

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**La infografía como recurso periodístico: propuesta para mejorar la
presentación de la información del diario La Industria, año 2011**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

Tatiana Pamela Prado Paico

Cinthia Jessica Ramos Lopez

ASESOR

Cecilia Vidaurre Nieto

<https://orcid.org/0000-0002-0068-5797>

Chiclayo, 2013

**LA INFOGRAFÍA COMO RECURSO PERIODÍSTICO:
PROPUESTA PARA MEJORAR LA PRESENTACIÓN DE
LA INFORMACIÓN DEL DIARIO LA INDUSTRIA, AÑO
2011**

Presentado por

**CINTHIA JESSICA RAMOS LOPEZ
TATIANA PAMELA PRADO PAICO**

**Presentada a la Facultad de Humanidades de la Universidad Católica
Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:**

Licenciado en Comunicación

APROBADO POR

**Mgtr. Milton Calopiña Avalo
Presidente del Jurado**

**Lic. Fabiola Correa Gutiérrez
Secretario del Jurado**

**Mgtr. Cecilia Vidaurre Nieto
Vocal del Jurado**

DEDICATORIA

A Dios, por darnos la sabiduría,
a nuestros padres, amigos
y familiares que nos acompañaron
durante el desarrollo de este
proyecto y lo hicieron posible.

“El éxito no se logra solo con cualidades especiales.
Es sobre todo un trabajo de constancia,
de método y de organización”. J.P. Sergent

AGRADECIMIENTOS

A nuestra asesora, por guiarnos en la investigación. A nuestros padres, por su incansable apoyo y a todas aquellas personas que partiendo de su experiencia nos proporcionaron su ayuda.

ÍNDICE

	Pág.
Resumen.....	8
Presentación.....	9
I. Planteamiento del problema.....	11
1.1 Realidad Problemática.....	11
1.1.1 Situación Problemática.....	11
1.1.2 Formulación del problema.....	13
1.1.3 Justificación del problema.....	14
1.2 Objetivos.....	14
1.3 Antecedentes del problema.....	15
II. Marco Teórico.....	17
2.1 Bases y aportes teóricos.....	17
2.2 Infografía.....	18
2.2.1 El boom de la infografía en prensa.....	18
2.2.2 Infografía periodística: aproximación conceptual.....	21
2.2.3 Características.....	23
2.2.4 La infografía como recurso periodístico.....	26
2.3 La estructura interna de la infografía.....	27
2.3.1 Título.....	27
2.3.2 Entradilla.....	28
2.3.3 Texto.....	28
2.3.4 Fuente.....	29
2.3.5 Firma.....	29
2.4 Clasificación de infografía.....	29
2.4.1 Individuales.....	30
2.4.2 Colectivas.....	31
2.5 Diseño de la infografía.....	34
2.5.1 Perfil de un buen infografista.....	34
2.5.2 La idea y el planteamiento.....	35
2.5.3 La búsqueda de documentación.....	37
2.5.4 El boceto.....	39
2.5.5 La maquetación.....	40

2.5.6 La compaginación.....	41
2.5.7 La corrección.....	42
III. Materiales y métodos.....	44
3.1 Diseño de la investigación.....	44
3.2 Selección de escenario y participantes.....	45
3.3 Determinación de la muestra.....	45
3.4 Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	46
3.4.1 Métodos.....	46
3.4.2 Técnicas e instrumentos de recolección y procesamiento de datos.....	46
IV. Resultados y discusión.....	50
4.1 Entrevistas.....	51
4.2 Análisis de diarios.....	59
4.2.1 El Comercio.....	59
4.2.2 La República.....	78
4.2.3 Análisis general.....	89
4.3 Diario La Industria.....	90
V. Propuesta.....	93
5.1 Detalles de la propuesta.....	93
5.2 Infografías propuestas.....	97
VI. Conclusiones.....	113
VII. Referencias.....	115
VIII. Anexos.....	117
8.1 Anexo N° 1: preguntas para entrevista a especialistas.....	118
8.2 Anexo N° 2: Entrevista Arturo Galarza.....	119
8.3 Anexo N° 3: Entrevista Alfredo Oshiro Fukuhara.....	123
8.4 Anexo N° 4: Entrevista Eugenio De Ovando.....	127
8.5 Anexo N° 5: Encuesta de Eyes on the News.....	131
8.6 Anexo N° 6: Otro tipo de análisis: El Comercio.....	132
8.7 Anexo N° 7: Otro tipo de análisis: La República.....	135

RESUMEN

La investigación titulada “La infografía como recurso periodístico: propuesta para mejorar la presentación de la información del diario La Industria, año 2011”, utilizó como métodos e instrumentos de recolección de datos: las entrevistas a especialistas y el análisis de infografías.

Se analizó las infografías publicadas en el mes de junio de los diarios La República y El Comercio. Así también, se entrevistó a especialistas en el tema, que han trabajado en reconocidos medios. Esta información y análisis permitió tener una visión general para presentar la propuesta infográfica.

Los resultados de la investigación dieron a conocer que la infografía se puede utilizar como un recurso periodístico para presentar la información, además de la importancia del perfil que debe tener un buen infografista.

Palabras Clave: Periódico, Infografía, Infografía periodística, Infografía digital, infografía como recurso periodístico

ABSTRACT

The research entitled “Infographics as journalistic resource: proposal to improve the presentation of information in the journal La Industria, 2011”, uses experts interviews and infographics analysis as instruments and data collection methods for its investigation.

Infographics published during June in La Republica and El Comercio newspapers were analyzed. Also, experts that work on important media companies were interviewed. These information and analysis allowed to have an overview to present an infographic proposal.

The research results showed that the infographic can be used as a journalistic resource to present information, also the importance of the profile for an infographic designer.

Key words: Newspaper, Infographic, Journal infographic, Digital infographic

PRESENTACIÓN

En la actualidad, la infografía se ha transformado en una pieza fundamental para facilitar y agilizar la comprensión de los contenidos; pero a pesar de las posibilidades informativas que posee y el lugar privilegiado que ha ido ganando dentro de las opciones de lectura, el lector promedio no conoce su verdadera significación, ni dimensión.

Sin embargo, el poco conocimiento que tiene el público sobre infografía no ha impedido que las distintas publicaciones nacionales destaquen su real trascendencia, pues “los más importantes directores de periódicos la promueven y facilitan su desarrollo porque además están convencidos de su utilidad como un poderoso instrumento de la comunicación” (Valero, 2001, p.91).

Es decir, el hecho de que los usuarios no conozcan la herramienta a profundidad, no significa que no hagan uso de ella y la prefieran al momento de leer una información de difícil comprensión, o sencillamente por otras razones deseen saber de un solo repaso la esencia del mensaje.

Sin embargo, en los periódicos locales no se cuenta con este recurso periodístico dentro de las noticias. Por ello, se ha creído conveniente en esta tesis proponer el uso de infografías como recurso periodístico de un medio local. En esta investigación se han considerado los siguientes puntos

En el primer capítulo se explica la situación problemática del tema a investigar, además de los objetivos y la justificación que se han considerado en el proyecto.

En el segundo capítulo, se habla sobre todo el marco teórico, conceptos que ayudaron a la formulación de la propuesta que se pretende presentar a un diario local como es, La Industria.

El tercer capítulo hace referencia a cómo se realizó la investigación, qué medios e instrumentos se utilizó para conseguir información de relevancia y el análisis de las infografías que se publicaron en los diarios El comercio y La Industria.

En el cuarto capítulo se detallan todos los resultados que se obtuvieron en el análisis para tener mayor información al momento de realizar la propuesta.

En el quinto capítulo se redacta la propuesta, teniendo como base toda la investigación hecha durante el proyecto. En esta parte se detallan todos los pasos que se debe seguir para realizar una buena infografía, además del diseño, colores y temas.

En el sexto capítulo y último contiene las conclusiones del trabajo desarrollado, teniendo como base el análisis de las infografías realizadas anteriormente.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Realidad Problemática

1.1.1 Situación Problemática

Valero define a la infografía como “una aportación informativa, elaborada en el periódico escrito, realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto informativo”. (Valero, 2001)

“La infografía en el mundo se inició en 1740 con el empleo de gráficos informativos y tiene lugar en Londres con el primer mapa publicado en el The Daily Post. Una de las primeras infografías publicadas en un verdadero medio de comunicación que todavía existe en la actualidad, fue “El plano de la casa de Blight en la ribera del Támesis” publicada el 7 de abril de 1806 en el diario The Times”. (Valero, 2001, pp. 45 - 48)

Los primeros gráficos publicados en la prensa fueron dibujos hechos a mano, tales como: mapas de territorios, rutas y de guerras. En Estados Unidos, en un inicio los gráficos eran grabados en madera y a partir de 1861 fueron utilizados con mayor frecuencia en diarios y semanarios como “The Illustrated Newspaper” y “The Harpers Weskly”. “En esa época se publicó “Una vista de pájaro” de Washington y sus fuertes, campamentos, vías de ferrocarril, ríos, etc. (4 de enero de 1862), con más de 150 localizaciones en el mapa” (De Pablos, 1999, p.23)

La infografía ha ido cambiando en cuanto a esquemas y matices, ahora se puede observar infografías en colores planos, suaves y pastel. Además, actualmente se realizan en un ordenador para una mejor calidad de la imagen e información. “la infografía se redescubrió a partir de 1980 con el fuerte impulso que se dio a las infografías diversas de prensa.

Hoy asistimos a su auge en los periódicos de todo el mundo, debido a la aplicación de la técnica electrónica, tanto para su creatividad y diseño como para su composición e impresión” (Valero, 2001, p.54).

A nivel de América Latina, El Tiempo, diario de Colombia, es uno de los diarios de mayor circulación; las primeras infografías en este periódico fueron dibujadas a mano o también ensambladas con ayuda de recortes.

En el caso de Venezuela se ha presentado una evolución menos notable que en otros países; **De Ornelas**, destaca que El Diario de Caracas fue el precursor del género en el país, Posteriormente medios como El Universal y El Nacional desarrollaron más profundamente el infográfico, incluso adecuando gráficos enviados de agencias internacionales a los requerimientos y estilo de su casa editora, creando departamentos especializados en el área.

En América Latina, según investigaciones, se puede encontrar que periódicos como el Clarín (Argentina), el Mercurio (Chile), el Tiempo (Colombia), el País (Uruguay), O Día (Brasil); fueron los primeros en incorporar la infografía

Por otro lado, en una búsqueda digital se pudo conocer que la primera infografía que se realizó en el Perú fue la del Combate de Iquique, hecha el 21 de mayo de 1879, sin embargo cabe resaltar que no se encontró documentación bibliográfica que refuerce dicha información. Actualmente, en el país, dos de los diarios que utilizan infografías son: El Comercio y La República.

En los años 90 se trabaja la infografía periodística pero centrada en la ilustración, porque no se tenían conceptos básicos que hoy se manejan. En 1999 El Comercio, formo su departamento de infografía y la Republica en el 2004 .Fueron tiempos de cambios porque ya desde el año 96, este diario ya hacia infografías pero realizadas por diseñadores contratados por el medio.(Osejo, 2013,p 10)

A nivel local, los diarios no hacen uso de este recurso, debido a que no se cuenta con personas capacitadas para la realización de este formato periodístico.

En este contexto, se observó que la infografía es un recurso poco utilizado por los diarios, a pesar de que su importancia radica en el dinamismo de los gráficos e imágenes relacionados con el texto, ayuda a establecer una conexión más directa entre el lector y la noticia, el hecho o la información.

1.1.2 Formulación del Problema

¿Qué propuesta de infografía como recurso periodístico es adecuada para mejorar la presentación de la información del diario La Industria en el año 2011?

1.1.3 Justificación del problema

La ejecución de esta investigación **es necesaria**, para la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque promueve desde la enseñanza universitaria, la importancia de las infografías como recurso periodístico y comunicacional en las noticias regionales y locales.

El estudio que se realizó **es conveniente**, porque permitirá dar a conocer la importancia de la infografía en los medios impresos, debido a que es una nueva modalidad informativa que permitirá lograr una mejor comprensión de la información en uno de los más antiguos diarios locales: La Industria.

La investigación **tiene relevancia social**, porque la infografía permitirá aportar a La Industria y a los diversos diarios locales variedad para presentar la información a través de imágenes, texto o gráficos; de esta forma, la noticia será más asequible al lector y se tomará en cuenta este recurso periodístico para una mayor efectividad de la noticia.

La investigación **es práctica**, porque no sólo está basada en teorías, sino que los diferentes medios locales impresos podrán aplicar los infográficos en la redacción diaria de noticias.

1.2 Objetivos

Objetivo general

- Elaborar una propuesta sobre la infografía como recurso periodístico para mejorar presentación de la información del diario La Industria de Chiclayo año 2011.

Objetivos específicos

- Analizar infografías de los diarios La República y El Comercio.

- Diseñar infografías con temas acorde a la línea editorial del diario La Industria.

1.3 Antecedentes del problema

En la tesis “El despertar de la infografía en la prensa escrita: el caso de La Voz de Galicia”, desarrollada por María Dolores Calvo Ferreiro, María Luisa Otero López y Xosé López García en el año 2007, encontramos que aborda el estudio de las características, estructura, composición, contenido y funciones de los infográficos realizados en la época de la Primera Guerra del Golfo en el diario “La Voz de Galicia”, y se llega a las siguientes conclusiones: En el diario La Voz de Galicia, la Primera Guerra del Golfo, no fue el motor que propició el desarrollo de la infografía. Cuando empezó el conflicto, el periódico contaba ya con un departamento de infografía firme y una apuesta fuerte y decidida por la presentación gráfica y la narración visual de cierto tipo de informaciones; y también el número de infografías elaboradas durante la guerra creció considerablemente, porque primaba la producción sobre el contenido, es decir, la cantidad sobre la calidad. La función principal de los infográficos durante el conflicto no fue siempre la informativa, más bien, en la mitad de los casos era ilustrativa o de relleno de espacio.

Jean Sebastián Moreno Rico y Adriana Marcela Rodríguez en su estudio realizado en el año 2009 titulado “Infografía en el periodismo digital hispanoamericano”, realizan un análisis de la estructura y los procesos de elaboración de las infografías utilizadas en el Tiempo.com, el Pais.com y el Clarin.com y llegó a las siguientes conclusiones: la infografía es, definitivamente, un género cuyo propósito es el de explicar estructuras complejas, relaciones espaciales, las etapas de un proceso en el transcurso del tiempo, así como causas y efectos de una acción. Y además, las diferencias en las formas de presentar infografías, son tendencias que ayudan a generar la identidad de un medio periodístico, pues no sólo son los

colores distintivos de cada medio o su diagramación las que identifican el diario digital sino la manera como se cuentan las historias.

En la tesis “La infografía del Diario 'El Mercurio' de Chile” realizada por Raymond Colle en el año 2010, encontramos que aborda una investigación exhaustiva acerca de las ilustraciones infográficas y pseudo-infográficas que este diario incluye en sus páginas, y se llega a las siguientes conclusiones: El modelo de infográfico más frecuente es el pequeño diagrama rectangular (de barras o de fiebre), de diseño propio, más frecuentemente en blanco/negro que a colores, es decir, el infográfico más frecuente es a la vez el más simple de todos los posibles. Y finalmente el diario considera la infografía esencialmente como un recurso complementario y raras veces como una modalidad informativa en sí-mismo.

Carolina Domenack Vélez en su estudio realizado en el año 2001 y titulado «Periodismo Visual: La Infografía», explora los orígenes de la infografía, género periodístico naciente de gran acogida a nivel mundial, además de su irrupción en el periodismo nacional peruano en las páginas de uno de los diarios de mayores ventas en el país, El Comercio. Llegando a la conclusión, que la infografía mezcla imágenes atractivas y concretas al consumidor, con informaciones expandidas a lo largo del trabajo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Bases y aportes teóricos

Se ha tomado como referencia al autor Valero, J. (2001) para el desarrollo de esta investigación, destacando de su aporte teórico la historia, características, infografía como recuso periodístico, diseño, tipología, estructura de la infografía.

Otro autor tomado como referente para la investigación es De Pablos, J. (1999) destacando de su aporte los conceptos, estructura interna y el perfil del infografista.

López, A (2009), es otro autor que se tomó en cuenta para la investigación, aportando información sobre las características y la estructura interna de la infografía.

2.2. Infografía

“El término **infografía** es un acrónimo derivado del anglosajón *infographics*, originario a su vez de la expresión “*informationgraphics*”, popular desde la informatización de las redacciones periodísticas de finales de los años 80 y comienzos de los 90.” (Cairo, 2008, p.21).

Desde la antigüedad, los manuscritos de ciencias y técnicas se ilustraron con dibujos, de acuerdo con el adagio según el cual "un buen croquis vale más que un largo discurso".

“La infografía surge como una necesidad de subrayar el mensaje icónico , para darle su perfecto significado , para que le quede claro a quien pudiera no entenderlo el contenido una comunicación visual no animada ” (De Pablos , 1999,p.19)

La infografía es una representación visual por lo general figurativa (es decir, utiliza imágenes posibles de identificar) que incluye textos complementarios y/o explicativos y su finalidad, en principio ilustrativa, es facilitar la comprensión de contenidos complejos mediante la transmisión gráfica de información con sentido completo (Moreno y Rodríguez, 2009, p.23)

Además, la infografía es en general, una forma de comunicación en la que predominan las imágenes sobre el texto.

2.2.1 El boom de la infografía en prensa

La información gráfica en los periódicos apareció con el nacimiento de la prensa, aunque al comienzo estaba considerada más como un arte decorativo o como un complemento del texto y no como un elemento con identidad propia o una información en sí misma. “Solo se puede considerar periodístico o informativo lo que tiene periodicidad y por ello informa de los

cambios periódicos, realizados en el momento o al poco tiempo de producirse los hechos” (Valero, 2001, p.44).

La infografía se inicia a partir del “nacimiento de la prensa y, por tanto, a partir de un determinado momento tecnológico, [...] se realizan en breve período de tiempo y pretenden explicar un asunto presente para ser leído en el presente”. (p.44).

Los primeros periódicos de los que se tiene conocimiento, comenzaron a aparecer a inicios del siglo XVI. En torno a 1660, se empezaron a publicar las primeras impresiones periodísticas regulares en Alemania, Inglaterra y Francia.

Los primeros gráficos de prensa fueron los mapas de territorios, rutas, guerras. Sin embargo, resulta casi imposible establecer cuál fue el primer dibujo que apareció en un medio de comunicación escrito, con fines más allá de los decorativos. “El primer mapa publicado en la prensa apareció el 19 de marzo de 1740 en Daily Post, de Londres” (Valero, 2001, p.45).

El gráfico representaba el ataque que realizó el almirante inglés Vernon a la ciudad de Puertobello (Portobello) en el Caribe, durante una incursión inglesa contra el tráfico de oro español. “Es uno de los primeros mapas con una imagen sobre una batalla en un periódico. La información empezaba a ser importante en la prensa diaria”. (p.45).

El 7 de abril de 1806, el diario londinense The Times, “publicó el plano de la casa de Blight en la rivera del Támesis y una imagen general de dicha mansión, con referencias numeradas de los pasos que dio el asesino Richard Patch desde el retrete donde estaba escondido hasta el lugar en que disparó con su arma”. (p.48).

Diversos autores coinciden en atribuir a esta publicación, como la primera infografía difundida en un verdadero medio de comunicación que se mantiene vigente hasta la actualidad.

“El periódico The New York Times, desde finales del siglo XIX comenzó a utilizar infografías en determinadas informaciones como el caso de la guerra de Cuba entre EE.UU y España y la explosión en 1898 del buque norteamericano *Maine* en la Habana.” (Valero, 2001, p.49).

En la historia han existido varios antecesores de un cierto periodismo visual, pero no han sobrevivido al tiempo porque no existía una cultura visual como la de ahora. Además, “En la época anterior a 1950 los periódicos tenían, mucho texto escrito y pocas imágenes”. (p.52)

En la década de los setenta, el número de lectores de prensa descendió globalmente, lo que obligó a las empresas editoras de prensa a invertir de forma importante en tecnología. En las dos últimas décadas se está dando una enorme influencia y una feroz competencia de los periódicos con los medios audiovisuales, fundamentalmente con la televisión (p.53)

“La infografía se redescubre a partir de 1980 con el fuerte impulso que se dio a las diversas infografías en la prensa” (Valero, 2001, p.54). En los años ochenta se dio un resurgimiento de los gráficos explicativos en la prensa, debido a que aparecieron los ordenadores personales dotados de software específico para generar ilustraciones.

A partir del año 1986 se empiezan a realizar avances tecnológicos muy importantes, y la infografía fue considerada el medio más eficaz para la transmisión de dicha información. Debido a que a través de ella, se podían precisar muchas palabras que el lector desconocía por lo novedoso del tema.

La infografía en los últimos años ha sido utilizada por distintos medios impresos, porque a través de ella, se transmiten mensajes de actualidad o de interés para un grupo de individuos de una manera más didáctica “la mayor parte de los periódicos han pasado a contar en estos últimos años con una sección propia de infografía” (Valero, 2001, p.57)

2.2.2 Infografía periodística: aproximación conceptual

En este tipo de tipo de infografía, existen varias definiciones dadas por varios autores, en este punto veremos algunas de ellas.

La infografía es más que un recurso informativo, es un nuevo género periodístico [...] Una infografía periodística es una combinación de elementos visuales que aporta un despliegue gráfico de la información. Se utiliza fundamentalmente para brindar una información compleja mediante una presentación gráfica que puede sintetizar, esclarecer o hacer más atractiva su lectura (Minervini, 2005, p.141)

Según la definición de Manuel de Pablos “La infografía es la presentación impresa de un binomio Imagen + texto: bl+T, cualquiera que sea el soporte donde se presente ese matrimonio informativo: papel, plástico, una pantalla, barro, pergamino, papiro, piedra.” (De Pablos, 1998, p. 14).

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

Es por ello, que es un elemento particularmente didáctico. Acerca al lector con mayor facilidad a la información, poniendo a su alcance; por medio de imágenes que se unifican al texto; datos que de otra forma es imposible integrar en la noticia.

La infografía es muy útil para presentar la información que es complicada de entender a través del puro texto. Según Alfredo Oshiro Fukuhara, Editor del departamento de infografía del Diario el Comercio –

Lima, la infografía en prensa “busca contar una noticia a la mayor cantidad de personas posibles.” Además, también al igual que un artículo noticioso, debe responder al qué, quién, cuándo, dónde, cómo y mostrar cosas visuales.

Los infográficos son muy importantes para presentar la información. El lector común lee menos cada día y las infografías establecen la diferencia entre uno y otro diario porque convierten a la publicación más visual, clara, directa y fácil de entender. Según, Arturo Galarza del Diario El Tiempo – Piura, "la infografía armoniza las habilidades del dibujo y diseño de un artista con las habilidades periodísticas de un reportero"

Las infografías no pueden ser utilizadas como elementos estéticos dentro de una noticia, debido a que tienen que cumplir su rol informativo de una manera más amena “La infografía no es un objeto *decorativo* cuyo principal objetivo sea hacer las páginas del diario más “ligeras”, “dinámicas”, “coloridas”, sino que debe funcionar como una herramienta de análisis de la realidad al servicio de los lectores, mejorando su comprensión”. (Cairo, 2008, p.16).

“Más allá de los estilos y de las decisiones personales a la hora de explicar gráficamente un hecho, el objetivo último en todos los casos es informar lo mejor posible y lo más claramente. Esa es la clave de una buena infografía” (Malofiej, 2010, p.53)

Finalmente, Gonzalo Peltzer abogado, periodista, doctor en comunicación pública y autor del libro Periodismo Iconográfico (Madrid, 1991); resume en una frase lo que es la infografía periodística "Periodismo para los artistas y arte para los periodistas".

2.2.3 Características

La infografía en rasgos generales puede tener muchas características que resalten las imágenes, tipografía y trazos que pueda presentar al momento de ser elaborada, sin embargo la infografía de prensa posee características diferentes que le permitirán resaltar su capacidad informativa.

La infografía de prensa tiene un total de ocho características peculiares:

Que dé significado a una información plena e independiente. Que proporcione la información de actualidad suficiente. Que permita comprender el suceso acontecido. Que contenga la información escrita con formas tipográficas. Que contenga elementos icónicos precisos. Que pueda tener capacidad informativa suficiente y sobrada para tener entidad propia o que realice funciones de síntesis o complemento de la información escrita. Que proporcione cierta sensación de estética, no imprescindible. Que no contenga erratas o faltas de concordancia.

Estas características se compilan en dos rasgos esenciales: La infografía es una aportación útil (utilidad) a la comunicación de informaciones en la prensa periódica impresa. Contiene características de visualidad. (Valero, 2001, p.21)

Estas características que menciona el autor, deben ser consideradas de vital importancia en una infografía porque así permitirá que sean hechas con mayor calidad y por tanto atraerá con mayor facilidad la atención del lector.

Utilidad

“Utilidad es el grado de significación, información y funcionalidad que puede tener una infografía en el momento que es editada en un periódico.” (Valero, 2001, p.22)

Para entender mejor el término utilidad, debemos mencionar el significado de las tres características que la componen, a continuación el autor hace referencia a ellas.

La primera característica es la “Significación, en el sentido que destaca lo más importante de los acontecimientos, acciones o cosas que se tratan de un determinado momento en el contenido informativo de cuestiones conocidas, cercanas y que afectan de alguna manera al lector.” (p. 22)

En este caso el infógrafo trata de rescatar los acontecimientos más importantes, de tal manera que los lectores puedan reconocer la infografía y puedan darle un grado de significación.

La segunda característica es la información, entendida como “comunicación o adquisición de conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre una materia determinada.” (p. 22)

Un especialista en infografías sabe que debe recurrir a la mayor cantidad de fuentes que le ayuden a clarificar el tema, para poder ampliar sus conocimientos y por tanto, la infografía sea más clara.

La tercera característica es la funcionalidad, se entiende en el sentido de que “ la infografía debe ocupar un papel destacado de servicio al lector, bien sea resumiendo o sintetizando lo esencial, ampliando complementariamente o sustituyendo al texto de la información.” (p. 22)

Un periodista debe servir a la comunidad, esto también se debe reflejar en las infografías de un diario, es por ello que el autor destaca como principal función sintetizar la información y hacerla más asequible a los lectores.

Visualidad

“Visualidad es el efecto agradable de los objetos vistosos que pertenece a la vista. Es el efecto que produce la utilización de los ojos y ésta se desarrolla con la experiencia, ya que consiste en reconocer y percibir algo que antes ha filtrado el órgano de la vista.” (Valero, 2001, p.22)

El autor nos da a entender que la visualidad está referida al reconocimiento de ciertos objetos que hemos visto desde pequeños en nuestra vida cotidiana y que sin saberlo los relacionamos gracias a los conocimientos que hemos adquirido de ellos.

“¿Cuándo las infografías tienen visualidad? Cuando una información se explica mejor con estos productos icónicos y tipográficos, percibidos por la vista experta y educada de los lectores que les permite recibirlos.” (pp. 22 - 23)

“El lector ante una infografía selecciona, según su experiencia, las imágenes o los elementos que le son familiares y le atraen. Busca diferencias, irregularidades o simplemente confirmaciones de lo que ya es familiar, aunque sea de manera vaga.” (p. 23)

Mientras el lector visualice con facilidad los elementos icónicos y tipográficos, podrá relacionar con mayor rapidez los gráficos y reconocerá con mayor facilidad una infografía.

“El espectador [...] Busca las diferencias, los parecidos, un orden, una proporción, los movimientos o, simplemente, busca reconocer algo que ya ha visto” (Bertin, 1991:174) Así también, busca “[...] Entender las cosas fácil y rápidamente, de un vistazo, por complejas que sean.” (Peltzer, 1991:12).

“La infografía debe tener una cierta estética, fácil comprensión, iconografía

, tipografía y un tamaño apropiados. Es decir, se debe distinguir el rasgo de visualidad (en diferentes grados y propiedades), porque contiene estas características importantes.” (Valero, 2001, p.23)

La visualidad implica que la información que se le brinda al lector esté en proporciones óptimas, para que así no haya confusión al momento de percibir la información en la infografía.

“En la infografía, la iconicidad es una característica que se encuentra en diversos grados de figuración dada la variedad de elementos componentes.” (p.24)

“La función de la tipografía es la de conducir el contenido, separar los diversos infogramas u ordenar contenidos.” (p. 24)

La tipografía suele estar relacionada al tipo de letra, en este caso esta herramienta se usa junto a los iconos para que ambos fusionados logren un mayor orden de los contenidos y así se evite la aglomeración de texto.

La infografía debe ser de fácil comprensión, en tanto que cualidad que permite al lector la rápida asimilación del contenido del mensaje, de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad inmediata; a veces, también puede ser una instrucción que permite comprender de forma didáctica un fenómeno por el lector neófito en la materia, gracias al cual se puede dar la relevancia o conocimiento completo de un determinado enfoque noticioso y significativo. (p. 24)

“El tamaño, espacio o territorio destinado a la infografía es también uno de los elementos que facilitan la visualidad, ya que permite o impide la participación de determinados elementos que facilitan su comprensión y su distribución sin atropellos o congestiones necesarias.” (Valero, 2001, p.24)

“En definitiva, ambos rasgos, la utilidad y la visualidad son necesarios en cualquier infografía que se precie. Sin estos, poco valor comunicativo tiene cualquier forma de información gráfica.” (p. 24) Por tanto, si una infografía periodística carece de valor comunicativo sería una ilustración o gráfico sobre un tema.

2.2.4 La infografía como recurso periodístico

Las infografías son un recurso muy importante en el periodismo porque permiten explicar noticias que podrían resultar complicadas tratar en un texto, debido a que el fin de toda noticia es que el público comprenda lo que se quiera transmitir.

“Este recurso periodístico combina elementos icónicos y tipográficos que acompaña o sustituyen al texto informativo cuando sean

necesarios” (Valero, 2001, p.21). La infografía puede combinar fotografías, dibujos, texto y cuadros, pero de una manera ordenada y entendible para el lector.

“En la actualidad una de las claves del periodismo moderno es mostrar las noticias y no solo contarlas, siendo la infografía uno de los recursos principales, al combinar texto e imagen para transmitir los mensajes de manera clara y rápida” (Nación, 1999,p.40)

Si una infografía solo es un diagrama ilustrativo y no aporta una dosis de información periodística, ya no sería un recurso periodístico sino un dibujo. Es por ello, que las infografías en el periodismo se realizan cuando son necesarias y aportan información al lector.

