



El patrón de rediseño se ha extendido por el globo a raíz de los problemas confrontados por la industria periodística, especialmente desde los años 70. Los editores, conscientes de la pérdida de lectores y de la lucha por los anunciantes, se han esforzado por reestructurar su manera de presentar las informaciones con el fin de recuperar, en la medida de lo posible, la posición de sus publicaciones en el mercado, o de no perderla más.

Perfil profesional de los infógrafos venezolanos

En diversos países la prensa ha caído en una crisis que le ha hecho perder una buena parte de sus lectores. Tan es así que hace pocos años *The Economist* llamó a los periódicos «decréditos, pasados de moda y destinados a morir». Sin embargo, cada vez que los rotativos han confrontado dificultades el cambio en la fisonomía de sus páginas ha sido su salvación.

El patrón de rediseño se ha extendido por el globo a raíz de los problemas confrontados por la industria periodística, especialmente desde los años 70. Los editores, conscientes de la pérdida de lectores y de la lucha por los anunciantes, se han esforzado por reestructurar su manera de presentar las informaciones con el fin de recuperar, en la medida de lo posible, la posición de sus publicaciones en el mercado, o de no perderla más.

Así fue que surgió *USA Today*, prototipo del nuevo paradigma de publicaciones más «visuales», a partir del cual las infografías y otras formas afines han dejado su impronta en el diseño periodístico de una buena cantidad de publicaciones en todo el mundo. Y es que los gráficos informativos han pasado a desempeñar un papel fundamental ya que, además de informar, contribuyen con la estética del periódico gracias a su diseño y colorido.

¿Qué temas se pueden infografiar? ¿Quiénes deben hacerlo y en cuáles circunstancias? Estas son algunas de las preguntas a las que Carlos Abreu, Profesor Titular de la UCV y Doctor en Ciencias de la Información, intentó responder en el presente trabajo.

Asimismo, el autor exploró los niveles de preparación de los infógrafos de *El Nacional* y *El Universal*, para el momento de su investigación los únicos diarios venezolanos que publicaban sistemáticamente infografías. Finalmente, precisó los criterios de esos profesionales sobre la relación infografía-periodismo, tanto desde el punto de vista profesional como académico.

Los resultados de esta investigación fueron presentados en el V Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), efectuado en Santiago de Chile entre el 26 y el 29 de abril del presente año.

ANTECEDENTES: INVESTIGACIONES AFINES

En el material consultado no se encontró ninguna encuesta efectuada entre los infógrafos de *El Nacional* y *El Universal*. No obstante, hace tres años Adriana Romero (1996), a la sazón tesista de la UCAB, hizo dos entrevistas en las que solicitó a Wilmer Ascanio y Juan Carlos Flores que calificaran a la infografía venezolana comparándola con la del resto del mundo. El rango establecido fue «buena», «regular» o «mala».

En el ámbito internacional, Ole Munk, profesor de la Universidad Gráfica de Dinamarca, publicó la obra *Reporteros y Artistas* (1992). Este trabajo, básicamente, es resultado de una encuesta en que dicha institución intentó encontrar respuesta a cuál es la más apropiada estructura editorial para un periódico orientado hacia la producción de gráficos no solamente hermosos sino que puedan ayudar al lector a estar mejor informado.

Para lograr una descripción general de las condiciones en que desarrollaban los artistas gráficos su labor, Munk envió un cuestionario a 28 diarios, notables por el uso sistemático de gráficos informativos. Al final, recibió respuestas de 21 de ellos.

OBJETIVOS

Objetivos generales

- Determinar las opiniones de los infógrafos de *El Nacional* y *El Universal* en torno a la infografía
- Indagar sobre su preparación en el área, así como acerca de su vinculación con la actividad periodística y la academia

