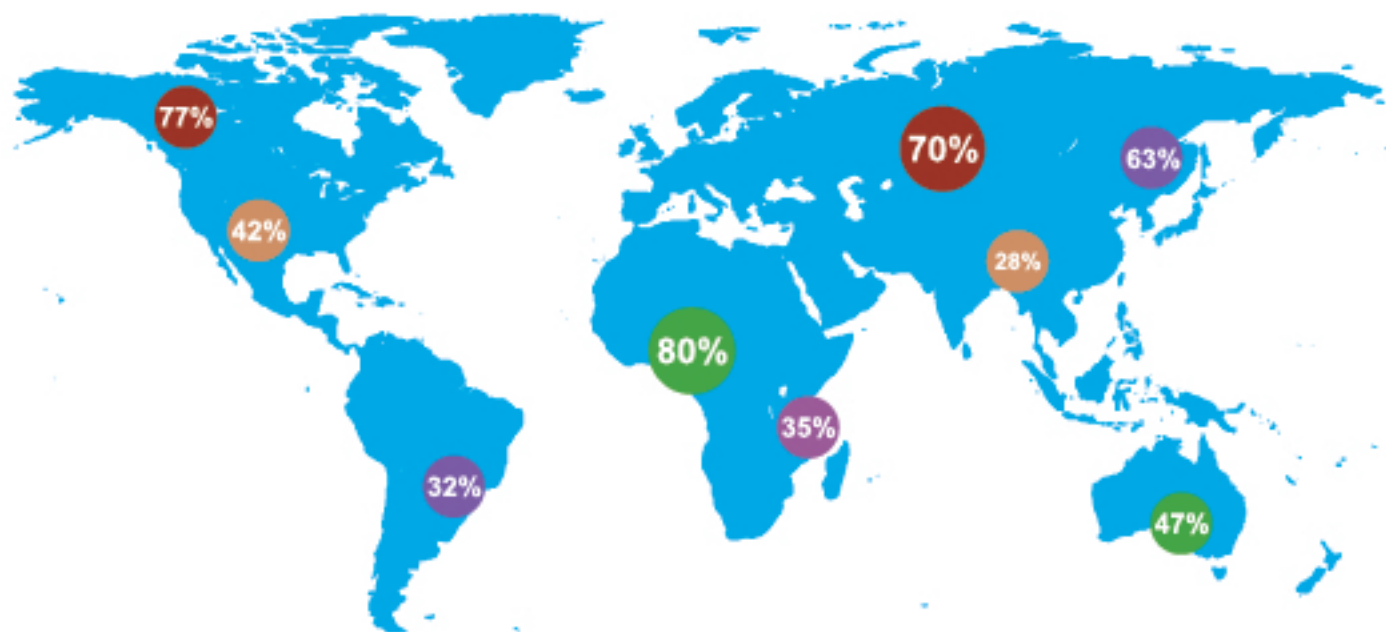




Universidad Nacional de Córdoba  
Centro de Estudios Avanzados  
Doctorado en Estudios Sociales de América Latina  
Línea de Investigación: Comunicación y Cultura



## DIARIOS PARA VER:

EL CASO DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA  
EN LA VOZ DEL INTERIOR Y CLARÍN  
(1996-2002)

Tesista: María Inés Loyola  
Directora: Dra. Paulina Maritza Brunetti



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA  
CENTRO DE ESTUDIOS AVANZADOS  
DOCTORADO EN ESTUDIOS SOCIALES DE AMÉRICA LATINA  
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: COMUNICACIÓN Y CULTURA

**“DIARIOS PARA VER:  
EL CASO DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA EN LA  
VOZ DEL INTERIOR Y CLARÍN (1996-2002)”**



TESISTA: MARÍA INÉS LOYOLA  
DIRECTORA: DRA. PAULINA MARITZA BRUNETTI

FEBRERO DE 2015

*A Julia*

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1.1. Consideraciones iniciales: de cambios y mutaciones en la prensa gráfica .....	2
1.1.1. La preocupación por la forma .....	6
1.1.2. Casi a fines del siglo .....	10
1.2. Problemas e hipótesis .....	14
1.2.1. Propositiones teórica y aspectos metodológicos .....	19
1.2.2. El corpus .....	26
1.2.3. Organización general de la tesis .....	31
<b>I. PRIMERA PARTE: <i>En la superficie gráfica: el periódico</i></b> <i>de entresiglos</i> .....	37
I.1. Breves aclaraciones sobre el periódico .....	38
I.1.1. Temas/temarios/agenda: ¿de qué hablan los diarios? .....	39
I.1.2. Acerca de la noticiabilidad .....	43
I.2. La prensa diaria argentina en las últimas décadas del siglo XX .....	50
I.2.1. <i>Clarín</i> y <i>La Voz del Interior</i> : así fue el comienzo .....	62
<i>Clarín</i> .....	62
Las voces de los directivos .....	66
<i>La Voz del Interior</i> .....	73
<b>II. SEGUNDA PARTE: <i>La infografía: ¿Texto independiente</i></b> <i>o unidad paratextual?</i> .....	87
II.1. Definiciones y caracterizaciones: ¿cómo es una infografía? .....	88
II.1.1. Antecedentes históricos .....	95
II.1.2. Los elementos que la componen .....	101
II. 2. Paratexto y prensa gráfica: breves reflexiones .....	113

Acción sobre el público .....	115
II. 2.1 Las categorías del paratexto .....	118
II.2.1.1. La categoría espacial .....	118
El formato .....	121
Tapas y páginas interiores.....	123
Los textos, en columnas .....	125
Suplementos.....	127
II.2.1.2. La categoría temporal.....	128
II.2.1.3. La categoría sustancial .....	129
El valor paratextual de lo factual .....	131
II.2.1.4. El estatus pragmático .....	134
II.2.1.5. El estatus funcional .....	136
II.2. 2. Variabilidad y dinámica paratextual según las épocas.....	138
II.2.2.1. Cambios para nuevos tiempos.....	141
<b>III. TERCERA PARTE: Tipos y funciones: <i>Mostrar para simplificar</i> .....</b>	<b>150</b>
III. 1 ¿Para qué la infografía? .....	151
III.1.1. Funciones básicas: Esclarecer, explicar, sintetizar, resumir .....	153
Dos pioneros en <i>mostrar</i> la información:	
Joan Costa y Abraham Moles .....	156
III.1.2. Infografía y didacticidad .....	158
¿Cómo explicar? .....	162
III.1.3. Indicadores gráficos que organizan y facilitan la lectura .....	171
Los textos auxiliares .....	186
III.2. Propuesta de una tipología de las infografías entre 1996 y 2002, a partir de sus funciones .....	194
III.2.1. Dimensionar/comparar .....	199
Tablas y tortas aquí y allá.....	206
No sólo cuantificar .....	214
Salirse del molde .....	220
III.2.2. Localizar/ubicar/situar el escenario .....	224
III.2.2.1. Aquí ocurrió: reconociendo el espacio geográfico .....	228
Casi el mundo .....	231
Acercando el ojo a un país/región.....	235

