógica y que busca informar al usuario de temas que tienen un análisis, se consulta a especialistas que hablen de los temas que tocamos y que hagan ensayos largos de lo que piensan y eso amerita a que tengamos una información más compleja, entonces casi siempre tratamos de que este tipo de infografías se trabajen los fines de semana, es por eso que sacamos uno o dos infografías especiales a la semana”.

*El comercio* puede exhibir una mayor cantidad de gráficos ya que sus contenidos se plasman bajo el formato profundo de gráficos ya que sus contenidos se plasman bajo el formato “sábana”. Estas dimensiones permiten que el material infográfico sea más profundo y reporterial, combinando diferentes técnicas (dibujo a mano, trazo vectorial, color digital, entre otros).

### 3.4.2 Tipos de infografías del diario

Osejo explica más en su libro sobre los tipos de infografías que trabaja el diario *El Comercio*, son las que más se ven plasmados en los ejemplares impresos, muchos de ellos no abarcan toda una hoja, pero sirven de suplemento importante para el mejor entendimiento de la información. En el siguiente recuadro, explicaré más a detalles los 7 tipos de infografías que trabajan en el diario:

Tabla 10°: Tipos de infografías de *El Comercio*

<b>LÍNEAS DE TIEMPO</b>	Sirven para contextualizar adecuadamente las informaciones.
<b>DE DECLARACIONES</b>	Se aplica para resaltar determinadas frases que marcaron un debate. Utiliza la fotografía como punto focal.
<b>LAS MEGAINFOGRAFÍAS O REPORTAJES INFOGRÁFICOS</b>	Son un distintivo del despliegue informativo de <i>El Comercio</i> , donde se detalla un descubrimiento arqueológico, un material histórico o emblemático de nuestro país. Son piezas que exigen investigación a profundidad.

<p><b>ESTADÍSTICAS ILUSTRADAS</b></p>	<p>Suelen ocupar espacios asimétricos en la maquetación y representan la tercera parte de las páginas centrales del suplemento económico. Cuentan con apoyo fotográfico y trazos vectoriales.</p>
<p><b>DE CONTRAPORTADAS</b></p>	<p>Aparecen en los últimos folios de las secciones del diario. Mantienen un estilo diferenciado de la muestra. El suplemento deportivo recurre a ellas para detallar el desempeño y plusmarcas de los deportistas.</p>
<p><b>EXPLICATIVAS</b></p>	<p>Aplican constantemente los cortes gráficos a fin de mostrar el interior de construcciones o edificios. En la actualidad se aplican nuevos programas de modelado en 3D.</p>
<p><b>TEMÁTICAS ESPECIALIZADAS</b></p>	<p>El diario suele emplear infografías para conmemorar fechas de relevancia cultural, histórica y política. Del mismo modo, explota este recurso para ofrecer contenidos “de servicio”, es decir, cercanos a la cotidianidad del lector. En esa línea, se pueden identificar muchas infografías sobre salud.</p>

Fuente: Osejo, 2012: 121-123



Según Ángela Peña, mayormente las infografías que saca el diario son las que muestran un procedimiento ya sea de algún medicamento o avance tecnológico, también para la sección de economía están los estadísticos o fiebres, esos tipos de infografías son más informativos.

También están las infografías científicas que se trabajan más en la sección de ciencia. Así como también sobre animales y cualquier tipo de tema que abarque una infografía especial.

### ***3.4.3 Secciones donde se presentan más infografías***

La mayor fortaleza de *El Comercio* es la versatilidad de sus páginas, apostando por una mayor segmentación reflejada en las diversas secciones del diario y una oferta informativa más equilibrada.

En el diario los temas que se trabajan más en las infografías son de política e infografías clásicas, se le llama clásica a las infografías pequeñas que toma treinta minutos en crearla, son consideradas las más fáciles de crear y las que más son presentadas.

Raúl Rodríguez cuenta que desde que está a cargo del departamento infográfico en el diario, considera que las secciones del periódico impreso donde aparecen más infografías son:

- **Política:** Esta sección es la central de todo el diario, *El Comercio* se caracteriza por mostrar gran parte de sus páginas, información

política, es acá en donde los diseñadores se han visto en la necesidad y le han dado la preferencia al uso de infografías para el mejor entendimiento del público, siendo así una buena técnica ya que ha sido bien acogida. Aquí también trabajan mucho con estadísticas, conexiones entre personajes, los perfiles y las cronologías.

- **Economía:** Como se sabe, en esta sección se maneja una data con muchos números y siempre hay la necesidad de crear alguna barra estadística para explicar más su información, las tortas son las más usadas en esta sección. Exhiben gráficos de considerables dimensiones, principalmente estadísticas ilustradas.
  
- **Mundo:** En esta sección se usan más los mapas, para ubicar los lugares de algún tema que están informando, trabajan planos de calles. También hizo rankings y cronologías para proporcionar contenido a un despliegue especial.
  
- **Tema del día:** Exhibe mapas, infografías de declaraciones, de documentos, diagramas explicativos, estadísticas, perfiles de personajes, entre otros.
  
- **Especial:** Aquí está la presencia de las “megainfografías” o “reportajes infográficos”, inspirados en fechas conmemorables y las

piezas gráficas que brindaron cobertura al ámbito cultural y de entretenimiento, ocupando hasta dos páginas enteras.

Según Osejo, en la parte de las infografías insertadas en “Internacional” y “Mundo” fueron mixtas, ya que combinan los mapas infográficos con cronologías para contextualizar las noticias periodísticas. El despliegue gráfico ocupa la mitad o el tercio de la página. Las infografías explicativas de gran tamaño, es decir doble página o página entre, son el sello gráfico del diario (2012).

Muchas infografías, sobretodo en portada, se configuraron como notas informativas con su respectivo título y texto introductorio. De acuerdo con la tendencia marcada, las estadísticas fueron los recursos gráficos más frecuentes, seguidas por los mapas y las infografías explicativas.