Objetivos específicos

- Determinar entre los infógrafos:
- En cuál sección prefieren hacer su trabajo y por qué razón
 - Qué es para ellos una infografía
 - Cuándo creen que es necesario elaborar una infografía
 - El nivel de conocimiento que tienen respecto de otros tipos de gráficos informativos
 - El grado de importancia que, en su opinión, le confiere a la infografía el periódico en el cual trabajan
 - Qué criterio tienen en torno a la afirmación según la cual la infografía se publica poco
 - Qué criterio tienen en cuanto a que el infógrafo debe haber sido periodista antes de dedicarse a esa profesión
 - Dónde aprendieron el oficio de infógrafo
 - En qué medida consideran idóneo el lugar donde aprendieron el oficio y por qué razón
 - La experiencia periodística previa a su ingreso a la profesión de infógrafo
 - La formación académica que poseen
 - El grado de conocimiento que tienen en torno a material bibliográfico sobre el tema
 - Qué opinión tienen en torno a que el infógrafo deba egresar de una escuela de Comunicación Social

METODOLOGÍA

Para indagar en los objetivos antes planteados se realizó una encuesta calificada entre los infógrafos de los diarios analizados, cuyos elementos básicos definimos a continuación:

Universo en estudio y tamaño de la muestra

El universo en estudio estuvo constituido por el conjunto de 16 infógrafos que trabajan en *El Nacional* (9) y *El Universal* (7). Al ser un universo reducido no se tomó ninguna muestra. No obstante, se pudieron encuestar siete infógrafos en *El Nacional* y cinco en *El Universal*.

Instrumento de medición

El instrumento de medición de esta investigación lo constituye un cuestionario, elaborado de acuerdo con los objetivos de la investigación. El mismo fue diseñado con preguntas estructuradas cerradas y abiertas.

El cuestionario fue sometido a un estudio piloto -llenado por el único infógrafo del Bloque De Armas-, a fin de estimar su grado de confiabilidad, resultando altamente satisfactorio.

Técnica de recolección de los datos

El procedimiento empleado para la recolección de datos consistió en una visita del autor de este trabajo a los Departamentos de Infografía de los diarios analizados, en donde dejó los cuestionarios para ser respondidos en un lapso que los consultados establecieron, aun cuando se les pidió que lo hicieran «a la brevedad posible». En cualquier caso, se trató de un cuestionario autoadministrado.

Período de referencia

Los cuestionarios fueron distribuidos por el autor de este trabajo entre el 20 de abril y el 14 de mayo de 1999.

Técnica de análisis

Al ser reducido el universo de los infógrafos y dada la importancia conferida en el cuestionario a las preguntas abiertas el análisis de los resultados fue cualitativo.

A su vez, al no existir normas formales o universales para analizar, interpretar y evaluar los datos cualitativos, se presentan las respuestas de los encuestados a cada pregunta, resumiendo previamente las tendencias más significativas¹.

Posteriormente, se hace una discusión global de las respuestas, vale decir, su análisis e interpretación de acuerdo con los objetivos de la investigación, a los resultados del análisis hemerográfico y a los planteamientos del marco teórico.

DISCUSIÓN

El hecho de que los infógrafos hayan mencionado más de una sección al momento de indicar en cuál área prefieren hacer su trabajo, ratifica que la elaboración de infografías no es exclusiva de tres o cuatro ámbitos periodísticos. De por sí, la mención de áreas como Genérica, Tendencias y «todas las secciones» de alguna manera concuerda con los hallazgos del análisis hemerográfico.

Recordemos que, aun cuando en éste



El hecho de que los infógrafos hayan mencionado más de una sección al momento de indicar en cuál área prefieren hacer su trabajo, ratifica que la elaboración de infografías no es exclusiva de tres o cuatro ámbitos periodísticos. De por sí, la mención de áreas como Genérica, Tendencias y «todas las secciones» de alguna manera concuerda con los hallazgos del análisis hemerográfico.



predominaron la mayor parte de las temáticas señaladas por los teóricos como campo abonado para la infografía -deportes y ciencia y tecnología, por ejemplo-, también quedó en el tapete que otras secciones como el turismo, los asuntos de la comunidad, y hasta la política y la economía, son susceptibles de ser trabajadas con infos.

Por lo demás, en la encuesta calificada se cimentó la afinidad entre los deportes y la infografía dado el grado de preferencia que tiene esa sección entre los infógrafos. En cambio, la ausencia de menciones a sucesos -a menos que se haya solapado tras el genérico término «todas»- llama la atención.