Se debe tener en cuenta que los lectores siempre acuden frecuentemente primero a las infografías, “puede afirmarse que solamente se centren en ella y nunca en la historia escrita, por ello las noticias cada vez son más cortas y van acompañadas de un gráfico” (De Pablos, 1999, p.72)

2.3 la estructura interna de la infografía

“[...] Cuando se va a crear una infografía, han de tenerse en cuenta los elementos mínimos aconsejables que ha de contener un gráfico informativo.” (De Pablos, 1999:82)

2.3.1 Titulo

“Como cualquier noticia, la infografía debe ir titulada. Aquí, con más razón, el titular, único, debe ser corto y muy directo”. (López, 2009, p.180)

La infografía es una noticia, aunque muchas veces es un elemento que forma parte de la noticia, esto no quita que pueda llevar un título propio que deba sintetizar su contenido en una frase concreta y directa.

2.3.2 Entradilla

“Después del título, y lo más cerca de él, debe ir un resumen o una entrada, capaz de situarnos en la infografía. Aunque no siempre puede haber entrada, es cuestión de estilo.” (López, 2009, p.180)

Existen muchos periodistas que poseen su propio estilo al momento de redactar una noticia, lo mismo sucede con los infógrafos; el uso de la entrada no es un elemento que deba aparecer de forma obligatoria en la infografía, sino que depende de la persona que la produce.

2.3.3 Texto

“La infografía, como noticia que es, tiene su texto; es decir, su cuerpo informativo. Éste debe estar bien localizado, en cajas, burbujas o bocadillos, encapsulado, siempre lo más corto posible, un auténtico sumario de la noticia...” (López, 2009, p.180)

En este caso pasa a cumplir una función secundaria, o sea, explicativa o de complemento al mensaje visual propuesto, contrario a lo que ocurre con los géneros informativos tradicionales, en donde es la imagen la que complementa al texto.

2.3.4 Fuente

“Lo mismo que las noticias redactadas han de señalar su fuente informativa, en la infografía es imprescindible que siempre, abajo a la izquierda generalmente, u otro lugar, se relacionen las fuentes consultadas”. (López, 2009, p.180)

En otras palabras es donde se mencionan los documentos, estudios preliminares, autores, instituciones, etc., que han servido de referencia para desarrollar el contenido de la infografía.

2.3.5 Firma o crédito

“Las infografías deben ir firmadas como informaciones que son. Si el artista es de planilla, se añadirá el nombre del medio; si es un colaborador, sólo su nombre. Si en la elaboración ha participado un redactor que ha aportado información o documentación, en la infografía también ha de aparecer su nombre, con este añadido <<Documentado con información de...>>” (López, 2009, p.180)

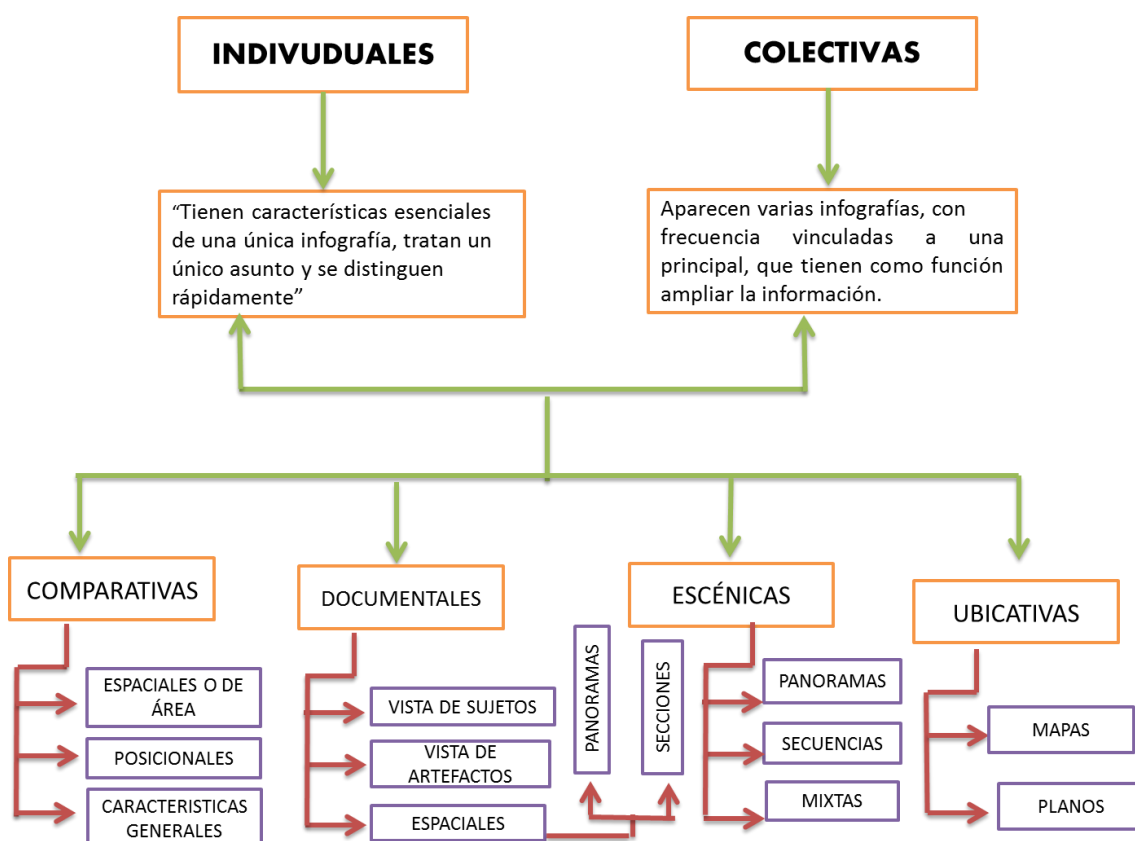
Muchas veces la infografía es elaborada por un especialista, sin embargo en algunos casos los periodistas del mismo medio de comunicación contribuyen con la búsqueda de fuentes información, por lo que se debe mencionar a los diversos participantes en la construcción de la infografía: redactores, diseñadores, investigadores, etc.

2.4 Clasificación de infografía

En materia de infografía existen diversas tipologías; sin embargo, en lo que concierne a este estudio vamos a referirnos a la tipología desarrollada por

José Luís Valero Sancho, porque es la más completa y además realiza un análisis minucioso y sistemático ceñido al ámbito específico del periodismo impreso.

De acuerdo con este autor, las infografías se dividen en dos grandes tipos en los que, a su vez, pueden ubicarse cuatro clases básicas:



Fuente: Elaboración propia

2.4.1 Individuales

Según el autor, son "las que tienen características esenciales de una única infografía (...) tratan un único asunto y se distinguen rápidamente, ya que no tienen dobles títulos ni recuadros internos". (Valero, 2001, p.132).

2.4.2 Colectivas

“Son aquellas que están compuestas de diversas infografías individuales, y éstas a su vez se encuentran sometidas a una principal, a la que aportan información adicional de menor relevancia, pero ayudan a una mejor comprensión del tema que se aborde” (Valero, 2001, p.133).

Las infografías secundarias o subordinadas, constantemente son de menor tamaño que la principal.

Tanto las infografías individuales como las colectivas tienen la misma clasificación:

a) Comparativas: son aquellas infografías que “utilizan ciertos recursos para mostrar la relación que existen sobre un tema” (Valero, 2001, p.133). y a su vez se subdividen en tres tipos.

Espaciales o de área. Según el autor, son las que comparan el espacio que ocupa cada concepto, mediante el uso de gráficos en los que se designa proporcionalmente un área en representación de cada dato. “Aquí se utilizan los gráficos de tortas, barras, barras y ortogonales”. (p.135).

Posicionales. Se encargan de mostrar la posición jerárquica que ocupa un elemento con relación a otro. En esta clasificación “se utilizan los organigramas, árboles genealógicos, gráficos de línea o fiebre y diagramas de flujo”. (p.137).

Características generales. Infografías que muestran diversas informaciones acerca de un mismo acontecimiento, siguiendo un orden específico (cronológico, espacial o cualquier otro relevante). Estos datos son “presentados en forma de tabla o ficha de datos y conviene leerse en conjunto para lograr una mejor comprensión del asunto” (p.138).

b) Documentales: “Tienen como objeto la explicación de características, así como la ilustración y documentación de acontecimientos, acciones o cosas” (Valero, 2001, p.139). El tipo de información que presenta esta clasificación debe ser de máximo interés para ser explicada gráficamente.

La información que se utiliza en este tipo de infografía no es noticia del día, sino cuestiones que están presentes en todo momento. Dentro de este grupo, el autor identifica una subclasificación:

Vista de sujetos: Para la realización de esta infografía se utiliza “cualquier ser vivo del que se pretende conocer algunas de sus características físicas específicas” (Valero, 2001, p.140). Estas ilustraciones se exhiben en su visión natural, sin ninguna alteración.

Vistas de artefactos: “Maquinarias, muebles o cualquier objeto inorgánico del que se tenga interés de conocer” (p.140). Se presentan tal cual, sin ninguna modificación.

Espaciales: Las infografías documentales espaciales, se clasifican a su vez en dos grupos:

Panoramas: “Se enfocan en todo tipo de espacios abiertos y paisajes” (Valero, 2001, p.141), debido a que son informativos y susceptibles al tratamiento infográfico.

Secciones o cortes y transparencias. Se utilizan para hallar ciertos elementos dentro de un determinado cuerpo. “El infógrafo secciona al sujeto o artefacto mediante corte o transparencia para mostrar características internas del mismo”. (p.141)

c) Escénicas: Según el autor “Las infografías de escenas o escénicas son comúnmente empleadas en atentados, accidentes de circulación o guerras. En ellas muchas veces se pretende narrar un suceso o reproducir unas

imágenes como si hubieran sido vistas por un observador situado desde cierta distancia”. (Valero, 2001, p.142)

En este tipo de infografía, el escenario tiene el papel de soporte para los elementos informativos relevantes, que por lo general son sucesos ocurridos en un lugar determinado. En esta clasificación, Valero Sancho identifica tres subclases de infografía.

Panoramas. El autor manifiesta que son “instantáneas en el tiempo y limitadas en el espacio”. (Valero, 2001, p.143) La imagen que se utiliza del momento en que ocurrió el hecho noticioso es casi fotográfica.

Secuencias. Se ilustran el “paso a paso” (p.143) de un hecho de relevancia mediante imágenes sucesivas, a menudo viñetas. Este tipo de infografía no es muy utilizado en la prensa a pesar de ser muy interesante para contar historias, pero es más utilizado en tiras cómicas.

Mixtas. “En este tipo de infografía se pretende mostrar el proceso de un hecho o acción mediante una única ilustración o escenario” (p.143). Ante esto el infógrafo debe colocar indicaciones para que el lector pueda seguir la secuencia y entienda la noticia. Para tal fin se pueden colocar números o flechas.

d) Ubicativas: Tienen como objetivo, “identificar el lugar donde sucedieron los hechos, sobre todo si la zona es de alta relevancia o influye en el curso del suceso” (Valero, 2001, p.144). Entre la clasificación de esta infografía tenemos:

Mapas: Es utilizado para mostrar el lugar donde ocurrió un hecho importante que puede ser desconocido por el lector. “Los mapas utilizados por la infografía no tienen tantos detalles como los de la cartografía, pero deben contar como mínimo con algunos lugares que ayuden a identificar la zona del suceso”. (p.144)

Planos. “Tienen una mayor escala que los mapas y permiten una rápida ubicación de un lugar” (p.144). Además, son una representación gráfica de un escenario.

2.5 Diseño de la infografía

2.5.1 Perfil de un buen infografista

El infografista o infógrafo debe ser alguien con una cultura visual muy desarrollada, básicamente debe provenir del periodismo, “Un infografista tiene que ser un periodista integrado, con criterios periodísticos por que la información se podría trabajar de manera errónea, complicando la nota y la credibilidad del medio. Además, se debe conocer algunos programas como Illustrator, Photoshop y saber trabajar bajo presión” (Osejo, 2013, p 45)

Las nuevas generaciones tendrán mayor instrucción visual por haber nacido en una sociedad cada vez más audiovisual y con mayor uso de videojuegos.

El infografista debe tener ciertas características como: curiosidad para introducirse en las posibles novedades que surjan en el sector informativo. “La curiosidad es uno de los requisitos importantes de un buen infografista, pues siempre debe estar deseando saber más y más”, mencionó Cairo en una entrevista. (Cairo, 2011.¶ 8)

Además, debe ser capaz de entregarse a la creación, de pensar en las altas posibilidades estéticas y comunicativas que debe tener la presentación de una buena infografía periodística.

“Un buen infografista debe tener ética, mostrar solo lo que puede ser comprobado a través de la fuentes”. (Cairo, 2011.¶ 8) El perfil se completa con la buena disposición para aceptar recomendaciones y saber asumir críticas y consejos. Asimismo, también debe tener la capacidad crítica para corregir sus propios trabajos.

2.5.2 La idea, el planteamiento

Todo nace de una idea. El infógrafo en primer lugar debe tener una idea acerca de un tema determinado, para así poder imaginar qué tipo de información necesitaría para elaborar la infografía.

La idea es la capacidad de ingenio y ocurrencia para disponer, inventar y trazar una infografía. Es destacable que la elaboración mental de gestación, que muchas veces se materializa en esbozos o prebocetos, sobre unos trozos de papel, y es el origen de la actividad investigadora de búsqueda de información. Muchos de los buenos trabajos se realizan durante la confección de estos prebocetos, esquemas o borradores y es cuando verdaderamente se crea y se programa la infografía. (Valero, 2001, p.112)

“Una idea puede ser fruto de la curiosidad, conocimiento, experiencias o casualidades en la vida de un infógrafo respecto a un tema en parte desconocido por él, pero que suscita su curiosidad y le lanza a la búsqueda y conocimiento basado en el supuesto interés social que el tema tiene.” (p. 112)

El interés social es un aspecto importante, porque un diario brinda información de interés del lector; sin embargo el infógrafo al escoger un tema para elaborar una infografía no está completamente seguro de que el tema sea de interés social, pero confía en su decisión y empieza a documentarse del tema.

“Los infógrafos deben ser, ante todo, comunicadores que saben anticipar una infografía con la rapidez de producción que la prensa necesita

pero que tenga otras cualidades” (p. 114) “Al respecto Sullivan menciona: la creatividad de un artista, la capacidad de distinción de un diseñador, y la habilidad y rapidez mental de un periodista. Lo más importante es la habilidad para pensar como periodista” (Sullivan, 1991: 164)

En simples palabras un infógrafo debe ser un periodista, con habilidades que le permitan recurrir a las fuentes necesarias para conseguir información, realizar una buena redacción y enfocar el tema sobre el que se va a elaborar la infografía.

“La obtención de información es también sincrónica con el comienzo de la elaboración de lo que será la infografía. No se puede separar y desarrollar la actividad primera de crear sin consultar y documentarse sobre el tema objeto de desarrollo infográfico.” (Valero, 2001, p.114)

[...] Cuando tenemos esto hecho, hay que establecer un camino que oriente el gráfico, elegir todas las cosas que son importantes y que el lector quiere saber; hay que elegir lo más importante y hacer otra lista. Cuando ya tienes esta lista, puedes empezar a desarrollar el gráfico y pensar en el diseño.”(Jeff Goertzen, infógrafo de prestigio)

En toda información un periodista debe priorizar las cosas más importantes y resaltantes, para poder tener un esquema de cómo irán elaboradas; lo mismo ocurre con un infografista, por ello es muy importante el planeamiento.

“El infógrafo tiene que trabajar con unos acontecimientos, acciones o cosas, de manera que nazcan posibilidades comunicativas que no existían antes, debe crearlas.” (Valero, 2001, p.115)

“El ordenador es una herramienta insustituible para crear gráficos experimentales y así optimizar la representación, observando y comparando diversos modelos; también es útil para conocer con rapidez las consecuencias de una modificación de los datos.” (p. 115)

Un infógrafo debe manejar herramientas y tecnologías que le permitan elaborar de manera adecuada la infografía, es decir, debe tener

conocimientos de diseño en softwares de computadora, además de manejar en cierto grado el dibujo.

2.5.3 La búsqueda de documentación

“La documentación consiste en el proceso de obtención del conjunto de informaciones e ideas, preferentemente de carácter oficial, que sirven para identificar y acreditar alguna afirmación que se pretende realizar en la infografía.” (Valero, 2001, p.117)

El periodista infográfico tiene que estar siempre que pueda en el lugar de los hechos de forma activa, verificando y preguntando todo lo que no tiene claro; siempre con la idea de reproducción del gráfico, pero no para reproducirlo sino para entenderlo periodísticamente. Se debe entrevistar, tomar fotografías y verificar lo que se ve, incluso en contra de lo que se diga. Se debe primero entender el suceso y traducirlo a un dibujo de la secuencia de los hechos. (p. 117)

Como ya se ha mencionado un infógrafo debe ser un periodista, por tanto debe recurrir a las fuentes necesarias, y esto incluye el lugar de los hechos, entrevistas, conferencias, ruedas de prensa, entre otros. Que le permitan recopilar la información necesaria.

El lugar de los hechos es una de las principales fuentes que permiten ver con claridad la información más relevante que se debe comunicar. Ir al sitio e incluso dibujar antes los elementos que aparecen en la información esencial, ir andando por todas partes, entendiéndolo todo, haciendo notas y diagramas de todos los datos con la perspectiva que se desea. (p. 117)

“El profesional necesita documentaciones laterales de cierta relevancia con el suceso y que no necesariamente las proporcionan los acontecimientos, acciones o cosas acaecidas.” (p. 117)

“Las fuentes exteriores ajenas al medio o su entorno inmediato como museos, documentos de bibliotecas, archivos o declaraciones de personas

que presenciaron los acontecimientos, comercios, etc., permiten obtener buena información.” (p. 117)

Existen instituciones tanto privadas como públicas que brindan información relevante al momento de buscar información, lo importante es saber a cuál de ellas acudir y que información específica se va a solicitar.

Una de las formas más utilizadas es la consulta mediante libros y revistas de referencia, enciclopedias que muestran el funcionamiento de las cosas científicas, sobre cuestiones específicas del tema. Es útil buscar también por las librerías libros raros, libros curiosos, hasta que se tiene todo el material completo para trabajar. (p. 118)

“Los despachos de agencias, la televisión, la radio e internet son sistemas de obtención de información inmediata. Son siempre fuentes útiles, pero conocidas por casi todos y por ello tienen documentación, en parte caducada, pero pueden ser útiles para que produzcan gráficos a velocidad periodística.” (p. 118)

Muchas veces los periodistas infograficos suelen tener contactos en otros medios que pueden facilitar información, sin embargo se debe tener en cuenta que las fuentes deben ser confirmadas para evitar tener problemas futuros. Otra de las fuentes muy consultada actualmente es el internet, sin embargo cabe resaltar que no siempre es fuente confiable por la excesiva información que se encuentra y porque en muchos de los casos el autor es desconocido.

El infógrafo debe estar formado y metido en el mundo del periodismo, participando de lleno en los temas periodísticos con las mismas armas a su disposición que tienen los periodistas, con el mismo acceso a las fuentes más significativas. Se supone que el periodista gráfico es el experto en edición visual. Por tanto, los infógrafos deberían asistir a las ruedas de prensa y contribuir en las discusiones. (p. 118)

“Los servicios de documentación propios son los que se tienen en los archivos gráficos, documentos con los que se cuenta de manera inmediata.

Cada periódico dispone de trabajos anteriores o de bancos de imágenes.” (p. 119)

Si el diario tiene años en el mercado, tendrá un archivo gráfico que le servirá de background en algunos temas que resurjan; pero para aquellos diarios que no usan la infografía como un recurso periodístico y que van a empezar a usarlo deben consultar las fuentes a las que tengan más acceso y a partir de ello elaborar las infografías y crear su propio banco de imágenes.

2.5.4 El boceto

“El boceto es la plasmación de las ideas u ocurrencias creativas que se tienen acerca de un proyecto de infografía, con formas realizables, imágenes, textos simulados, etc., sobre un papel, dibujándolas con trazos rápidos a lápiz.” (Valero, 2001, p.119)

Gracias a los conocimientos de dibujo que tenga el infografista podrá realizar el boceto de su infografía y plasmar la idea de cómo va a estar estructurado y todos los detalles que deba tener.

“El boceto sirve para tener una idea aproximada del contenido y de la forma que tendrá la infografía una vez construida. Plasmar con toda su fuerza lo que se desea lograr, como el lugar, la densidad de los elementos gráficos, el orden, las formas, los contragrafismos, su claridad, etc.” (p. 120)

Se distingue por su realización manual, habitualmente no informática y con elementos gráficos simulados, en tamaño natural. No tiene por qué coincidir con la infografía impresa, pues su realización técnica en la preimpresión puede dar problemas. Normalmente no es un documento impositivo en la realización; es más bien de apoyo, guía, comunicación y plasmación de ideas. (p. 120)

Por lo general el boceto se hace a mano y con dibujos simples, que expliquen los diversos elementos iconográficos que tendrá la infografía, este boceto servirá de guía para después elaborarla en una computadora.

“El boceto, también llamado croquis por algunos autores, puede ser esquemático, de líneas generales o diseñado en detalle. Dependiendo de la complejidad del trabajo y del número de elementos indicativos que contenga.” (p. 120)

2.5.5 La maquetación

“La maquetación o maqueta se entiende como un modelo hecho en papel blanco para apreciar de antemano el volumen, formato y encuadernación de un libro.” (Valero, 2001, p.121)

Es un producto realizado conforme a un boceto con los elementos gráficos y reales que intervienen en la página. Tiene como función la simulación de la infografía, pero a la vez es ya el propio arte entendido como elemento gráfico a partir del cual se produce la preimpresión. (p.121)

La maquetación es parecida al boceto, sin embargo aquí se tienen en cuenta elementos y gráficos reales, es decir con la mayoría de elementos bien detallados y los dibujos mejor realizados.

“La maqueta infográfica está realizada con elementos reales conforme al boceto y es una simulación de parte de una página que puede ser reproducida directamente.” (p. 121)

“Incluso el boceto bien dibujado de la imagen puede ser aprovechado para la maquetación, pues cuando está listo el diseño, se digitaliza y varias personas a la vez pueden trabajar sobre el mismo diseño para poder tener distintas perspectivas del mismo gráfico.” (p. 123)

A la maqueta se le pueden agregar los elementos a través de una computadora, se podría decir que un boceto digital para que las demás

personas del diario (pueden ser editores o periodistas) tengan una idea general de la infografía.

2.5.6 La compaginación

“En el periodismo impreso, la compaginación es la ordenación y valoración de todos los elementos gráficos que conforman la información, dispuestos por un orden valorativo y con un grado de estética suficiente que haga grato al lector y pueda localizar el contenido en el orden y la forma que lo espera.” (Martínez de Sousa, 1981)

“Podemos entenderla como la confección de la página en la que también se encuentran infografías.” (Valero, 2001, p.123) “La infografía se ha convertido en un elemento muy importante de la compaginación. Cualquier excusa informativa es buena para incluir un gráfico en color con un gran número de elementos.” (Armentia, 1993, p. 137)

La compaginación está entendida como la forma en que estará ordenada una infografía en la página de un diario.

“La compaginación es también el lugar físico en el que confluyen los diversos productos comunicativos y debe organizarse de manera que el conjunto sea unitario.” (Valero, 2001, p.123)

Es muy importante saber en qué página irá la infografía y en qué contexto será incorporada, porque condiciona su lectura. Hay que ofrecer una información que sea asequible para el lector y que sea lógica al mismo tiempo. Hay que ver qué es lo que va a rodear a la infografía, cómo y cuál es la página vecina. Si va a haber una gran fotografía, no se puede crear una repetición. Es una cuestión de planteamiento y organización, es importante que la redacción, el departamento de arte y el de fotografía trabajen en equipo. Es muy difícil hacer una infografía de forma autónoma y que después encaje correctamente. (p. 125)

Se debe tener en cuenta el tema de la infografía para saber en qué sección va a estar ubicada, además saber qué tipo de noticias la rodearán,

porque puede que el lector note cierta discordancia con las demás noticias y pierda interés en ella.

La infografía debe, muchas veces, formar parte de un conjunto de textos con los que se compone la información y por ello se encuentra rodeada de otros grafismos, pero se deben compaginar bien dos cosas: primero, el lugar del contenido textual en el que debe aparecer, sin que sea posible otro, pues no se establecería la unidad de contenido o estaría descontextualizado. Segundo, que no debe ser un elemento destructor sino integrador de la lectura del texto escrito. Por ello se tienen que acomodar los elementos que componen la página funcionalmente y de manera óptima. (p. 126)

El infógrafo debe trabajar junto con el diagramador para que así puedan ordenar de manera óptima las noticias e infografías, y así evitar que los componentes de la página se perciban descontextualizados provocando el desinterés del lector.

2.5.7 La corrección

En varios periódicos impresos se tiene a una persona que se encarga de corregir las notas que saldrán en la edición impresa, por tanto la corrección es:

Entendida como la acción y efecto de enmendar lo errado o defectuoso o falso; suele realizarse en el original o en la compaginación, no en la reproducción, pues allí ya no tiene remedio dado que ya está en papel o en plancha. Cualquier falta de signo que sea, crea el consiguiente problema de desinformación al lector, en algunos casos. (Valero, 2001, p.126)

“En el proceso de la elaboración de la infografía está ligeramente descuidada su corrección. En algunos medios, el trabajo de revisión no es de un especialista de la corrección y se elabora sobre la marcha, creyendo que por estar en contacto con el redactor, que de vez en cuando se mira la infografía, ya se realiza dicha tarea.” (p. 127)

<<Podemos decir que sí que escribimos el texto, escribimos nosotros lo que queremos contar; lo que pasa es que luego trabajamos también con un redactor, no después sino durante todo el proceso de elaboración infográfico, y trabajamos muy en contacto con la redacción>>. Lo cual hace suponer 1º) que sus textos son revisados, ya que su profesión no es la de periodista de texto escrito y 2º) que no interviene ningún corrector profesional, sino únicamente el redactor de la información escrita. (pp. 127 - 128)

Un infógrafo al ser periodista debe tener la capacidad de corregir su propio trabajo, en cuanto a redacción y a gráficos; de no ser así debe contar con el apoyo de un periodista que le ayude a reconocer sus fallas.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Diseño de la investigación

La investigación se realizó utilizando un enfoque cualitativo, debido a que se hizo un estudio mediante técnicas de recopilación de información y entrevistas para poder tener un mejor conocimiento del tema.

El modelo que se utilizó fue fenomenológico, porque se buscó hallar qué propuesta de infografía era la adecuada para un medio impreso.

El tipo de investigación es descriptiva – propositiva, porque no solo se hizo una descripción de la infografía mediante la investigación, sino que también se realizó una propuesta de infografía para mejorar la presentación de la información en el Diario La Industria.

3.2. Selección de escenario y participantes

El escenario de la investigación es el Diario La Industria, pero se tomaron como referentes a los diarios nacionales, El Comercio y la República.

Como participantes se identificaron a

- ✓ Sr. Augusto Rubio Acosta : Director del Diario La Industria – Chiclayo
- ✓ Alfredo Oshiro Fukuhara – Editor del departamento de infografía del Diario el Comercio – Lima.
- ✓ Especialista en infografía: Eugenio De Ovando (Consultor Gráfico)
- ✓ Infógrafo del diario El Tiempo de Piura: Arturo Galarza.

3.3. Determinación de la muestra

La muestra es **no probabilística** porque los elementos de la muestra son seleccionados por procedimientos al azar o con probabilidades conocidas de selección. Por lo tanto es imposible determinar el grado de representatividad de la muestra.

Dentro de la muestra no probabilística encontramos al **Muestreo por Juicio o Selección Intencional** donde el investigador toma la muestra seleccionando los elementos que a él le parecen representativos o típicos de la población, por lo que depende del criterio del investigador

Por lo tanto, se tomó como muestra las infografías presentadas por los diarios la República y el Comercio en el mes de Junio del 2011. Estas infografías han sido seleccionadas por las investigadoras para un análisis a profundidad, porque darán un contexto amplio en cuanto a sus propiedades, para así plantear una propuesta acorde al medio.

3.4. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Métodos

Los métodos son los medios a través de los cuales se relacionan los investigadores con los participantes de la investigación, en este caso, el análisis realizado a las infografías de los diarios La Republica y El comercio, sumado a las entrevistas a especialistas en el área, se logró la interacción debida para obtener la información necesaria, que permitió lograr los objetivos planteados.

En cuanto a las infografías analizadas de los medios nacionales, se trabajaron a través de un cuadro de análisis. Y, con los especialistas se aplicó el método de la entrevista, porque nos permitió conocer sus opiniones sobre temas relacionados a los infográficos.

3.4.2. Técnicas e instrumentos de recolección y procesamiento de datos

En esta investigación se utilizaron dos instrumentos: Las entrevistas y un cuadro de análisis para infografías impresas.

Las entrevistas fueron realizadas a expertos en infografía y al director del Diario La Industria para la recopilación de datos que ayudarán a tener un contexto general del tema. Además, se obtuvo información que permitió plantear la propuesta.

Los entrevistados fueron:

- Eugenio De Ovando - Consultor Gráfico.
- Arturo Galarza Diario El Tiempo – Piura.

- Alfredo Oshiro Fukuhara – Editor del departamento de infografía del Diario el Comercio – Lima.
- Augusto Rubio Acosta – Director del Diario La Industria.

También se utilizó un instrumento ya validado por José Luís Valero, en su libro “La infografía: técnicas análisis y usos periodísticos”, p.153

El autor aplica el instrumento mediante la valoración cuantitativa de cada característica por presencia y ausencia. El resultado es una cifra acumulada que otorga una puntuación a cada infografía.