### ***3.5 Proceso de creación***

En esta parte explicaré más sobre como es el proceso de la creación de las infografías en el diario El Comercio, desde cómo se plantean los temas a tratarse, el proceso de creación, la terminación del tema hasta la aprobación del jefe de diseño.

Logré estar un día de trabajo del departamento infográfico para poder conocer todo el proceso de trabajo en el diario, junto al jefe del área, Raúl

Rodríguez, se pudo conseguir esta valiosa información que a continuación se explicará:

## **Parte I: Las Reuniones**

Lo primero que se hace para empezar a crear infografías en el día es una reunión con el jefe del diseño, el jefe de infografía, el jefe de edición y el jefe de ilustración. El jefe de diseño que es el jefe de todas las áreas ya mencionadas, es el encargado de mostrar los temas coyunturales del día, en donde pone énfasis a los temas que son los que deben salir a la brevedad, si piden o solicitan infografía, se enfocan en eso y proceden a la creación.

Pero también hay otro tipo de reuniones en las cuales solo se reúne el jefe de diseño y el de infografía, esto es para sacar el tema que va a ir en la sección “Especial”, en donde mayormente ocupa doble página completa del diario impreso.

Una vez coordinado los temas del día en el cual van a llevar infografías, el jefe de infografía va a mantener constante comunicación con el jefe de edición, para ver el tamaño que le proporcionan a las infografías y el estilo que desea el ilustrador que vaya.

## Parte II: La Creación

El infografista trabaja en su computadora personal, ahí revisa en un programa donde todos los editores suben las notas periodísticas en tiempo real los lugares o espacios asignados para crear infografías, una vez escogido un tema, lo empieza a trabajar a partir del título de la noticia.

Al escoger una noticia, el infografista abre el programa *Adobe Illustrator* en donde abre una plantilla modular, es ahí donde los espacios en el periódico ya están distribuidos y a partir de eso se trabaja la infografía, cada plantilla que es una unidad de medida tiene un módulo que permite distribuir entre columnas y espacios horizontales. En esta etapa el redactor ya sabe que tema va abarcar, el diseñador ya ha asignado el espacio y luego pasa al infografista para terminar con la nota.

Una vez tenida las plantillas, el infografista pega la nota para ubicar el espacio y poder trabajar en el espacio que le han asignado para que vaya la infografía. En esta parte explica Raúl, que los espacios pequeños para las infografías vienen con una cabecera (donde va el nombre del gráfico) y las que son medianas tienen una cabecera, un título y una entrada.

En este caso el infografista diseñará una encuesta de una nota de la sección “*Mundo*”, sobre la última encuesta de Clinton vs Trump en las elecciones de EE.UU, en el cual el redactor le facilita toda la información usada para esa nota periodística, entonces ahí encuentra la fuente de donde ha sacado la encuesta y el infografista se encarga de recrearlo de manera dinámica y visual a partir de esa fuente. Muchas veces el infografista crea un nuevo gráfico, pero en este caso por

falta de tiempo, usará la misma imagen pero modificará algunos datos y obviamente pondrá la fuente. Aquí el infografista le captura al gráfico desde la misma página que sacó el redactor esa información y lo pega en el programa *Adobe Illustrator* para cortarlo y modificarlo.

Una vez pegada la imagen cortada, se empieza a agregar datos, el tamaño de letra que siempre usan para sus infografías pequeñas es de nueve. El texto no puede estirarse ya que se mueve toda la imagen, se va graduando para que todo entre. Es aquí en donde empieza toda la creación, en cambiarle la estructura del gráfico, modificar los colores, el tamaño de letra, borrar datos y agregar otros nuevos. Por ejemplo, en esta infografía que se está tratando el infografista pondrá los nombres de las encuestadoras, la muestra y quien lo está encabezando.

### **Parte III**

Ya terminada la creación de la infografía que irá de acompañante en la nota periodística, el infografista pega la imagen terminada en una hoja en blanco en la parte superior, en la parte inferior pega un cuadro que la llaman ficha, en donde aparece la para rellenar la “sección”, “fecha de publicación”, “firma del editor o redactor” y “firma control de calidad”, en esa ficha se debe llenar todo lo pedido, todo esto en una hoja para luego imprimirla.

En la parte de “sección” se pone a que sección va, en este caso sería “Mundo”. En la parte de “Fecha de publicación” se pone el día que saldrá publicado. En la parte de “firma del editor o redactor” ahí firma el editor, que es el que va a

permitir que la infografía pase al área de control de calidad, ellos se encargan de ver la ortografía y el estilo de los textos ya sea por exceso de comas o los estilos del mismo periódico. Una vez corregida y aceptada, va la firma del encargado de control de calidad para que la infografía sea pegada oficialmente en la nota periodística y luego pase a ser imprimida. Si en un caso, el área de control de calidad ve algún error en la infografía, la impresión es regresada para que el mismo infografista lo corrija y de ahí ya se manda al sistema.

El infografista es el único encargado de decidir si modifica la infografía, que datos adjuntar y cuánta data usar, pero, el editor es el que guía al infografista y explica cómo debe ir la infografía, así como también que fotografía principal va en cada nota, esto pasa para que no haya confusiones o sean repetitivas las fotografías en ambos gráficos.

Mayormente las infografías que son de estadísticas la sacan de “Ipsos Apoyo”, es la única fuente para notas en el país que *El Comercio* utiliza. Esta infografía se tomó treinta minutos en crearlo. Al inicio puede tener muchas expectativas el infografista, pero en el camino de la creación, tal vez por el espacio proporcionado cambien las ideas.

Y eso fue todo el proceso de creación de una infografía en el diario, se puede observar el paso a paso del infografista, sus análisis y criterios para trabajar de manera autónoma y creativa. En el apéndice B2 adjuntaré el trabajo que ha desarrollado en lo que he explicado y como quedó al final esta infografía realizada por el infografista Raúl Rodríguez del diario *El Comercio*.