Ello debido a que se supone que los mismos son una de las áreas ideales para elaborar infos. Aun así, las declaraciones concuerdan parcialmente con el análisis morfológico y de contenido, según el cual los sucesos no recibieron el tratamiento esperado, concretamente en *El Nacional*.

Ninguna de las definiciones de los consultados se aproximó al concepto de infografía desarrollado en el marco teórico. Aun así, varios mencionaron, aislada-

mente, algunos de sus elementos. Por ejemplo, casi todos destacaron el aspecto visual de la infografía, es decir, su parte iconográfica, así como su finalidad.

Del mismo modo, y a pesar de que ninguno indicó que se trataba de un género, tres mencionaron la forma, uno de los componentes necesarios para que estemos en presencia de un género periodístico. Igualmente, dos nombraron la palabra explicación, otro el vocablo descripción y otro la unidad periodística.

Pero, en general, las definiciones se quedaron cortas. Ninguno mencionó -salvo el aspecto icónico- la estructura que conforma una infografía, vale decir, título, texto sumario, cuerpo, fuente y/o crédito.

Además, algunos se limitaron a endilgarle el modesto rótulo de «recurso» informativo, contrariando, de esa manera, a los más renombrados teóricos sobre la materia, quienes la consideran un género. Finalmente, apenas dos hicieron referencia a la combinación texto-imágenes, simbiosis distintiva de los infos.

Por lo demás, indicar que la infografía es la manera de «representar gráficamente una información» o que es una «fórmula secreta para enganchar al lector» no deslinda conceptualmente a las mismas de otras formas afines. En estas últimas también se suele hacer eso.

La respuesta a cuándo pensaban que hay que elaborar una infografía tampoco se correspondió mucho con los preceptos teóricos. Por ejemplo, ninguno de los infógrafos mencionó que se deben confeccionar infos cuando hay una dosis de misterio en las informaciones o cuando falta algo por enseñar sobre un hecho.

Del mismo modo, apenas uno hizo referencia a la necesidad de hacer un info cuando es imposible recurrir a la fotografía, aunque otro insinuó esta posibilidad al indicar que se pueden utilizar cuando «no hay referencia» acerca de algo.

Por otra parte, la mayoría de las respuestas apuntó hacia el hecho de considerar a la infografía como un simple apoyo gráfico del texto, para hacer a este último más atractivo o ayudar a su comprensión. Si bien los infos hasta ahora se han venido utilizando con esa finalidad, no deben limitarse a ello, mucho menos a ser un «elemento decorativo» de la página.

Por el contrario, de acuerdo con el criterio de algunos especialistas, lo ideal es que la infografía pueda alcanzar el rango de forma autónoma, e informar al lector sin necesidad de estar supeditada a un texto circundante. Como lo dijo uno

de los consultados, «bien utilizada» la infografía «puede llegar a ser muy noticiosa y rica visualmente». ¿Por qué no, entonces, emplearla más así?

De otro lado, afirmar que la infografía se elabora cuando la información «puede ilustrarse o necesita hacerlo a través de imágenes» tampoco ayuda a precisar mucho los alcances del género. En principio toda información puede ilustrarse o necesita hacerlo pero esto puede hacerse a través de otras modalidades de mensajes como la fotografía o la caricatura.

Por fin, no parece haber completa claridad en cuanto a las diferencias entre la infografía y otras formas afines cuando se dice que ésta debe emplearse cuando hay «estadísticas». Aun cuando, por vía de excepción, hay infos que emplean estadísticas estas últimas se suelen utilizar en otras formas expresivas como los gráficos estadísticos y las tablas.

Además, aunque seis se los encuestados aseguran conocer otros tipos de gráficos informativos tan solo dos intentaron definirlos. Recordemos, asimismo, que uno de los que dijo conocer otros gráficos informativos incurrió en contradicción al señalar que no sabía a «a qué se refiere la diferencia entre infografía y `otros tipos de gráficos informativos'».

Esto último es particularmente notorio ya que en el periódico en el cual este infógrafo trabaja *-El Nacional-* en la hoja de solicitud de infografía aparece un recuadro para rellenar al lado de la palabra «Infografía» y otro junto con el vocablo «Gráfico», es decir, hay una distinción explícita entre ambos.