Instrumento de análisis: Características de infografías con sus propiedades elementales

Conceptos	Propiedad 1	Propiedad 2	Propiedad 3	Propiedad 4
Información	¿Qué? ¿Quién?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Cómo? ¿Por qué?
Significación	Asunto clave, Motivado	Familiaridad	Identificación	Actualidad
Comprensión	Visible, no se entiende	Legible, si se entiende	Clara, Simple	Didáctica, se aprende
Estética	A mano	Gracias ,detalles	Dinamismo	Original, creativa
Iconicidad	Abstracción	Figuración plana	Figuración Perspectiva	Fotografía
Tipografía	Título	Crédito o fuente	Menos de 27 palabras	Rótulos
Funcionalidad	Síntesis	Complementa información	Proporción página	Proporción

Autor: José Luís Valero Sancho

Procesamiento

Para el procesamiento de datos se utilizó en las entrevistas un cuadro comparativo, que permitió una mejor visualización de las respuestas de los expertos. Además, se pudo comparar las respuestas de los tres entrevistados. Esto ayudó a tener una mejor visión de las opiniones que tenían cada uno de ellos en cuanto al tema.

El cuadro valorativo se utilizó para el análisis de las infografías de los diarios La República y el Comercio. Se estudiaron las propiedades y características de las infografías. Se estableció una fórmula para la determinación del valor general, así como dos índices; uno de visualidad que hace referencia a las características de comprensión, estética, iconicidad, tipografía y las propiedades de proporción de funcionalidad; y el otro llamado de utilidad, que hace referencia a la información, significación y funcionalidad, el cual atiende al contenido. Ambos apoyan el valor general de la infografía.

Para ello se tiene que totalizar la suma del valor que tiene cada característica con un índice que oscile de 0,1 a 4, puesto que como mínimo debe haber una propiedad por cada característica y por ello no puede dar un valor de cero ya que se salta el más elemental de los principios de la infografía.

Forma de valorar una infografía

Valor*²³ = (INFORMATIVA + CÔMPRENSIBLE + ICÓNICA + TIPOGRÁFICA + SIGNIFICATIVA + FUNCIONAL x 100)/28

Índice de utilidad = (INFORMATIVA + SIGNIFICATIVA + FUNCIONAL)/12

Índice de visualidad = (CÔMPRENSIBLE + ICÓNICA + TIPOGRÁFICA + PROPORCIÓN PÁGINA + PROPORCIÓN INFORMACIÓN)/18

* Se ponen como condiciones para la valoración:

1. Que se haya superado el parámetro de concordancia, lo cual quiere decir: sin faltas de ortografía subsanables que disminuyen su valor en 12,5 puntos cada falta, hasta un máximo de tres, respecto al total (que representa un 10%) y que sea concordante en todo lo demás marcado anteriormente.
2. Que si es colectiva tiene una penalización de 10 puntos respecto al total.
3. Que se encuentre tipológicamente situada en un tipo, clase y subclase de infografía.
4. Que ninguna de las características tenga un valor de cero salvo la estética.
5. Que no se encuentre objetada por ninguna de las cláusulas o condiciones mencionadas anteriormente.

En cuanto a la calificación, según José Luis Valero “Se consideran *Inacceptables (I)* cuando se obtiene un valor inferior a 40; se consideran *regulares (R)* cuando se obtienen valores comprendidos entre 40 y 49,9; se consideran *suficientes (S)* cuando tienen un valor general comprendido 50 y 59,9, se consideran *notables (N)* cuando se obtienen valores comprendidos entre 60 y 69,9; y son *excelentes (E)* cuando el valor general de 70 o más”.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se realizará el análisis y comprobación de los resultados de los diversos instrumentos que se utilizaron para recopilar datos durante el desarrollo de la investigación.

Entre ellos tenemos las entrevistas realizadas a infografistas, el análisis de las infografías de los diarios El Comercio y La República y finalmente mencionaremos documentación a cerca de la historia y la línea editorial del diario La Industria. A continuación se enumeran los resultados con su respectivo análisis:

4.1 Entrevistas

CUADRO COMPARATIVO DE ENTREVISTAS

	Arturo Galarza Medina (Diario El Tiempo - Piura)	Alfredo Oshiro Fukuhara (Editor del departamento de infografía del Diario el Comercio - Lima)	Eugenio De Ovando (Consultor Gráfico)
¿Es lo mismo infografía que infografía periodística? ¿Por qué?	No. La infografía periodística es aquella que está al servicio de un periódico o de un medio. En cambio la infografía misma se puede encontrar en libros escolares.	La diferencia entre estos dos términos sería principalmente la intención con las que son publicadas. Muchas infografías son publicitarias, venden un producto. En cambio, en los infográficos de la prensa se busca contar una noticia a la mayor cantidad de personas posibles.	No. La infografía se puede aplicar en muchos campos. La infografía es información graficada que ayuda a entender sistemas, procesos y otras cosas con imágenes.
¿Qué características básicas debe tener una infografía para ser considerada como un recurso comunicativo periodístico?	La infografía es un género extraliterario y extralingüístico, entonces debe tener los elementos de la noticia que son: legibilidad, las 5w, titular, fuente, entre otros.	A parte de los recursos de estilo visual, una infografía para ser considerada periodística debe ser fidedigna, es decir tiene que contener datos verdaderos y exactos.	No existen reglas muy definidas en este campo, ya que una infografía puede ser sólo un gráfico de las ventas de una empresa como también puede ser una producción a doble página y con muchos recursos gráficos.
¿El requisito estético es necesario en una infografía? ¿Cómo saber si una infografía tiene estética?	Todo es visual, todo entra por los ojos; entonces debe tener elementos grandes que muchas veces por el grado de jerarquía se deben notar.	La estética juega un rol importante en la infografía; pero no es su rol base, porque lo más importante en la infografía periodística es comunicar. Sabemos que una	Una infografía tiene que ser parte de un contexto o un artículo en un diario y no un elemento tan aparte que parezca un aviso publicitario. Hay que tener factores

		infografía tiene estética cuando los gráficos y el texto están bien distribuidos.	editoriales en cuenta, y lo otro es tener en cuenta que se está preparando la infografía en relación a la información que se quiere mostrar no a lo bien que se vea el dibujo ni las capacidades artísticas del dibujante infógrafo, lo importante es que estamos informando.
¿El dibujo y la fotografía se pueden mezclar en una infografía? ¿Cuál es la más adecuada?	El dibujo y la infografía si se pueden mezclar, creo que ambos son adecuados. La ilustración es buena, pero cuando no se tiene este recurso se recurre a la fotografía.	Pueden ir mezclados, lo más importante es que se entienda lo que se quiera transmitir y va depender mucho del tema o situación que se esté informado.	Si se puede utilizar fotografías para mostrar situaciones y mezclarla con dibujos, la infografía de preferencia utiliza el dibujo vectorial para mostrar y explicar ya que es más limpio y se puede acentuar lo que se necesite.
¿Cómo debe ser la iconicidad en una infografía, está relacionada con los gráficos y dibujos que se utilizan?	Los iconos son elementales en los gráficos, porque hacen que el lector se ubique de una manera rápida en los temas. Los iconos nos van a ayudar a escanear y a ver la información mucho más rápido.	Cada periódico suele utilizar su propias representaciones icónicas .El fundamento de la infografía está en la iconicidad, en los elementos figurativos o plásticos que les confieren su propia identidad informativa.	En la infografía es necesario tener un trabajo de señalética y elementos e iconos que pueden ser utilizados en varias coacciones para acostumbrar al lector cuando necesite esta información.
¿Cuál es la función principal de una infografía en un diario: de síntesis, de complementariedad o informativa? ¿Por qué?	Los tres, síntesis porque resume espacios de información, complementa porque lo que se dice en una información o en un texto no lo	En realidad la función principal de la infografía en un diario está ligada con los tres términos. Es de síntesis porque resume	Se puede utilizar en las tres ya que hay infografías que no necesitan un texto complementario por ejemplo los niveles de contaminación o

	puedes decir en noticia porque estaría redundando y finalmente es informativa porque una infografía que no informa está demás.	una noticia para hacerla más entendible. Es de complementariedad porque sirve como complemento para una noticia, también informativa porque la infografía pertenece al género de información.	el tiempo o alguna información que diga todo por sí sola, y también la infografía puede ser parte de todo un tema.
¿La cantidad de texto tiene un alto nivel de importancia en una infografía periodística? ¿Qué es lo más adecuado? ¿Por qué?	Menos texto, por eso es infografía. Una infografía es información gráfica.	Lo más importante no es la cantidad de un texto, sino la calidad de la información que se coloca en una infografía. Lo más adecuado es que en una infografía no solo vayan imágenes, porque no se entendería mucho la información. El texto y la imagen deben ser equilibrados.	Mostrar no decir.
¿Qué cree que le falta a las infografías periodísticas publicadas en los diarios?	No todos los diarios tienen un departamento de infografía, entonces creo yo que faltan más Infografistas, ilustradores que hagan una infografía más elaborada para que se publiquen a diario.	Creo que le falta al infografista como profesional y no a la infografía. Los profesionales deben realizar su propia investigación, porque muchas veces el que realiza las infografías solo atiende los pedidos de otro colega y no parte como iniciativa propia.	Es una pregunta muy amplia ya que hay buenas infografías y malas, a las malas les puede faltar o sobrar muchas cosas como texto, perspectiva iconos etc, y hay que aprender de las buenas.
¿Qué temas son los más adecuados para realizar una infografía periodística?	Cuando recién surgió el tema de las infografías se aplicó más en temas de accidentes de tránsito, pero ahora se utilizan	No hay temas adecuados para realizar una infografía, lo más importante es que haya noticia gráfica que contar.	Infinitos temas como los que se tratan en un medio periodístico, Economía, medicina, tecnología, crónica etc. lo

	en diversos temas: tecnología, biología, ciencia y muchos temas comunes de la vida. No hay temas específicos.		importante que la infografía justifique a ser producida.
¿En algún momento la infografía reemplazará a la nota periodística?	No, yo creo que hay lectores que quieren su texto. La infografía es un recurso, es como un género, no puedes poner todas las noticias en un diario a través de una infografía porque ya no parecería un diario, sino un álbum.	No lo creo, la infografía puede ser un complemento más no un remplazo de la noticia .Si bien es cierto la infografía puede ir sola, eso quiere decir que vaya a remplazar a una nota periodística.	No lo creo, son cosas distintas.
¿Qué propuesta se puede plantear para cambiar las infografías tradicionales de un diario?	Creo que lo que hace falta es un periodista diseñador, es decir alguien que sepa diseñar pero que a la vez tenga criterio periodístico. Realmente yo creo que faltan infógrafos.	Lo importante que debe tener una nueva infografía como propuesta es que sea netamente informativa y que los datos sean exactos y verdaderos.	
¿Qué características debe tener un infógrafo? ¿Cuál es el perfil más adecuado? ¿Qué formación o conocimientos básicos debe tener?	Un infógrafo debe ser observador, muy creativo y abierto a todo, es decir que no tenga tabúes, debe ser muy visual. Un infografista debe ser básicamente periodista y debe saber ilustrar o dibujar.	Pueden haber estudiado diseño gráfico, arquitectura o Comunicaciones. Tiene que saber dibujar, redactar, ordenar y sintetizar, tener conocimiento de diseño, saber comunicarse y que tenga actitud periodística.	Por supuesto tiene que saber utilizar las herramientas gráficas digitales como los software de Adobe, luego conocer de los recursos como tipografías, diseño, etc y tener aptitudes para dibujar.
Según su perspectiva, ¿Cuál es	Tenemos tres tipos de lectores:	En el futuro la infografía se	El futuro ya está aquí que es la

<p>el futuro de la infografía? ¿Valdría la pena una propuesta? ¿Por qué?</p>	<p>el apurado, el dueño del mundo y el hambriento de información; entonces mientras existan esos tipos de lectores siempre vamos a tener infografías. Sí vale la pena una propuesta, que sea una propuesta con una infografía diaria o quincenal, porque ayuda a que el lector comprenda más la información.</p>	<p>incluirá en el soporte digital, tendría que adecuarse a estos cambios, pero todo está en construcción</p>	<p>infografía en cualquier medio, hoy podemos ver infografías en diarios revistas pero también en internet, tabletas gráficas y teléfonos móviles.</p>
---	--	--	--

En la entrevista realizada se mencionó que la infografía periodística va mucho más allá, porque debe contener recursos propios de una noticia como: titular, información que responda a las cinco preguntas principales de un lead, fuente, entre otros. Así mismo debe ser publicada en un medio de comunicación, porque podrá transmitir información graficada al lector; esto ayudará a su utilización como un recurso comunicativo para poder contar una noticia a la mayor de cantidad de personas posibles.

Según Valero 2001, “La infografía es una aportación informativa, realizada con elementos icónicos tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de la actualidad o algunos de sus aspectos más significativos, y acompaña o sustituye al texto informativo”.

Los entrevistados acertaron en que lo más importante en una infografía es la información que pueda brindar, pero también se destacó que no se debe dejar de lado la estética, es decir que los gráficos y el texto deben estar bien distribuidos dentro de la infografía. Así lo menciona Valero Sancho, “[...] es también imprescindible la aportación de la infografía. Ésta debe tener una cierta estética, iconografía, tipografía y un tamaño apropiados”. (Valero, 2001, p.23)

En el aspecto visual una infografía debe utilizar los iconos, imágenes y dibujos que mejor se adecuen al tema y así se pueda transmitir la información más clara y precisa, de tal modo que sea más fácil para el lector entenderla. “En infografía la iconicidad es una característica que se encuentra en diversos grados de figuración, dada la variedad de elementos componentes [...]” (Valero, 2001, p.24)

Otro de los aspectos destacados en la entrevista fue la función que cumple una infografía dentro de un diario, a lo que se puede responder que tiene tres tipos de funciones: de síntesis, complementariedad e

informativa. De síntesis porque ayuda a graficar y resumir la información de un determinado suceso, de complementariedad porque puede explicar a mayor profundidad los hechos y es informativa porque lo más importante es la calidad de información que tenga, de lo contrario no podría llamarse infografía periodística. “La infografía tiene características peculiares [...] que pueda tener capacidad informativa suficiente y sobrada para tener entidad propia o que realice funciones de síntesis o complemento de la información escrita.” (Valero, 2001, p.21)

Otro de los datos que se proporcionó fue que no existe un tema específico para la elaboración de una infografía periodística, lo más importante es la información que el periodista pueda recopilar para así poder graficarla. “La obtención de la información es también sincrónica con el comienzo de la elaboración de lo que será la infografía. No se puede separar y desarrollar la actividad primera de crear sin consultar y documentarse sobre el tema objeto de desarrollo infográfico.” (Valero, 2001, p.115)

En la actualidad una de las claves del periodismo moderno es mostrar las noticias y no solo contarlas, siendo la infografía uno de los recursos principales, al combinar texto e imagen para transmitir los mensajes de manera clara y rápida” (Nación, 1999, p.40). Sin embargo, a pesar de ello los entrevistados también dijeron que la infografía periodística no podrá reemplazar a la noticia.

Así también, cuando los entrevistados hablan de buenas o malas infografías en un diario, no hacen referencia a ella como recurso, sino que está referido al infografista; esto está relacionado al poco número de profesionales que fusionan los diversos conocimientos que se necesitan para elaborar una infografía periodística; Además, de ello mencionan aspectos como mayor elaboración, iniciativa e investigación al momento de plantear la infografía.

Por ello la necesidad de crear un departamento de infografías dentro de un diario. “El factor humano es uno de los problemas más destacados, pues las nuevas tecnologías han introducido en el mundo de la información escrita a personas ajenas que no siempre son profesionales del periodismo. [...] Por ello se encuentran dos problemas de entrada: tienen ciertas imprecisiones y sus preferencias por las cuestiones estéticas van en detrimento de las periodísticas.” (Valero, 2001, p.97)

Por otro lado en la entrevista se resaltó que los infografistas deben ser creativos, tener conocimientos en diseño y dibujo, pero sobre todo deben ser periodistas para que así puedan buscar las fuentes necesarias y logren resaltar la información primordial de una noticia y puedan brindar a los lectores una buena infografía periodística. “ Los futuros periodistas deben tener una formación global y sensibilidad, tanto para comunicar con texto como con infografías para así poder emplear todos los conceptos y herramientas que tienen a su alcance para informar y usarlas con eficacia.” (Valero, 2001, p.100)

Así mismo el futuro de la infografía como recurso en los diarios, será muy utilizado porque debido a los cambios en el mundo y con la nueva tecnología la información llega mucho más rápido a los lectores, por lo que la infografía periodística tiene un largo camino no sólo en prensa escrita, sino también en la prensa digital. “Las infografías del futuro o de la actualidad requieren ciertas cualidades y los profesionales una tecnología, tanto en lo referente a su construcción como en lo concerniente a la transformación que está teniendo lugar en la audiencia. [...] De todas formas, el futuro de la prensa es muy incierto y la infografía pueda ser su tabla de salvación más importante o una de las herramientas que más pueden aportar al fortalecimiento del interés por los lectores. Otra cosa es el éxito que está cosechando la infografía realizada para internet.” Menciona José Valero (2001, p.89)

4.2 Análisis de diarios

4.2.1 El Comercio

El Comercio es uno de los principales diarios a nivel nacional, además fue el primer periódico en utilizar infografías para poder complementar sus noticias, es por ello que se tomó como referente para el análisis en esta investigación.

Alemania retrocede en su acusación contra España

Una bacteria mortal

La llamada crisis de los pepinos españoles, que ha cobrado la vida de 16 personas, parece que no tuvo su origen en España. Ya hay más de mil hospitalizados en ocho países de Europa.

Proceso de contaminación

1 Las cepas de E. coli no son dañinas, algunas son necesarias y beneficiosas. Las podemos hallar en los intestinos de los seres humanos y de animales.



2 Algunas de estas cepas como la O104 son malignas y producen toxinas.



3 La cepa tóxica pudo haber llegado a los pepinos (u otro producto) durante los procesos de cultivo, envasado o transporte.



4 Cuando ingresa al organismo se adhiere al intestino y puede causar diarreas con sangre, fiebre, vómitos y eventualmente falla renal y la muerte.

Países con casos reportados

■ Países infectados (Nº de casos)
 ■ Países que han prohibido total o parcialmente la importación de productos españoles (hortalizas y frutas)



Penas de muerte para infractores

BEIJING [EFE]. Los responsables de infracciones de seguridad alimentaria podrían enfrentarse a la pena de muerte en China, después de que la justicia endureciera los castigos como medida disuasoria contra un delito creciente, lo que ha sido criticado tanto por la Organización Mundial de la Salud como por grupos de derechos humanos.

Escándalos como el uso de químicos o adulteraciones han disparado la alarma entre los consumidores chinos.

En el 2010, tribunales chinos condenaron a 162 personas en conexión con la producción y venta de alimentos tóxicos o por debajo de los estándares nacionales, y actualmente se investiga a 57 funcionarios públicos por supuesta implicación en adulteraciones.

desatada en Alemania por la variante de la bacteria 'E. coli' ocasiona pérdidas semanales de 200 millones de euros y pone en peligro 300.000 puestos de trabajo en el campo.

Más de la mitad de los 16 millones de toneladas de frutas y hortalizas que produce España se destinan a la exportación, mientras que el 90% de esa cantidad corresponde al mercado europeo.

DIECISÉIS VÍCTIMAS

Ayer se informó de dos nuevas muertes relacionadas con el misterioso brote, entre ellas la primera fuera de Alemania. El número total de muertes subió a 16. Mientras tanto, la cifra de enfermos se elevó a más de 1.150 en al menos ocho países.

Funcionarios médicos en Borås, Suecia, anunciaron la muerte de una mujer de más de 50 años que fue ingresada en el hospital el 29 de mayo luego de un viaje a Alemania. En Paderborn, Alemania, el consejo local dijo que allí murió una mujer de 87 años que también padecía otras enfermedades.

En Estados Unidos, funcionarios de salud revisan los cargamentos de pepinos y otros productos frutihortícolas provenientes de España a causa de la alarma sanitaria. "Debido a la información recibida sobre el brote en Alemania, la FDA (Administración de Alimentos y Medicamentos de Estados Unidos) está marcando los cargamentos de pepinos, tomates y lechuga provenientes de España para su posterior inspección", dijo Doug Karas, portavoz de esa agencia federal.

En Lima, este Diario intentó comunicarse con voceros del Ministerio de Salud, del Colegio Médico y de la Organización Panamericana de la Salud para indagar si se tomarán medidas similares en el país, pero no obtuvo respuesta.

El 'E. coli' es una bacteria que se transmite por ingesta de alimentos contaminados y no de persona a persona.

edición MIÉRCOLES

■ Alerta sobre pepinos españoles causa pérdida de millones de euros

■ Estados Unidos también está investigando los productos españoles

HAMBURGO/ALMERÍA [EL COMERCIO / AGENCIAS]. Las autoridades sanitarias de Alemania admitieron ayer no tener pruebas de que el brote de la bacteria 'Escherichia

coli' enterohemorrágica (EHEC), que ya ha causado 16 muertos y más de mil infectados, se deba a pepinos españoles importados, como había dado a entender hace unos días, lo que causó una crisis en el sector agrícola español.

Las primeras pruebas efectuadas en dos pepinos españoles revelaron la presencia de otra cepa de la bacteria 'E. coli' enterohemorrágica distinta de la que provocó la hospitalización de más de un millar de personas, anunció Cornelia Prüfer-Storcks, consejera de Sanidad de Hamburgo. "La fuente de la intoxicación aún no ha sido identificada", precisó



PERJUICIO. Agricultores de Almería, España, se ven obligados a botar su cosecha de pepinos tras la alerta que lanzó Alemania.

Prüfer-Storcks.

Sin embargo, el anuncio de las autoridades sanitarias alemanas no sirvió para aplacar la indignación de los agricultores y exportadores en España.

Más bien lo contrario. La rectificación hecha por Alemania hizo arreciar las críticas contra quien cinco días antes había señalado que los pepinos procedentes de Almería y Málaga eran responsables de la epidemia, lo que causó la paralización de las exportaciones hortofrutícolas españolas.

Según los cálculos de los productores españoles, la alarma

Análisis:

Diario El Comercio, 1 de junio del 2011, A 16 (Contra carátula), Epidemia de Bacteria

Tipología: Documentales

¿Qué? ¿Quién?=1, ¿Cuándo?= 0, ¿Dónde?= 1, ¿Cómo? ¿Por qué?=1

Información = 3

Asunto clave=1, Familiaridad=0, Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 3

Visible = 1, Si se entiende= 1, Clara= 1, Se aprende = 1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias detalles=1, Dinamismo=0, Creativa = 1

Estética = 2

Abstracción=0, Figuración plana=1, Figuración Perspectiva=0, Fotografía=0

Iconicidad =1

Título =1, fuente = 1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía =3

Síntesis=1, Complementa información=1, Pr. página=0,27, Pr. información=0,16

Funcionalidad = 2,43

Valor general: 65, 85; Calificación= **N**

ELECCIONES PRESIDENCIALES 2011

EDITORIAL DE EL COMERCIO 7/4/2011

Es evidente que aún nos queda mucho por hacer, en lo cual tienen enorme responsabilidad los partidos y, en particular, el Congreso, que no ha podido estar a la altura de su trascendental responsabilidad".

28

congresistas lograron la reelección para el próximo quinquenio. De los 102 restantes, muchos son novatos en tareas legislativas.

a11

Tema del día

EL RETO DEL QUINQUENIO 2011-2016

El gran reto del próximo Congreso será asegurar estabilidad del país

¿Con la elección de Ollanta Humala Tasso a la Presidencia del Perú, qué papel político deberá cumplir el Congreso de la República que se instalará el próximo 27 de julio?

Por el mandato popular expresado en las elecciones de abril pasado, el nuevo Parlamento será igual a los anteriores: ningún grupo político—ni el que estará en el poder ni los que serán de oposición al régimen de turno—tienen los votos suficientes para imponer una agenda legislativa.

Esto significa que para sacar adelante cualquier iniciativa legislativa—y más aun si se pretende una reforma constitucional—se requerirá la participación y la concertación política de más de una bancada parlamentaria.



EN POS DEL CONSENSO. El Congreso que se instalará en los próximos días estará fragmentado porque ningún grupo político tiene mayoría de votos para imponer su agenda.

APOYARÁN EL CRECIMIENTO

Por lo pronto, según el vocero de la bancada parlamentaria de Alianza por el Gran Cambio, Juan Carlos Eguren, dicha facción política apoyará las iniciativas legislativas que, planteadas por Gana Perú en una virtud la Presidencia de la República, estén dirigidas a promover el crecimiento económico, la búsqueda de inversiones y la generación de puestos de trabajo.

EL DATO
22 comisiones deberán instalarse en agosto próximo para dictaminar los proyectos de ley que se aprobarán en el Congreso entre 2011 y 2016.

"Eso sí, desde el Parlamento la Alianza por el Gran Cambio ejercerá un rol fiscalizador y de control político al nuevo gobierno para evitar que incurra en la tentación de prácticas autoritarias que pongan en riesgo nuestra democracia", dijo Eguren.

REANUDAR CONVERSACIONES
El vocero de Perú Posible, Carlos Bruce, dijo a El Comercio que más que nunca y con mayor razón deberán reanudarse—a partir de hoy—las conversaciones con varias de las nuevas bancadas políticas que funcionarán en el próximo Parlamento para construir lo que bien podría denominarse un "bloque democrático de centro".

"Esta coalición de bancadas—puntuado Bruce—ejercerá un rol de oposición responsable y por supuesto a la bancada Fujimori-

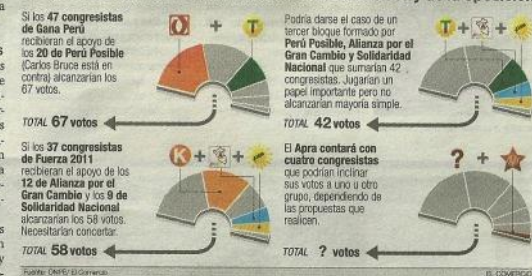
Nueva correlación de fuerzas

El 27 de julio se instalará el nuevo Congreso de la República para los próximos cinco años. Esta vez el Parlamento tendrá 130 miembros.



- Para aprobar cualquier ley orgánica se requiere mayoría calificada (66 votos, la mitad más uno del número legal de congresistas)
- Para aprobar una enmienda constitucional se necesitan 81 votos en el Congreso en dos legislaturas consecutivas o mayoría calificada y referéndum.
- Para nombrar a alguna autoridad de rango constitucional se necesitan 81 votos en el Parlamento.

Posibles movimientos de las bancadas del oficialismo y de la oposición



Alianza por el Gran Cambio apoyará aquello que promueva el crecimiento económico, la inversión y la generación de puestos de trabajo"

JUAN CARLOS EGUREN CONGRESISTA DE ALIADO

"Hoy más que nunca deberán reanudarse las conversaciones para constituir el bloque de centro en el Congreso"

CARLOS BRUCE PERÚ POSIBLE

"Solidaridad Nacional estará alerta y vigilante a cualquier cambio en la Constitución Política"

FABIOLA MORALES CONGRESISTA DE SEN

rista el pueblo le ha asignado que también sea una bancada de oposición. Ahora no es la oposición al estilo antiguo: una oposición obstruccionista, que se dedica a sacar ministros, sino una oposición que evade a sacar las cosas buenas pero que también diga no a las cosas que no son convenientes para el país. Queremos que el Estado funcione de tal manera que el Congreso y el Ejecutivo se pongan de acuerdo para mejorar la vida de los peruanos".

La vocera de Solidaridad Nacional, Fabiola Morales Castillo, aseguró anoche que los nueve legisladores del partido político fundado por Luis Castañeda Lossio sabrán mantenerse alertas a lo que haga el próximo gobierno de Gana Perú.

"Nosotros apoyaremos y estaremos de acuerdo con todas las iniciativas que tienen que ver con el futuro del país y la defensa de las libertades públicas, de empresa, de prensa y de expresión y con el crecimiento del país con equidad. Pero a todo aquello que sea cambiar la Constitución Política del Estado nos oponemos y estaremos vigilantes".

"No hay que esperar que Gana Perú nombre al ministro de Economía o al presidente del Consejo de Ministros. Antes de ello, debemos darnos señales para tranquilizar el mercado interno y externo. Y también debe darnos señales de respeto a las libertades. Es sabido que durante la campaña electoral Gana Perú ha tenido un trato con la prensa bastante duro y creemos que es momento de que dé señales de respeto a las libertades y ofrezca disculpas por esas expresiones", comentó la vocera política de Solidaridad Nacional.

Análisis:

Diario El Comercio, 6 de junio del 2011, A 11, El nuevo congreso

Tipología: Espaciales o de área

¿Qué?=1 ¿Cuándo?=1 ¿Dónde?= 1 ¿Cómo?= 1

Información = 4

Asunto clave=1, Familiaridad= 1 Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano= 0, Gracias, detalles=1, Dinamismo= 0, Creativa=1

Estética = 2

Abstracción=0, Figuración plana=0, Figuración Perspectiva=1, Fotografía=0

Iconicidad = 1

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía = 3

Síntesis=1, Complementa información=1, Pr. página=0,27, Pr. Información=0,22

Funcionalidad = 2,49

Valor general: $66,03 - 10 = 55,03$; Calificación= **S**

PERCEPCIONES DE LA BOLSA DE VALORES

Especulaciones y rumores imperan sobre lo financiero

Factores emotivos y psicológicos allentan la volatilidad de las acciones en la bolsa

Solo el 10% de las empresas listadas en nuestra bolsa tiene movimiento diario

GONZALO GALARZA CEPF

Cuando entró el miedo en la Bolsa de Valores de Lima (BVL), nadie quiere quedarse solo...

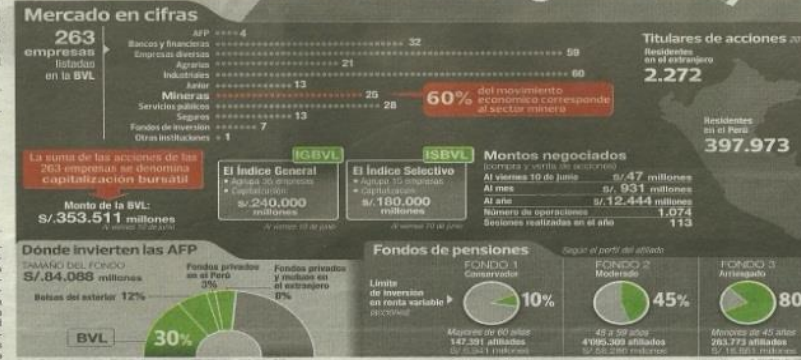
Así se lista una empresa en bolsa y se compran y venden acciones



FRASES "Cuando los pobres protestan toman carreteras, cuando lo hacen los ricos, se cae la Bolsa de Valores de Lima"

El lunes 6, cuando la BVL cayó, obedeció a una lista de incertidumbre del mercado...