### ***3.6 Perfil del infografista en el diario***

El perfil del infografista en el diario *El Comercio* hace un tiempo era de ser Periodistas netamente, que sepan manejar programas de diseño, pero en la actualidad eso cambio y ahora han contratado a dos diseñadores con talento y que sepan todo acerca de una verdadera infografía. El diario busca a gente que hagan de todo, que no solo se dedique a hacer una infografía, sino que busque de alguna manera mostrar información.

Raúl Rodríguez considera que un infografista no necesariamente tiene que saber dibujar, lo más importante es que tenga cultura y curiosidad visual e inquietud por las cosas gráficas, saber cuándo las cosas se aplican solas, tener sentido de la estética, pensar en qué lugar debe ir cada información y plasmarlo en el tamaño que se le proporcione.

Por otra parte, Ángela Peña cuenta que un infografista en este momento necesita conocer la página, no solamente saber dibujar o trasladar la data dura a un gráfico más interesante, sino que también debe saber dominar el uso de la composición, diagramación y el diseño de una página. Considera que es una característica importante y que no todos desarrollan y eso si juega un papel decisivo a la hora de ubicar la infografía en la página porque si ellos piensan en cómo se va a ver ocupando un espacio en la página, su infografía podría lucirse mucho más de lo que se luciría si no consideran el tamaño, los textos o en un titular, si no está pensando en un todo sino en una parte.



También cree que los infografistas cometen el error de pensar que solo se dedicarán de lleno a una parte de la página y no pensar en que el infografista puede hacer la visualización de toda la página.

### ***3.7 Reconocimientos y premios***

La SNDE (Society for News Design) según su página vía web, es la sociedad que organiza el premio “MALOFIEJ” en España, en 1993 los profesores de la Universidad de Navarra Juan Antonio Giner y Miguel Urabayen decidieron homenajear a Alejandro Malofiej, un cartógrafo argentino considerado un pionero de la infografía. Así, cada año desde 1993 se dan cita en Pamplona la mejor cosecha de infográficos y los mejores infografistas del mundo.

En este caso el diario El Comercio se suscribió a la página de la sociedad y es así que en la actualidad cada año participa en los concursos que se presenten de infografías, Raúl Rodríguez nos cuenta más sobre los años que han sido premiados y que infografías fueron:

Tabla N° 11: Premiaciones del concurso de “Malofiej”

<b>2000</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medalla de Plata:</b> “Recuerdos de Berlín”.</li> </ul>
<b>2001</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medalla de Plata:</b> Portafolio de 6 infografías.</li> <li>• <b>Medalla de Plata:</b> “La nube que avanza sin obstáculos”.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medalla de Bronce:</b> “El general de la Libertad”.</li> </ul>
<b>2002</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medalla de Bronce:</b> Mejor uso de infográficos para periódicos (gráficos al azar, uno por tres semanas, indicadas por la SNDE).</li> <li>• <b>Medalla de Bronce:</b> Cobertura de una noticia (Elecciones presidenciales 2001).</li> <li>• <b>Medalla de Plata:</b> “Operación proceso electoral transparente”.</li> <li>• <b>Medalla de Plata:</b> Portafolio de reportajes (7 infografías).</li> </ul>
<b>2003</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medalla de Bronce:</b> Portafolio de reportajes (5 infografías).</li> </ul>
<b>2004</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medalla de Bronce:</b> “Danza de las tijeras”.</li> </ul>
<b>2005</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medalla de Bronce:</b> “El Mundo según Tin Tin”.</li> </ul>
<b>2006</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medalla de Bronce:</b> “Que bonita familia” (Los Simpsons).</li> </ul>
<b>2007</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Medalla de Bronce:</b> “Un bosque para cuidar” (Bosque de Pómac).</li> </ul>

Esas son las infografías que hasta la actualidad han sido reconocidos por el gran concurso internacional de infografías “*Malofiej*”, hasta la actualidad *El Comercio* es el único diario que ha ganado premios a nivel internacional, gracias a sus grandes infografías y la gran acogida que ha tenido en todo el público, se ven con la capacidad de mostrar su creatividad en otro país.

### ***3.8 Evaluación de las infografías del diario***

La evaluación que se hace a las infografías del diario *El Comercio* es importantes ya que así se maneja las opiniones de otros especialistas. Explicaremos en un recuadro las opiniones de dos encargados del departamento infográfico del diario *El Comercio*, así como también las otras opiniones de dos especialistas en infografías de otro medio escrito que mencionaré a continuación:

Tabla N° 12: Opiniones de especialistas en infografías

<p><b>EL COMERCIO</b></p>	<p><b>Ángela Peña (Coordinadora de Diseño):</b> El diseño de las infografías es superior, ya que se trata de hacerla más limpia, que jueguen con las ilustraciones, eso las hace que sean más creativas y lúdicas. Tratamos de arriesgarnos más en formas y colores o en composición,</p>
---------------------------	---

	<p>que vaya más allá del diseño. Como tenemos el periódico en un tamaño más grande, las ilustraciones aprovechan bien, logrando mayor impacto en el público cuando se tiene una ilustración muy bien trabajada.</p>
	<p><b>Raúl Rodríguez (Jefe del departamento Infográfico):</b> El diario se ha dedicado de lleno a crear mejores y grandes infografías de todo el país, le dedican de 2 a 4 hojas, desde las pequeñas infografías hasta las grandes. Lo primordial para nosotros como infografistas es crear gráficos que sea muy entendibles, que el lector no lo revise dos veces, sino que a la primera entienda todo.</p>
<p><b>DIARIO OFICIAL “EL PERUANO”</b></p>	<p><b>Paola Osejo (Infografista en Diagramación):</b> <i>El Comercio</i> se reinventa infográficamente hablando, está muy metido en la tendencia de los gráficos estadísticos mostrándolos de diferentes maneras. El diario tiene una ventaja que es la presentación en “sábana”, eso le permite tener desafíos. En la actualidad el departamento infográfico lo tiene mucho más integrado, antes no tenían tanta conjunción con el ilustrador, pero en la actualidad les toman más importancia en la parte conceptual. El comercio ahora</p>

	<p>está buscando un público joven, lo digo también por el cambio de la paleta cromática, ahora es mucho más ambientada a ese grupo social.</p>
	<p><b>Daniel Chang (Jefe de Edición Gráfica):</b> Las infografías del diario <i>El Comercio</i> son una de las mejores infografías que sacan entre los medios periodísticos, porque tiene un gran departamento infográfico.</p>

Como se observa, el diario El Comercio es uno de los pioneros en infografías a nivel nacional, su capacidad, tamaño y creatividad ha logrado posicionarse en un buen puesto de entre los medios periodísticos. Ahora su prioridad es mantener el departamento infográfico, aprender nuevas técnicas y presentar mejores diseños e ilustraciones, todo con el solo fin de que la sociedad entienda más por este medio.