La ciudad, o unas pocas manzanas.....	244
También en espacios cerrados.....	251
III.2.2.2. El mapa meteorológico .....	256
III.2.2.3. Localizar y algo más .....	264
III.2.3. Secuenciar/ordenar por etapas .....	273
III.2.3.1. Las marcas temporales de lo inesperado .....	275
III.2.3.2. Caminos/trayectos/cronologías/instrucciones para armar.....	303
Paso a paso, etapa por etapa .....	307
III.2.4. Describir/caracterizar .....	315
III.2.4.1. ¿Cómo es el objeto/acontecimiento?	
¿Cuáles son sus partes? .....	317
III.2.4.2. Las Torres Gemelas: un caso paradigmático .....	328
<b>IV. CUARTA PARTE: <i>Más allá de la noticia</i></b> .....	344
IV. 1. En la frontera de la noticiabilidad.....	345
IV 2. ¿Todo es infografiable?.....	357
<b>V. CONSIDERACIONES FINALES</b> .....	368
<b>VI. BIBLIOGRAFIA</b> .....	388

# ÍNDICE DE FIGURAS

## PRIMERA PARTE

Figura 1. <i>La Opinión</i> , 31 de mayo de 1978.....	54
Figura 2. <i>Tiempo de Córdoba</i> , 6 de noviembre de 1977.....	55
Figura 3. <i>Córdoba</i> , 21 de enero de 1983.....	57
Figura 4. <i>Página 12</i> , 26 de mayo de 1987.....	60
Figura 5. Portada del diario <i>Olé</i> de 1998.....	60
Figura 6. <i>Clarín</i> , primer ejemplar, 28 de agosto de 1945.....	62
Figura 7. Revista <i>Clarín</i> , 23 de octubre de 1961.....	64
Figura 8. <i>Clarín</i> , Portada 3 de mayo de 1980.....	66
Figura 9. Revista <i>Viva</i> , domingo 19 de junio de 1994.....	70
Figura 10. <i>La Voz del Interior</i> . Portada del 15 de marzo de 1904.....	73
Figura 11. <i>La Voz del Interior</i> . Año 1979. Primera portada con noticias.....	76
Figura 12. <i>La Voz del Interior</i> . Portada del año 1986.....	77
Figura 13. <i>La Voz del Interior</i> . 1 de marzo de 1991.....	78
Figura 14. <i>La Voz del Interior</i> . Suplemento Rediseño. 21 setiembre 1995.....	83
Figura 15. <i>La Voz del Interior</i> . 19 de junio de 2001.....	84

## SEGUNDA PARTE

Figura 16. <i>The Times</i> , el 7 de abril de 1806.....	95
Figura 17. <i>The Times</i> , el 1 de abril de 1875.....	96
Figura 18. <i>Clarín</i> , 21 de julio de 1969.....	98
Figura 19. <i>Clarín</i> , 3 de abril de 1982.....	99
Figura 20. <i>Clarín</i> , 28 de junio de 1996, sección Economía, p. 20.....	102
Figura 21. <i>La Voz del Interior</i> , 8 de octubre del 2001, Sección Economía p. 10.....	103
Figura 22. <i>Clarín</i> , 21 de marzo de 1999. pp 42 y 43.....	105
Figura 23. <i>La Voz del Interior</i> , 19 de octubre de 2000, p. 17A.....	106
Figura 24. <i>La Voz del Interior</i> , 23 de diciembre de 2000, p. 19A.....	107



### TERCERA PARTE

Figura 25. <i>Clarín</i> , 8 de junio de 1997, Suplemento Segunda Sección, p.17.....	166
Figura 26. <i>Clarín</i> , 8 de junio de 1997, Suplemento Segunda Sección, p.16.....	168
Figura 27. <i>La Voz del Interior</i> , 22 de marzo de 2001, sección Economía, p. 8A.....	169
Figura 28. <i>Clarín</i> , 6 de octubre de 1999 en la sección Información General, p.49...	170
Figura 29. <i>Clarín</i> , 28 de mayo de 1999, sección Policía, p. 41.....	172
Figura 30. <i>Clarín</i> , 16 de mayo de 1999, sección Política, p. 9.....	174
Figura 31. <i>La Voz del Interior</i> , 8 de abril de 2001, p. 5A.....	175
Figura 32. <i>La Voz del Interior</i> , 14 de marzo de 2000, p. 19 <sup>a</sup> .....	176
Figura 33. <i>Clarín</i> , 14 de mayo de 1998, p. 38.....	177
Figura 34. <i>Clarín</i> , 11 de marzo de 2001, Suplemento Zona, p. 4.....	179
Figura 35. <i>Clarín</i> , 7 de octubre de 2001, p. 44 y 45.....	180
Figura 36. <i>La Voz del Interior</i> , 23 de noviembre de 2000, p. 3A.....	182
Figura 37. <i>Clarín</i> , 10 de diciembre de 2000, p. 54.....	183
Figura 38. <i>Clarín</i> , 10 de diciembre de 2000, p. 51.....	184
Figura 39. <i>Clarín</i> , 20 de abril de 1997, sección Información General, p. 52.....	186
Figura 40. <i>Clarín</i> , 15 de setiembre de 2000, sección Información General, p. 33.....	188
Figura 41. <i>La Voz del Interior</i> , 26 de febrero de 1998, Información General, p. 16A.....	190
Figura 42. <i>La Voz del Interior</i> , 5 de octubre de 2000, Sociedad, p.19A.....	191
Figura 43. <i>Clarín</i> , 6 de octubre de 2000, Información General, p.45.....	192
Figura 44. <i>La Voz del Interior</i> , 19 de junio de 2001. p.7A.....	201
Figura 45. <i>Clarín</i> , Sección Economía, 25 de junio de 2000, p. 22.....	202
Figura 46. <i>Clarín</i> , sección Economía, 6 de diciembre de 1998, p.22.....	204
Figura 47. <i>La Voz del Interior</i> , 25 de marzo de 2001, p. 5A.....	206
Figura 48. <i>Clarín</i> , 2 de julio de 2002, sección Economía, p. 17.....	208
Figura 49. <i>Clarín</i> , sección Política, 10 de diciembre de 2000, p. 12.....	209
Figura 50. <i>La Voz del Interior</i> , sección Política, el 23 de diciembre de 2001, p. 8A.....	211
Figura 51. <i>Clarín</i> , 23 de diciembre de 2001, sección Política, p. 12.....	212
Figura 52. <i>Clarín</i> , 12 de marzo de 2000, sección Policía, p. 52.....	214