LA VISIÓN DEL MERCADO En teoría, cualquier persona natural o jurídica puede invertir en la BVL...



SEPA MAS Las AFP Sus corporaciones son reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros...

El primer lugar se ubica la Bolsa de Valores de Nueva York, que mueve más de mil millones de dólares al día...

El peruano se basa en el dato que le cuestran. Juega en la bolsa como quien va al casino"

La de vez autorizada que hasta una apertura. Así la gente nunca desconfía del todo la lógica del rumor...

Amorcer la BVL cayó 1,4% luego de tres jornadas con ganancias. Los expertos se basan en el dato que le cuestran...

Análisis:

Diario El Comercio, 12 de junio del 2011, A6, Bolsa de Valores

Tipología: Documentales

¿Qué?=1 ¿Cuándo?=1 ¿Dónde?=1 ¿Cómo?= 1

Información = 4

Asunto clave=1, Familiaridad=1 Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias, detalles=1, Dinamismo=1, Creativa=1

Estética = 3

Abstracción= 0, Figuración plana=0, Figuración Perspectiva=1, Fotografía=0

Iconicidad = 1

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía = 3

Síntesis=1, Complementa información=1, Pr. página= 0,26, Pr. Información= 0,39

Funcionalidad = 2,65

Valor general: $66,60 - 10 = 56,60$; Calificación= **S**

→ TUBERCULOSIS: UNA EPIDEMIA URBANA →

Cepa de TBC resistente a los antibióticos amenaza Lima

El 89% de casos con TBC extremadamente resistente está en la capital peruana

No existen fármacos para su tratamiento y los pacientes ya suman 340

NELLY LUNA AMANCIO
nluna@comercio.com.pe

Un módulo prefabricado puede ser un lujo en medio de la precariedad al pie de un cerro en Collique, Comas. Hace más de un año Asunción Cayda vive en esa casita ventilada de madera junto con su pareja y Sargento, su perro de cinco meses; desde que le diagnosticaron una agresiva forma de tuberculosis resistente a los antibióticos. Había llegado al hospital por un cuadro de diabetes y le encontraron esta enfermedad. Desde entonces vive allí, protegiéndose la boca cada vez que tose, aferrada a unas muletas por una fractura no curada del pie izquierdo, pero optimista. "Hay que enfrentar la enfermedad, no sirve derribarse".

En el Perú, el caso de Asunción Cayda es apenas uno de los 1.708 de TBC con resistencia a los dos

Tuberculosis se concentra en Lima

Casos de tuberculosis extremadamente resistentes (XDR) 1999-2010

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Total
Total Lima	1	5	7	4	7	12	16	23	47	65	51	38	26	304
Total por país	--	--	--	1	1	--	1	2	5	5	12	12	--	37
TOTAL	1	5	7	5	8	12	17	25	52	70	63	50	26	341

Se puede contraer tuberculosis pulmonar mediante inhalación de gotitas infectadas provenientes de la tos o estornudos de una persona infectada

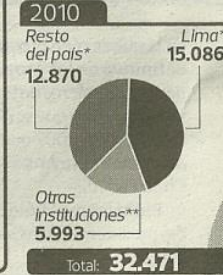
TIPOS DE TUBERCULOSIS

TB simple: Se administran 4 antibióticos por vía oral durante medio año.

TB MDR: Multidrogorresistente. Esta cepa es resistente a los 2 principales antibióticos: rifampicina e isoniazida.

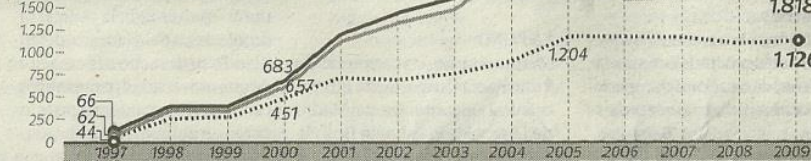
TB XDR: Extremadamente resistente. No le afectan los principales medicamentos para la TB simple y MDR. No hay mucha variedad de remedios eficaces.

Casos de tuberculosis (Simple, MDR, XDR)



Casos aprobados ingresados (MDR)

Numero de casos
● Casos con tratamiento para tuberculosis MDR
● Casos que recibieron retratamiento
● Casos comprobados de tuberculosis MDR



Fuente: Estrategia Sanitaria Nacional de Tuberculosis - Ministerio de Salud

EL COMERCIO

principales antibióticos usados contra esta enfermedad: se llama multidrogorresistente (MDR).

Hay otro tipo de TBC que ha avanzado silenciosamente en el ámbito urbano: una cepa potente a la que no le afecta ningún antibiótico: la XDR, extremadamente resistente. En 1999 se registró el primer caso, hoy ya suman 341. La cifra de la TBC simple alcanza los 32.471 pacientes, pero parece controlada y se cura en casi el 90% de los casos.

EFICACIA Y TRATAMIENTOS

La lucha contra la tuberculosis en el Perú ha sido reconocida internacionalmente, pero los últimos años dos nuevos tipos de tuberculosis aparecieron y comenzaron a extenderse. Somos el primer país en el continente en número de casos XDR. Y es Lima la ciudad con más acceso a servicios de salud y a las bondades del despegue económico, la que —paradójicamente— concentra el 89% de casos XDR y el 80% de los MDR.

El coordinador de la estrategia de lucha contra la tuberculosis del Ministerio de Salud y uno de los médicos que más ha estudiado esta enfermedad, Oswaldo Jave, reconoce que la tuberculosis en el país no está disminuyendo a la velocidad que recomienda la Organización Mundial de la Salud: "Los casos de TBC simple se reducen en 2,6% cada año, lo ideal sería que lo haga en 6%".

Una persona sana puede contagiarse de la TBC del tipo XDR sin siquiera haber tenido antes otra de las variedades menos agresivas de esta enfermedad. Un enfermo sin tratamiento puede contagiar a 15 personas en un año. Cada 3 o 4 horas alguien enferma de TBC en el Perú.

"Para una TBC simple la eficacia del tratamiento alcanza el

"Un enfermo de TBC sin tratamiento puede contagiar a unas 15 personas en un año"

99,5%, pero muchos pacientes lo abandonan, es por eso que nuestra tasa de curación llega al 89%", explica Jave. Los que más abandonan el tratamiento son los MDR y XDR. Mariana, la primera paciente XDR diagnosticada y curada en el Perú (su recuperación fue casi un milagro médico), recuerda que los medicamentos le producían dolores de estómago, mareos, náuseas y depresión.

Si para enfrentar una tuberculosis simple se requieren cuatro antibióticos diarios durante medio año y para una MDR por lo menos 7 antibióticos y un inyectable al día durante más de doce meses, los pacientes XDR deben

Análisis:

Diario El Comercio, 19 de junio del 2011, A 22, Tuberculosis.

Tipología: Espaciales o de área

¿Qué?=1 ¿Cuándo?=1 ¿Dónde?=1 ¿Cómo?= 1

Información = 4

Asunto clave=1, Familiaridad=1, Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias, detalles=1, Dinamismo=0, Creativa=1

Estética= 2

Abstracción=0, Figuración plana=1, Figuración Perspectiva= 0, Fotografía=0

Iconicidad = 1

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía= 3

Síntesis=1, Complementa información=1, Pr. página=0,22, Pr. Información=0,12

Funcionalidad = 2,32

Valor general: $69 - 10 = 59$; Calificación= **S**

Economía

→ PASIÓN POR EL FÚTBOL

Los gastos por la Copa América

Entre los productos que más se compran están las camisetas y los televisores

La demanda de paquetes turísticos hacia Argentina se incrementó 30%

CLAUDIO PARRA CARLOS HURTADO DE MENDOZA

Puede ser que en los últimos años nuestra selección de fútbol no acostumbre dar alegrías, pero tal circunstancia no puede ser motivo para que la pasión de los peruanos por el deporte -y su correspondiente gasto- cada vez que hay Copa América -se reduzca. Siempre hay dinero para el fútbol. Eso lo saben bien las empresas.

PASIÓN POR EL CONSUMO
Fernando Caballero, vicepresidente de la agencia Grey, comenta que la pasión por el fútbol que siente el argentino incentiva a las compañías a lanzar productos publicitarios y promociones atractivas, reduciendo sus costos por un menor costo de promoción. En las campañas de marketing se promocionan productos como la televisión por satélite o los televisores.

Más allá de que estos contratos se han duplicado desde hace un tiempo, el costo -que posee los derechos de transmisión- tiene en su lista de anunciantes a 10 empresas de distintos rubros, entre las cuales están cementos y bancos.

Más allá de que estos contratos se han duplicado desde hace un tiempo, el costo -que posee los derechos de transmisión- tiene en su lista de anunciantes a 10 empresas de distintos rubros, entre las cuales están cementos y bancos.

Esta empresa que suele apostar por esta disciplina es Coca-Cola, Miguel

LA VERSIÓN PERUANA
Las cifras que nos dejó Perú 2004

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

US\$1.8 MIL LONES
deje en utilidades la Copa América 2004 a la empresa peruana. Este monto se repartió entre los jugadores de Colombia 2001 y Uruguay 1995.

México, gerente de Bebidas Gaseosas de la Región Trossandina de la compañía, indica que en la segunda semana de junio lanzó una campaña de apoyo a nuestra selección.

Según Mértiz, celebraciones como esta tienen un impacto positivo en el consumo, sobre todo en el de empaques familiares, debido a que el fútbol es una pasión que se vive en grupo.

La pasión también le beneficia a las empresas de marcas deportivas. Andrés Vargas, gerente de

Para esta temporada lanzamos un nuevo modelo del zapato de fútbol 'edgpower predator' y de las camisetas de las selecciones de los cinco países que vienen: Argentina, Colombia, Paraguay, México y Venezuela.

«Los resultados de las selecciones durante el torneo se reflejan directamente en la venta de camisetas», señala el ejecutivo.

Pero que por sí mismas las ventas en el rubro crezcan. José

Vargas Prada, gerente de la Línea de Fútbol de Saga Falabella, señala que ya han vendido 250 camisetas peruanas (de las tres versiones) y 120 de otros países como Argentina y Brasil. Estas prendas cuestan entre \$7,150 y \$7,250, respectivamente. Las cifras son «para el electivo» -un motivo de alegría dado el alto índice de informalidad que hay en el país.

Pero los peruanos no solo estamos gastando más en camisetas, sino también en tecnología. José Luis Ferrer, gerente de Audio y Video de Saga Falabella, indica que torneos como este son la excusa perfecta para cambiar los televisores. Por ello, prevé que este año tendrá un incremento de entre 15% y 20% en ventas, frente a julio del 2010.

PARA VIAJEROS
Claro, más cosa es vivir la copa desde casa y otra set parte de su fiesta. Claudia Ali, directora de la mayoría de Nueva, comenta que la demanda por paquetes turísticos a la tierra de Maradona se ha incrementado 30% durante los últimos dos meses, pese a las elecciones presidenciales, y que una circunstancia podría extenderse hasta el inicio de los juegos. Naturalmente, la situación ha causado un encarecimiento de los vuelos. «Esos que ven con el precio de las aerolíneas, sobre todo. Hay un reajuste entre US\$300 y US\$1,200, pero a medida que pasan los días continúa más», advierte. Con respecto

El movimiento económico



Desde el Perú
Un paquete turístico con servicios turísticos argentinos cuesta desde

US\$400
Los ingresos a los miembros del comité de la Copa América

US\$1.300
La demanda de circuitos argentinos por la Copa América creció un

US\$785
Un paquete turístico con servicios turísticos argentinos cuesta desde

US\$1.300
La demanda de circuitos argentinos por la Copa América creció un

30%
La demanda de circuitos argentinos por la Copa América creció un

COPA AMÉRICA 2011

¿PULGA?
El jugador que comenzó el año 2010 con un promedio de 10 goles por partido. Por el momento, Messi es el jugador argentino con más goles en la historia de la selección.

“Forbes”
El jugador argentino con el mejor ranking de los deportistas mejor pagados del mundo. Además de Messi, han alcanzado ese estatus Ronaldinho y Kaká.

Ícono
El jugador argentino más exitoso de todos los tiempos. Hasta el momento, el jugador argentino más exitoso es Diego Maradona.

EL RICO BRASIL
La selección brasileña es la más exitosa de la historia de la Copa América.

US\$14 millones
El jugador argentino con el mejor ranking de los deportistas mejor pagados del mundo.

EL EXPERTO
El jugador argentino con el mejor ranking de los deportistas mejor pagados del mundo.

¡VENGANZA!
El jugador argentino con el mejor ranking de los deportistas mejor pagados del mundo.

a25

Análisis:

Diario El Comercio, 19 de junio del 2011, A 25, Gastos de la copa América.

Tipología: Características Fundamentales

¿Qué?=1 ¿Cuándo?=0 ¿Dónde?=1 ¿Cómo?= 1

Información = 3

Asunto clave=1, Familiaridad=1, Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias, detalles=1, Dinamismo=0, Creativa=1

Estética = 2

Abstracción= 0, Figuración plana=1, Figuración Perspectiva=0, Fotografía=1

Iconicidad = 2

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía = 3

Síntesis=1, Complementa información=1, Pr. página=0,26, Pr. Información=0,11

Funcionalidad= 2,37

Valor general: $72,75 - 10 = 62.75$; Calificación= **N**

EL GASTO OCULTO EN ELECTRICIDAD: SU MEDIDOR LO REGISTRA CADA MES Y USTED NI SE DA CUENTA

Cómo ahorrar energía con los electrodomésticos

Atrapados por la tecnología de consumo

La tecnología, como la lava, parece modernizarnos en cada nuevo modelo. La de las oportunidades que ofrece. Pero, sin embargo, una cara oculta, el costo económico y ambiental, del que debemos ser conscientes para hacer que la tecnología no sea solo un bien, sino también sostenible.

Consumo mensual

Foco incandescente de 100 watts
Tiene potencia de 100 W y consume 1.000 kWh al año.
Su costo: 0,31 céntimos por kWh más IVA.

Foco ahorrador de 20 watts
Tiene potencia de 20 W y consume 200 kWh al año.
Su costo: 0,31 céntimos por kWh más IVA.

Un cargador de celular
Usualmente consume de 50 a 100 W. Tarda unos 200 horas para cargar un celular.
Su costo: 0,31 céntimos por kWh más IVA.

Un televisor o monitor
Consumen electricidad entre 50 y 100 W, al menos por hora.
Su costo: 0,31 céntimos por kWh más IVA.

El motor de las refrigeradoras funciona solo cuando requieren mantener la temperatura seleccionada.

Los pequeños electrodomésticos que producen calor, como la estufa de gas, son los que consumen más energía.

El consumo de energía se mide en kilowatts y su precio promedio es de 0,31 céntimos el kWh (kilowatts hora) más IVA.

Tipos de televisores

Televisor LCD
Ap. eficiente de energía.
• Proteja el ambiente.
• Tiene un periodo de vida útil de 50 a 60 mil horas (un período de 27 años a una hora de encendido diario).
• Usan mercurio en su proceso de manufactura.
• Su panel se enfría por gases a través de tubos de vidrio fino.

Televisor plasma
Ap. eficiente de energía.
• Su panel se ilumina mediante corriente eléctrica.
• Consumo 30% más de electricidad que un LCD.
• Tiene un periodo de vida útil de 25 a 30 mil horas (un período de 13 años a una hora de encendido diario).
• Sufre el efecto quemado en su pantalla.

Televisor LED
Ap. eficiente de energía.
• Es la tecnología más eficiente.
• Consumo 40% menos que un LCD.
• No utiliza mercurio, pero sí mercurio de sus tubos.
• Su iluminación procede de diodos emisores de luz.

Juan Carlos Cuadros Guedes
Periodista

El uso adecuado y responsable de los electrodomésticos puede ayudar a ahorrar energía, de paso, contribuyendo a reducir el impacto ambiental. En general, los aparatos que utilizan tecnologías más modernas, como los de clase eficiente, en general, consumen menos energía. Ya sea que sea un microondas, un televisor o una estufa.

Por ello, al comprar un electrodoméstico, sígase una serie de reglas energéticas. Las clasificadas con eficiencia energética A ahorran hasta un 10% de energía respecto a las de clase C. En el caso de un consumidor de una familia media durante nueve meses. Para el medio ambiente supone hasta una reducción de emisiones de CO₂ a la atmósfera.

Acortar con la máxima eficiencia el uso de los electrodomésticos es un desafío. En el caso de la lavadora, tenga en cuenta la capacidad de lavado y el tipo de ciclo que utiliza. En el caso de la estufa, asegúrese de utilizar la capacidad de cocción por litro de agua. Según el estudio realizado por la Dirección de Eficiencia Energética y Ambiental, el uso de electrodomésticos con mayor eficiencia energética puede ahorrar hasta 1.335.000 millones de pesos al año en el consumo de electricidad. Nada más.

Consumo oculto de electricidad

Consumo eléctrico anual (kWh)	Gasto en pesos sin IVA
Televisor de plasma	1.454 \$/4.907,41
PC	311 \$/96,41
Consola de video juegos	2.339 \$/72,51
Laptop	1.445 \$/44,80
Impresora láser	113 \$/35,03
Fax	92 \$/28,52
Reproductor DVD	78,8 \$/24,43
Microwaves	38 \$/10,85
Radio inalámbrica	28,9 \$/8,96
Monitor LCD	22,8 \$/7,07
Radio	13,1 \$/4,06
Cable de datos recargable	12,1 \$/3,75

IMPACTO ENERGÉTICO

En una consulta al consumidor realizada por De Insa del Comandante a unas cincuenta personas, en las afueras del Centro Comercial Bichy Plaza, entre el lunes y miércoles de esta semana, se le preguntó a los consumidores que, más allá de la eficiencia energética, la mayoría respondió que la tecnología, los costos, el precio y el espacio ocupado eran los factores más importantes a considerar al comprar un electrodoméstico.

RECOMENDACIONES

- 1 Para reducir los costos, considere comprar electrodomésticos con mayor eficiencia energética y menor consumo de energía. En el caso de la lavadora, asegúrese de utilizar la capacidad de lavado por litro de agua.
- 2 Lea con detenimiento las etiquetas de eficiencia energética de los electrodomésticos.
- 3 Revise las instalaciones eléctricas de su hogar para evitar posibles fugas.

DEL CONSULTOR

Más información menos gasto

Los consumidores no son del todo conscientes de cuánto energía utilizan los electrodomésticos que compran. Y es un hecho que, en general, los electrodomésticos que compran son los que consumen más energía. Por eso, al comprar un electrodoméstico, sígase una serie de reglas energéticas. Las clasificadas con eficiencia energética A ahorran hasta un 10% de energía respecto a las de clase C. En el caso de un consumidor de una familia media durante nueve meses. Para el medio ambiente supone hasta una reducción de emisiones de CO₂ a la atmósfera.

RECOMENDACIONES

- 1 Para reducir los costos, considere comprar electrodomésticos con mayor eficiencia energética y menor consumo de energía. En el caso de la lavadora, asegúrese de utilizar la capacidad de lavado por litro de agua.
- 2 Lea con detenimiento las etiquetas de eficiencia energética de los electrodomésticos.
- 3 Revise las instalaciones eléctricas de su hogar para evitar posibles fugas.

Análisis:

Diario El Comercio, 26 de junio del 2011, A 14, Ahorro Energía

Tipología: Documentales

¿Qué?=1 ¿Cuándo?=1 ¿Dónde?=1 ¿Cómo?=1

Información = 4

Asunto clave=1, Familiaridad=1 Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias, detalles=1, Dinamismo=0, Creativa=1

Estética = 2

Abstracción=0, Figuración plana=0, Figuración Perspectiva=1, Fotografía=0

Iconicidad= 2

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía = 3

Síntesis=1 Complementa información =1, Pr. página=0.22, Pr. Información= 0,48

Funcionalidad = 2,7

Valor general: $77,5 - 10 = 67.5$; Calificación= **N**

DÍA MUNDIAL DE LA LUCHA CONTRA LAS DROGAS

Marihuana y fármacos entre los más consumidos

Estudio de Cedro revela la problemática de la adicción femenina

Casi el 70% de medicinas no son recetadas por un especialista

MARISOL GRAU
mpg@comercio.com.pe

"Empecé a usar tranquilizantes luego de que mi pareja me dejara. Una amiga me recomendó para que me ayudara a dormir y a levantar mi estado de ánimo", cuenta María (40), quien utilizó fármacos durante 10 años. Ella llegó a tomar hasta un 'blistér' completo de pastillas al día, el cuerpo la pesaba.

Actualmente, se calcula que existen 1,5 millones de drogodependientes en el país, de los cuales unos 150 mil son mujeres. La adicción femenina es una realidad en el Perú y, sin embargo, aún se trata como un tema tabú y poco importante. No hay muchos programas de tratamiento especializados para ellas.

En el Día Mundial de la Lucha contra el Uso Indebido y el Tráfico Ilícito de Drogas, El Comercio presenta en exclusiva un estudio de Cedro realizado a partir de

"Presiones sociales como la maternidad y los estereotipos en un país machista como el nuestro hacen que la adicción femenina pase desapercibida"

encuestas, entre el 2008 y el 2010. Aquí una muestra de la realidad local sobre la drogadicción en mujeres.

"TRANQUILIDAD RECETADA"
"Confiantemente al sexo masculino, hay una tendencia femenina al consumo de drogas licitas", señala Milton Rojas, encargado del informe. Después de la marihuana, el alcohol y los medicamentos son los más utilizados.

Según el especialista de Cedro, existen investigaciones que revelan una predisposición por parte de los médicos varones a recetar fármacos a sus pacientes. Aunque en el estudio se observa que el 40% de médicos reconoce haberse automedicado, otro 29% dice haberlo hecho por consejo de amistades o de familiares. Lo alarmante es que adquieren las

PRECISIONES
Las diferencias de género si importan

MARYANN ELBERTH
"Desde los años 70, el interés por las diferencias de género ha llevado a nuevas perspectivas. Hoy se reconoce que las diferencias biopsicosociales entre hombres y mujeres influyen en la prevalencia, presentación, comorbilidad y principio de tratamiento. El ingreso de las mujeres a la adicción es diferente al de los hombres y su camino hacia la recuperación también".

Maryann Elberth es doctorada en Programas de Bienestar Social por la Universidad Adelphi. Dirige el Centro de recuperación de adicciones Gateway Hudson Valley Family Health Center de Newburgh, N.Y.

medicinas sin inconvenientes en las farmacias.
Este fenómeno se le denomina la tranquilidad recetada. Rojas advierte que, por lo general, las mujeres suelen presentar con mayor frecuencia enfermedades relacionadas con la salud mental. Los cuadros de depresión, ansiedad y baja autoestima son los motivos que usualmente las llevan a consumir. Esto, sumado a presiones sociales como la maternidad y los estereotipos, hace que en un país todavía machista como el nuestro la adicción femenina pase casi desapercibida.

MÁS ALLÁ DE LO EVIDENTE
Andrea tiene 29 años y hoy lucha contra su adicción a la cocaína. Una batalla silenciosa que libra consigo misma a diario, desde el 2009. "Quiero salir adelante, pero no es fácil. Siempre queda la tentación", admite. Hace un mes tuvo una recaída. Y si bien ha pedido no revelar su identidad en esta nota, quiere compartir su historia, pues sabe bien que la mejor arma para combatir las drogas es la prevención.

Andrea recuerda que la primera vez que probó cocaína fue con una amiga, a los 19 años. "Fui a un baile por un mes de fiestas y luego sola, en mi cuarto, durante 4 o 5 horas", confiesa. Por lo general, el primer contacto con las drogas en mujeres se da por medio de personas cercanas, tales como los amigos o la pareja.

Además, llaman la atención de los consumidores. Así, por ejemplo, encontramos que más del 30% tiene un trabajo licito, la mayoría la cuenta con secundaria completa o ensayos superiores y no existen antecedentes de adicción en los países.
Por otro lado, la edad de inicio, comienza más temprana, ya sea en la adolescencia o en la juventud. Solo con el tabaco, el alcohol y los inhalantes empiezan entre los 13 y 14 años. El caso de Sandra (19) demuestra a las mujeres la importancia de estar atentas: "Siempre he sido una persona muy sensible. Hubo una época en que me sentí muy triste y comencé a drogarme con una lata de té que me traía a casa. Cuando lo hice todos los días, durante una semana, me asusté y busqué ayuda".

DEBILIDADES DEL SISTEMA
La adicción lleva a las mujeres a la prostitución, enfermedades, delincuencia, comercialización y tráfico de drogas. Por ello, es preciso tratar este problema de manera responsable e integral. No obstante, Carmen Medina, directora adjunta de Cedro, recalca: "En el Estado [en

el centro médico] solo existen 700 camas para dependientes varones y ninguna para mujeres". En ese sentido, los tratamientos son solo ambulatorios, salvo en algunas instituciones privadas.
Al respecto, Manuel Escalante, coordinador nacional de la Estrategia Nacional de Salud Mental y Cultura de Paz del Ministerio de Salud, sostiene: "No hay pabellones especializados para el sexo femenino, tampoco una cantidad suficiente de psiquiatras y psicólogos en el país". En vista de ello, señala que el labor ha sido fortalecer la prevención.

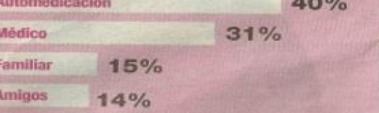
Estas limitaciones no facilitan la recuperación de las madres adictas, especialmente porque no tienen dónde dejar a sus hijos, incluso terminan abandonándolos.

Asimismo, debemos entender que mientras con el hombre el funcionario la confrontación como tratamiento, la mujer consumidora es más frágil y vulnerable, por lo que necesita más apoyo. Este es el momento de comenzar a diseñarlo.

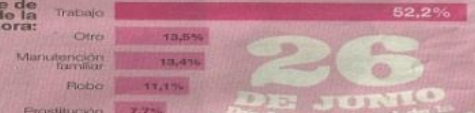
Drogas de mayor consumo en mujeres



PERSONA QUE LE RECOMENDÓ EL MEDICAMENTO



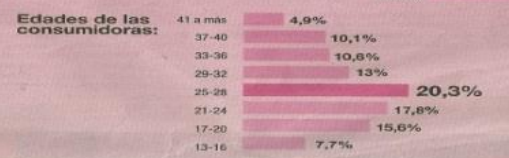
Fuente de ingresos de la consumidora



Motivaciones para el inicio del consumo



Ocupación actual



55,07% de los casos se inició por influencia de las amistades.
21% de los casos se inició por influencia del enamorado, conviviente o esposo.

Análisis:

Diario El Comercio, 26 de junio del 2011, A 8, Día Mundial de la lucha contra las drogas.

Tipología: Espaciales o de área

¿Qué?=1 ¿Cuándo?=1 ¿Dónde?= 1 ¿Cómo?=1

Información = 4

Asunto clave=1, Familiaridad=1, Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias, detalles=1, Dinamismo=0, Creativa=1

Estética = 2

Abstracción=0, Figuración plana=1, Figuración Perspectiva=0, Fotografía=0

Iconicidad= 2

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía = 3

Síntesis=1, Complementa información=1, Pr. página=0,22, Pr. Información=0,66

Funcionalidad = 2,88

Valor general: 63,85; Calificación= **N**

Metropolitana

Continúan oleajes anómalos

Hasta hoy la costa limeña se verá afectada por un oleaje anómalo entre fuerte y moderado, según informó la Dirección de Hidrografía.

Áreas para fumadores

Por disposición municipal, los locales de Jesús María que aún no están englobados de fumadores serán multados con S/7.200.

BALANCE DE LOS SEIS MESES DE GESTIÓN EDUJICA

Una gestión que aún no despega

■ Primaron anuncios, acuerdos y planes de inversión. Se usó el 30% del presupuesto

■ Se amplió servicio del Metropolitano. En seguridad se espera más resultados

ELIZABETH ALABR VEGA

La primera mitad del 2011 llegó a fin y se cerró la gestión municipal de la Alcaldía de Lima. Se usó el 30% del presupuesto para las actividades que se venían realizando, primaron los anuncios, acuerdos y planes de inversión. En seguridad se espera más resultados.

En el primer semestre se está dando cobro de deudas, temas de cuentas y proyectos en curso. De los S/1.384 millones que tiene el presupuesto se han gastado S/400 millones a la fecha.