Por lo demás, la mayor parte de los encuestados mencionó los gráficos estadísticos y algunos las tablas, dejando en un segundo plano u obviando las redes y las cajas de hechos.

Con todo, algunos infógrafos sí parecen conocer la diferencia entre la infografía y otras formas afines. En efecto, al responder a si consideraban que en el periódico donde trabajan se le concede importancia a la infografía, uno de los encuestados dijo que había quienes veían a los infos como simples «cuadritos decorativos».

Lo cierto es que la mayor parte considera que sí se le da importancia a la infografía e incluso algunos brindan argumento sólidos como el de señalar que su uso generó una estructura -o un Departamento- en el periódico. Aún así, queda la duda de si los encuestados están considerando a otras modalidades como info-



Aun cuando las opiniones estuvieron divididas en cuanto a si un infógrafo debe haber sido periodista antes de dedicarse a su profesión, los argumentos de quienes se oponen -en su mayoría no egresados de una escuela de Comunicación Social- no parecen tener suficiente sustento como para avalar esa posición.



grafía al indicar que a esta última se le da importancia.

Paradójicamente, la mayor parte de los consultados está de acuerdo con que la infografía se publica poco en comparación con otros gráficos informativos.

Y en sus respuestas afloran datos dignos de profundizar en futuras investigaciones como que los periodistas ven a los infos como «una amenaza» para sus textos o que no existe «una cultura» en cuanto a su uso. También puede resultar interesante precisar hasta qué punto las infografías no se publican más debido al tiempo que se requiere para su elaboración.

Por lo pronto, en la respuesta a esta pregunta se vuelve a poner en el tapete que algunos encuestados no tienen clara la diferencia entre la infografía y los demás gráficos informativos. De hecho, uno de ellos llega a afirmar que «es un error separar los términos».

De manera que esto parece explicar por qué según el análisis morfológico y de contenido pocas infografías son identificadas como tales y algunas formas afines son confundidas con infos, especialmente en *El Universal*.

Aun cuando las opiniones estuvieron divididas en cuanto a si un infógrafo debe

haber sido periodista antes de dedicarse a su profesión, los argumentos de quienes se oponen -en su mayoría no egresados de una escuela de Comunicación Social- no parecen tener suficiente sustento como para avalar esa posición.

Si bien es cierto que tradicionalmente la herramienta principal del periodista es el texto, eso no quiere decir que no pueda adquirir, mediante un proceso de capacitación, las destrezas necesarias para transformar la información «en mensaje visual».

Por esa misma razón, no parece adecuado desechar a priori la posibilidad de que un periodista pueda dedicarse en un momento de su carrera a la elaboración de infos sólo porque está formado «estructuralmente para las letras y le cuesta mucho quitarse ese lastre literario».

De manera que ser «capaz de tener pensamiento gráfico» debería ser una habilidad susceptible de adquirirse a través de la correspondiente formación académica y práctica. Finalmente, el hecho de que el infógrafo tenga que ser diseñador gráfico no excluye la posibilidad de que sea periodista. No pocos periodistas han sido diagramadores o diseñadores.

De modo que nos inclinamos por la combinación periodista-diseñador gráfico, planteada por algunos de los encuestados. Quizás el «infógrafo ideal» sea una combinación de ambas modalidades, como indicaron dos de ellos.

Por lo pronto, tal como ocurrió con los primeros reporteros, redactores, diagramadores y fotógrafos, la mayor parte de los infógrafos ha aprendido el oficio en un diario. De hecho, dentro de la tercera parte que consideró que el lugar donde aprendió no era adecuado estuvo el infógrafo que lo hizo por la vía académica.

Por el contrario, la mayor parte de los que aprendió en un periódico opinó que es un lugar idóneo para adquirir conocimientos. Y es que «el día a día» con «las personas que saben» es una fuente de aprendizaje insustituible en cualquier profesión lo que, naturalmente, no debe minimizar la importancia de la formación académica.

Por lo demás, el hecho de que una buena parte de los infógrafos consultados haya tenido alguna clase de función o rol dentro de un periódico es un indicador de la importancia de la relación infografía-periodismo. Aunque algunos diseñadores e ilustradores no son periodistas, y ni

siquiera han estudiado Comunicación Social, el roce diario con la Redacción necesariamente los tiene que haber «contaminado» con la noticia.