Figura 53. <i>La Voz del Interior</i> , sección Economía, el 16 de noviembre de 2000, p. 8A.....	215
Figura 54. <i>Clarín</i> el 28 de enero de 1998, en el suplemento Segunda Sección, p. 11.....	217
Figura 55. <i>Clarín</i> , 7 de junio de 1999, sección Economía, p. 14 .....	219
Figura 56. <i>Clarín</i> , 10 de diciembre de 2000, sección Política, p.3 .....	219
Figura 57. <i>Clarín</i> , sección Política, 24 de octubre de 1999, p. 18.....	221
Figura 58. <i>Clarín</i> , 2 de julio de 2002. p. 33 .....	231
Figura 59. <i>Clarín</i> , el 26 de octubre de 2000, p. 35.....	231
Figura 60. <i>La Voz del Interior</i> , miércoles 21 de febrero de 2001, p. 9A.....	235
Figura 61. <i>Clarín</i> , 19 de noviembre de 2000, p. 51.....	239
Figura 62. <i>Clarín</i> . Sección Información General, 29 de octubre de 2000, p. 50.....	241
Figura 63. <i>La Voz del Interior</i> , 12 de marzo de 1999, p. 24A.....	243
Figura 64. <i>Clarín</i> , Sección Sociedad, 20 de setiembre de 2000.....	245
Figura 65. <i>Clarín</i> , Sección Economía, 3 de marzo de 1997, p. 16.....	248
Figura 66. <i>Clarín</i> , sección Información General, 22 de diciembre de 2001, p. 43.....	250
Figura 67. <i>Clarín</i> , sección Política, 19 de noviembre de 2000, p. 3. ....	252
Figura 68. <i>La Voz del Interior</i> , sección Política. 20 de diciembre de 2001, p. 10A.....	253
Figura 69. <i>Clarín</i> Sección Policía, 4 de junio de 2000, pp 50/1.....	255
Figura 70. <i>La Voz del Interior</i> , Humor y Servicios, 24 de diciembre de 2001, p. 10B .....	258
Figura 71. <i>Clarín</i> , 23 de diciembre de 2001, p. 82.....	261
Figura 72. Revista <i>Viva</i> , 16 de mayo de 1999, p. 31 .....	265
Figura 73. Revista <i>Viva</i> , domingo 16 de abril de 2000, pp. 20/1 .....	267
Figura 74. Revista <i>Viva</i> , 21 de mayo de 2000, pp.20/1 .....	269
Figura 75. Guías Visuales de la Argentina Clarín. Buenos Aires Centro Histórico, 2001, p. 87 .....	270
Figura 76. Guías visuales de la Argentina Clarín. Buenos Aires Centro Histórico, 2001, p. 82/83 .....	271
Figura 77. <i>Clarín</i> , 27 de julio de 2006, p. 19 .....	272
Figura 78. <i>La Voz del Interior</i> , 14 de abril de 2000, sección Policiales/Judiciales, p. 20A.....	277

Figura 79. <i>Clarín</i> , 26 de julio de 2000, sección Información General, p.38.....	284
Figura 80. <i>Clarín</i> , 24 de marzo de 1999, sección Internacionales, p. 23 .....	292
Figura 81. <i>Clarín</i> , 5 de marzo de 2001, sección Información General, p. 38 .....	295
Figura 82. <i>Clarín</i> , 31 de diciembre de 2001, sección Información General, p. 33.....	299
Figura 83. <i>Clarín</i> , 7 de agosto de 2000, sección Información General, pp.28/9.....	303
Figura 84. <i>Clarín</i> 24 de noviembre de 2000, sección Información General, p. 39.....	305
Figura 85. <i>La Voz del Interior</i> , 8 de abril de 2001, p. 5A .....	308
Figura 86. <i>La Voz del Interior</i> , 9 de marzo de 1999. Sección Información General, p. 16A .....	310
Figura 87. <i>La Voz del Interior</i> , 22 de febrero de 2001, Sección Información General, p. 15A .....	311
Figura 88. <i>Clarín</i> , 31 de octubre de 2000, sección Información General, p. 34/5.....	318
Figura 89. <i>Clarín</i> , 10 de octubre de 2000, sección Información General, Salud, p. 41.....	321
Figura 90. <i>Clarín</i> , 5 de octubre de 2000, sección Información General, Salud, p. 38.....	324
Figura 91. <i>La Voz del Interior</i> , sección Sociedad, 20 de junio de 2002, p.11A.....	326
Figura 92. <i>La Voz del Interior</i> , 11 de setiembre de 2001, Edición extra, p. 3.....	329
Figura 93. <i>Clarín</i> , 11 de setiembre de 2001, Edición Extra, p.9.....	332
Figura 94: <i>Clarín</i> , 11 de setiembre de 2001, Edición Extra, p.9. Segunda parte de la infografía.....	334
Figura 95. <i>Clarín</i> , 11 de setiembre de 2001, Edición Extra, p.9. Tercera parte de la infografía.....	336
Figura 96. <i>Clarín</i> , 12 de setiembre de 2001, pp 6 y 7 .....	337
Figura 97. <i>Clarín</i> , 23 de noviembre de 2001, Sección Política Internacional, p. 48 y 49.....	338
Figura 98. <i>La Voz del Interior</i> , 14 de setiembre de 2001, Sección Internacionales, p. 5ª.....	339

Figura 99. <i>La Voz del Interior</i> , 8 de octubre de 2001, sección Internacionales, p. 3A.....	341
Figura 100. <i>Clarín</i> , 8 de octubre de 2001, sección Política Internacional, p. 19.....	342

#### **CUARTA PARTE**

Figura 101. <i>La Voz del Interior</i> , Suplemento Temas, 10 de diciembre de 2000, p. 5.....	346
Figura 102. <i>Clarín</i> , Suplemento Viajes, 5 de marzo de 2000, p. 11 .....	348
Figura 103. <i>Clarín</i> , Suplemento Viajes, 16 de setiembre de 2001, p. 8 y 9.....	350
Figura 104. <i>Clarín</i> , 12 de agosto de 2001, Sección Sociedad, p. 45 .....	354
Figura 105. Diccionario enciclopédico Clarín.....	356
Figura 106. Revista Genios, del 13 al 19 de marzo de 2000 .....	356
Figura 107. Revista <i>Viva</i> , 13 de mayo de 2001, p. 20/1 .....	361
Figura 108. Revista <i>Viva</i> , 11 de abril de 1999, pp 20/21 .....	364

# INTRODUCCIÓN



Con el objeto de plantear los puntos exigidos para la introducción a esta tesis, resulta pertinente abordar aspectos que fundamentan nuestros interrogantes e hipótesis y que se vinculan a la importancia de las formas en la prensa gráfica en la medida en que resultan claves para contextualizar una investigación como la que aquí se propone. Es por ello que, además de las clásicas y necesarias proposiciones y nociones teóricas y metodológicas sobre el objeto de estudio, se comienza este escrito con algunas observaciones esenciales que dan cuenta del contexto y de los procesos de innovación en el periodismo gráfico de entresiglos.