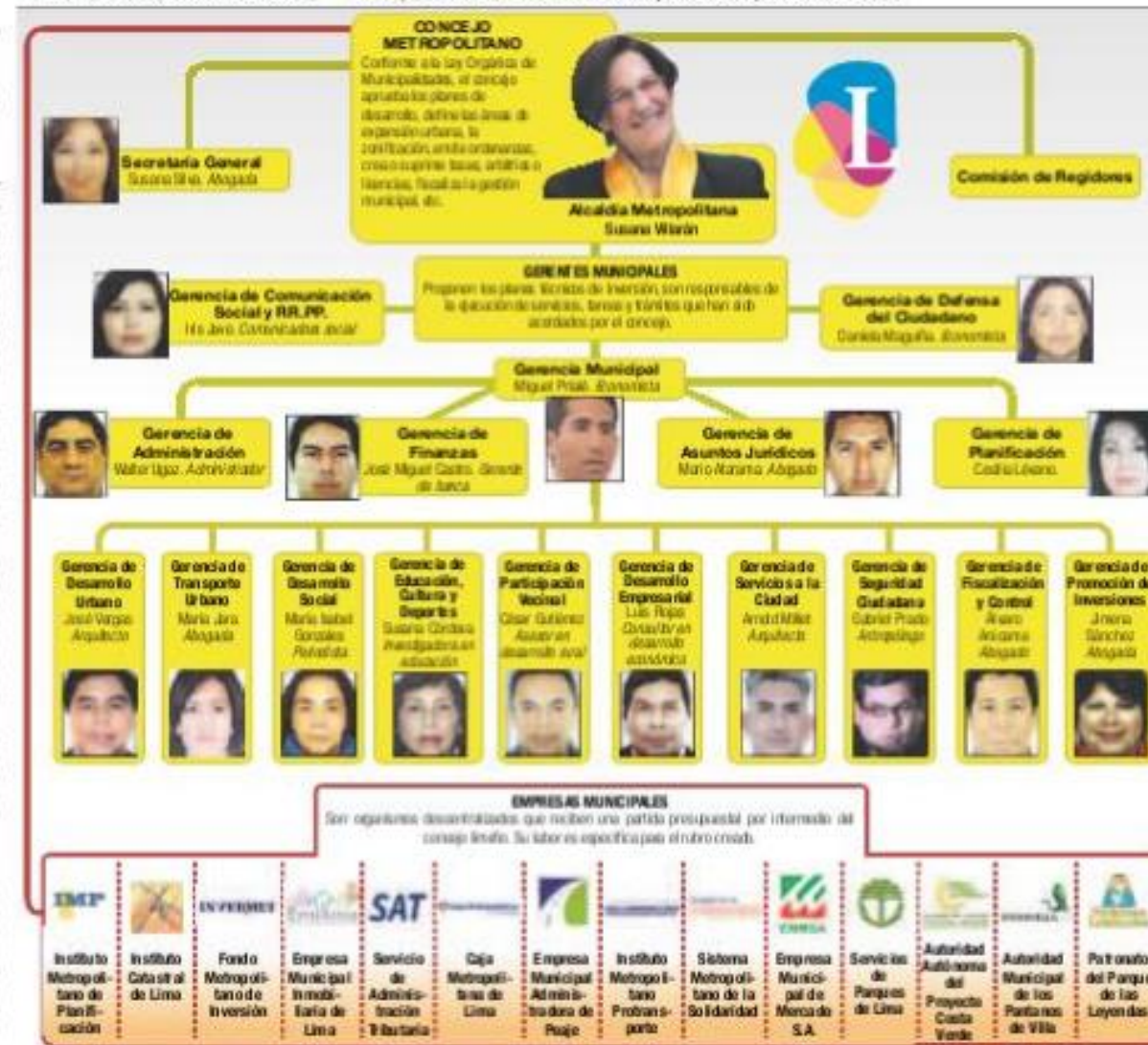
Miguel Práez, economista y miembro de la Gerencia Municipal y después de la Alcaldía de Lima, es quien maneja las 14 gerencias y 44 subgerencias. De estas oficinas y de las 13 empresas municipales se espera un ingreso de S/1.384 millones.

El consejo metropolitano, integrado por 39 regidores y la alcaldesa, es el máximo ente en la toma de decisiones. Pero depende de las propuestas que emiten las gerencias.

TRANSTOY METROPOLITANO
Las mejoras en el sistema de transporte se venían realizando desde la gestión de la Alcaldía de Lima. Se usó el 30% del presupuesto para las actividades que se venían realizando, primaron los anuncios, acuerdos y planes de inversión. En seguridad se espera más resultados.

Lima les exige resultados

Tras un primer semestre dedicado sobre todo a planificar y establecer alianzas, las gerencias y empresas de la Municipalidad de Lima enfrentan el reto de responder a las expectativas de la ciudad.



Análisis:

Diario El Comercio, 27 de junio del 2011, A 2, Gestión Limeña.

Tipología: Documentales

¿Qué?=1 ¿Cuándo?=1 ¿Dónde?=1 ¿Cómo?=1

Información = 4

Asunto clave=1, Familiaridad=1, Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias, detalles=1, Dinamismo=0, Creativa=1

Estética= 2

Abstracción=0, Figuración plana=0, Figuración Perspectiva=1, Fotografía=1

Iconicidad= 2

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía= 3

Síntesis=0, Complementa información=1, Pr. página=0,22, Pr. Información=0,75

Funcionalidad = 1,97

Valor general: 53,46; Calificación= **S**

Temadeldía

¿Por qué se fue de Fuerza 2011?

El 14 de abril del 2010, Renzo Reggiardo renunció a la bancada de Fuerza 2011 porque no se adaptó a la realidad uruguaya. Eduardo Obispo Silva se trasladó a Lima por Cambio90.

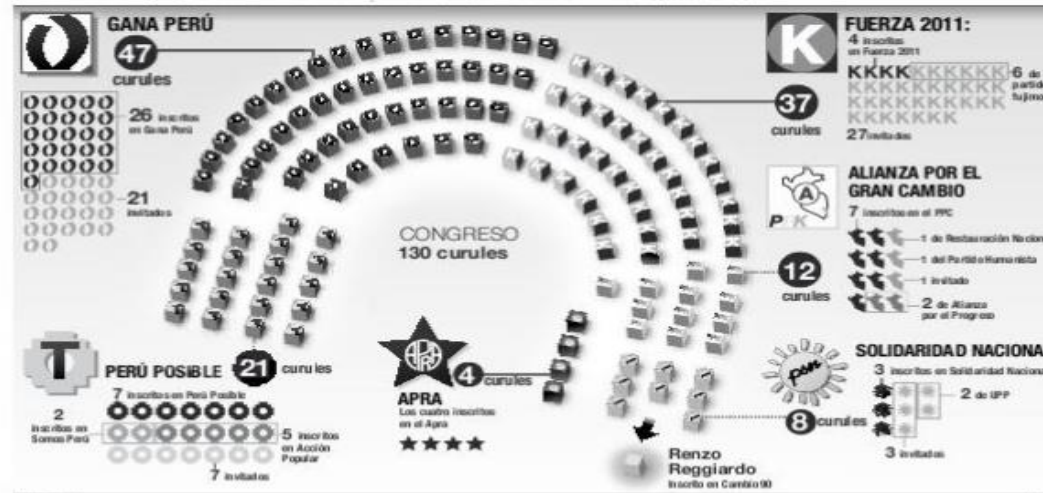


SE FUE UN CONGRESISTA POCO 'SOLIDARIO'

La primera grieta del Congreso

¿Cuántos y quiénes son?

Aún no juran los 130 integrantes del nuevo Congreso y ya uno abandonó la bancada gracias a la cual fue elegido. Esta dimisión abre la ventana para que otros militantes retiren de su grupo o sea de origen.



Renzo Reggiardo renunció a bancada de Solidaridad Nacional

■ Él y otros 58 congresistas electos solo son invitados de los partidos políticos.

¿Qué es transfugismo?

Según la Real Academia de la Lengua, el transfugismo es el acto de abandonar un partido político para afiliarse a otro. En el caso de los congresistas, esto puede ocurrir cuando un legislador electo abandona la bancada de su partido para unirse a otra o incluso para no afiliarse a ninguna.

¿Por qué se fue Reggiardo?

Según el propio Reggiardo, él se fue de la bancada de Solidaridad Nacional porque no se adaptó a la realidad uruguaya. Él había sido invitado a la bancada por el partido Perú Posible, pero al jurar el Congreso, se dio cuenta de que la bancada estaba formada por una mezcla de invitados de varios partidos, lo que le pareció poco "solidario".



Medina: "Hay gran volatilidad electoral"

Para el secretario general de la agrupación política, el transfugismo es una realidad que se repite con frecuencia. Medina afirma que esto se debe a la alta volatilidad electoral en el país, donde los partidos políticos a menudo pierden o ganan escaños de manera repentina.

¿Qué es el transfugismo?

Según la Real Academia de la Lengua, el transfugismo es el acto de abandonar un partido político para afiliarse a otro. En el caso de los congresistas, esto puede ocurrir cuando un legislador electo abandona la bancada de su partido para unirse a otra o incluso para no afiliarse a ninguna.



Sardon: "Se vive el riesgo cada 5 años"

Para el presidente del grupo parlamentario de la bancada de Fuerza 2011, el transfugismo es un riesgo constante. Sardon afirma que los congresistas deben estar preparados para cambios de bancada que pueden ocurrir cada cinco años.

¿Qué es el transfugismo?

Según la Real Academia de la Lengua, el transfugismo es el acto de abandonar un partido político para afiliarse a otro. En el caso de los congresistas, esto puede ocurrir cuando un legislador electo abandona la bancada de su partido para unirse a otra o incluso para no afiliarse a ninguna.



¿Transfugismo? ¿Me ponen por así?

El transfugismo es un acto de abandonar un partido político para afiliarse a otro. En el caso de los congresistas, esto puede ocurrir cuando un legislador electo abandona la bancada de su partido para unirse a otra o incluso para no afiliarse a ninguna.

¿Qué es el transfugismo?

Según la Real Academia de la Lengua, el transfugismo es el acto de abandonar un partido político para afiliarse a otro. En el caso de los congresistas, esto puede ocurrir cuando un legislador electo abandona la bancada de su partido para unirse a otra o incluso para no afiliarse a ninguna.



Entre opositistas y nacionalistas

El transfugismo es un acto de abandonar un partido político para afiliarse a otro. En el caso de los congresistas, esto puede ocurrir cuando un legislador electo abandona la bancada de su partido para unirse a otra o incluso para no afiliarse a ninguna.

¿Qué es el transfugismo?

Según la Real Academia de la Lengua, el transfugismo es el acto de abandonar un partido político para afiliarse a otro. En el caso de los congresistas, esto puede ocurrir cuando un legislador electo abandona la bancada de su partido para unirse a otra o incluso para no afiliarse a ninguna.

Análisis:

Diario El Comercio, 30 de junio del 2011, A 2, El Congreso.

Tipología: Espaciales o de área

¿Qué?=1 ¿Cuándo?=1 ¿Dónde?=1 ¿Cómo?=1

Información = 4

Asunto clave=1, Familiaridad=1, Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias, detalles=1, Dinamismo=0, Creativa=1

Estética= 2

Abstracción=0, Figuración plana=0, Figuración Perspectiva=1, Fotografía=0

Iconicidad= 1

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía= 3

Síntesis=1, Complementa información=1, Pr. página=0.22, Pr. Información=0,72

Funcionalidad =2,94

Valor general: 71,21 -10=61.21; Calificación= **N**

“La valoración de las infografías se realiza visualizando, enjuiciando y anotando el bit en el registro de la base de datos; la cual tiene una función aditiva en uno de los campos, que permite coleccionar el valor conjunto, y mediante un simple tratamiento matemático obtener el valor centesimal de cada análisis infográfico. Con respecto a la calificación se consideran Inaceptables (I), regulares (R), suficientes (S), notables (N) y excelentes (E); según el valor que obtenga la infografía analizada”. (Valero, 2001, pp. 187-188)

Según el análisis realizado a las infografías del diario El Comercio de Lima en el mes de junio, utilizando el cuadro de análisis de José Valero (2001), se puede observar que el periódico publica infografías que se encuentran dentro de las calificaciones: suficiente y notable. Por ello, se puede decir que sus infografías periodísticas están dentro de un rango aceptable y por tanto brindan información de buena calidad a sus lectores.

Sin embargo, cabe resaltar que la calificación “suficiente” refleja que las infografías de este diario no siempre son asertivas en las diversas características que debe tener una infografía. Por ello, hay algunos aspectos que pueden ser modificados, a fin de maximizar el recurso infográfico dentro del diario; para que así pueda desempeñar la función de síntesis y complemento, que ayudarán a atraer de manera más rápida la atención del lector.

4.2.2 La República

La República es otro de los principales diarios a nivel nacional y regional, que también utiliza infografías para poder ampliar la información de sus noticias, por eso se tomó como referencia en esta investigación.



Dos de cada 10 personas sufren algún trastorno mental, de ellos, menos del 5% acude a centros psiquiátricos especializados, debido a desinterés y subestimación de los síntomas.



Aseo bucal

La mayoría de niños de 9 años de edad de Lima y Callao presenta una deficiente higiene bucodental e inflamación de encías, según el Minsa.

DAÑO. HAY MÁS DE 1800 INFECTADOS EN EUROPA Y UNOS 18 MUERTOS

PELIGRO POR E. COLI

La bacteria ASESINA

La OMS dice que se trata de un problema a nivel global y expertos creen que la fuente de contagio está en Alemania. Sin embargo, esta cepa es una vieja conocida en América Latina.

Agencias e Internet. ¿Peligro a la vista? Un fuerte brote de la cepa *Escherichia coli* o también llamada *E. coli* ha puesto en alarma a toda Europa con más de 1800 casos de contagio y unas 18 muertes.

Los científicos apuntan a que esta situación se debería al consumo de vegetales o alimentos contaminados con la referida bacteria.

Sumado a esto, la situación se torna alarmante más aún con la postura de la Organización Mundial de la Salud (OMS), al indicar que la bacteria es conocida pero jamás hubo un brote así en el mundo.

Ataca a los intestinos

Se sabe incluso que esta *E. coli*, por sí sola no genera ningún mal en la salud, sin embargo, la cepa que ya está originando las infecciones y muertes en el mundo posee la característica de adherirse fuertemente a las paredes de los intestinos donde bombea toxinas provocando en algunos casos diarrea sangrienta u otras severas complicaciones.

Además, la citada cepa letal sería en verdad la combinación de dos cepas, lo cual tiene como resultado una cepa mucho más dañina, según dijo a la BBC el Dr. Alfredo Torres, coordinador de la Red Latinoamericana de Investigación en *Escherichia coli*.

Conocida en América Latina

Refirió también que diferentes variedades de la *E. coli* están presentes principalmente en las regiones de América Latina, Asia y África.

Asimismo, la bacteria es considerada como una de las principales causas de infecciones gastrointestinales en niños menores de 5 años en el mundo que está en desarrollo.

CONTAMINANTE LETAL

LA BACTERIA
E. coli (*Escherichia coli* enterohemorrágica)
¿CÓMO SE TRANSMITE?

El contagio se produce por ingestión de alimentos contaminados, agua contaminada o contacto con un animal o persona infectada.

MEIDAS DE LA CEPA: 5 micrones
1 micrón = 0.001 milímetros

EL GANADO VACUNO es el principal portador del *E. coli* (EHEC).

CONTAMINACIÓN DEL AGUA con residuos fecales contaminados.

CÓMO AFECTA AL ORGANISMO

3 **En riñones**
Obstruye los vasos de los riñones, lo que dificulta la eliminación de desechos y excesos en la sangre.

2 **En torrente sanguíneo**
Entra al torrente sanguíneo y comienza a destruir los glóbulos rojos.

1 **En el sistema digestivo**
Se aloja en el sistema digestivo y lo llena de toxinas.

Los riñones son los órganos responsables de secretar la basura del cuerpo en la forma de orina.

Llamada bacteria de los pepinos.

Tasa de letalidad: 3% - 5%

SÍNTOMAS

- Espasmos de los músculos lisos del aparato digestivo.
- Diarrea (en algunos casos con sangre)
- Fiebre.
- Náuseas.

CASOS EN EL MUNDO

REF: Casos (👤) Muertes (🏠)

País	Casos	Muertes
Suecia	43	1
Noruega	1	1
Dinamarca	17	0
Alemania	2.000	18
Holanda	8	0
Francia	6	0
República Checa	1	0
Suiza	3	0
Austria	2	0
España	1	0
EE.UU.	2	0

PRECAUCIONES:

- Higiene estricta de las manos, en especial después de la manipulación de carnes y verduras crudas.
- Lavado de las superficies de trabajo y de los platos.
- Consumir la carne bien cocida.
- Calentar la leche hasta que hierva.

Fuente: <http://heal-all.org/> <http://www.chinasmack.com/> / EITV. R. Medina, P. Osejo / LA REPÚBLICA

Análisis:

Diario La República, 05 de junio del 2011, Pág. 24, E. coli: la bacteria asesina

Tipología: Colectiva - documental

¿Qué? ¿Quién?=1 ¿Cuándo?=0 ¿Dónde?=1 ¿Cómo? ¿Por qué?=1

Información = 3

Asunto clave=1, Familiaridad=0, Identificación=0, Actualidad=1

Significación = 2

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias detalles=1, Dinamismo=1, Creativa=1

Estética = 3

Abstracción=0, Figuración plana=1, Figuración Perspectiva=0, Fotografía=0

Iconicidad = 1

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía = 3

Síntesis=1, Complementa información =1, Pr. página=0,57, Pr. información=0,35

Funcionalidad = 2,92

Valor general: $67,57-10 = 57,57$; Calificación= **S**



BienEstar
bienestar@larepublica.pe



Un estudio de la Universidad de Iowa revela que el ácido ursólico, presente en la cáscara de la manzana, reduce el desgaste muscular y promueve el crecimiento de los músculos.



Tra
Enfer
depre
causa
en el

Los asmáticos caen en el abuso de este fármaco ante los duros ataques que padecen. Hay dos tipos de broncodilatadores: de acción corta y de acción prolongada. Sepa cuál es el más conveniente.

► **Milagros Laura.** Si usted padece o conoce a alguien que sufre de asma sabrá que un ataque de esta enfermedad puede comenzar con un repentino ahogo, tos y una opresión en el pecho; un ataque puede durar horas o incluso días. La sensación de ahogo puede volverse grave durante un ataque de asma al crear ansiedad y hasta desesperación. Para calmar este cuadro de asfixia muchos acuden a los broncodilatadores, sin embargo, es necesario saber que el uso excesivo de estos fármacos puede ocasionar daños a nuestra salud.

Debemos saber que el asma es una enfermedad inflamatoria de los bronquios que se caracteriza por tos, silbido de pecho, dificultad para respirar y opresión torácica. En nuestro país, el asma afecta al 5% de los adultos y es una de las principales enfermedades crónicas de los niños y adolescentes.

El doctor Carlos Hinojosa, director del Centro del Asma y Alergia, explica que durante un ataque de asma el músculo liso se contrae, estrechando la vía respiratoria. La mucosa se hincha a causa de la inflamación y produce una mayor cantidad de mucosidad, aumentando el estrechamiento de la vía respiratoria y evitando el paso del aire.

"Los broncodilatadores ayudan a aliviar los ataques repentinos de asma al estimular que las vías aéreas se dilaten; sin embargo, hay que tener en cuenta que abusar del uso de estos fármacos puede causar efectos secundarios como taquicardia, paro cardíaco, dolor de cabeza y temblores musculares".

Muchas personas caen en el error

de exagerar en el uso de los broncodilatadores por la desesperación que sienten en un ataque de asma. "Cuando un ataque es agudo, la persona solo puede pronunciar pocas palabras entre sus esfuerzos para respirar. La confusión, el sopor y la piel de color azulado son señales de la disminución grave de oxígeno en la sangre, lo que requiere un tratamiento de urgencia", explicó el doctor Hinojosa.

Tipos de broncodilatadores
Existen dos tipos de broncodilatadores: los de acción corta y los de acción prolongada. Los de acción corta son medicinas que por lo general tardan menos de 20 minutos en lograr su acción y duran entre 4 y 6 horas. Son medicinas inhaladas y se usan para crisis repentinas y severas. Pueden ayudar a prevenir los síntomas de broncoconstricción causados por el ejercicio o la exposición al aire frío. Los pacientes que con regularidad o con mucha frecuencia requieren de la administración de este fármaco pueden estar ante trastornos más severos o mal controlados.

Los broncodilatadores de acción

CUIDADO CON EL USO DESMEDIDO DE INHALADORES

SE CLASIFICAN SEGÚN SU TIPO DE USO:

- **Broncodilatadores o calmantes**
Son el tratamiento de emergencia para abrir las vías aéreas cuando están más cerradas de lo habitual, es decir, en el momento de la crisis asmática.
- **Antiinflamatorios (reguladores)**
Se utiliza cada día si usted se siente enfermo para reducir el hinchazón en las vías aéreas
- **Preventivos o de mantenimiento**
Su uso continuo lo sugiere el médico, cuando se está fuera de la crisis para mantener las vías limpias.

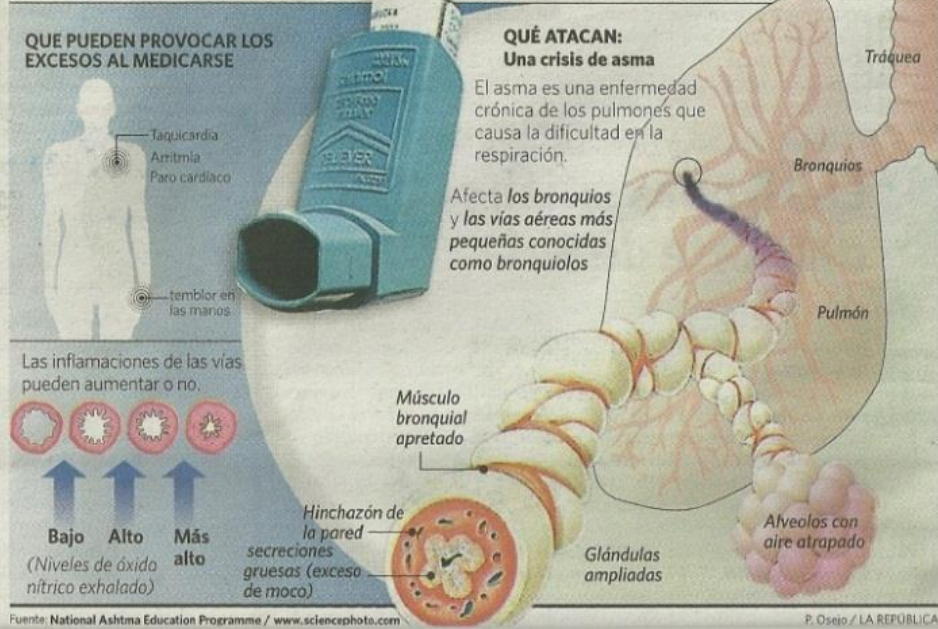
QUE PUEDEN PROVOCAR LOS EXCESOS AL MEDICARSE



QUÉ ATACAN: Una crisis de asma

El asma es una enfermedad crónica de los pulmones que causa la dificultad en la respiración.

Afecta los bronquios y las vías aéreas más pequeñas conocidas como bronquiolos



CUIDADO. CAUSAN DAÑOS COMO TAQUICARDIA Y TEMBLORES MUSCULARES

No abuse de los BRONCODILATADORES

Análisis:

Diario La República, 12 de junio del 2011, Pág. 24, Broncodilatadores

Tipología: Colectiva - documental

¿Qué? ¿Quién?=1 ¿Cuándo?=0 ¿Dónde?=0 ¿Cómo? ¿Por qué?=1

Información = 2

Asunto clave=1, Familiaridad=1, Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias detalles=1, Dinamismo=1, Creativa=1

Estética = 3

Abstracción=0, Figuración plana=1, Figuración Perspectiva=1, Fotografía=1

Iconicidad = 3

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía = 3

Síntesis=1, Complementa información=1, Pr. página=0,57, Pr. información= 0.21

Funcionalidad = 2.78

Valor general: $77,78 - 10 = 67,78$; Calificación= **N**

Especial

ANONYMOUS. HIZO CAER WEBS DE SIETE INSTITUCIONES DEL ESTADO PERUANO Y UNA PRIVADA

La 'guerra digital' llegó al Perú

Famoso grupo de ciberactivistas mostró su protesta por el supuesto control del gobierno peruano sobre las redes sociales. PNP pide ayuda a FBI.

Redacción. La República. "Ustedes, gobernantes, deberían temer a nosotros, no nosotros a ustedes". La amenaza, lanzada el 21 de junio con un video colgado en la web de YouTube, anunciaba el inicio de la operación Andes Libre, contra una supuesta política de los estados de Chile y Perú por el control de la Internet y las redes sociales. El sábado 25 la amenaza se cumplió. El grupo de ciberactivistas llamado Anonymous inició la guerra digital en el Perú e hizo caer siete portales web del Estado peruano y una privada.

Las páginas fueron bloqueadas a través de un ataque de denegación de servicio (DDoS), que consiste en sobrecargar los servidores con el envío del flujo de información y miles de peticiones de acceso a la vez. Así se afectaron las páginas web del Congreso de la República, la Oficina Nacional de Procesos Electorales, el Ministerio de Economía y Finanzas, Oficina Nacional del Gobierno Electrónico e Informática, portal del Estado Peruano, Instituto Peruano del Deporte (IPD) y la Policía Nacional del Perú.

Una a una las webs fueron cayendo, causando asombro entre los usuarios. Sin embargo, a pesar de la conmoción, la mayoría de sitios web atacados por Anonymous ya se en-

ATAQUE A PÁGINAS peruanas habría sido provocado por grupo Piratas en la Red, asociado a Anonymous.

cuentran habilitados nuevamente. Hasta el cierre de esta edición, solo la web del IPD presentaba algunos problemas de acceso.

Ataque no sería de Anonymous
Estos ataques provocaron que la Policía peruana pida ayuda al FBI estadounidense para ubicar a los piratas informáticos que se encuentran detrás de la ofensiva.

"Este es un ataque de mayor nivel, no podemos precisar de dónde viene, pero el servidor donde se está alojando la información hurtada está fuera del país", indicó el coronel



LA BANDERA QUE USAN



LOS CIBERATAQUES DE ANONYMOUS

Justifican sabotaje a portales web en nombre de la libertad de expresión.

ANONYMOUS
Es un grupo sin cabeza visible de piratas informáticos (hackers).

PRIMERAS VÍCTIMAS
La SGAE, Ministerio español de Cultura; la RIAA (que agrupa a la industria discográfica de EEUU); el bajista de Kiss Gene Simmons; la oficina estadounidense de patentes y la industria discográfica británica son algunas de las víctimas.

Los 'hackers' coordinan los ataques por Twitter

Usan la imagen del cómic vendetta.

IDEOLOGÍA

Buscan defender "la libertad de todos" y están en contra del gobierno peruano por el Acuerdo de Asociación Transpacífico, promovido al seno del Foro de APEC y que busca convertirse en un futuro Tratado de Libre Comercio. Soslayan que este incluye un capítulo que vulnera la propiedad intelectual y el uso de Internet.

PAÍSES ATACADOS EN LATINOAMÉRICA



EN EL PERÚ

Las páginas web afectadas hasta el momento son:



Fuente: Agencias.



CIBERACTIVISTAS. Ataque a páginas pueden llegar de todas partes del mundo.

Oscar Gonzales, jefe de la División de Alta Tecnología de la Dirinci. Según Gonzales, este no es un ataque del grupo Anonymous, sino de los integrantes de la organización Piratas en la Red, quienes se han sumado a la iniciativa del colectivo.

El coronel precisó que estos 'piratas' peruanos ya habían atacado por cuenta propia sitios como el del Ministerio de Salud y aseguró que si bien Piratas en la Red no es parte de Anonymous sí comparten su forma de pensar, por ello se suman

a la operación Andes Libre.

Ataque directo a Telefónica

Ayer se efectuó el ataque DDoS (denegación de servicio) contra las páginas principales de Telefónica y Movistar, en España. Alrededor de las cinco de la tarde, la página web de Movistar estuvo bloqueada durante media hora y la web www.telefonica.es tardó en cargarse, aunque luego se mantuvo en funcionamiento. Representantes de la operadora declinaron realizar comentarios sobre el ataque a su página web y señalaron que no había producido incidencias de importancia.

El ataque de Anonymous contra la compañía telefónica fue anunciado también a través de un video en YouTube. En él, uno de sus miembros, cubierto con la máscara de Guy Fawkes, conspirador inglés del siglo XVI que inspiró la imagen del héroe del cómic V de Vendetta, afirmó que

La ideología de Anonymous y sus famosos ataques

1 Este colectivo de ciberactivistas es uno de los más potentes hoy en día. Su nombre, Anonymous, hace referencia a la palabra que aparece cuando alguien participa en el foro "4chan" (donde se gestó el grupo) sin identificarse. Según sus integrantes, su única ideología es la libertad de expresión, entendida en su forma más pura y radical.

2 Anonymous es famoso por sus ataques a páginas importantes como las de Visa, MasterCard, Amazon y PayPal. Esto ocurrió en apoyo a la campaña de boicot. También son conocidos sus ataques a páginas de gobiernos árabes por la censura a Internet que aseguran se ha implementado en esos países.

3 Estos ciberactivistas están en contra del proyecto de ley conocido como PROTECT IP, que propone darle vía libre al gobierno de los Estados Unidos para obligar a los proveedores de servicios de Internet y a los motores de búsqueda a que censuren y bloqueen aquellos sitios web que los federales crean que infrinjan las leyes de derechos de autor.

ANONYMOUS JUSTIFICÓ SU ataque a Telefónica (España) por sus 'despidos masivos' y 'censura de información'.

"debido a los acontecimientos de los últimos meses, hacemos un llamado a actuar en contra de los grandes de las telecomunicaciones, en este caso Telefónica, por su política de despidos masivos y su censura sobre la información". La empresa de telefonía tomó medidas de prevención para hacer frente al ataque, las cuales no quiso detallar.

"Somos uno, somos todos, somos Anonymous, somos legión (...) Esperarnos", es la frase con la que estos activistas del ciberespacio terminan cada uno de sus anuncios. La guerra digital está declarada.

Análisis:

Diario La República, 27 de junio del 2011, Pág. 34, Los cyber ataques de Anonymous

Tipología: Individual - documental

¿Qué? ¿Quién?=1 ¿Cuándo?=0 ¿Dónde?=1 ¿Cómo? ¿Por qué?=1

Información = 3

Asunto clave=1, Familiaridad=1, Identificación=1, Actualidad=1

Significación = 4

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias detalles=1, Dinamismo=0, Creativa=0

Estética = 1

Abstracción=0, Figuración plana=1, Figuración Perspectiva=0, Fotografía=1

Iconicidad = 2

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Tipografía = 3

Síntesis=1, Complementa información=1, Pr. página=0,25, Pr. información= 0,14

Funcionalidad = 2,39

Valor general: 69,25; Calificación= **N**

INFORME. SEGÚN MONITOREO DEL 2010 DE LA AUTORIDAD NACIONAL DEL AGUA (ANA)

Metales pesados contaminan cinco de siete ríos de la cuenca del Ramis

Después del reporte de la ANA, gobierno tardó medio año en emitir decreto de urgencia para declarar de necesidad pública la descontaminación de zona afectada por minería informal.

María Elena Hidalgo. Las aguas de cinco de los siete ríos que son parte de la cuenca del río Ramis, en Puno, están contaminadas con metales pesados a causa de la actividad minera informal, de acuerdo con el último monitoreo practicado entre el nueve y trece de noviembre del año que pasó, por la Dirección de Gestión de la Calidad de los Recursos Hídricos, que pertenece a la Autoridad Nacional del Agua (ANA).