## CONCLUSIONES

- La primera infografía aparece en el diario *El Mundo*, un diario que solo estuvo en vigencia un año en Lima. La primera infografía en el Perú tuvo como tema el conflicto del Cenepa de 1995, la investigación del tema estuvo a cargo del periodista de investigación Edmundo Cruz junto a los infografistas Elar Vega y Arturo Castro. La infografía contenía mapas de grandes dimensiones y defendieron la posición peruana.
- El diario El Comercio, ha comparación de otros diarios del país, fue uno de los primeros en mostrar infografías y en crear un departamento infográfico, que se especialice exclusivamente en graficar y diseñar nuevas y grandes infografías, el hecho de contar con un tamaño “sábana” en el periódico, hacía que los infografistas puedan explayarse en un gran espacio, volviéndose un tema importante en el diario.
- El diario El Comercio hizo uso de las infografías con el fin de informar de una manera más interesante y creativa algún dato. La infografías tiene cosas que la televisión y la radio no puede contar. El diario se ve comprometido

en informar mejor pero no llenando de información su gráfico, sino haciendo suponer al público al leer cada infografía.

- En el diario, la infografía periodística ocupó en un inicio una página completa para poder mostrar y resaltar mejores los gráficos, con el pasar de los tiempos, las técnicas iban desarrollándose más y una página no era suficiente para un infografista, es por eso que el departamento infográfico solicita le proporcionen en el periódico ocupar dos páginas completas y así fue. En la actualidad, ahí desarrollan sus especiales.
- El diario trajo a dos infografistas españoles, Xabier Díaz de Cerio y Xavier Conesa, ellos se encargaban de la capacitación a los infografista del departamento, así como también a las nuevas enseñanzas que abarca este formato. Xabier Díaz de Cerio se quedó por un tiempo como jefe del departamento infográfico.
- La infografía periodística debe alcanzar el máximo interés en el público ya que los gráficos que existen en ello, hace familiarizar más con el tema. Los gráficos son las ideas que refuerzan la investigación, esto tiene un propósito informativo en la transferencia visual, aplicando propiedades expresivas para facilitar su comprensión.
- El creador y primer jefe del departamento infográfico fue Elio Leturia, el tuvo la oportunidad de rediseñar diario y fue quién conformó a un equipo

de diseñados e ilustradores, como también periodistas, para que se encarguen de esta labor. Luego el departamento pasó a mano de Xabier Díaz de Cerio, luego estuvo a cargo Alfredo Oshiro y finalmente hasta la actualidad lo ocupad Raúl Rodríguez.

- La infografía debe poseer un titular que sea directo, el texto debe ser sucinto y comprensivo, el cuerpo es la información visual (las barras, la torta, el mapa), la fuente que debe indicar de dónde se ha obtenido la información y por último el crédito que señala el autor o autores de la infografía, tanto de la investigación como de la creación.
- Uno de los riesgos por el cual un infografista en el diario pasa, es el no cuidar bien la información, el infografista es la última persona que manda su gráfico al sistema y tiene que tener mucho cuidado y precavido para que no se cuele algún error. Otro riesgo también es que no sea entendida por el público y que se vuelva más complejo.
- Al día, el departamento infográfico producen de 8 a 10 infografías, pueden ser de diferentes niveles de complejidad, algunas más sencillas, otras más elaboradas. Los tipos de infografías más usadas por día son los mapas, esquemas vectoriales, estadísticos y barras. Los fines de semana, se entregan las infografías llamadas “reportajes” que van en la sección “especial”, se trabaja ahí algún tema coyuntural o alguna celebración.



## BIBLIOGRAFÍA

COLLE, Raymond

2004 “Infografía: Tipologías”. *Revista web Latina de Comunicación Social*.

Santiago de Chile. Consulta: 22 de octubre de 2016.

[http://www.ull.es/publicaciones/latina/latina\\_art660.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/latina_art660.pdf)

CORTÉS, Reinaldo

2008 “La Infografía en los medios impresos”. *Revista web Disertaciones*.

Venezuela. Consulta: 25 de octubre de 2016

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/40/36>

FERRERES, Gemma

1995 “La infografía periodística”. *Tinta china*.

España. Consulta: 05 de noviembre de 2016

[http://tintachina.com/docs/infografia\\_periodistica\\_1995.pdf](http://tintachina.com/docs/infografia_periodistica_1995.pdf)

GRANADOS, Angélica

2011 “Qué es la infografía?”. *SlideShare*

Lima, Perú. Consulta: 05 de noviembre de 2016

<http://es.slideshare.net/angelicagranados/qu-es-la-infografa>

GÁLVEZ, Jean

2013 “Evolución histórica de la Infografía”. *SlideShare*

Perú. Consulta: 10 de octubre de 2016

<http://es.slideshare.net/jpierresgc/evolucion-hisrica-de-la-infografia>

LETURIA, Elio

1998 “Infografía – Infoperiodismo: Recopilatorio científico”. *Cuadernos*

*Artesanos de Comunicación*. Perú. Consulta: 10 de octubre de 2016

<http://www.cuadernosartesanos.org/cac44.pdf>

NÚÑEZ, Vilma

2013 “Todo lo que tienes que saber sobre las infografías: desde su historia hasta como crearlas”. *Blog: Vilma Núñez*. Madrid. Consulta: 21 de Octubre de 2016

<http://vilmanunez.com/2013/01/20/todo-lo-que-tienes-saber-sobre-las-infografias-desde-su-historia-hasta-como-crearlas/>

OSEJO, Paola

2012 “Periodismo infográfico en el Perú”. Lima: *Fondo Editorial Universidad San Martín de Porres*.