### **1.1. CONSIDERACIONES INICIALES: DE CAMBIOS Y MUTACIONES EN LA PRENSA GRÁFICA**

La evolución del periodismo gráfico acompaña los cambios tecnológicos, pero no únicamente en los aspectos relacionados con la impresión (mayor velocidad, más nitidez en la impresión, incorporación del color), sino también en el formato, esto es, en las formas que adquiere la presentación de la noticia.

El concepto del diseño<sup>1</sup>, aplicado a la gráfica y desvinculado del arte, nace en el siglo XIX<sup>2</sup> paralelamente a la industrialización del periódico. Se trata de un momento histórico propicio, ya que el desplazamiento de grandes masas de población a los centros urbanos, conforman un público dispuesto a receptor este tipo de productos. Así, el periódico se va distanciando del modelo universal del libro y comienza a

---

<sup>1</sup> Dice José Ignacio Armentía: “Cuando hablamos del diseño de un determinado medio nos referimos a las características formales del mismo: su formato, número de columnas, tipografía, normas de titulación y distribución de los textos, empleo del material gráfico, etc. (...), aún cuando los criterios generales de diseño sólo se revisen cada cierto tiempo, el día a día del periódico exige adoptar un continuo número de decisiones que inciden en el aspecto final que tendrá el mismo: distribución del espacio, elaboración de portadillas, ubicación del material gráfico. A la actividad diaria que tiene por objeto la plasmación en una serie de materiales informativos de los criterios formales generales de la publicación es a lo que denominamos diagramación, confección o maquetación del periódico” (2011: 4).

<sup>2</sup> La bibliografía sobre diseño en la prensa diaria (Evans; 1985; García; 1984; Canga Larequi; 1994 señala que en el siglo XVIII, a partir de las revoluciones burguesas, quedan sentadas las bases ideológicas y socioculturales del diseño moderno, pero que es recién a partir de la segunda mitad del siglo XIX, cuando, la innovación tecnológica en materia de impresión, hará pasar al diseño gráfico de una actividad artesanal a ubicarse dentro de una actividad industrial.

mostrarse con un formato en el que se incluían ilustraciones (litografías, y luego fotografías). Hacia fines del siglo XIX los artículos se organizan en columnas, en un primer momento de manera yuxtapuesta, sin ningún orden, pero posteriormente se comienzan a reunir varias columnas bajo un título común, y también se estructura la primera página en función de un criterio de jerarquización de la noticia, ligado al uso de distintas tipografías para destacar las más relevantes (Barbier y Bertho Lavenir; 1999: 182).

El camino hacia la preocupación por *mostrar* la información comienza sin duda por las profundas innovaciones en el plano de la impresión que se dan en los últimos cincuenta años del siglo XIX. Posteriormente, con el comienzo del siglo XX el interés por la forma se manifiesta en la creación de tipografías especialmente pensadas para el periodismo<sup>3</sup>.

Es decir que a comienzos del siglo XX las páginas de los diarios se mostraban distintas. En algunos casos se incorporaba la fotografía<sup>4</sup>, y los textos aparecían emplazados en columnas, y con una jerarquización del contenido, al utilizar tipografías de mayor tamaño en casos especiales, aunque todavía no se advierte claramente la división en secciones o áreas temáticas. El avance en la incorporación de las imágenes en los medios gráficos, será inexorable. “Basta comparar los periódicos en formato sábana del siglo XIX, con columnas tan apretadas que apenas se distinguen algunos titulares ligeramente más grandes, con la primera plana de los diarios de la actualidad. Entre ambos extremos de un arco temporal tan vasto, discurre la historia de la tecnología que posibilitó la reproducción de imágenes en cantidad creciente y con mayor nivel de calidad” (Malosetti Costa y Gené; 2013: 11).

Esta situación debe enmarcarse, además, en el crecimiento de las empresas periodísticas como consecuencia del incremento de la venta de publicidad. No sólo se

---

<sup>3</sup> Stanley Morison creó, en 1929, la Times New Roman especialmente para *The Times* de Londres. La tipografía sans serifs se utilizaba originalmente en anuncios, carteles y rótulos a principios del siglo XX. Se incorpora al periodismo gráfica con el *Daily Mirror*, en 1930. (Agudelo Sedano; 1995: 20)

<sup>4</sup> *La Nación* publica en 1919 fotografías de la firma del Tratado de Versalles. Desde el momento en que fueron tomadas las imágenes hasta que se publicaron transcurrieron 21 días. Un tiempo más tarde, en noviembre de 1920, publicó las fotografías de la inauguración del monumento a Urquiza en la ciudad de Paraná. Las fotos aparecieron al día siguiente del hecho. El material fotográfico fue transportado en avión. (Ulanosky; 1997: 32)

advirtieron periódicos con mayor cantidad de páginas, sino además la salida de nuevos diarios, en una espiral de crecimiento que sólo se detendrá en la década de 1990 con la constitución o afianzamiento de las corporaciones mediáticas.

Está claro que la innovación tecnológica ha acompañado toda la historia del periodismo<sup>5</sup>, y así fue posible pasar de una prensa familiar y de poca tirada a una industria que comienza a generar cuantiosas ganancias. En un período de más de cien años (desde la revolución industrial y la inclusión de las rotativas al sistema de impresión hasta la incorporación de los sistemas informáticos al espacio de la redacción), los cambios apenas si fueron advertidos por el lector. Se trataba de pequeños ajustes en los formatos o en las tipografías<sup>6</sup>, pero no se notaban modificaciones sustanciales que comprometieran a la presentación de la publicación. Varias investigaciones sobre la innovación tecnológica en la prensa gráfica, y que se ubican temporalmente en las décadas que incluye este estudio, abordan este aspecto<sup>7</sup>. Una de ellas es la de Bernardo Díaz Nosty, quien marca que la evolución de la prensa gráfica hacia fines del siglo XX estuvo directamente relacionada con la expansión de la tecnología. Si bien ese desarrollo se venía observando sobre todo en los talleres de impresión desde el siglo anterior, la aparición tanto de la radio como después de la televisión, se planteó como una amenaza a la supervivencia de la prensa gráfica como medio de comunicación, y, señala el autor, “como negocio del poder y del dinero”. Y

---

<sup>5</sup> “En la historia de la investigación sobre Periodismo, como es lógico, la tecnología ha ocupado y continúa ocupando un lugar central. **La tecnología no es una circunstancia en la comunicación periodística. Es un elemento nuclear de su existencia** y cualquier reflexión sobre ella debe contar con que el Periodismo, (...), exige de un proceso de producción más o menos sofisticado que permita hacer visible la realidad que se quiere compartir. (...)” (Algarra: 2005:12) El subrayado es nuestro.