Los técnicos de la ANA detectaron concentraciones de aluminio, arsénico, hierro y manganeso que superan los estándares nacionales de calidad de agua en los ríos Cruero, Santa Rosa, Ayaviri, Pucará y Llalimayo. En el caso del río Ramis propiamente dicho, que desemboca en el lago Titicaca, no se detectó contaminación que supera los estándares porque recibe las aguas de otros afluentes que diluyen las concentraciones dañinas.

De acuerdo con los parámetros de evaluación de la ANA, la contaminación alcanza la Categoría 3, lo que implica que las aguas de los mencionados ríos no sirven para

"SE HA DETECTADO concentración de aluminio, arsénico, hierro y manganeso que superan los estándares".

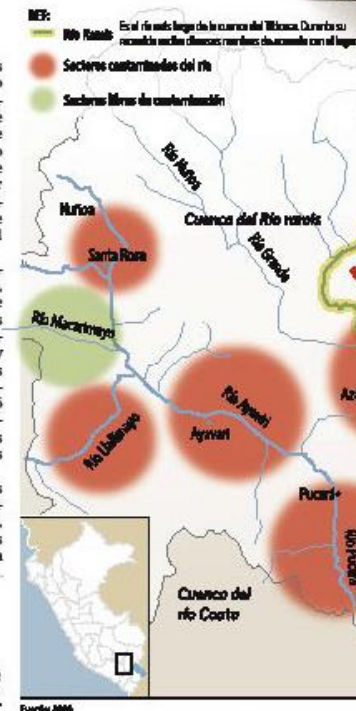
el riego de tierras destinadas a la agricultura ni tampoco para dar de beber a los animales.

Pero recién el 17 de junio, más de año y medio después de conocido el reporte de la ANA con los resultados sobre los altos niveles de contaminación en cinco ríos de la cuenca del Ramis, el presidente García firmó el Decreto de Urgencia Nº 028-2011 que declara de necesidad pública la recuperación ambiental de la zona afectada.

Minerías Agrícola
El director de Gestión de Calidad de los Recursos Hídricos, Amarildo Fernández Estela, explicó que

RÍOS MÁS AFECTADOS POR METALES PESADOS EN LA CUENCA DEL RAMIS

Desde fines del 2010 la Autoridad Nacional del Agua pide intervención del gobierno central para la minería informal por su devastador efecto sobre el ambiente.



8 veces más que antes usan el mercurio los mineros informales.

80% de los habitantes sufren malestares estomacales por consumo de agua contaminada.

35 mil son los pobladores de La Rinconada, principal centro minero artesanal.

factor determinante en este problema", dijo el experto Aldo Santos, de la organización no gubernamental Servicios Educativos Rurales (SER), con sede en Puno.

"Como política de Estado, ¿qué nueva alternativa se ofrece a familias que se dedican a la minería informal? Silencio. Por otro lado, se monitorea el impacto de la contaminación en la agricultura y en la ganadería pero no a sí en términos sociales. Por ejemplo, en La Rinconada, uno de los principales centros de minería artesanal, casi 30 mil personas están vinculadas a esa actividad. ¿Qué ofrece el gobierno a cambio de que renuncien a esa labor que afecta gravemente el medio ambiente, especialmente las aguas de los ríos? Nada. Silencio", cuestionó.

La Autoridad Nacional del Agua (ANA) advirtió al gobierno central sobre el incremento de la contaminación de los ríos de la cuenca del Ramis, lo que implicaba también el aumento de la tensión entre pobladores dedicados a la actividad minera informal y los sectores de la agricultura y la ganadería, pero la reacción ha sido demasiado lenta.

"La Alta Dirección de la ANA ha priorizado la evaluación de la región de Puno respecto a los derechos de agua y la verificación de su calidad para el uso de poblaciones con fines agrícolas, para luego plantear estrategias dirigidas a detener la contaminación", argumentó el director de Gestión de Calidad de los Recursos Hídricos, Amarildo Fernández.

"El primer paso es eliminar la minería informal", aseguró.

SE ADVIRTIÓ AL gobierno sobre aumento de la contaminación de los ríos de la cuenca del Ramis... y no se hizo algo.

de 2010, la ANA hizo otro monitoreo, esta vez en nueve puntos del río Ramis, que confirma la tendencia al incremento de la contaminación con metales pesados. Se detectó, por ejemplo, concentraciones de aluminio, arsénico, hierro y manganeso que superan los estándares permisibles en los ríos Ra-

mis, a la altura del distrito de Cruero, Santa Rosa, Macarimayo, Pucará y Llalimayo.

Los efectos nocivos de la presencia de metales pesados en cinco de los siete ríos de la cuenca del Ramis tienen origen político: al no existir control gubernamental sobre la minería informal que se concentra en las zonas altas, son perjudicados los pobladores que habitan en las zonas bajas y utilizan el recurso hídrico contaminado por las actividades de los de arriba.

"La ausencia de una política del gobierno para ordenar el territorio de explotación de minerales y formalizar la actividad minera es un

Análisis:

Diario La República, 29 de junio del 2011, Pág. 04, Ríos afectados por metales pesados en la cuenca del Ramis

Tipología: Individual - ubicativa

¿Qué? ¿Quién?=1 ¿Cuándo?=1 ¿Dónde?=1 ¿Cómo? ¿Por qué?=1

Información = 4

Asunto clave=1, Familiaridad=1, Identificación=0, Actualidad=1

Significación = 3

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

Comprensión = 4

A mano=0, Gracias detalles=1, Dinamismo=0, Creativa = 0

Estética = 1

Abstracción=0, Figuración plana=1, Figuración Perspectiva=0, Fotografía=1

Iconicidad = 2

Título=1, Fuente=1, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=0

Tipografía = 2

Síntesis=1, Complementa información =1, Pr. página=0,14, Pr. información=0,26

Funcionalidad= 2,4

Valor general: 65,7; Calificación= **N**

DISCREPANCIA. ALCALDESA DE LIMA SUSANA VILLARÁN REITERÓ PEDIDO DE DIÁLOGO

Continúa polémica por el Tren Eléctrico

Presidente Alan García desestimó reclamos de alcaldes de Lima Sur al mencionar que "solo los comunistas creen en el Muro de Berlín". Hubo más plantones.

Carlos Contreras. La República. Conocidos los airados reclamos que protagonizaron hace unos días los burgomaestres de San Juan de Lurigancho, Villa María del Triunfo y Villa El Salvador, quienes expresaron que sufren de un "trato discriminatorio por haberse olvidado de las refacciones del tramo Tren Eléctrico en la zona de Lima Sur", el jefe del Estado, Alan García, no esperó tanto para responder las críticas que provocó el denominado "Muro de Berlín" y salió a defender su obra emblemática que empezó a construirse hace más de 20 años, en su primer gobierno. Como suele replicar cuando lo

LAS VIBRACIONES QUE produce el tren son tan fuertes que afectan viviendas y generan contaminación sonora.

contradice, García encendió la polémica al desestimar los reclamos de los alcaldes de Lima Sur. "Creo que es falta de información. Primero, yo nunca he sido comunista como otros, de manera que no creo en el Muro de Berlín. Segundo, esta obra se hizo con Eduardo Orrego, con el alcalde (Alfonso) Barrantes, y con él recorrimos mucho esta zona", respondió el mandatario.

"MTC responsable de solución" Más temprano, en su visita al Tren Eléctrico acompañado del ministro de Transportes y Comunicaciones Enrique Cornejo, el presi-

"Puentes deben ser construidos por la AATE"

1 El experto en temas municipales Marco Tulio Gutiérrez aseveró que la construcción y mantenimiento de los puentes peatonales y viales que facilitan el traslado de los pobladores de los distritos de SJM, VMT y VES es responsabilidad de la Autoridad Autónoma del Tren Eléctrico (AATE) y no de los municipios distritales.

2 Gutiérrez insistió, empero, en que el mantenimiento de las áreas verdes y las pistas cercanas al Tren Eléctrico (que denunciaron los alcaldes por estar descuidadas) debe estar a cargo de los gobiernos locales.

3 "Las municipalidades de Villa María del Triunfo, Villa El Salvador y San Juan de Miraflores deben ocuparse en cuidar sus propias áreas verdes y remodelar la calzada destinada para los autos", señaló el experto en temas municipales.

dente había enfatizado que la solución más próxima sería pedir un presupuesto para el próximo año y construir algunas vías subterráneas de tránsito de un lado hacia otro del cruce vehicular. Es más, agregó que el Ministerio de Transportes y Comunicaciones es responsable de solucionar esos problemas junto a los alcaldes de la zona "afectada". Sin embargo, el mandatario no pudo evitar dejar en el aire varias preguntas. ¿Por qué no se pensó antes en esas mejoras, en el inicio de construcciones de los nuevos tramos del Tren Eléctrico? ¿Acaso ese tramo sobre el cual hoy se re-

EL ABANDONO DE UNA OBRA CONSTRUIDA HACE MÁS DE 20 AÑOS

El tramo comprende entre la estación San Juan y Villa El Salvador sigue sin ser refaccionado del todo.

REP:

Tramo del tren que tiene 25 años (esta zona no se lo tocado)

Tramo que se le ha tocado este año.

OTROS PROBLEMAS COLATERALES

Viviendas con paredes rajadas

Cerca existe un espacio muy cercano entre los carriles del Tren Eléctrico y las casas adyacentes, lo mayoría de éstas presentan rajaduras en sus muros.



Cerchas muy cercas de colegios.

Viviendas que quiebran de la contaminación sonora que produce la construcción muy cerca de casas y colegios. Las calles tienen que separar las vibraciones y la bufa del tren eléctrico.



Puentes antiguos y llenos de polvo.

Los puentes peatonales y viales, en el tramo de SJM, VMT y VES, no han sido refaccionados y presentan óxido y polvo que por necesidad los vecinos tienen que cruzar.



PROTESTA. El alcalde Ocampo reclamó la intervención de la Defensoría.

CLAVES

PLANTÓN. El alcalde de San Juan de Miraflores, Adolfo Ocampo, realizó una protesta con sus vecinos frente a una de las estaciones del referido tren. Invocó la intervención de la Defensoría del Pueblo para tratar el caso "que perjudica a sus vecinos".

POSTERGACIÓN. La alcaldesa de Villa María del Triunfo, Silvia Barrera, solicitó al presidente Alan García postergar la inauguración del Tren Eléctrico debido a los problemas que se hallaron.

clama es un mal recuerdo del primer gobierno aprista? ¿Por eso no interesa refaccionar la zona construida hace más de 20 años del tramo del Tren Eléctrico?

Lo cierto es que en un recorrido que realizó La República por el tramo del Tren Eléctrico desde el puente Atocongo hasta la estación Villa El Salvador se pudo comprobar que existen problemas que aún no han sido tomados en cuenta para darles una pronta solución antes de la anunciada inauguración del sistema de transporte masivo.

Entre los problemas que se encontraron está que la mayoría de

los puentes antiguos (construidos hace más de 20 años) no han sido refaccionados y lucen deteriorados por el óxido y el polvo.

En Villa María del Triunfo, por la avenida Unión y Pumacahua, los carriles del mencionado tren pasan muy cerca de colegios y viviendas, lo que ha provocado rajaduras de sus muros. (Ver infografía).

Precisamente, son más de cuatro cuadras en donde las familias afectadas detallaron que las vibraciones que produce el paso del Tren Eléctrico son tan fuertes que no solo destruyen sus viviendas sino que también generan una contaminación sonora en el lugar.

"No es posible que mi vivienda quede así. No sabe el miedo que tengo que un día las paredes de mi casa se vengán abajo", manifestó Hipólito Ruiz, de 70 años.

Reiteró invitación al diálogo

Por su parte, y pese a los desafortunados cuestionamientos, la alcaldesa de Lima Susana Villarán resaltó la importancia del Tren Eléctrico para el reordenamiento del transporte y evitó entrar en discusiones con el presidente García.

Detalló que ella solo hizo un caso de las dificultades que tienen las poblaciones por donde atraviesa el tren eléctrico, y reiteró la invitación al ministro de Transportes y al jefe de la autoridad autónoma.

LA REPUBLICA

Análisis:

Diario La República, 29 de junio del 2011, Pág. 10, El tren eléctrico

Tipología: Individual - ubicativa

¿Qué? ¿Quién?=1 ¿Cuándo?=0 ¿Dónde?=1 ¿Cómo? ¿Por qué?=1

Asunto clave=1, Familiaridad=1, Identificación=1, Actualidad=1

Visible=1, Si se entiende=1, Clara=1, Se aprende=1

A mano=0, Gracias detalles=1, Dinamismo=0, creativa = 1

Abstracción=0, Figuración plana=1, Figuración Perspectiva=0, Fotografía=1

Título=1, Fuente=0, Menos de 27 palabras=0, Rótulos=1

Síntesis=1, Complementa información =1, Pr. página=0,14, Pr. información=0.26

Información 3

Significación = 4

Comprensión = 4

Estética = 2

Iconicidad =2

Tipografía =2

Funcionalidad = 2,4

Valor general: 69,28; Calificación= **N**

Como ya se ha mencionado, para el análisis se utilizó el cuadro de José Valero (2001), “por lo que dentro de la calificación de las infografías se consideran Inaceptables (I), regulares (R), suficientes (S), notables (N) y excelentes (E); según el valor que obtenga la infografía analizada”. (Valero, 2001, pp. 187-188)

Por tanto, el análisis realizado a las infografías del diario La República en el mes de junio, dan como resultado que sus infografías se encuentran dentro de las calificaciones: suficiente y notable. Es decir, tienen un buen desarrollo y compiten con la calidad de información que brinda en sus infografías el diario El Comercio de Lima.

Sin embargo, así como en el diario El Comercio, hay algunos aspectos estéticos que pueden ser modificados, a fin de maximizar el recurso infográfico dentro de este periódico; pero se puede decir que en La República las infografías denotan mayor significación y comprensión, así mismo existen más características que se toman en cuenta al momento de diseñar la infografía.

4.2.3 Análisis general

En el siguiente cuadro se muestra la calificación de las infografías analizadas en los diarios: El Comercio y La República en el mes de junio.

CUADRO COMPARATIVO – INFOGRAFÍAS		
CALIFICACIÓN	EL COMERCIO	LA REPÚBLICA
Inaceptable	0	0
Regular	0	0
Suficiente	4	1
Notable	5	4
Excelente	0	0
TOTAL	9	5

Como se puede observar el diario que utiliza con mayor frecuencia este recurso periodístico es El Comercio. Sin embargo, la calificación muestra que no todas las infografías contienen el mismo nivel de calidad, por tanto se puede decir que aún no se ha logrado optimizar este recurso infográfico al máximo.

Por lo contrario, el diario La República a pesar de tener menores publicaciones con infografías, explota de manera más adecuada las características de una infografía al momento de elaborarla.

Según el análisis realizado, los aspectos a mejorar en ambos diarios, en cuanto a la elaboración de las infografías son: La calidad de la información, comprensión, estética, iconicidad y tipografía, características que como ya se ha visto no se logran llevar a un máximo nivel. Por tanto, con esta nueva propuesta se busca maximizar este recurso periodístico.

Sin embargo, ambos diarios son nacionales y a pesar de abordar temas locales no son propios de la región. Es por ello, que se propone utilizar la infografía como recurso periodístico en un medio local como el diario La Industria, para que guiándose de su línea editorial pueda proporcionar información de mayor calidad para sus lectores.

4. 3 Diario La Industria

La Industria nace un 17 de febrero de 1952, siendo su creador el Dr. Vicente Cerro Cebrián “Una gran sorpresa causó el 17 de febrero porque .ya no había que esperar a la prensa limeña para informarse de la noticias que sucedían en el país. La Industria, el nuevo diario chiclayano, informaba en los primeros albos matutinos las noticias más recientes.” (Suplemento de la Industria ,2002 p.5)

Este diario se destacó por las obras de bien social para la ciudad de Chiclayo, debido a que no solo se dedicaba a la labor periodística, sino que realizaba campañas de bien público en beneficio de la comunidad chiclayana. Y, en efecto, las campañas de este diario fructificaron en diversos órdenes del quehacer departamental.

Su creador, marcaba, así un hito en la historia del periodismo chiclayano, un diario moderno al servicio de las necesidades de la colectividad del periodismo serio, objetivo, sin oficialismos, ni radicalismo delirante.

Este diario posee una línea editorial independiente, enfocada en la región Lambayeque, es por ello que procura destacar temas sociales, culturales, de derechos humanos y medio ambiente, mencionó Augusto Rubio, Director del diario La Industria.

Por tanto, estos temas definen los criterios que maneja el diario al momento de proporcionar información a sus lectores, además esto da a notar los valores que guían la redacción de los periodistas que trabajan en él.

La industria cuenta con tres secciones, divididas en A, B C. En la sección A se encuentran las noticias referidas a opinión, local, político – nacional, actualidad, economía & Negocios, internacional y fotografía

En la sección B, están Regional. Empleos, actualidad, especial, medio ambiente, cultural, policial y en la última sección C, se encuentran: Cultural y sociedad.

Además cuenta con los suplementos: Deportivo, sale todos los días. Escenario, dos veces al mes. Dominical, todos los domingos. Universal y Lundero, una vez al mes.

Las fuentes usadas en el Diario La industria son: Fuente playbill, en las secciones se utiliza Haettenschweiler, página y fecha - Angsana New, antetítulo - Batang, título - Calisto, subtítulo - Bell, texto - Century.

Finalmente, se puede decir que por ser uno de los diarios locales con más años de experiencia periodística y por tener una línea editorial comprometida con el ámbito social lambayecano, se ha decidido aplicar la propuesta en este periódico.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Detalles de propuesta

➤ Diagnóstico

Las infografías analizadas dieron como resultado:

El diario que utiliza con mayor frecuencia este recurso periodístico es El Comercio. Sin embargo, la calificación muestra que no todas las infografías contienen el mismo nivel de calidad, por tanto se puede decir que aún no se ha logrado optimizar este recurso infográfico al máximo.

Por lo contrario, el diario La República a pesar de tener menores publicaciones con infografías, explota de manera más adecuada las características de una infografía al momento de elaborarla.

Sin embargo, en ambos casos la calidad de la información, comprensión, estética, iconicidad y tipografía son características que todavía faltan pulir dentro de la infografías de estos diarios. En la propuesta que se realizará, se tomará en cuenta todos estos datos, para realizar una infografía mejorada.

Además, la propuesta está dirigida a un Diario Local. Es decir, los temas están abarcados en la realidad de Chiclayo.

➤ **Estructura**

Para realizar la propuesta se tendrá en cuenta que las infografías deben impactar visualmente y sus gráficos y esquemas tienen que transmitir información. Además, según el autor De Pablos, J. (1999), la infografía debe tener una estructura ordenada, la misma que se ha planteado para la propuesta.

Para la realización de las infografías la estructura será la siguiente:

- ✓ La idea: Se hará el planteamiento del tema a infografiar.
- ✓ Documentación: Se recurrirá a las fuentes necesarias para buscar información del tema.
- ✓ El boceto: Se plasmará la idea de cómo va a estar estructurado y todos los detalles que deba tener.(dibujo)
- ✓ Maquetación: Es un boceto digital, donde se tendrá en cuenta elementos y gráficos reales, es decir con la mayoría de elementos bien detallados y los dibujos mejor realizados.
- ✓ Compaginación: la confección de la página del diario, donde se ubicará infografía y la noticia.

- ✓ Además, se tendrá en cuenta la elección de los colores adecuados para facilitar la visualización de la infografía, debido a que es muy importante la parte estética. Asimismo, ayuda a explicar mejor los cuadros y visualizar mejor las escenas.
- ✓ El diseño, es otro punto importante, porque es el instrumento que junto a todos los recursos anteriores consigue hacer atractiva y clara la infografía, debido a que articula los elementos gráficos, textuales y cromáticos en una construcción unitaria.

➤ **Tácticas y acciones**

En cuanto a la presentación de las infografías que se propondrán, básicamente se tendrá en cuenta:

- ✓ Título
- ✓ Entradilla
- ✓ Texto y gráfico
- ✓ Fuente
- ✓ Firma o créditos

Elementos necesarios para la elaboración de los infográficos. Estos detalles serán realizados cuidadosamente, debido a que son los principales puntos de presentación dentro de una infografía.

Se tendrá en cuenta que toda infografía cuenta con dos componentes básicos: la imagen y la palabra.

➤ Temas

Los temas que se abarcarán en las infografías, fueron planteados por el Director del Diario La Industria- Chiclayo, en una entrevista que se le realizó. Además, están de acuerdo a la línea editorial del diario y enfocados en la realidad local.

Aunque estos temas, en su mayoría no han sido realizados en infografías, resulta interesante hacerlo porque son de importancia social.

La mayoría de personas busca informarse con temas de su interés, pero desea hacerlo de una manera rápida y que no le lleve mucho tiempo. La infografía es una opción.

A continuación se presentarán los temas que se deben tener en cuenta al momento de infografiar, que fueron planteados de acuerdo a la línea editorial de La Industria.

- ✓ Ambientales
- ✓ Salud
- ✓ Cultura
- ✓ Cine
- ✓ Música
- ✓ Historia
- ✓ Tecnología

En la propuesta se harán infografías sobre: Turismo, Seguridad y salud. Temas de mucho interés para los chiclayanos.

Turismo: Porque la ciudad es muy concurrida por personas de diversos lugares que visitan Chiclayo, sobre todo en épocas de verano, siendo el atractivo principal, las playas.

Se realizará una infografía sobre el recorrido de todas las playas de Chiclayo, para que los turistas tengan más opciones donde pasar una tarde agradable. Además, el turismo es uno de los grandes generadores de ingreso en nuestra localidad.

Seguridad: Tema de vital importancia para la ciudad, por la inseguridad que se vive día tras día. Los ciudadanos necesitan estar informados sobre los lugares más peligrosos que existen en la localidad para poder tomar precauciones.

Salud: La preocupación por el bienestar de los ciudadanos es muy importante, y realizarlo en una infografía resulta interesante , porque los lectores aprenderán mucho sobre diversos temas de salud.

5.2 Infografías propuestas

Primera infografía periodística – propuesta para el diario La Industria

La idea: Se escogieron temas de gran importancia para la comunidad Chiclayana, Además, se diseñó y planificó la forma como se podía realizar la infografía para poder despertar el interés entre los lectores y reforzar la información emitida por el medio.

La primera infografía en escogerse fue: “EL REY DE LA COCINA LAMBAYECANA: EL POLLO”, tema gastronómico que siempre es de gran interés entre las amas de casa, por ser el plato más consumido en los hogares.

Búsqueda de información: En este proceso se buscó documentación, de preferencia de carácter oficial que sirvan para acreditar la información que será puesta en la infografía.

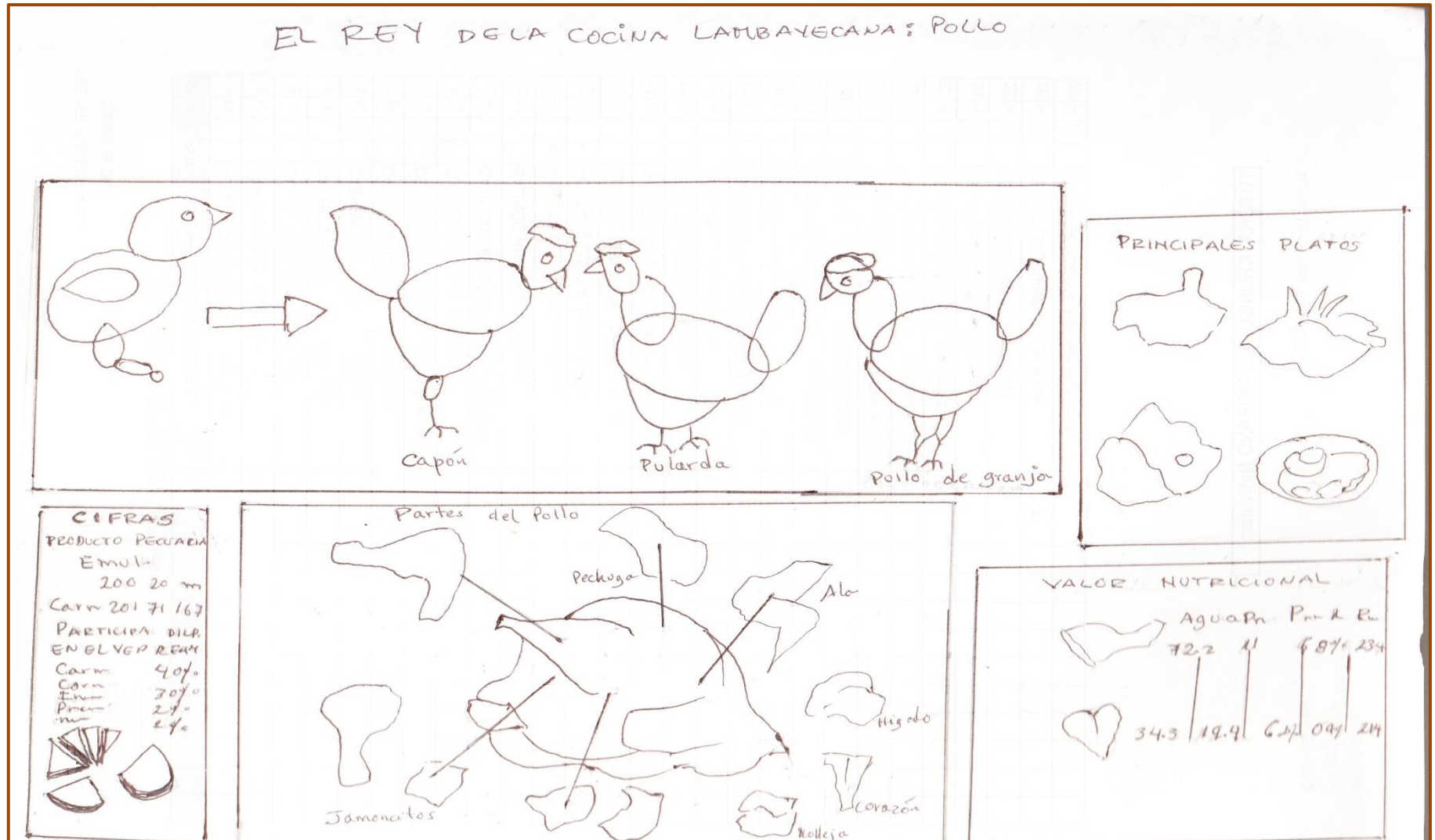
Se seleccionó la información más relevante y en base a ello se empezó a trabajar en el diseño, para ello primero se armó un boceto con los elementos clave, distribuidos armónicamente en la elaboración de la infografía.

Luego se realizó la maquetación, en este paso la infografía ya está terminada en su totalidad, el trabajo que se realiza es más detallado.

Por último se realizó la compaginación, es decir buscar la página adecuada del diario en que irá la infografía. Es por ello que se debe tener en cuenta el tema de la noticia.


En este caso la infografía propuesta se colocará en la sección salud del diario, porque brinda consejos acerca del consumo del pollo.

El boceto:





La maquetación:


EL REY DE LA COCINA LAMBAYECANA : EL POLLO




PRINCIPALES PLATOS


 Pollo a la brasa


 Arroz con pollo

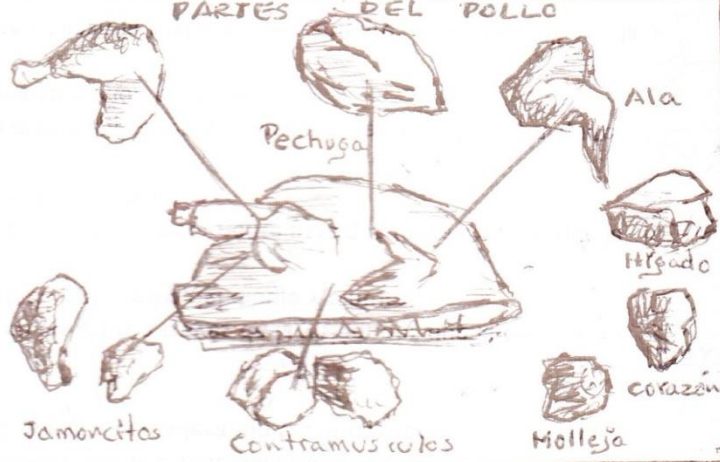

 Ají de Pollo


 Seco de pollo



CIFRAS

PRODUCTOR PECUARIO

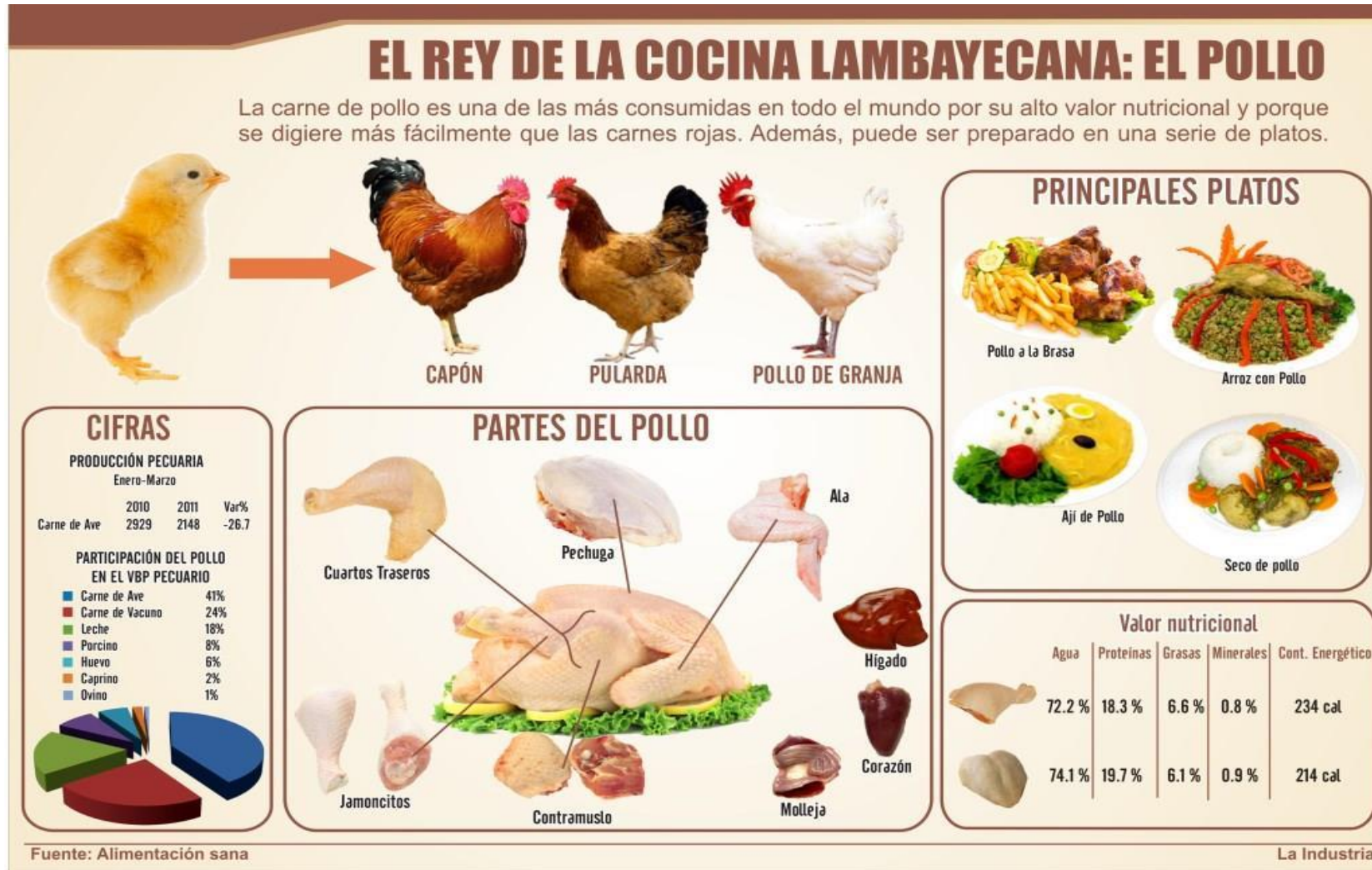
PARTES DEL POLLO



VALOR NUTRICIONAL

	Agua	Prot.	Grasas	H. Mente.	Caloría
	72.2%	18.5%	6.8%	0.8%	234
	34.3%	29.7%	6.1%	0.9%	214

La infografía:



“El pollo”: el rey de la cocina peruana

El consumo de esta ave en nuestra mesa se ha incrementado y es la preferida de la mayoría de peruanos

¿Conoce cuál es la carne preferida en la mesa peruana al momento de cocinar un rico almuerzo? Muchas amas de casa y amantes de la cocina saben la respuesta. Nos referimos al pollo, una de las carnes más valoradas por tener rico sabor, un gustito suave y adaptarse bien a la economía del hogar.