Aún así, lo ideal parece ser que provengan del mundo de la Comunicación Social. De hecho, cuatro de los encuestados tienen algún vínculo académico con esa carrera. No por azar son ellos precisamente quienes estiman que el infógrafo debe ser periodista antes de dedicarse a ese oficio.

Y ese vínculo podría comenzar en una escuela de Comunicación Social. Quizás de esa manera el conocimiento bibliográfico acerca de la materia se incrementa y los libros que «manejen» los infógrafos tengan más relación con el área periodística.

En ese sentido, llama la atención que ninguno de los infógrafos haya hecho referencia, por ejemplo, a la obra de José de Pablos, Gonzalo Peltzer o Peter Sullivan. Al contrario, predominan los textos más orientados hacia el diseño gráfico.

Esto explica en buena medida por qué no es aprovechado todo el potencial de la infografía, concretamente en lo atinente a su finalidad y a su aspecto morfológico los cuales, según se determinó en el análisis hemerográfico, no tienen la variedad que podrían alcanzar.

Naturalmente el planteamiento de que un infógrafo deba egresar de una escuela de Comunicación Social encontrará adeptos y detractores. De por sí, en la encuesta las opiniones estuvieron divididas en torno a ese aspecto. En ese orden de ideas, el hecho de que la infografía sea «una disciplina de comunicación visual» -uno de los argumentos para contrariar esa posibilidad- no tiene por qué encasillarla dentro de la carrera de Diseñador Gráfico.

Más aún, como es sabido, en la escuela de Comunicación Social de la UCV, para citar la institución de más jerarquía en esa área, existe un departamento de Comunicación Visual en donde los alumnos adquieren destrezas en materia de diseño gráfico.

Además, tienen «background» periodístico, adquirido en las cátedras del departamento de Periodismo y, en algunos casos, en la experiencia como pasantes en los medios. Si esa combinación ha funcionado en la formación de diagramadores para la empresa periodística, ¿por qué no va a poder servir para formar infógrafos?

Por supuesto, lo anterior no quiere decir que los infógrafos saldrán en serie.

“

Tal como sucedió con muchos periodistas, habrá que asimilarlos al colegio o buscar otra forma

-Estudios Supervisados

Universitarios, por ejemplo- para que cubran con las exigencias legales. Mas, sea cual fuere la vía a adoptar, las escuelas de Comunicación tendrán un reto que afrontar en su urgente misión de adecuarse a las exigencias del nuevo milenio.

”

Aparte de lo que se pueda aprender en un aula siempre tendrá que existir un grado de vocación y aptitud. Pero si las escuelas de Comunicación Social -y nadie mejor que ellas para hacerlo- logran que sus egresados adquieran el nivel de comunicar visualmente, de que habla Kevin Barnhurst, se habrá avanzado mucho en ese sentido.

Por lo demás, aunque el periodista no vaya a ser infógrafo es importante que tenga el conocimiento necesario sobre el género y otras formas afines. Así, podrá evaluar mejor cuándo un trabajo puede requerir un gráfico informativo.

Por otra parte, la formación en los institutos de Diseño Gráfico no debe ser muy loable desde el momento en que uno de los encuestados señaló que hay que conferirle a la comunicación visual el lugar académico -grado universitario- que tiene en los países desarrollados «para sacarla de las manos de los payasos ignorantes en las que se encuentra ahora». ¿Conocerá este infógrafo los planes de estudio de las escuelas de Comunicación Social?

Al revisar los programas de las asignaturas del departamento de Comunicación Visual de la UCV uno encuentra que

se brindan las herramientas exigidas por algunos de los infógrafos para conseguir una buena formación en el área.

En otras palabras, hay referencia al color, a las texturas y a las formas así como al diseño y a la ilustración. Lo de la «formación en el alma» y la creatividad no se pueden enseñar ya que son un asunto de actitud y aptitud individuales.

La formación en comunicación visual, aunada al conocimiento periodístico, al aprendizaje de la infografía, y a la práctica cotidiana, quizás formen ese profesional que, a juicio, de Nigel Holmes, existiría en un «mundo perfecto» o en «departamentos serios de arte» de los periódicos.