<sup>6</sup> Un ejemplo de ello es el centenario diario *The Times*, que realizó algunas modificaciones en su maquetación, como por ejemplo reducción de la cantidad de columnas, incorporación de blancos en las páginas, o la alternancia de titulares en letras finas y más gruesas, de modo de jerarquizar la noticia. Pero cada una de estas modificaciones llevó más de diez años, y recién en 1966 las noticias llegan de las páginas centrales del diario a la portada. (Evans, 1984; Agudelo Sedano, 1995). Del mismo modo, el diario *La Nación*, fundado en 1870, sólo tuvo diferencias en el formato, que se fue achicando como así también el número de columnas, en 1969. En ese año cambió la tapa y se comenzaron a publicar fotografías y títulos de gran tamaño. (*La Nación*. Testimonio de tres siglos. 4 de enero de 2005. p.38.).

<sup>7</sup> Por ejemplo, Lallana (1988); Agudelo Sedano, W. (1995); Armentia, J. I (1992; 1993; 1994; 1999; 2003; 2004); Canga Larequi, J. (1994); Evans, H. (1985); García, M. (1984); Ratzke, D. (1986); Sanucci, M. E. (1999); Algarra; M. M. (2005); Bergonzi, J. C., Rost, A. y otros. (2004); Bernetti; J. L. (1989), entre otros.



agrega: “La tecnologización de la sociedad, es decir, la impregnación tecnológica como motor estructural del cambio en el nuevo horizonte histórico, ha actuado de manera sobresaliente sobre las estructuras de producción de la prensa como medio y, más allá aún, sobre el conjunto de los procesos de almacenamiento, reproducción, transmisión y difusión del conocimiento mediante códigos alfanuméricos en soporte papel” (1995:37).

En una mirada diacrónica, resulta interesante advertir las respuestas que ha tenido la prensa gráfica para adaptarse a los nuevos tiempos, transformando la concepción de agregación de textos en un plano de grises en la visualización de las noticias. Díaz Nosty plantea que en este trayecto, especialmente en el período que va entre 1960 y 1985, se advierten tres crisis: una de identidad, otra de carácter económico y una tercera de naturaleza tecnológica. En la primera señala dos cuestiones: una relacionada con la producción informativa, y en este sentido con la rapidez de los medios audiovisuales y las dificultades de la prensa gráfica para competir por la noticia; y la otra con la pérdida de ingresos provenientes de la publicidad. Aquí se advierten las dos dimensiones de la crisis de identidad, tal como la denomina el especialista español, y que se sitúan en una tensión entre lo noticiable y lo rentable económicamente. En la segunda crisis, Díaz Nosty advierte distintos factores que profundizan las dificultades que afronta por ese tiempo la prensa gráfica: uno de ellos está relacionado con el aumento de las materias primas, sobre todo el papel, a ello se agrega una merma en los ingresos publicitarios producto también de la debacle económica mundial que se sumaba a la restricción operada a raíz de la elección de los medios audiovisuales para la inversión publicitaria. Y finalmente la última crisis relacionada con las tensiones derivadas de la incorporación de la tecnología, esto es las resistencias de los operarios gráficos al cambio, ante la posibilidad de pérdida de lugares de trabajo (1995: 44/45).

Vale la pena remarcar el planteo de Díaz Nosty que entiende las transformaciones profundas en la prensa a partir de un conjunto dimensiones que son tanto económicas, tecnológicas como culturales. En este punto, y avanzando en la historia, ya ubicado en la década de 1990 advierte críticamente la “excesiva mercantilización del sector”

y en consecuencia el desplazamiento de su papel vertebrador y generador de opinión hacia un papel más cercano a la expresión del mercado (1995: 49/50). Este aspecto resulta interesante porque está señalando no sólo una reconversión tecnológica que ha permitido una nueva ubicación en el campo de los negocios rentables, sino, fundamentalmente, una transformación de los contenidos, ahora regidos por el mercado.

En definitiva, se observa más claramente en la última década del siglo XX, una nueva lógica empresarial que no siempre pone el acento en la exclusiva preocupación por la noticia. Las innovaciones tecnológicas crean un nuevo escenario para el desarrollo de la producción periodística.

### **1.1.1. La preocupación por la forma**

En las décadas de 1970 y 1980 los periódicos en todo el mundo insisten en su preocupación por la forma, es decir por el modo de presentación de la noticia. La competencia con los medios audiovisuales y la aparición de cadenas televisivas que transmiten noticias durante las 24 horas<sup>8</sup> replantean los modos de presentación y de tratamiento de las noticias. Es así que las páginas comienzan a renovarse, se muestran espacios en blanco, los textos mejor distribuidos, mayor cuidado en la gráfica publicitaria, etc. En muchos diarios, el cambio en el sistema de impresión (de impresión tipográfica a offset) favorece estas modificaciones que hacen más atractivo el producto. En las redacciones se crean las áreas de arte y diseño que incluyen ya no sólo al idóneo sino también a egresados de carreras de arquitectura, diseño o artes. Su función en la fase de producción periodística está relacionada con la combinación entre las palabras y la imagen, con el objetivo de obtener una página más cuidada y atractiva (García, 1984: 12).

---

<sup>8</sup> La cadena de noticias norteamericana *CNN* comienza a transmitir en junio de 1980. En Argentina, la cadena *TN* del Grupo Clarín, comienza a transmitir en junio de 1993 18 horas de noticias continuadas, y tres años más tarde completa las 24 horas. También *Crónica TV* transmite desde enero de 1994 noticias las 24 horas del día.

Comienzan a imponerse los rediseños de los periódicos, algo muy poco frecuente hasta el momento en la actividad periodística gráfica. Y asimismo, una variedad de ofertas de cursos de capacitación y encuentros de diseñadores de periódicos que se hicieron cada vez más frecuentes desde entonces<sup>9</sup>. Además, aparece otro componente que comenzará a ser central al momento de la toma de decisiones: los estudios de mercado, que tuvieron su origen en Estados Unidos y que en esta etapa se trasladan al ámbito periodístico para conocer las características de los lectores, sus gustos y preferencias.