RAMÍREZ, María

2011 “Antecedentes de la infografía”. *Blog: Infográfica a la carta*.

Colombia. Consulta: 22 de octubre de 2016

<https://infograficaalacarta.wordpress.com/2011/04/01/antecedentes-de-la-infografia/>

SERRA, Jaime

2014 “¿Quién es Jaime Serra?”. *Blog: Jaime Serra – Archivos*

España. Consulta: 05 de noviembre de 2016

<http://jaimeserra-archivos.blogspot.pe/p/quien-es-jaime-serra.html>

## **APÉNDICE A: ENTREVISTA A ESPECIALISTAS**

### **APÉNDICE A1: ENTREVISTA A RAÚL RODRÍGUEZ**

#### **¿Cómo llega la infografía al diario El Comercio?**

R: La infografía da inicios por el ex infografista Elio Leturia, él comando el primer equipo de la infografía. A inicios se da la infografía por la tecnología, las computadoras ayudaron a hacer diagramas y conseguir infografías y fotografías que demoraban en llegar al país. Un tema donde plasmaron la infografía fue la Guerra del Golfo en los noventa, ya que no había videos ni algún medio digital para dar a entender lo que pasaba en esa guerra, las computadoras te daba la facilidad de hacer diagramas, de estar enterados, ver los aviones y todo aquello que gráficamente te ayuda a entender lo que en realidad está pasando, eso impulsó al diario a competir con la televisión y la radio, pues supieron hacer mapas, aviones.

#### **Antes de ti, ¿Cuántos jefes del departamento infográfico hubo?**

R: Fueron tres, Elio Leturia, Xabier Díaz de Serio y Alfredo Oshiro.

#### **¿Cómo fue que llegaste a ocupar el puesto de Jefe del Departamento Infográfico?**

Yo empecé a trabajar en el diario como practicante, luego estuve haciendo infografías en el área de publicaciones y de ahí pasé al área de infografía en el 2007. Desde el 2014 hasta la actualidad soy el jefe del departamento infográfico.

#### **¿Qué dificultades existe en el área?**

A ver, la dificultad número uno es el tiempo, siempre estamos contra el tiempo, también la cantidad del trabajo ya que muchas veces piden trabajos de actual

inmediata que son las que ocupan todo el día y no sé sabe cuánto tiempo puede usar; el trabajo de reportaje es donde piden con mucho más tiempo, que tienen que hacer investigaciones, plasmar ideas, dibujos, usar programas más complicados. Acá cada infografista tiene su agenda, en donde anota que tema quiere desarrollar y cual debe presentar con más tiempo. Para nosotros la redacción es autónoma, no dependemos de la redacción para crear nuestras infografías de reportajes. Nos consideramos periodistas gráficos, nos valemos de la cartografía, las estadísticas, el 3D, el dibujo a mano, el vector, para contar una historia.

### **¿Qué perfil tiene el infografista del diario?**

R: El infografista debe tener un perfil que no necesariamente deba tener el arte en las manos, no hay necesidad de saber dibujar, ayuda bastante, pero lo importante es que tenga cultura y curiosidad visual e inquietud por las cosas gráficas, si tú crees que no sabes dibujar pero necesitas tener una curiosidad visual y sabes contar una historia y fluidez para explicar textos. Saber cuándo las cosas se aplican solas, cuando el infografista sabe dónde debe intervenir, entre la mezcla de eso sale una buena infografía, se debe tener sentido de la estética. Básicamente nos hacemos preguntas que el lector se las haría al ver una infografía, el ¿Qué?, ¿Quién? ¿Cómo?, ¿Cuándo? ¿Dónde?, ¿Por qué?

### **¿Cuántos infografistas tiene el departamento infográfico?**

R: Ahorita somos 6 infografistas, no todos son periodistas de carrera pero mayormente diseñadores. Necesariamente debe ser un periodista, quién pueda tener noción de investigar y como plantear una infografía. Que tenga la capacidad de desarrollar una infografía. Cada año que pasa, las universidades se han puesto las

pilas en enseñar más a fondo la infografía, se han dado cuenta que han perdido mucho tiempo dejando el curso de infografía como un curso opcional y por la naturaleza de la profesión les cuesta implementar. Por ejemplo yo no conozco a muchos infografistas de verdad, la mayoría están acá o han pasado por acá. Los que estamos acá no somos periodistas, venimos de todos lados, para mí no es necesario haber estudiado periodismo, para mí es necesario que tenga la capacidad técnica de desarrollar una infografía y de contar una historia, para eso pueden estudiar literatura u otras cosas, por ejemplo yo no soy diseñador ni periodista, yo soy historiador de arte, esa es mi profesión y llegué acá por casualidades de la vida, vengo haciendo cómics entonces el asunto de crear historias está ahí.

### **¿El diario se ha dedicado de lleno a sacar las mejores infografías?**

R: El diario ha apostado totalmente a las infografías, con distintos matices, pero cuando hay una gran noticia que solo se puede especificar con una infografía, no lo dudan y se trabaja, le dan el espacio que tienen que darle, muchas veces hemos salido en portadas, antes era un poco más difícil, las publicaciones deben estar en todo el periódico y es así que le toman más importancia.

### **¿Cuál es el proceso al crear una infografía?**

R: Todas las infografías empiezan con bocetos a mano, dibujarlos en papeles como si fuera un mapa para luego plasmarlo en la computadora, yo hice un boceto que era sobre la iglesia San Francisco, la idea es que siempre plasmes en un papel la idea que quieres hacer. Mi idea era hacer el interior de la iglesia, una vez habiendo ir a ver el sitio, conversando con la gente que conoce el sitio ya más o menos yo me hago una idea de que quiero contar. Quiero una vista general acá, quiero una vista

interior, quiero ver las catacumbas, quiero ver el frontis, la parte lateral. Aquello que más o menos planeaste con garabatos, termina siendo una infografía con las partes que quieres contar. Este trabajo lo hice en 3D y a doble página. Es la ventaja del diario, el espacio que nos dan para explayarnos. El proceso siempre empieza con garabatos, yendo al sitio, reportando, investigando. Los garabatos pueden ser miles, para esta idea he cambiado varias veces el modelo, a veces cambian en el camino, pero no puedes sentarte a tontear en la computadora con el mouse, copiando y pegando información cuando de verdad la chamba del infografista debe ir a buscar la información. Este trabajo lo vengo haciendo desde marzo, recién en octubre lo pude publicar en el periódico.