Por lo pronto, tanto la experiencia mundial como la de *El Nacional* y *El Universal* han puesto de manifiesto la importancia de que el infógrafo salga, en determinadas circunstancias, a reportear. De manera que esto conduce a un problema legal ya que de acuerdo con la ley de Ejercicio del Periodismo para cumplir con esa función hay que ser periodista colegiado.

Estamos claros en que esta situación no podrá resolverse en poco tiempo. Más aún, en el pasado está reciente la experiencia de los reporteros gráficos, quienes no han salido de las escuelas de Comunicación Social, en la cantidad requerida por las empresas.

Pero más tarde o más temprano el Colegio de Periodistas tendrá que fijar una posición. Naturalmente que, tanto por razones de escasez de personal calificado en el área como por motivos humanos, no será posible hacer que las empresas periodísticas prescindan de los servicios de aquellos infógrafos no egresados de las escuelas de Comunicación Social.

Tal como sucedió con muchos periodistas, habrá que asimilarlos al colegio o buscar otra forma -Estudios Supervisados Universitarios, por ejemplo- para que cubran con las exigencias legales. Mas, sea cual fuere la vía a adoptar, las escuelas de Comunicación tendrán un reto que afrontar en su urgente misión de adecuarse a las exigencias del nuevo milenio.

CONCLUSIONES

- La elaboración de infografías no es exclusiva de tres o cuatro ámbitos periodísticos. De por sí, la mención de áreas como Genérica, Tendencias y «todas las secciones» de alguna manera concuerda con los hallazgos del análisis hemerográfico.
- De manera que, aparte de las temáticas

señaladas por los teóricos como campo abonado para la infografía -deportes y ciencia y tecnología, por ejemplo- otras materias son susceptibles de ser trabajadas con infos.

- La ausencia de menciones a sucesos - a menos que se haya solapado tras el genérico término «todas»- llama la atención ya que se supone que los mismos son una de las áreas ideales para elaborar infos.
- Ninguna de las definiciones de los consultados se aproximó al concepto de infografía desarrollado en el marco teórico. Aún así, varios mencionaron, aisladamente, algunos de sus elementos. Por ejemplo, casi todos destacaron el aspecto visual de la infografía, es decir, su parte iconográfica, así como su finalidad.
- Pero, en general, las definiciones se quedaron cortas. Ninguno mencionó -salvo el aspecto icónico- la estructura que conforma una infografía, vale decir, título, texto sumario, cuerpo, fuente y/o crédito. Además, algunos se limitaron a endilgarle el modesto rótulo de «recurso» informativo, contrariando, de esa manera, a los más renombrados teóricos sobre la materia, quienes la consideran un género.
- La respuesta a cuándo pensaban que hay que elaborar una infografía tampoco se correspondió mucho con los preceptos teóricos. Por ejemplo, ninguno de los infógrafos mencionó que se deben confeccionar infos cuando hay una dosis de misterio en las informaciones o cuando falta algo por enseñar sobre un hecho.
- Aunque seis de los encuestados aseguran conocer otros tipos de gráficos informativos tan solo dos intentaron definirlos. Incluso, uno de los que dijo conocer otros gráficos informativos incurrió en contradicción al señalar que no sabía a «a qué se refiere la diferencia entre infografía y otros tipos de gráficos informativos».
- La mayor parte de los encuestados mencionó los gráficos estadísticos y algunos las tablas, dejando en un segundo plano u obviando las redes y las cajas de hechos.
- Una minoría de los infógrafos parece conocer la diferencia entre la infografía y otras formas afines.
- La mayor parte considera que se le da importancia a la infografía. Aún así, queda la duda de si los encuestados están considerando a otras moda-