En 1984 aparece un libro, editado por la Universidad de Navarra, España, que rápidamente comenzó a circular por los espacios académicos vinculados con el periodismo, y también entre diagramadores y diseñadores que por entonces realizaban tareas en el ámbito del periodismo gráfico, ya sea revistas o periódicos. Se trata de “Diseño y remodelación de periódicos”, de Mario R. García, un conocido diseñador cubano, radicado en Estados Unidos, que en ese momento incluía en su curriculum el asesoramiento y rediseño de numerosos periódicos en el mundo<sup>10</sup>. La aparición del libro está precedida por encuentros y seminarios sobre el tema que se realizaron en España, en momentos de fuerte competencia de los periódicos con las revistas y sobre todo con la radio y la televisión.

Citamos la aparición de este libro, porque es de los primeros en habla hispana que hace hincapié en la forma y la equipara en importancia al contenido. “Con la década

---

<sup>9</sup> Mario García ubica en la década de 1970 esta preocupación por la presentación de los diarios, dice que en este período “el American Press Institute de Reston, Virginia, organiza un mínimo de dos seminarios de confección al año (...) La American Newspaper Publishers Association (ANPA) dedicó parte de su convención de 1979 a la confección de periódicos. Dos números del *Research Bulletin* de 1980 trataban de la confección y de los efectos sobre la lectura (...); un grupo de periodistas gráficos fundó la Society of Newspapers Designer en 1979. Este grupo publica el *Journal of Newspaper Design*, una guía brillante y útil para los redactores y confeccionadores de periódicos, que presenta diversos estudios sobre reestructuración gráfica de periódicos. Otra institución norteamericana, el Poynter Institute, en St Petersburg, Florida, ofrece unos 6 seminarios sobre confección de diarios al año, a través de su centro de gráfica y diseño” (1984: 12)

<sup>10</sup> La página web de Mario García refiere, en sus antecedentes profesionales, que diseñó y rediseñó alrededor de 500 diarios en todo el mundo, entre ellos: *The Wall Street Journal*, *The Miami Herald* (de EE.UU), *El Mercurio* (de Chile), *Folha de São Paulo*, *O Povo*, *Do Para* (de Brasil), *Reforma* (de México), *El Tiempo* (de Colombia), *The Observer* (de Inglaterra), además de varias revistas. Y entre ellos se cuenta *La Voz del Interior*, en el rediseño del año 1995. Disponible en: <http://www.garcia-media.com.ar/>.

de los setenta vino un mayor interés de los lectores en el tema gráfico, así como una necesidad por parte de los editores de periódicos, de producir páginas más atractivas gráficamente” (García; 1984: 13). Esta tendencia que aparece en los años de 1970, se afianza en la década siguiente, mostrando un camino que no tendrá regreso y que cada vez más será materia de creación y experimentación, aún en espacios tan rígidos y difíciles de modificar como es el del periodismo gráfico. En la introducción de ese libro su autor, Mario García, hace alusión a la necesidad de “supervivencia” de un medio como el periódico, en un escenario de constante cambio, a su juicio “una de las revoluciones gráficas e informativas más dramáticas de la historia” (1984:25).

Canga Larequi, en otro libro que también aborda el diseño de periódicos, señala que en las dos últimas décadas del siglo XX la prensa ha operado una “enorme transformación”, lo que ha derivado en una “verdadera revolución en el sector”. Y toma nota de dos hechos que influyeron en estos cambios, por un lado el avance tecnológico, y por el otro la utilización de recursos visuales en la presentación del periódico lo que le “ha aportado una imagen más moderna, más actualizada, al diario tradicional” (1994: 9). En este punto el autor señala que hay un cambio “de fisonomía”, es decir un cambio estético, un cambio en la forma. E insiste en una modificación en la concepción del periódico, en el sentido que ya no sólo es importante el contenido, sino también la presentación: “(...) no sólo lo que se publica (el contenido, las noticias) tiene importancia, sino que *dónde* se publica y *cómo* se publica influye decisivamente en el impacto que esta información tiene sobre el lector” (1994:16). Resulta interesante el planteo a los fines de este trabajo porque se está señalando una relación entre la forma, la presentación, y la lectura que realizan los receptores.

En este sentido, también vale la pena subrayar las palabras de la politóloga y periodista alemana Elisabeth Noelle-Neuman, en un artículo publicado en 1990, recuperado por Canga Larequi, que hace referencia a las tendencias del periodismo impreso, “(...) el aspecto formal deberá ser más cuidado: dada la importancia de los artículos largos o reportajes, las grandes entrevistas o informes, el pensamiento será más sintético, las frases más accesibles y el papel de la imagen deberá ser

revalorizado. Una sólo imagen en una página impacta al lector, a menudo, dobla la tasa de lectura de los artículos que están a su alrededor. El sistema de signos gráficos también tendrá que ser desarrollado en las páginas interiores; igualmente, la paginación deberá ser estudiada de modo que se pueda mantener durante un tiempo. **El lector debe sentirse en su periódico como en su salón, donde puede desplazarse en la oscuridad sin tropezar con los muebles”** (1994: 16/17)<sup>11</sup>.

En este período al que hacemos alusión (décadas de 1980 y 1990), surge, en varios de los escritos e investigaciones sobre de las tendencias del diseño periodístico de las últimas décadas del siglo XX, la relación entre la forma (la presentación) y la lectura (Lallana; 1988, Rheh,; 1990, Evans; 1985).

Sin duda la aparición en el mercado de Apple Macintosh, y su incorporación, primero, a las áreas de diagramación y fotocomposición a través de los software de edición digital<sup>12</sup>, y luego al corazón de la redacción, impusieron un cambio significativo que alcanzaba a los modos de producción, pero que, fundamentalmente, se observaba en el producto.

Es decir, resulta necesario señalar al menos tres componentes de estas transformaciones cualitativas en el periodismo gráfico: a) la innovación tecnológica (en los talleres y en la redacción); b) el éxito de la publicidad y de los estudios de mercado, c) el auge de otros medios de comunicación, en especial la televisión. Interesa aquí especialmente la innovación tecnológica y también el auge de otros medios, en tanto van configurando otros modos de leer, y en este sentido, otro lector, aspectos que necesariamente repercutieron y se manifestaron en las páginas de los diarios.

---

<sup>11</sup> La negrita es nuestra

<sup>12</sup> En 1981 aparece la PC de IBM y, en 1984, el computador personal de Apple Macintosh. Con ella se crean los programas de Autoedición Digital con los que el diseñador puede él solo ejecutar todas las tareas de composición y diseño en tipos de letra, dibujo, manipulación de imágenes y color, separación de policromías y compaginación.

### 1.1.2. Casi a fines del siglo XX

Y ya a comienzos el siglo XXI, los diseñadores de periódicos (García; 2002; Gäde; 2002) sostienen que el interés de los editores por presentar un producto gráfico acorde con los avances de las nuevas tecnologías, y en consecuencia con los intereses y consumos culturales de los lectores, se sigue manteniendo, hoy estimulado por la influencia de Internet (en la década del 1980, fue la televisión).