#### **¿Cuál es la dinámica del trabajo?**

R: Hay dos posibilidades, que nos pidan el trabajo de redacción o que nosotros propongamos, pero el trabajo diario viene siempre de la redacción. El flujo es el redactor que hace una nota, vemos el espacio que va a tener las páginas y empezamos a trabajar, ahí trabajamos mucho con el redactor aunque cada vez nos estamos volviendo más independiente en ese sentido, nosotros creamos las infografías, se las mandamos y si está OK queda.

#### **¿Qué tipo de infografías manejan más en el diario?**

R: Las infografías son un conjunto de unidades que te cuentan una historia, se puede tener cartografías, mapas, estadísticas, ilustración, 3D, esquemas vectoriales y todos los que estoy mencionado pueden ir en uno solo, eso es infografía, un conjunto de estas unidades que te cuentan una historia. Según la necesidad de la página usa mapas, estadísticas, esquemas y diagramas vectoriales y esas pequeñas

unidades te ayudan a contar una noticia, juntas forman una infografía más compleja, o sea si se quiere hacer un reportaje grande, vas a necesitar de todo un poco.

**¿En qué sección presenta más infografías el diario?**

R: En todas las secciones siempre van a aparecer pequeñas infografías, si tendría que decirte en cuál de todas aparece más, sería en la sección “Política” y “Economía”, piden gráficos de tamaños más grandes.

**¿El departamento infográfico ha ganado premios?**

R: Esta sección ha ganado muchos premios, hay dos concursos grandes que lo organiza la SNDE, uno de ellos es “Malofiej” que es específicamente en infografías en España, esta sección ha ganado premios de oro, plata y bronce, ahí compiten el The New York Times, National Geographic, compiten con diarios importantes de todo el mundo y bien difícil ganar. Por otra parte está el otro concurso de periódicos que lo hace la SNDE en EE.UU. ahí entramos como área de diseño, tuvimos en abril de éste año una mención.



## **APÉNDICE A2: ENTREVISTA A ÁNGELA PEÑA**

### **¿Cómo llegaste a ocupar el puesto de Coordinadora de Diseño?**

R: Yo entré al diario como practicante, luego fui haciéndome cargo de algunas páginas, necesitaban que alguien plantee algún tema interesante y fue así que me fui soltando en el diseño y en la diagramación y a la par se sentía en el área que se necesitaba tener un orden, dejar solo al diseñador era como que necesitaba a alguien más para compartir las ideas del diseño. Converso con Ángel y le comparto las ideas que tengo, también con el diseñador y trabajamos juntos. De un momento a otro empecé a hacer ese trabajo y me gustó, comencé a tener más responsabilidades, como hacer que las cosas funcionen entre los diseñadores, ilustradores e infografistas y también hacer que la parte administrativa funcione con nosotros a la par, saber cuándo tienen sus vacaciones, como son sus horarios, cosas que permiten que haya un orden en el área, ese trabajo lo empecé a hacer casi sin darme cuenta y ahora ya soy propiamente la coordinadora, viendo algunos trabajos para la web y tener mayor participación en partes interactivas, juntar noticias de una manera más interesante, entonces digamos que mi chamba ha crecido un poco pero casi siempre ha sido sin darme cuenta, sin que me lo propusieran. Yo estudié Comunicaciones, estude Publicidad pero no ejercí porque me gustaba más el diseño y empecé como un hobby. Primero empecé a trabajar en la PUCP y luego entre a trabajar acá a El Comercio y aquí me quedé.

### **¿Por qué etapas pasó la infografía en el diario?**

En mi experiencia, yo he pasado por dos etapas que pueden ser distintas en el tratamiento de infografías, antes las infografías que se trabajan en el periódico se

caracterizaban por ser muy ricas en información pero que también eran complejas a la hora de elaborarse, de tener color, de obtener información, eran recargadas, tocaban un tema desde todas sus aristas y como que todo podía ser información y la página se veía potente, bonita gráficamente pero con demasiada información. La etapa de ahora en realidad todo el periódico en sí tiene el propósito de ser más ligero, tener mayor información sin perder la calidad, entonces tratamos de no tener tanta cosa puesta en página pero que sí se vea bien en composición y que funcione para el público. Yo estuve en ese cambio de diseño, se pasó de tener toda esa información en infografías y ahora verla de manera más sencilla y más ligera, no solamente en información e imagen sino también en tratamiento de colores. Tenemos una paleta de color bastante más plana y de colores menos llamativos, pero que dentro de la infografía haya un elemento gráfico que resalte, pero no como antes. Ese cambio se debe al que el periódico cambió todo, porque es más ligero, más liviano, porque su formato se podría decir que es más elegante. Más que nada por lo general, la demanda del público es que todo sea más sencillo de digerir, leer el periódico de una manera más rápida, que todo entre por los ojos, que sea vistoso, que informe. Necesitamos que la información sea más ligera, pero que no deje ser rica en información.

### **¿Cuál es el propósito de sacar infografías en el diario?**

R: el propósito básico es informar de una manera más interesante, más creativa de algún dato y hacer que el público cuando lo lea, le parezca más atractiva la información que se da. Se debe a la necesidad de explicar algún evento, alguna situación que no es fácil contar ni por fotografías ni por textos, que hay necesidad que se entienda con una infografía. El tema pide infografía si es que hay data,

básicamente se basa en dar información y que el público lo entienda de una manera más educativa, más sencilla de digerir.