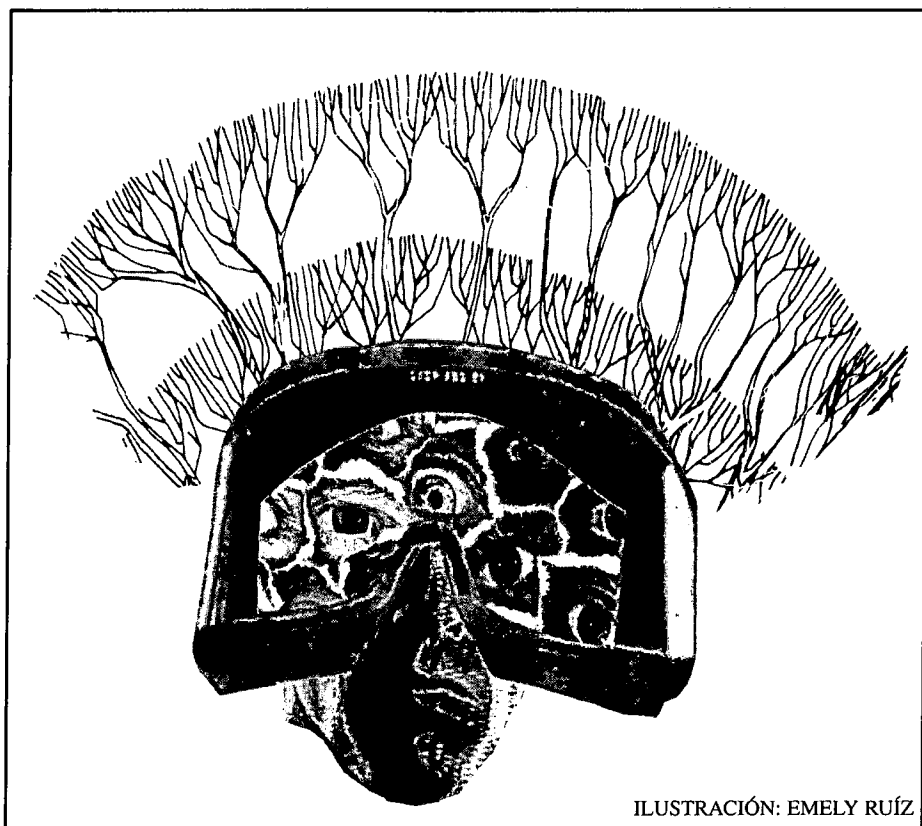


ILUSTRACIÓN: EMELY RUÍZ

lidades como infografía al indicar que a esta última se le da importancia.

- Paradójicamente, la mayor parte de los consultados está de acuerdo con que la infografía se publica poco en comparación con otros gráficos informativos.
- Algunos encuestados no tienen clara la diferencia entre la infografía y los demás gráficos informativos. De hecho, uno de ellos llega a afirmar que «es un error separar los términos».
- Las opiniones se dividen al momento de pronunciarse sobre si un infógrafo debe haber sido periodista antes de dedicarse a su profesión. Empero, los argumentos de quienes se oponen -en su mayoría no egresados de una escuela de Comunicación Social- no parecen tener suficiente sustento como para avalar esa posición. Verbigracia, no parece adecuado desechar a priori la posibilidad de que un periodista pueda dedicarse en un momento de su carrera a la elaboración de infos sólo porque está formado «estructuralmente para las letras y le cuesta mucho quitarse ese lastre literario».
- La mayor parte de los infógrafos ha aprendido el oficio en un diario. De hecho, dentro de la tercera parte que consideró que el lugar donde aprendió

no era adecuado estuvo el infógrafo que lo hizo por la vía académica. Por el contrario, la mayor parte de los que aprendió en un periódico opinó que es un lugar idóneo para adquirir conocimientos.

- Cuatro de los encuestados tienen algún vínculo académico con la carrera Comunicación Social. No por azar son ellos precisamente quienes estiman que el infógrafo debe ser periodista antes de dedicarse a ese oficio.
- Ninguno de los infógrafos hizo referencia, por ejemplo, a la obra de José de Pablos, Gonzalo Peltzer o Peter Sullivan. Al contrario, predominan los textos más orientados hacia el diseño gráfico.
- Esto explica en buena medida por qué no es aprovechado todo el potencial de la infografía, concretamente en lo atinente a su finalidad y a su aspecto morfológico los cuales, según se determinó en el análisis hemerográfico, no tienen la variedad que podrían alcanzar ■

NOTA

- 1 Esta parte del trabajo se ha omitido, al igual que las referencias documentales y las recomendaciones, para adaptarnos a los requerimientos de espacio de la revista *Comunicación*.