Esta actividad, el rediseño de periódicos, tan poco común para los diarios de los primeros ochenta años del siglo XX, se ha convertido en un momento más del recorrido que debe hacer cualquier periódico, y en ese sentido, los lectores incorporan con mayor naturalidad aún cambios profundos, como son las modificaciones en los formatos.

Los estudios sobre la prensa gráfica insisten en al menos tres aspectos en los que focaliza la producción de diarios: la selección de los contenidos, su estructura redaccional y la presentación visual que se hace de los mismos. Este último aspecto se convierte en el eje o en la clave del periodismo gráfico en el período estudiado. Entre los cambios visuales más notorios se pueden señalar: una presentación más funcional y mejor señalizada, el uso del color, formatos de lectura rápida (despieces, copetes, ventanas y subtitulados), uso de la fotografía, revalorización de la tipografía en tanto en los títulos como en los textos, “arrevistamiento” de los diarios, uso de la infografía, noticias breves, revalorización de la tapa como vidriera de la información (Rost, 2004: 26)

El ejemplo más claro de estas transformaciones a nivel mundial es el periódico norteamericano *USA Today*, diario de referencia de esta nueva etapa del periodismo gráfico. Desde su aparición, en la década de 1980, se advierte en sus páginas el cruce del código conciso y visual de la televisión y de los patrones de producción textual y económica del lenguaje que parece fomentar la informática.

Los diseñadores de periódicos y estudiosos del periodismo hacen alusión a este diario en tanto modelo de las nuevas tendencias del diseño periodístico, en relación al uso del color, de la imagen, de la señalética en el diario, y de la incorporación al tratamiento periodístico de una serie de noticias (*soft news*) más propias de las

revistas que de los periódicos. El diario se presentaba en la década de 1980 dividido en cuatro fascículos, caracterizado cada uno de ellos por un color, el bloque principal en el que se incorporan las noticias del día, mostraba su rótulo sobre un fondo azul, el suplemento deportivo en rojo, el económico en verde, y el de sociedad y cultura, morado (Armentía; 2003: 11/12). Otro elemento que también caracterizó a esta publicación, y que luego será tomada por los diarios de todo el mundo incluido los argentinos, es el uso de la tecnología, a través de la impresión vía satélite, para posibilitar la circulación del diario nacional y además ofrecer contenidos y publicidades locales en cada una de las ediciones.

En cada ejemplar se advertía la inclusión de gráficos, diagramas, cuadros sinópticos, que se sumaron a textos periodísticos cortos (de alrededor 500 palabras). Como resultado se obtuvo un diario próximo al estilo de la televisión; que incluyó también una diversificación temática y espacio para la crítica y de opinión. Ambos polos parecían delinear los nuevos modelos periodísticos que acompañaron la reconversión tecnológica de los nuevos medios de fines del siglo XX.

A partir de entonces, muchos periódicos del mundo, incluidos de Argentina, comenzaron a renovar su tecnología incorporando máquinas impresoras más modernas y a introducir computadoras en sus redacciones. La incorporación del color, aunque fue posterior, permitió una mejor utilización del lenguaje gráfico. En lo que hace al contenido, la inclusión de gráficos comenzó a hacerse rutinaria en algunos diarios y en especial en secciones como Economía que requerían de una mayor especialización de los lectores<sup>13</sup>.

En Estados Unidos y Europa también los diarios muestran cambios en sus formatos o en el diseño. En América Latina y Argentina, el proceso será más lento, aunque presente en gran parte de las propuestas gráficas periodísticas.

---

<sup>13</sup> En Córdoba, el diario *Tiempo de Córdoba* que se editó entre 1977 y 1982, acompañaba sus informaciones especializadas con gráficos de barra o de fiebre, hasta ese momento extraños en las redacciones de diarios y más propios de publicaciones especializadas. Esos gráficos eran realizados a mano y embellecidos con diferentes tramas. Tuvo que pasar casi una década para que esa misma tarea pudiera realizarse y almacenarse digitalmente.

En este período de finales del siglo XX se publican varios escritos, sobre todo proveniente de España, que dan cuenta de las transformaciones gráficas a nivel local y también en el ámbito europeo, y la gran mayoría toman como referencia o antecedente las innovaciones del *Usa Today*. En este sentido se señala la preocupación por la renovación en la utilización de distintas familias tipográficas, tanto en la prensa española como europea, y más específicamente la creación de nuevas tipografías especialmente diseñadas para cada caso (Armentía; 1994) y que rompen con la monotonía de los títulos. Este punto resulta interesante, porque la tipografía es el elemento más constante de una publicación diaria periodística. Y sin embargo en este período los diseñadores se atreven no sólo cambiarlas (por ejemplo sustituir letras con serif por palo seco), sino a que coexistan distintas familias tipográficas en un mismo espacio, y también a realizar un uso más completo de ellas, incorporando las llamadas letras blancas y redondas.

Y para confirmar este punto de vista en relación a la innovación gráfica en los periódicos que se produce en este período a nivel mundial, damos cuenta de otro estudio publicado en el año 2002 que aborda los cambios en el diseño de 51 diarios latinoamericanos, de España y Portugal. Aquí, los medios encuestados señalan, en un altísimo porcentaje, que el diseño es importante para el diario. Asimismo, más del cincuenta por ciento de los diarios que participaron del estudio han tenido en los últimos 30 años del siglo XX, al menos dos rediseños y tenían previsto en el corto plazo realizar otros cambios. También, la mayoría da cuenta de la utilización de entre dos y tres familias tipográficas.

Entonces, es posible señalar que este proceso de **innovación gráfica** que se sitúa claramente a partir de la década de 1980, es general en los diarios de todo el mundo, al margen que en algunos lugares se haya desarrollado con mayor celeridad que en otros. Esta innovación no sólo alcanza a los formatos (los tabloides dejan de ser exclusivos del periodismo sensacionalista y también son aceptables como diarios de referencia<sup>14</sup>), también se incorpora el color, se innova en las tipografías, se agrandan

---

<sup>14</sup> Sobre los “diarios de referencia” dice Stella Martini que “se distinguen por los controles de calidad que aplican y suelen recoger el punto de vista de las elites políticas e intelectuales, convirtiéndose así



los tamaños de los títulos, se utilizan fotografías e infografías. Dice Armentía en un texto de esa época, que se pone en cuestión la “homogeneidad tipográfica de los titulares, el empleo obligatorio de la cursiva para el encabezamiento de textos de opinión, o la imposibilidad de interrumpir la lectura de un titular y su texto por una fotografía” y en este sentido se crean alternativas más visuales y propias de otros ámbitos del diseño. Y en general, las causales de esta mutación se ubican no sólo en el avance tecnológico, sino también en la necesidad de “buscar una mayor facilidad de lectura”, en un contexto de un sistema de comunicación hegemonizado por los medios audiovisuales (1992).