### **¿Qué dificultades existe en el área de infografía?**

R: Creo yo que la principal es el tiempo y algunas infografías tienen mucha información que logran ser complejas, correr con el tiempo porque lo demás se consigue de los redactores, por ejemplo la información.

### **¿Qué perfil debe tener un infografista del diario?**

R: Creo que un infografista necesita conocer la página, no solamente quedarse en que sabe dibujar o trasladar la data a un gráfico interesante, sino que también debe dominar el uso de la diagramación, el diseño e ilustración de una página. Creo que esa característica juega un papel muy importante y que no muchos desarrollan, se debe ser decisivo para ubicar la ilustración en página. Creo que error de muchos infografista es pensar que son solo una parte de la página, no que es todo, porque ellos pueden hacer una visualización de toda una página.

### **¿Cuántas infografías producen al día?**

R: Aproximadamente unas 7 u 8, dependiendo del día, aquí hay 4 secciones y nos piden 5 entre todos ellos y después se hacen infografías para los suplementos y los cierres. Me parece que hasta 8, dependiendo los niveles de complejidad.

### **¿Qué riesgo corre el diario al mostrar infografías?**

R: Que no se entienda, que pequemos de ser muy creativos y que luego la infografía no se entienda, ese es un riesgo que no solo corre la infografía, sino también al presentar fotos, la ilustración o el texto.

## **APÉNDICE A3: ENTREVISTA A VÍCTOR SANJINÉZ**

### **¿Hace cuánto tiempo vienes trabajando infografías en el diario?**

R: Hace exactamente 8 años, es primera vez que trabajo dentro de un departamento infográfico, antes trabajaba en ferias. Empecé en el área sin ser infografista, como yo siempre digo “de nacimiento soy ilustrador y de profesión soy diseñador, pero en el dolor soy infografista”. Soy ilustrador por así empecé y lo voy perfeccionando, de profesión soy diseñador egresado de la PUCP y para ser infografista me costó aprender porque el ex jefe Alfredo Oshiro me contrata por ver mis ilustraciones y diseños, confió en mí y creyó en mi creatividad, es por eso que me contrató para esa área. Él tenía la idea de ver como un artista podía crear una infografía y me puso a prueba. Recuerdo que el primer día que entré, me manda a una comisión en el hospital Neoplásicas y yo no sabía dónde estaba parado porque tenía que entrevistar al director del hospital.

### **Para ti, ¿Qué infografías consideras más fáciles y difíciles?**

R: Es relativo porque depende a los infografistas que se dediquen especialmente a algún tipo de infografía, y le puede ser más fácil esos temas lo que para mí pueda ser más difícil, por ejemplo Raúl se dedica a temas arquitectónicos, puede que a mí me parezca más difícil, porque tiene que gustarme y tener iniciativa de buscar información. A mí me gusta dedicarme más a infografías de visualización de datos, que son con números.

### **¿Estudiaste o llevaste curso sobre infografía?**

R. Cuando me contratan en El Comercio y me preguntaron si había hecho infografía les dije que sí, pero no era tan cierto eso, ya que no había hecho infografías como

trabajo, pero si había llevado un curso corto de infografía, pero no hay punto de comparación de ese curso con lo que hago ahora en el diario y eso pasa con mucho estudiantes de diseño, piensan que solo es trasladar íconos o gráficos y que eso ya es una infografía, yo también tenía esa errónea idea pero no era así.

**¿Qué infografías más te gustan trabajar?**

R: Solo las temáticas, por ejemplo a Raúl le gusta la parte arquitectónica porque él es historiador. En mi caso, son con visualización de datos, son números. Tuve la oportunidad de estudiar en España y ahí vi que la visualización de datos era totalmente distinto a los que hacemos acá en Latinoamérica. Intenté a hacer esa temática en el diario, poco a poco fui agregando esos datos y ahora las hago así, casualmente soy pésimo en números pero me gusta esa temática.

## **APÉNDICE A4: ENTREVISTA A PAOLA OSEJO**

### **¿Cómo aparece la infografía en el Perú? ,**

R: En nuestro país uno de los periódicos que presenta la primera infografía es el diario El Mundo la infografía en ese tiempo lo manejaban los diseñadores, éste diario ya desapareció. El comercio trajo a un infografista de Europa para presentar a la sociedad el tratamiento de la infografía, ellos iniciaron las bases conceptuales de este formato. Jaime Serra llegó al Perú para mostrar las verdaderas técnicas de infografías, paso por La República, luego a El Comercio, luego al diario Clarín de Argentina.

### **¿Cuál es el diario en el país que considera el más especializado en crear infografías?**

R: No hay un ranking, en realidad estamos tratando de avanzar en ese camino varios medios, de hecho desde el 2004 hay varios medios que han querido tener notas infográficas, antes ni siquiera en un diario de S/. 0.50 céntimos podías ver alguna pequeña infografía. Los que marcan la pauta son los diarios El Comercio y la República, el hecho de que ya cuenten con un departamento infográfico, les ayuda a que den un gran giro, hay una demanda de generar equipos infográficos que sean formadores de este nuevo formato. Éstos diarios son referentes porque tienen departamentos infográficos integrados, ellos aparecen en el organigrama de su empresa, tienen una jerarquía.

### **¿Qué sección en el periódico considera el mejor para crear infografías?**

R: Considero que el cliente estratégico siempre estará en la sección “Economía”, estamos hablando de presentar un análisis muy cargado que se tiene que hacer una

depuración previa, contar lo que se necesita contar, se puede tener una base de dato muy grande pero se debe analizar y presentar de una manera más entretenida. También en la sección “Mundo”, ya que se necesita entender de una manera ilustrativo las cosas que suceden a nivel internacional.

### **¿En qué programas se trabajan las infografías?**

R: Actualmente en Adobe Illustrator para el manejo vectorial, para el manejo ilustrativo nuestro ilustrador trabaja con una Tablet de dibujo para el manejo ilustrativo y luego la idea que va a quedar como producto final es con el Adobe Photoshop.