Hace muchos años el hombre se dio cuenta de la importancia de las aves en su alimentación, y comenzó a domesticar aquellas que no podían volar. La avicultura surge en varios lugares del planeta simultáneamente, pero se dice que los pollos empezaron a domesticarse en Asia hace más de cuatro milenios y que llegaron a Europa a través del comercio con Persia.

La intensidad en el consumo del pollo ha variado a lo largo del tiempo, es con la Revolución Industrial cuando comienza la cría de pollo masiva hasta llegar a nuestros días, en los que el pollo es una de las carnes más solicitadas en el mercado.

El capón, un pollo usado en las fiestas navideñas, es un

macho castrado y sobrealimentado, pesa alrededor de tres kilos y posee una carne muy sabrosa. Otra variedad es la pularda, un ejemplar hembra sobrealimentado, con ocho meses de edad y una carne muy apreciada por su sabor. Por último está el pollo de corral o de granja, criados masivamente, se alimentan con grano, además su carne es mucho más sabrosa y tiene menos grasa.

Además, sabía usted, que dependiendo de la pieza del pollo, se puede saber cuál contiene más grasa o colesterol. Por ejemplo, la pechuga sin piel es la menos grasosa, con menos del 1% en peso, y la parte del animal con menos colesterol. Los muslos tienen el triple de grasa que la pechuga, las entrañas contienen cinco veces más grasa y el hígado tiene nueve veces más contenido de colesterol que la pechuga.

El pollo es un alimento muy versátil, se presta para una variedad de preparaciones culinarias. La elaboración más sencilla y tal vez la que resalte más su sabor, es el asado. Está carne admite todos los acompañamientos imaginables,

con verduras, hierbas aromáticas, escabechados y en adobo. Son tantas las formas de cocinar esta ave como gustos regionales existen: entero o en piezas, frito, guisado, estofado, a la plancha, asado al horno, al grill, con espetón, al microondas, salteado y hervido.

A continuación le dejamos una receta, para que disfrute de un rico plato hecho a base de pollo.

POLLO A LA BRASA

Ingredientes

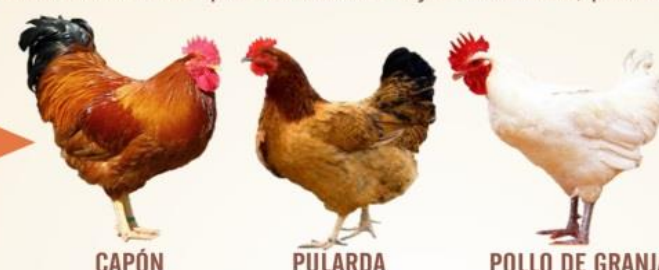
- 1 pollo entero sin vísceras bien lavado
- 1/2 cda. de romero
- 1 cda. de sal
- 1/2 cda. de comino
- 1 cda. de sillao
- 1/2 cda. de pimienta molida
- 1/4 de taza de cerveza negra
- 2 cdas. de vinagre blanco
- 2 cdas. de ajo licuado
- 1/2 cda. de ají panca molido

Preparación

Mezclar todos los ingredientes y embadurnar el pollo completamente y dejar macerar por espacio de tres horas, luego llevar a las brasas de carbón sin fuego procurando que esté tapado en todo momento y darle vuelta a los 20 o 30 minutos procurando que se dore bien.

EL REY DE LA COCINA LAMBAYECANA: EL POLLO

La carne de pollo es una de las más consumidas en todo el mundo por su alto valor nutricional y porque se digiere más fácilmente que las carnes rojas. Además, puede ser preparado en una diversidad de platos.



CAPÓN

PULARDA

POLLO DE GRANJA

PRINCIPALES PLATOS



Pollo a la Brasa

Arroz con Pollo

Aji de Pollo

Seco de pollo

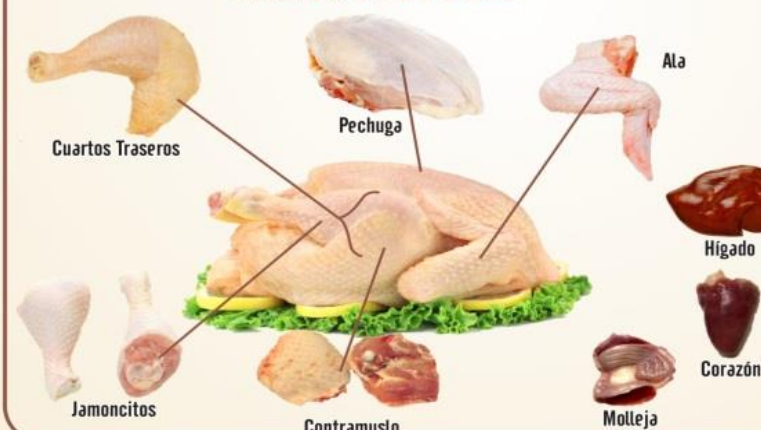
CIFRAS

PRODUCCIÓN PECUARIA			
Enero-Marzo			
	2010	2011	Var%
Carne de Ave	2929	2148	-26.7

PARTICIPACIÓN DEL POLLO EN EL VBP PECUARIO



PARTES DEL POLLO



Valor nutricional

	Agua	Proteínas	Grasas	Minerales	Cont. Energético
(Pechuga)	72.2 %	18.3 %	6.6 %	0.8 %	234 cal
(Muslo)	74.1 %	19.7 %	6.1 %	0.9 %	214 cal

Fuente: Alimentación sana

La Industria

Segunda infografía periodística – propuesta para el diario La Industria

La idea: Dentro de los temas planteados, se consideró uno de gran importancia para la ciudad Chiclayana, por el gran impacto que causa entre sus moradores.

La segunda infografía en escogerse fue: “Lugares peligrosos de Chiclayo- Drogadicción y delincuencia”, tema de seguridad ciudadana que siempre es materia de discusión.

Búsqueda de información: Se buscó documentación, en diferentes fuentes confiables y oficiales como la Policía Nacional del Perú, el INEI y la DITERPOL, para poder acreditar cualquier información presentada en la infografía.

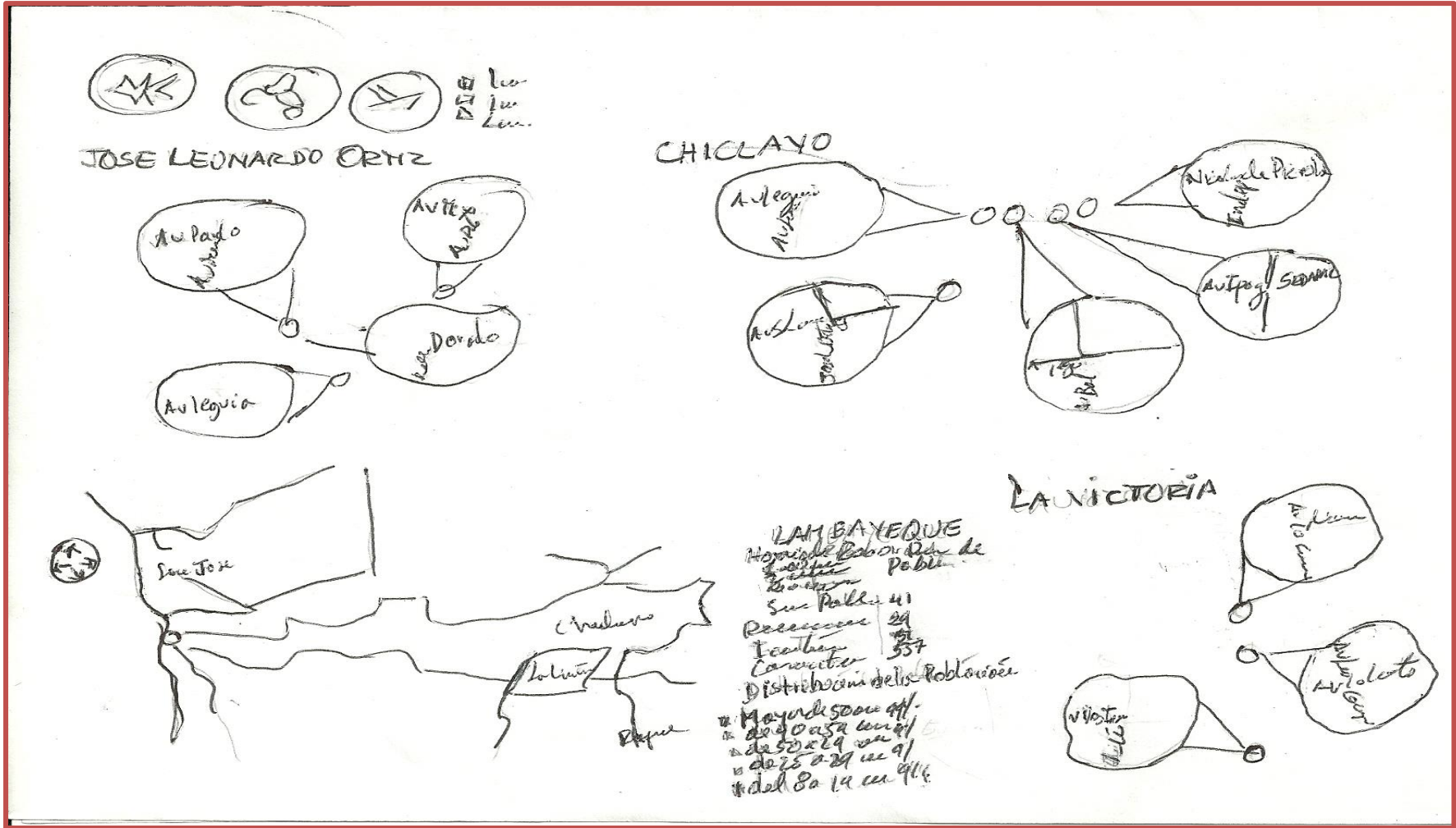
Asimismo se visitó el lugar de los hechos, para poder palpar la realidad y aplicarla en el diseño infográfico.

Luego de recabar la información se armó un boceto con los datos más relevantes y de mayor impacto para poder tener una idea aproximada del contenido y la forma que tendrá la infografía.

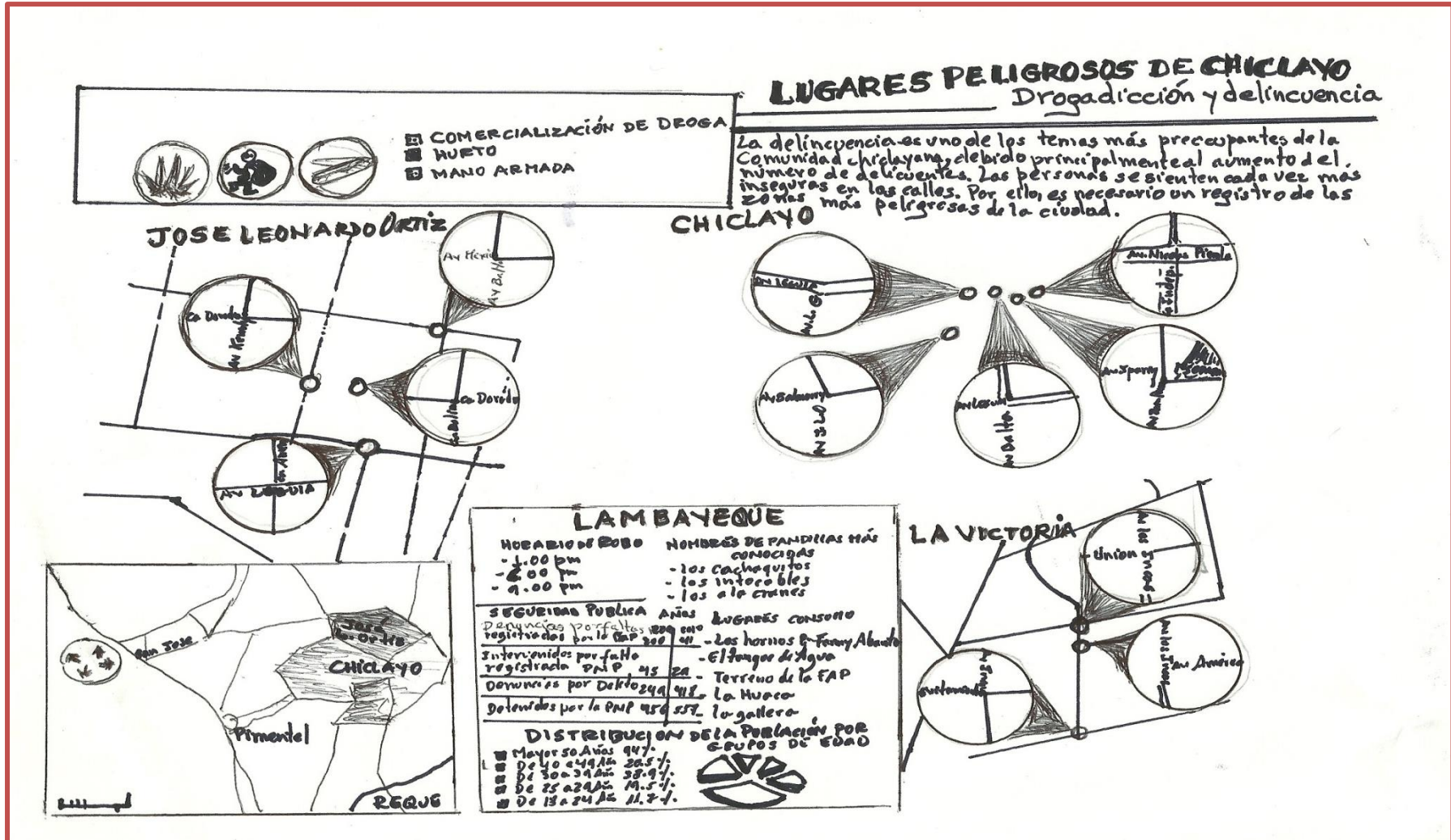
Posteriormente se realizó la maquetación, un trabajo más detallado sobre el diseño de la infografía, donde todos los datos ya están correctamente ordenados.

Por último se realizó la compaginación de la infografía propuesta, en este caso se colocará en la sección seguridad del diario, porque hace referencia a los lugares peligrosos de Chiclayo como una advertencia para tomar ciertas precauciones.

El boceto:



La maquetación:



La infografía:

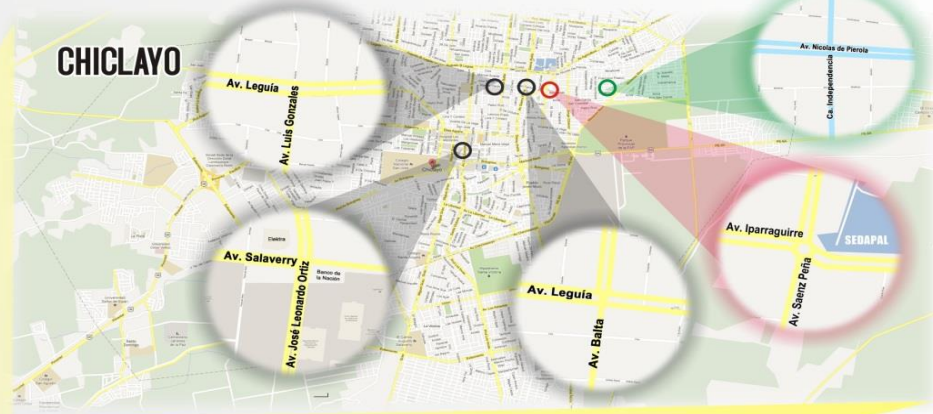


■ COMERCIALIZACIÓN DE DROGA
■ HURTO
■ MANO ARMADA

LUGARES PELIGROSOS DE CHICLAYO

Drogadicción y delincuencia

La delincuencia es uno de los temas más preocupantes de la comunidad Chiclayana, debido principalmente al aumento del número de delincuentes. Las personas se sienten cada vez más inseguras en las calles. Por ello, es necesario un registro de las zonas más peligrosas de la ciudad.



LAMBAYEQUE

HORARIO DE ROBOS:

- 1:00 p.m.
- 6:00 p.m.
- 9:00 p.m.

NOMBRES DE PANDILLAS MÁS CONOCIDAS:

- Los cachaquitos.
- Los intocables.
- Los alacranes.

SEGURIDAD PÚBLICA	AÑOS	
	2009	2010
Denuncias por faltas registradas por la PNP contra la seguridad pública	288	41
Intervenciones por faltas registradas por la PNP contra la seguridad pública	45	28
Denuncias por delitos contra la seguridad pública	348	418
Detenidos por la PNP delitos contra la seguridad pública	456	557

LUGARES DE CONSUMO DE ESTUPEFACIENTES:

- Los hornos - Pj. Fanny Abanto.
- El tanque de agua - Pj. César Vallejo.
- Terrenos FAP - Pj. Fanny Abanto.
- La huaca - Pj. César Vallejo.
- La gallera - Pj. San Antonio.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACION PENAL POR GRUPOS DE EDAD

■ Mayor de 50 años	94 %
■ De 40 a 49 años	20.5 %
■ De 30 a 39 años	38.9 %
■ De 25 a 29 años	19.5 %
■ De 18 a 24 años	11.7 %



LA VICTORIA



Fuente: II DITERPOL - CHICLAYO, INEI.

La Industria

Chiclayo: lugares claves de delincuencia



LUGARES PELIGROSOS DE CHICLAYO

Drogadicción y delincuencia

La delincuencia es uno de los temas más preocupantes de la comunidad Chiclayana, debido principalmente al aumento del número de delincuentes. Las personas se sienten cada vez más inseguras en las calles. Por ello, es necesario un registro de las zonas más peligrosas de la ciudad.



LAMBAYEQUE

HORARIO DE ROBOS:
 - 1:00 p.m.
 - 6:00 p.m.
 - 9:00 p.m.

NOMBRES DE PANDILLAS MÁS CONOCIDAS:
 - Los cachaquitos.
 - Los intocables.
 - Los alacranes.

SEGUIDAD PÚBLICA	AÑOS	
	2009	2010
Denuncias por faltas registradas por la PNP contra la seguridad pública	288	41
Intervenidos por faltas registradas por la PNP contra la seguridad pública	45	29
Denuncias por delitos contra la seguridad pública	348	418
Detenidos por la PNP delitos contra la seguridad pública	456	557

LUGARES DE CONSUMO DE ESTUPEFACIENTES:
 - Los hornos - Pj. Fanny Abanto.
 - El tanque de agua - Pj. César Vallejo.
 - Terrenos FAP - Pj. Fanny Abanto.
 - La huaca - Pj. César Vallejo.
 - La gallera - Pj. San Antonio.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN PENAL POR GRUPOS DE EDAD

Mayor de 50 años	94 %
De 40 a 49 años	20.5 %
De 30 a 39 años	38.9 %
De 25 a 29 años	19.5 %
De 18 a 24 años	11.7 %



Las formas de delincuencia son muy variadas y han ido cambiando conforme al tiempo y la sociedad en que se vive. En la actualidad, hay tres clases de delitos muy comunes: el hurto, robo a mano armada y comercialización de drogas,

El hurto, es un delito muy común entre los delincuentes juveniles, debido a que se apoderan ilegítimamente de las cosas de las personas, empleando la intimidación en las personas, que muchas veces resultan con heridas leves.

El robo a mano armada es un tipo delito que causa la violencia o intimidación en la víctima mediante la utilización de armas, ya sea un arma blanca o un arma de fuego. Es un tipo de robo con mayor gravedad que el simple robo.

Comercialización de drogas, un delito muy grave que es realizado por bandas de delincuentes juveniles o hasta familiares, que son conectados por grandes redes de comercialización.

La delincuencia es un mal social que debe ser erradicado, pero se necesita del apoyo de toda la sociedad, el trabajo en conjunto genera buenos resultados.

Tercera infografía periodística – propuesta para el diario La Industria

La idea: Este último tema se escogió, porque se consideró de gran interés, tanto para los chiclayanos, como para los que visitan la ciudad

La tercera infografía seleccionada fue: “Un recorrido por la playas chiclayanas”, tema que brinda mucha información acerca de las diversas playas que existen en Chiclayo, debido a que muchas de ellas son poco concurridas por ser aún desconocidas.

Búsqueda de información: Se buscó información, en diversos medios como el INEI, PROMPERU, DIGESA para la realización de la infografía, verificando que los datos sean confiables para ser publicados.

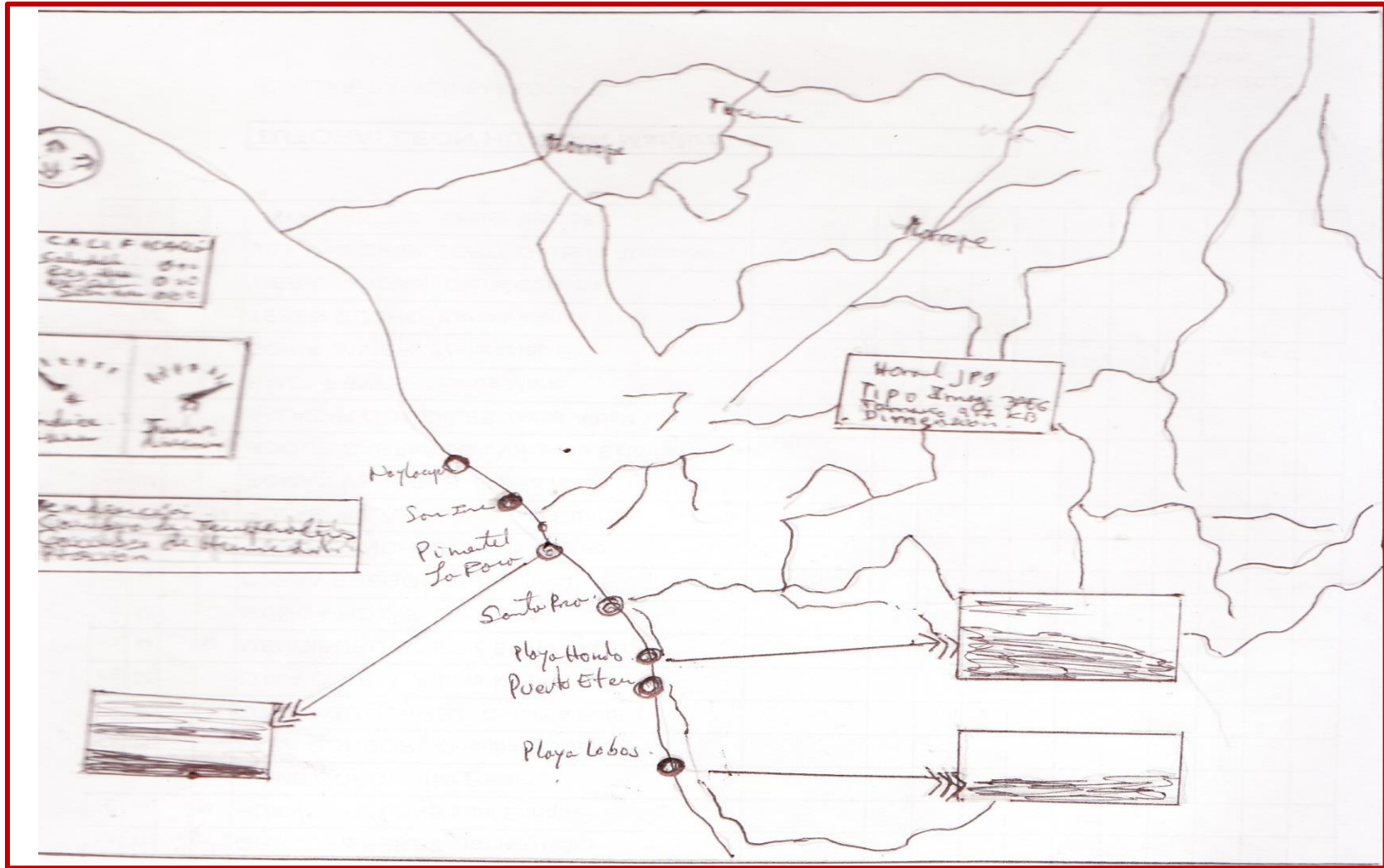
Además, se visitaron todas las playas de Chiclayo, para tener un mejor conocimiento de este recorrido.

Luego de tener toda la información se armó un boceto con los datos que causen mayor interés entre los lectores como: en que playas se puede bucear, surfear o pescar. Además, un dato importante es saber la calificación sanitaria que tiene cada playa, si es saludable o no.

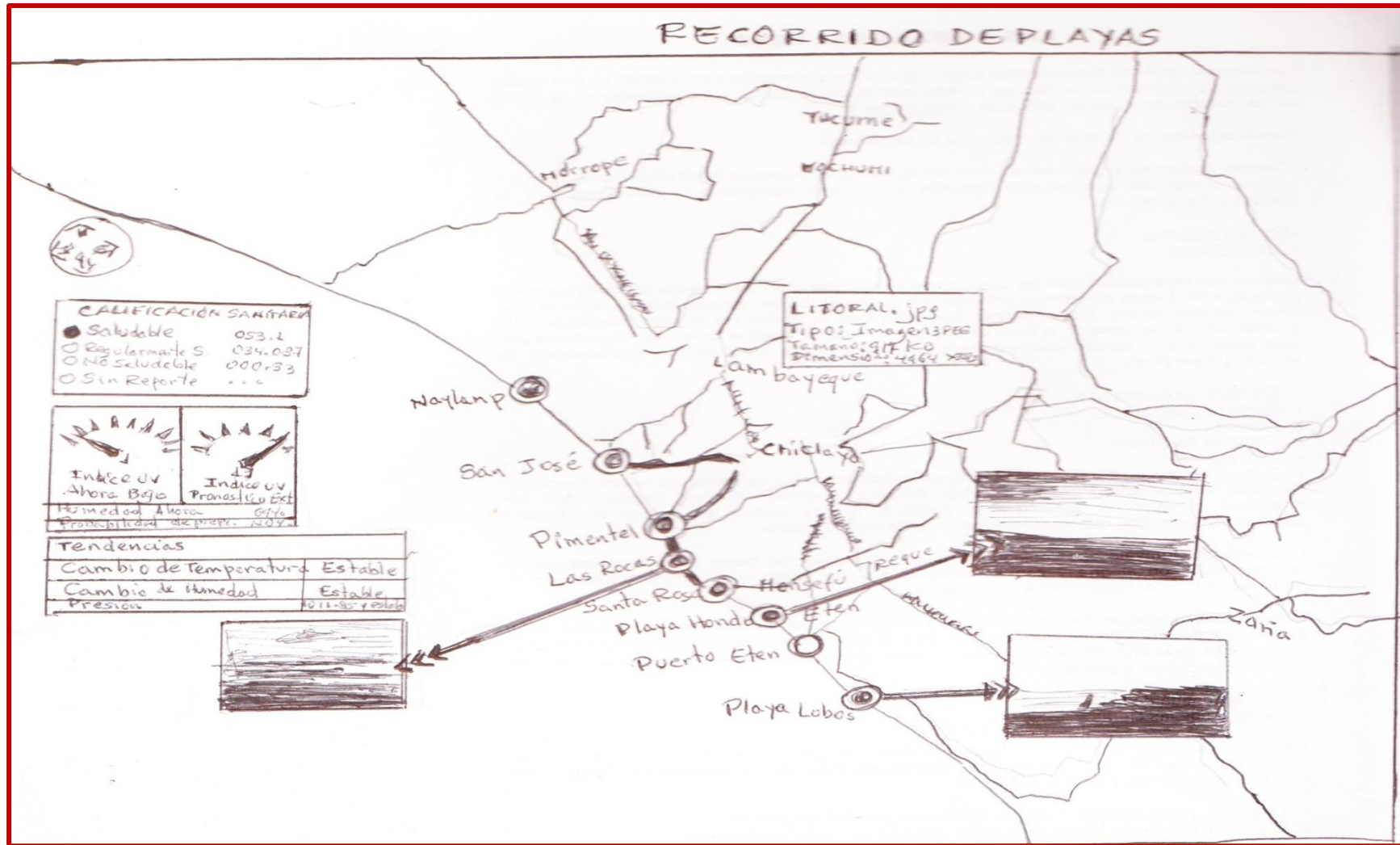
Posteriormente se diseñó la infografía mucho más ordenada, con todos los datos y gráficos muy claros, esto se llama maquetación.

Finalmente se realizó la compaginación, la infografía propuesta se colocará en la sección Turismo del diario, porque hace referencia a un recorrido por todas las playas chiclayanas, información necesaria tanto para los chiclayanos como para los turistas.

El boceto:



La maquetación:



La infografía:



Fuente: DIGESA, DIRCETUR, The weather chanel

La Industria

La Industria **TURISMO**

PIMENTEL, UNA DE LAS PLAYAS MÁS CONCURRIDAS DEL NORTE PERUANO

Tours por las playas chiclayanas

¿Se aburrió del bullicio de la ciudad y quiere ir en busca del sol, la arena y el mar? Las playas chiclayanas, son una buena opción para disfrutar de un placentero verano en compañía de su familia o amigos.

Si desea hacer un circuito de playas, le mostraremos algunas opciones donde pasar una tarde agradable y darse un buen chapuzón. El recorrido puede empezar a 11km al oeste de Chiclayo. Allí se encuentra Pimentel, el primer Balneario Turístico del Norte y una de las playas más visitadas por los turistas.

Este balneario cuenta con un antiguo muelle hecho de madera, ahora en declive, pero usado antiguamente por muchísimas embarcaciones. Además, de hermosas y grandes casonas coloniales, edificios modernos y lindos jardines. La zona moderna se encuentra al norte del muelle, y al sur se puede apreciar la zona comercial; como los restaurantes que ofrecen una variedad culinaria a sus clientes; algunos botes y los infaltables caballitos de totora, típicos en la zona norte del país.

Siguiendo con el recorrido, a 1.5 km (30 minutos en auto) al suroeste de Pimentel, se encuentra Las Rocas, calificada por los lugareños como el mejor balneario del circuito, es ideal para la práctica de tabla hawaiana y una buena alternativa para aquellas

personas que practiquen el buceo. Esta playa es baja y abierta, de arena y arcilla, aguas claras y oleaje continuo. Su litoral presenta peñas chatas, y se encuentra en los alrededores de los restos arqueológicos de Huaca Blanca.

El balneario de Santa Rosa es otra playa de este circuito y se encuentra a 19.45km al sur de Chiclayo (30 minutos en auto), se caracteriza por tener orillas planas, debido a ello se ha instalado una caleta de pescadores artesanales que cotidianamente tienden enormes y largas redes. Sus habitantes viven de la pesca y el comercio.

Al sur (20 minutos a pie) encontramos a la zona llamada "El Farol" o también conocida como playa Hondo, donde llegan los aficionados del surfing o tabla hawaiana. Además, en esta playa se practica el motocross, deporte favorito de muchos jóvenes.

Una de las playas más hermosas de este recorrido es Puerto Etén, conocida como la "Playa de ensueño", por su inigualable belleza. Se ubica a 23,4km (40 minutos) al sur de Chiclayo y a 2,2km de la ciudad de Etén; la playa es de arena baja, presenta mareas del tipo semi-diurno y el fondo es muy limpio. Además, cuenta con un muelle que data de 1873 y que se encuentra en buen estado, ideal para realizar buenas tomas fotográficas.

Siguiendo con el circuito,

tenemos a Naylamp o también conocida con el nombre de La Cruz del Faro, Monsefú o Playa Niño del Milagro, para llegar a este lugar es necesario tomar un desvío de la carretera Panamericana Norte. Este balneario es muy solitario, arenoso, de aguas tranquilas y estables, pero es muy concurrido en verano porque en el lugar se forman pozas de agua que dan la sensación de ser pequeñas lagunas. Una playa ideal para ser visitada en familia y compartir un día

agradable, dejando de lado la rutina.

San José es otra de las playas que puede ser visitada en este recorrido, se encuentra a 20 minutos al sur de Chiclayo. Es un balneario espacioso y de mar tranquilo. Además, es una caleta que alberga a muchos pescadores artesanales, debido a que esta playa es poseedora de una gran riqueza marina. Por las mañanas, se puede apreciar la llegada de las embarcaciones y la posterior desembarcación de las especies

marinas. En las tardes se ve a los pescadores preparándose para una nueva faena: arreglando sus barcos o tejiendo sus largas redes.

Finalmente debe saber que Senahami ha pronosticado que para esta temporada de verano la intensidad del sol estará muy fuerte y se incrementará la emisión de rayos ultravioletas, por ello se pide a los veraneantes tomar las medidas necesarias para el cuidado de su salud.

UN RECORRIDO POR LAS PLAYAS CHICLAYANAS

Este verano miles de personas buscan gozar de un sol placentero y sentir la suave brisa marina de las diversas playas del litoral peruano.

ACTIVIDADES:

- NATACIÓN
- BUCEO
- SURF
- PESCA

CALIFICACIÓN SANITARIA:

- Saludable: 0.68 - 1
- Regularmente Saludable: 0.34 - 0.67
- No Saludable: 0.00 - 0.33
- Sin Reporte: -

ÍNDICE UV:

Ahora: 1 (Bajo) | Pronóstico: 11 (Extremo)

Humedad (Ahora): 69%

Probabilidad de precip: (Hoy) N/D%

Tendencias:

Cambio de Temperatura	Estable
Cambio de Humedad	Estable
Presión	1011.85 mb y estable

LAMBAYEQUE

Arribos, pernoctaciones y permanencia en establecimientos de hospedaje de turistas

Arribos	Año 2009	Año 2010
Peruanos	478 105	562 605
Extranjeros	452 136	497 110

VÍAS DE ACCESO A LAS PLAYAS:

- Panamericana Norte - Naylamp.
- Vía evitamiento - San José y Naylamp.
- Vía evitamiento - Pimentel, Las Rocas y Santa Rosa.
- Sta. Rosa - Hondo, Caminata.
- Panamericana Norte - Puerto Etén, y Lobos.

Fuente: DIGESA, DIRCETUR, The weather chanel

CONCLUSIONES

I. En el análisis realizado al diario El Comercio de Lima en el año 2011, se llegó a la conclusión que publica infografías periodísticas que brindan información de buena calidad a los lectores, con propiedades a un nivel notable, según lo menciona Valero al momento de valorar los resultados de una infografía.

II. El 55% de las infografías presentadas en El Comercio tienen características con un nivel suficiente de acuerdo a Valero en la ficha de análisis. Esto significa que el valor conjunto de la infografía está dentro los parámetros de calidad infográfica.

III. En el análisis realizado al diario La República en el año 2011, se determinó que la calidad de información en la publicación de sus infografías, se ubican en un nivel notable. Es decir que tiene un mayor índice de utilidad y visualidad, según Valero.

IV. Un 10% de infografías de La República tienen una valoración suficiente, según la ficha desarrollada por Valero. Lo que quiere decir, que

no todas las publicaciones infográficas de este medio tienen la misma calidad informativa.

V. Los temas de Seguridad, Salud y Turismo planteados en la propuesta infográfica son enfocados por ser de interés local y regional. Asimismo, fueron los temas que más se resaltaron en la entrevista con el director del diario La Industria.

VI. Para la elaboración de la propuesta infográfica como recurso periodístico, se aplicó la teoría de Valero, sustentada en la presente investigación. Se tuvo en cuenta la idea y el planteamiento, la búsqueda de documentación, el boceto, la maquetación, la compaginación y la corrección.

REFERENCIAS

- Aguado, M (1987) *Lectura estética y técnica de un diario*. Madrid: Alhambra Universidad
- Cairo, A (2008) *infografía 2.0. Visualización interactiva de la información en prensa*. España: Alamut
- Calvo, M., Otero, M. y López X. (2008). El despertar de la infografía en la prensa escrita: el caso de La Voz de Galicia. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 329 – 344.
- Canga, J., (1994) *El diseño periodístico en prensa diaria: normas básicas*. España: Bosch
- Colle, R. (2010). La infografía de 'El Mercurio' de Chile. *Chilean El Mercurio's infographics*, 1,1 – 24.
- De Pablos, J.(1999). *Infoperiodismo: el periodista como creador de infografía*.(1ed.) España: Síntesis.
- Domenack, C. (2001). *Periodismo Visual: La Infografía*. Lima.
- Di Palma, G. (2010). *Introducción al periodismo: internet y tecnología digital: prensa grafica- radio y tv* (1ed.) Argentina: Brujas

El infografista no se debe definir como diseñador gráfico, sino como periodista.
(2011, 31 de octubre) Consultado el 12 de febrero de 2013 de
<http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/10/31/el-infografista-no-se-debe-definir-como-disenador-grafico-sino-como-periodista/>

La Nación (1999) Manual de estilo y ética periodística (4 ed.) Argentina: Espasa Calpe.

López, A. (2009). *Géneros periodísticos complementarios: una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual.* (1 ed.) México, D.F.: Alfaomega.

Malofiej (2002) *I Exposición de gráficos periodísticos.* España: Publis Hed By

Malofiej (2004) *13 Premios internacionales de infografía.* España: Gráfica

Malofiej (2005) *13 Premios internacionales de infografía.* España: Gráfica

Moreno, J. y Rodríguez, A. (2009). *Infografía en el periodismo digital hispanoamericano.* Bogotá, D.C.

Gonzalo, P. (1991) *Periodismo iconográfico.*(4 ed.) Madrid: Rialp S.Amadrid

Valero, J. (2001). *La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos.* (1 ed.) España: Aldea Global.

ANEXOS

ANEXO N° 1

PREGUNTAS PARA ENTREVISTA A ESPECIALISTAS

En base a su experiencia:

¿Es lo mismo infografía que infografía periodística? ¿Por qué?

¿Qué características básicas debe tener una infografía para ser considerada como un recurso comunicativo periodístico?

¿El requisito estético es necesario en una infografía? ¿Cómo saber si una infografía tiene estética?

¿El dibujo y la fotografía se pueden mezclar en una infografía? ¿Cuál es la más adecuada?

¿Cómo debe ser la iconicidad en una infografía, está relacionada con los gráficos y dibujos que se utilizan?

¿Cuál es la función principal de una infografía en un diario: de síntesis, de complementariedad o informativa? ¿Por qué?

¿La cantidad de texto tiene un alto nivel de importancia en una infografía periodística? ¿Qué es lo más adecuado? ¿Por qué?

¿Qué cree que le falta a las infografías periodísticas publicadas en los diarios?

¿Qué temas son los más adecuados para realizar una infografía periodística?

¿En algún momento la infografía reemplazará a la nota periodística?

¿Qué propuesta se puede plantear para cambiar las infografías tradicionales de un diario?

¿Qué características debe tener un infógrafo? ¿Cuál es el perfil más adecuado? ¿Qué formación o conocimientos básicos debe tener?

Según su perspectiva, ¿Cuál es el futuro de la infografía? ¿Valdría la pena una propuesta? ¿Por qué?

ANEXO N° 2

ENTREVISTA DE TESIS

ENTREVISTADO: Arturo Galarza - Diario El Tiempo – Piura.

En base a su experiencia:

¿Es lo mismo infografía que infografía periodística? ¿Por qué?

No

La infografía periodística es aquella que está al servicio de un periódico o de un medio. En cambio la infografía misma se puede encontrar en libros escolares, por ejemplo una línea de tiempo es una infografía. La infografía trata de hacer las cosas complicadas en cosas simples, es decir ver un texto de manera visual. La infografía periodística tiene que estar al servicio del lector, por tanto también al servicio del periódico; este tipo de infografía es un poco más elaborada que la infografía simple.

¿Qué características básicas debe tener una infografía para ser considerada como un recurso comunicativo periodístico?

La infografía es un género extraliterario y extralingüístico, entonces debe tener los elementos de la noticia que son: legibilidad, las 5w, titular, fuente, entre otros. Lo que ayuda a mantener la unidad de una infografía es que se mantengan las tipografías.

¿El requisito estético es necesario en una infografía? ¿Cómo saber si una infografía tiene estética?

Todo es visual, todo entra por los ojos; entonces debe tener elementos grandes que muchas veces por el grado de jerarquía se deben notar. El cuerpo de texto, titulares con mayor puntaje, el recurso visual y muchos otros detalles que hacen que la infografía tenga estética y jerarquización en la información.

¿El dibujo y la fotografía se pueden mezclar en una infografía? ¿Cuál es la más adecuada?

El dibujo y la infografía si se pueden mezclar, creo que ambos son adecuados. La ilustración es buena, pero cuando no se tiene este recurso se recurre a la fotografía.

¿Cómo debe ser la iconicidad en una infografía, está relacionada con los gráficos y dibujos que se utilizan?

Los iconos son elementales en los gráficos, porque hacen que el lector se ubique de una manera rápida en los temas. Por ejemplo ves una calavera, entonces el lector lo interpreta como peligro. Los iconos nos van a ayudar a escanear y a ver la información mucho más rápido. Por ello el icono es algo estandarizado, es decir algo que el lector entiende.

¿Cuál es la función principal de una infografía en un diario: de síntesis, de complementariedad o informativa? ¿Por qué?

Los tres, síntesis porque resume espacios de información, complementa porque lo que se dice en una información o en un texto no lo puedes decir en noticia porque estaría redundando y finalmente es informativa porque una infografía que no informa está demás. Una infografía puede ir sola, no es necesario que vaya acompañada, pero esto depende mucho del tema.

¿La cantidad de texto tiene un alto nivel de importancia en una infografía periodística? ¿Qué es lo más adecuado? ¿Por qué?

Menos texto, por eso es infografía. Una infografía es información gráfica.

¿Qué cree que le falta a las infografías periodísticas publicadas en los diarios?

No todos los diarios tienen un departamento de infografía, entonces creo yo que faltan más infografistas, ilustradores que hagan una infografía más elaborada para que se publiquen a diario.

¿Qué temas son los más adecuados para realizar una infografía periodística?

Cuando recién surgió el tema de las infografías se aplicó más en temas de accidentes de tránsito, pero ahora se utilizan en diversos temas: tecnología, biología, ciencia y muchos temas comunes de la vida. No hay temas específicos.

¿En algún momento la infografía reemplazará a la nota periodística?

No, yo creo que hay lectores que quieren su texto. La infografía es un recurso, es como un género, no puedes poner todas las noticias en un diario a través de una infografía porque ya no parecería un diario, sino un álbum.

¿Qué propuesta se puede plantear para cambiar las infografías tradicionales de un diario?

Creo que lo que hace falta es un periodista diseñador, es decir alguien que sepa diseñar pero que a la vez tenga criterio periodístico. Realmente yo creo que faltan infógrafos.

¿Qué características debe tener un infógrafo? ¿Cuál es el perfil más adecuado? ¿Qué formación o conocimientos básicos debe tener?

Un infógrafo debe ser observador, muy creativo y abierto a todo, es decir que no tenga tabúes, debe ser muy visual. Debe tener un ejercicio para procesar sus ideas al momento de crear una infografía.

Un infografista debe ser básicamente periodista y debe saber ilustrar o dibujar.

Según su perspectiva, ¿Cuál es el futuro de la infografía? ¿Valdría la pena una propuesta? ¿Por qué?

Tenemos tres tipos de lectores: el apurado, el dueño del mundo y el hambriento de información; entonces mientras existan esos tipos de lectores siempre vamos a tener infografías. Yo creo que el auge de la infografía ya pasó, cuando yo egresé a la universidad la infografía estaba saliendo y fue un boom, se mantiene la infografía, ahora existen premios para infografías y son esos premios los que mantienen su existencia y es bueno.

Sí vale la pena una propuesta, que sea una propuesta con una infografía diaria o quincenal, porque ayuda a que el lector comprenda más la información.

ANEXO N° 3

ENTREVISTA DE TESIS

ENTREVISTADO: Alfredo Oshiro Fukuhara - Editor del departamento de infografía del Diario el Comercio

En base a su experiencia:

¿Es lo mismo infografía que infografía periodística? ¿Por qué?

La diferencia entre estos dos términos sería principalmente la intención con las que son publicadas. Muchas infografías son publicitarias, venden un producto; otras pueden ser arqueológicas, tecnológicas, etc.; algunas suelen ser muy pesadas, debido que son para expertos, otros son muy técnicos.

En cambio, en los infograficos de la prensa se busca contar una noticia a la mayor cantidad de personas posibles, utilizando un lenguaje común que ayude a entender una noticia y lo principal es que debe contener un lenguaje periodístico.

¿Qué características básicas debe tener una infografía para ser considerada como un recurso comunicativo periodístico?

A parte de los recursos de estilo visual, una infografía para ser considerada periodística debe ser fidedigna, es decir tiene que contener datos verdaderos y exactos. Además, debe ser respaldado por pruebas que acrediten la información. Es muy importante que en una infografía periodística se cite a las fuentes.

Otra característica es que debe ser explicativa.

¿El requisito estético es necesario en una infografía? ¿Cómo saber si una infografía tiene estética?

La estética juega un rol importante en la infografía; pero no es su rol base, porque lo más importante en la infografía periodística es comunicar. La estética es un gramática visual, es importante dentro de la infografía, pero los resultados no dependen de ella. Sabemos que una infografía tiene estética cuando los gráficos y el texto están bien distribuidos, se han utilizado la tipografía y los colores adecuados.

¿El dibujo y la fotografía se pueden mezclar en una infografía? ¿Cuál es la más adecuada?

Pueden ir mezclados, lo más importante es que se entienda lo que se quiera transmitir y va depender mucho del tema o situación que se esté informado.

Si se quiere simplificar detalles se pueden utilizar dibujos realistas, futuristas. La infografía no se muestra como una denuncia de veracidad, sino como un mero ejemplo donde la imagen se puede manipular, no para mal informar sino para ser más entendible la información.

¿Cómo debe ser la iconicidad en una infografía, está relacionada con los gráficos y dibujos que se utilizan?

Cada periódico suele utilizar su propias representaciones icónicas. El fundamento de la infografía está en la iconicidad, en los elementos figurativos o plásticos que les confieren su propia identidad informativa

¿Cuál es la función principal de una infografía en un diario: de síntesis, de complementariedad o informativa? ¿Por qué?

En realidad la función principal de la infografía en un diario está ligada con los tres términos .Es de síntesis porque resume una noticia para hacerla más entendible .Es de complementariedad porque sirve como complemento para una noticia que se presenta en ...

Es también informativa porque la infografía pertenece al género de información y pretende que los lectores se enteren de una noticia de una forma más visual y práctica.

¿La cantidad de texto tiene un alto nivel de importancia en una infografía periodística? ¿Qué es lo más adecuado? ¿Por qué?

Lo más importante no es la cantidad de un texto, sino la calidad de la información que se coloca en una infografía .Para realizar una infografía tiene que primar la imagen y el texto. Lo más adecuado es que en una infografía no solo vayan imágenes, porque no se entendería mucho la información. El texto y la imagen deben ser equilibrados.

¿Qué cree que le falta a las infografías periodísticas publicadas en los diarios?

Creo que le falta al infografista como profesional y no a la infografía. Los profesionales deben realizar su propia investigación, porque muchas veces el que realiza las infografías solo atiende los pedidos de otro colega y no parte como iniciativa propia. Es por eso que muchas infografías no transmiten lo que en realidad se quería mostrar

¿Qué temas son los más adecuados para realizar una infografía periodística?

No hay temas adecuados para realizar una infografía, lo más importante es que haya noticia gráfica que contar.

¿En algún momento la infografía reemplazará a la nota periodística?

No lo creo, la infografía puede ser un complemento más no un remplazo de la noticia. Si bien es cierto la infografía puede ir sola, eso quiere decir que vaya a reemplazar a una nota periodística.

¿Qué propuesta se puede plantear para cambiar las infografías tradicionales de un diario?

Primero se tendría que saber cuál es la línea del periódico para plantear una propuesta. Luego se tiene que capacitar a los que realizan infografías e indicarles que una infografía no son solo imágenes sino también texto. Lo importante que debe tener una nueva infografía como propuesta es que sea netamente informativa y que los datos sean exactos y verdaderos.

¿Qué características debe tener un infógrafo? ¿Cuál es el perfil más adecuado? ¿Qué formación o conocimientos básicos debe tener?

Pueden haber estudiado diseño gráfico, arquitectura o Comunicaciones. Tiene que saber dibujar, redactar, ordenar y sintetizar, tener conocimiento de diseño, saber comunicarse y que tenga actitud periodística. Las infografías se trabajan en equipo, lo más fuerte es el dibujo y la investigación.

Según su perspectiva, ¿Cuál es el futuro de la infografía? ¿Valdría la pena una propuesta? ¿Por qué?

En el futuro la infografía se incluirá en el soporte digital, tendría que adecuarse a estos cambios, pero todo está en construcción.

ANEXO N° 4

ENTREVISTA DE TESIS

ENTREVISTADO: Eugenio De Ovando - Consultor Gráfico

En base a su experiencia:

¿Es lo mismo infografía que infografía periodística? ¿Por qué?

No

La infografía se puede aplicar en muchos campos más que el periodístico, por ejemplo para entrenamiento o capacitación, para estudio, medicina etc. la infografía es información graficada que ayuda a entender sistemas, procesos y otras cosas con imágenes o dibujos más que con palabras y esta se puede aplicar en distintos campos, no sólo el periodístico.

¿Qué características básicas debe tener una infografía para ser considerada como un recurso comunicativo periodístico?

No existen reglas muy definidas en este campo, ya que una infografía puede ser sólo un gráfico de las ventas de una empresa como también puede ser una producción a doble página y con muchos recursos gráficos. Lo importante en la infografía es mostrar no decir.

¿El requisito estético es necesario en una infografía? ¿Cómo saber si una infografía tiene estética?

Primero hay que considerar al público y a la línea editorial de dónde es presentada, una infografía tiene que ser parte de un contexto o un artículo en un diario y no un elemento tan aparte que parezca un aviso publicitario, además hay que tener cuidado con la forma de mostrar las cosas, por ejemplo si se muestra un accidente cuidado en mostrar dibujos con sangre o sufrimiento etc, hay que tener factores editoriales en cuenta, y lo otro es tener en cuenta

que se está preparando la infografía en relación a la información que se quiere mostrar no a lo bien que se vea el dibujo ni las capacidades artísticas del dibujante infógrafo, lo importante es que estamos informando.

¿El dibujo y la fotografía se pueden mezclar en una infografía? ¿Cuál es la más adecuada?

Si se puede utilizar fotografías para mostrar situaciones y mezclarla con dibujos, la infografía de preferencia utiliza el dibujo vectorial para mostrar y explicar ya que es más limpio y se puede acentuar lo que se necesite.

¿Cómo debe ser la iconicidad en una infografía, está relacionada con los gráficos y dibujos que se utilizan?

En la infografía es necesario tener un trabajo de señalética y elementos e iconos que pueden ser utilizados en varias coacciones para acostumbrar al lector cuando necesite esta información, por ejemplo el símbolo que indica el norte.

¿Cuál es la función principal de una infografía en un diario: de síntesis, de complementariedad o informativa? ¿Por qué?

Se puede utilizar en las tres ya que hay infografías que no necesitan un texto complementario por ejemplo los niveles de contaminación o el tiempo o alguna información que diga todo por sí sola, y también la infografía puede ser parte de todo un tema como la caída del dólar frente a otra moneda que necesita un análisis.

¿La cantidad de texto tiene un alto nivel de importancia en una infografía periodística? ¿Qué es lo más adecuado? ¿Por qué?

Mostrar no decir.

¿Qué cree que le falta a las infografías periodísticas publicadas en los diarios?

Es una pregunta muy amplia ya que hay buenas infografías y malas, a las malas les puede faltar o sobrar muchas cosas como texto, perspectiva iconos etc, y hay que aprender de las buenas.

¿Qué temas son los más adecuados para realizar una infografía periodística?

Infinitos temas como los que se tratan en un medio periodístico, Economía, medicina, tecnología, crónica etc. lo importante que la infografía justifique a ser producida.

¿En algún momento la infografía remplazará a la nota periodística?

No lo creo, son cosas distintas.

¿Qué propuesta se puede plantear para cambiar las infografías tradicionales de un diario?

No respondió.

¿Qué características debe tener un infógrafo? ¿Cuál es el perfil más adecuado? ¿Qué formación o conocimientos básicos debe tener?

Por supuesto tiene que saber utilizar las herramientas gráficas digitales como los software de Adobe, luego conocer de los recursos como tipografías, diseño, etc y tener aptitudes para dibujar. Lo otro es saber de cómo se trabaja en periodismo y como se fabrica un tema, tiene que saber de redacción también.

Diseñador gráfico, dibujante gráfico, periodista y certificado en aplicaciones gráficas.

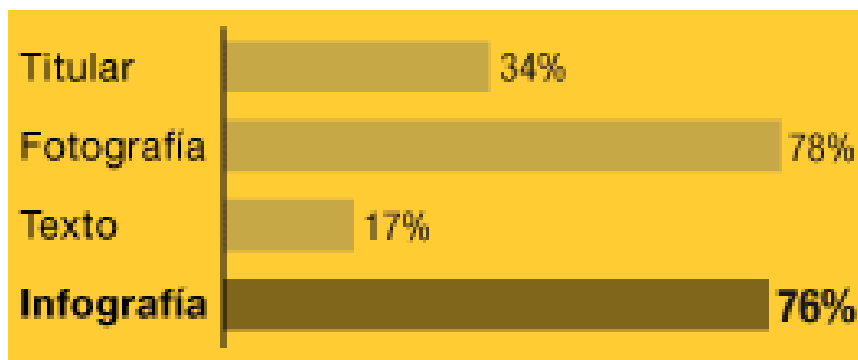
Según su perspectiva, ¿Cuál es el futuro de la infografía? ¿Valdría la pena una propuesta? ¿Por qué?

El futuro ya está aquí que es la infografía en cualquier medio, hoy podemos ver infografías en diarios revistas pero también en internet, tabletas gráficas y teléfonos móviles. E inclusive hay algunas que son interactivas y también se conectan a bases de datos que cambian la info según la respuesta de la gente.

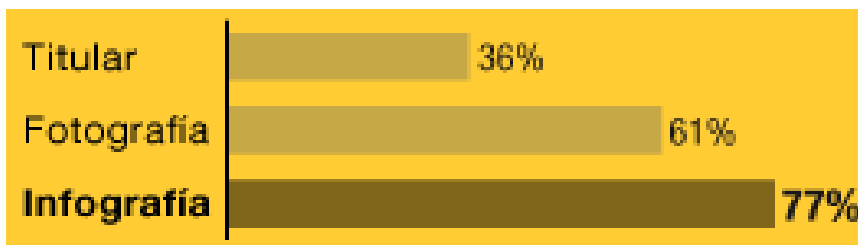
ANEXO N° 5

Encuesta realizada a usuarios sobre infografía, tomado de: "Eyes on the News", Mario García, Pegie Stark. The Poynter Institute, 1991."Eyetracking the News", Pegie Stark, Sara Quinn, Rick Edmonds. The Poynter Institute 2007.

¿En qué % son percibidos por el lector los elementos de una página?



¿Qué elemento llama más la atención para entrar a la página?



Después de ver uno de estos elementos, ¿en qué % leerá el texto de la información?



ANEXO N° 6

OTRO TIPO DE ANÁLISIS: EL COMERCIO

INFOGRAFÍA N°1: Diario el comercio, 1 de Junio del 2011, A 16 (Contra carátula), Epidemia de Bacteria

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	La crisis de sobre la bacteria E coli en España
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°2: Diario el comercio, 6de Junio del 2011, A 11, El nuevo congreso

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	La lista de bancadas que ocuparán el nuevo congreso de la República
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°3: Diario el comercio, 12 de Junio del 2011, A6, Bolsa de Valores

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	Como es la compra y venta de acciones dentro de la Bolsa de Valores.
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°4: Diario el comercio, 19 de Junio del 2011, A 22, Tuberculosis

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	La TBC y su resistencia a los antibióticos.
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°5: Diario el comercio, 19de Junio del 2011, A 25, Gastos de la copa América.

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	Los gastos que trae consigo la realización de la Copa América.
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°6: Diario el comercio, 26 de Junio del 2011, A 14, Ahorro Energía

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	Cómo ahorrar energía con los electrodomésticos
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°7: Diario el comercio, 26 de Junio del 2011, A 8, Día Mundial de la lucha contra las drogas.

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	Las drogas y su adicción en las mujeres.
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°8: Diario el comercio, 27de Junio del 2011, A 2 Gestión Limeña.

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	Análisis sobre la teciende gestión de la Alcadesa de Lima.
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°9: Diario el comercio, 30de Junio del 2011, A 2, El Congreso.

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	¿Cúantos y quiénes son los nuevos congresistas de la República?
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

ANEXO N° 7

OTRO TIPO DE ANÁLISIS: LA REPÚBLICA

INFOGRAFÍA N°1: Diario Lea República, 05 de Junio del 2011, Pág. 24, E. coli: la bacteria asesina

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	El peligro de la bacteria E coli en el mundo
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento y síntesis
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°2: Diario La República, 12 de Junio del 2011, Pág. 24, Broncodilatadores

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	Cuidado con el uso de inhaladores
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento y síntesis
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°3: Diario La República, 27 de Junio del 2011, Pág. 34, Los cyberataques de Anonymous

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	Ataques en red de un grupo de ciberactivistas
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	No
•Es atractivo visualmente	No

INFOGRAFÍA N°4: Diario La República, 29 de Junio del 2011, Pág. 04, Ríos afectados por metales pesados en la cuenca del Ramis.

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	Ríos contaminados por minería informal
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Si
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	No
•Es atractivo visualmente	Si

INFOGRAFÍA N°5: Diario La República, 29 de Junio del 2011, Pág. 10, El tren eléctrico.

Algunos criterios expuestos por el jurado de los Premios Malofiej	
•Contenido: ¿Qué comunica?	Abandono del tren eléctrico y sus problemas colaterales
•Información fácil o complicada	Fácil
•Claridad	Sí
•Funcionalidad	Complemento
•Interactividad	Si
•Es atractivo visualmente	Si