### **¿Qué opinión tiene sobre las infografías que saca El Comercio?**

R: El Comercio se ha reinventando infográficamente hablando, yo lo noto muy metido en la tendencia de éstos gráficos estadísticos un poco duros, por lo cual me parece bien porque uno debe buscar como nutrir el periódico. Bueno también una ventaja que tienen es la página “sábana”, hay un espacio ponderante, los desafíos que están teniendo y ahora el departamento infográfico lo tienen muy integrado. Ahora se piensa en la parte conceptual y me parece bien, aplaudo su manera de crecer y competir, tienen la idea de mostrar cada vez mejores infografías. El involucrado debe ser el lector, El Comercio está buscando acercarse al público joven, dice mucho al cambiar su paleta cromática que se acerca más ese sector público. Me parece bien que se reinventen y se reencuentren con las nuevas técnicas en infografías.

**¿Qué le incentivó a hacer el libro “Periodismo infográfico en el Perú?”**

R: En el 2011 yo trabajaba para el diario La República y trabaja como docente en la USMP, labor que compartía también siendo jurado de Licenciatura en la San Martín. El instituto de investigación me marcó para hacer un proyecto, me pidieron que haga un libro y que presente un borrador con mi idea de tres carillas. Pensé en lo que yo me dedico, mí día a día en mi trabajo y pensar como están tratando éste nuevo formato en otros medios. Mi incentivo fue saber cómo estaba mi competencia y cuáles eran mis cualidades y defectos entorno a este tema, quise evaluarme para mejorar en lo que me dedico.

**¿Qué trata de resaltar en su libro?**

R: Lo que quise hacer en mi libro fue potenciar como se trabaja en ésta área, como una puesta de valor. Como trabajan este formato, incluso me parecía que no había mucho reconocimiento, nos señalaban como si éramos los creadores de dibujitos y quería cambiar ese concepto. Busco a varios editores de muchos diarios y me resulta muy interesante de ver dinamismos muy interesantes.



## **APÉNDICE A5: ENTREVISTA A DANIEL CHANG**

### **¿En qué consiste una infografía?**

R: Es una herramienta periodística que informa a través de gráficos una información de forma didáctica, amena, combinando colores, ilustraciones y fotografías para una información más precisa.

### **¿Cuáles son sus características?**

R: Se presentan de forma visual y entendible una información. Los tipos de infografías son: estadística, cronológica, histórica, de barras, tortas, todo tipo de estadísticas.

### **¿Cómo surge la infografía en El Perú?**

R: Surge a raíz de los rediseños de los diarios, los infografistas españoles llegaron a hacer rediseños en los periódicos, como El Comercio, La República y El Mundo.

### **¿Qué infografías son más usadas en los diarios del país?**

R: Las infografías estadísticas, las que cuentan un hecho que ha sucedido horas antes.

### **¿Qué infografías son más difíciles y cuánto tiempo toman en hacerla?**

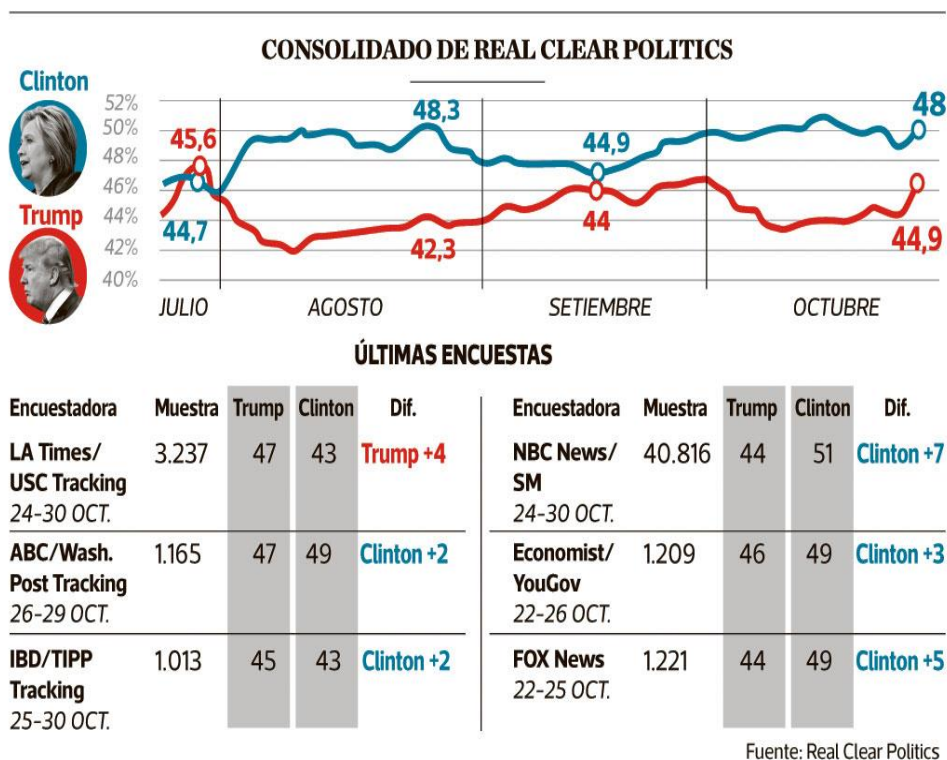
R: Las megainfografías, porque se usa bastantes elementos y planificación para poder lograr un efecto visual contundente, por eso toma más tiempo de crear este tipo de infografías.

**¿Qué opinión tiene sobre las infografías que crea El Comercio?**

R. Son una de las mejores infografías que están en los medios periodísticos, porque tiene un gran departamento de infografía.

## APÉNDICE B: INFOGRAFÍA DE LA SECCIÓN “MUNDO”

### APÉNDICE B1: ENCUESTA: CLINTON VS TRUMP



**El Comercio**

Infografista: Raúl Rodríguez

MAC: Infocom8

SECCIÓN  
MUNDO

FECHA DE PUBLICACIÓN  
1 de noviembre

FIRMA EDITOR o REDACTOR

FIRMA CONTROL DE CALIDAD