---

no tanto en portavoces directos de éstas cuanto en referencia dominante para la opinión pública de los países en que se editan”. Acerca de los diarios de referencia en Argentina [se refiere a *Clarín* y *La Nación*] dice que cumplen un “rol como **instaladores de opinión** en la sociedad, en las instituciones y en los demás medios masivos de comunicación; son **agentes y agencias** de noticias, **fuentes** de primicias y declaraciones exclusivas de funcionarios y personajes políticos.” (Martini: 2007: 171)

## 1.2. PROBLEMAS E HIPÓTESIS

A partir del estado de situación que se acaba de describir, este trabajo de investigación se propone indagar las características particulares que se observan en el discurso de la información de la prensa gráfica, a partir de la incorporación en las redacciones de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. Concretamente interesa estudiar la incorporación de la **infografía** en el discurso periodístico, en las noticias y crónicas locales, nacionales o internacionales, en los diarios *Clarín* y *La Voz del Interior*, esto es, uno nacional y otro regional, en el período que va desde 1996 a 2002. Este trabajo se posiciona en la historia reciente de la prensa gráfica, se trata de estudiar el momento inicial de un proceso marcado por profundas innovaciones tecnológicas y cambios en los hábitos de lectura de los sujetos. Interesa conocerlo especialmente porque constituye una etapa inaugural de un proceso continuo no sólo porque la infografía se utiliza también hoy en los periódicos sino también porque su permanencia desde las fechas señaladas ha implicado mutaciones, su frecuencia ha variado o se han incorporando cada vez mayor cantidad de elementos visuales al texto de la noticia.

El análisis que se realiza, aun cuando abarca un momento germinal, resulta vigente en la actualidad porque la persistencia de la infografía en los periódicos señala la relevancia de su uso.

En esta perspectiva, la inclusión de la infografía en el período mencionado plantea una serie de interrogantes a los que la investigación procura responder. En primer lugar se plantea el problema acerca de las causas posibles de una mutación que estuvo marcada por la incorporación de la infografía. Para ello nos resultará imprescindible indagar en las nuevas concepciones gráficas del periodismo impreso que se empiezan a advertir a partir de la década de 1970 y que van determinando nuevas formas de presentación del periódico, no sólo en la Argentina sino en todo el mundo, lo que implican nuevas condiciones de producción. Es decir, algunas de las características de la prensa gráfica, serían el resultado de una mutación que se observa, en esta etapa en aspectos que tienen que ver con la “cultura gráfica” (Petrucci; 1986, citado por

Chartier; 2006: 11), y que atañen al formato, a la tipografía, y a la presentación de las tapas y la ubicación de las noticias. Se trata de variantes que se comienzan a advertir y que en las décadas siguientes alcanzarán también al modo presentar, de abordar la noticia y a las temáticas que se incluyen en la agenda.

Así es posible plantear que la infografía emerge en los últimos veinte años del siglo XX en el marco de una nueva concepción de la prensa gráfica, lo que derivará en nuevos modos de tratar la noticia. Una nueva mirada sobre el lector, centrada especialmente en la imagen, una renovación necesaria en los formatos que acompañan los nuevos tiempos tecnológicos y las nuevas ofertas comunicacionales; una aparición ante el público de los editores/directores, responsables del peritexto editorial (Genette; 2001: 19) explicando decisiones que se toman sobre el producto, van mostrando un tipo de propuesta gráfica que parece prever un lector que se muestra demandado por las urgencias de la vida cotidiana, necesita una explicación graficada de la noticia y un abordaje más rápido y sencillo. Si bien esto puede explicarse, como lo hemos hecho anteriormente, a partir del concepto general de las nuevas tecnologías, interesa conocer cómo consideraron a la infografía no sólo los teóricos de la comunicación sino especialmente quienes la llevaron a las páginas del periódico ¿Cómo la concibieron?, ¿Cómo la definieron? ¿Resultó un elemento significativo? ¿Por qué? Particularmente ¿qué concepciones de lector provocaron la utilización de la infografía? *Nuestra hipótesis plantea que, acorde con el surgimiento y uso de las nuevas tecnologías, la prensa asume para su propia configuración la noción de una impronta visual que la vincula a la idea de “ver”; esto es de “diarios para ver”, sin que esto sustituya el texto escrito.*

La noción de “diarios para ver” que se plantea como un eje transversal en esta tesis desde su mismo título, remite a un modo de presentación de la información que, sin dejar de lado el texto escrito, muestra la noticia acompañada de una serie de elementos gráficos que ordenan y clarifican la información y que además guían y facilitan la lectura. Así, esos elementos gráficos, uso diferenciado de la tipografía, incorporación del color, inclusión de una mayor cantidad de fotografías e infografías, etc., proponen un producto periodístico gráfico en el que texto e imagen se combinan

para configurar un periódico cercano a la televisión, o al menos, no tan distante de ella.

En este sentido, en el período investigado surgieron artículos o libros destinados a esta nueva imagen, la infografía, en la que la prensa parecía concentrar sus afanes. En el amplio espectro bibliográfico, que nombramos en el punto *Proposiciones teóricas y aspectos metodológicos*, las ideas son fecundas sin embargo plantean divergencias respecto a los modos de definir o de considerar la infografía y sus características. Es por ello que, en el marco del período considerado se plantea el interrogante acerca de los modos de conceptualizar la infografía, problema al que aún hoy es necesario dar una respuesta: ¿es la infografía un texto independiente o forma parte del paratexto de la noticia? Algunos teóricos, como veremos, han considerado que la sola infografía constituye una noticia independiente. ¿Hay elementos para alentar esta posición? *Hipotetizamos que la infografía es un elemento del paratexto, nunca una unidad independiente.* Pero probar esta hipótesis es una tarea compleja por varios motivos, en principio porque requiere categorías teóricas -escasamente utilizadas respecto de este tema- que fundamenten las vinculaciones o la ausencia de vinculaciones entre el texto noticioso y la infografía, en segundo lugar porque de la respuesta que se dé a este interrogante dependerá sustancialmente cualquier concepto de noticia que maneje. La problematización de este tema es un punto nodal de esta tesis que procura en su recorrido analítico establecer las bases teóricas de un elemento que marcó una mutación significativa en el desarrollo de la prensa gráfica.

Se procura así el estudio de la especificidad de la infografía (nociones, características, funciones) considerando igualmente su vinculación con las condiciones de producción y los puntos de encuentro entre los polos de emisión y recepción, esto es, los mecanismos de construcción de sentido en un momento determinado de la historia de la prensa argentina del último siglo.

Como se observará discursos emergentes de distintas líneas convergen en el desarrollo que haremos en este sentido: las voces, no siempre coincidentes, que desde la perspectiva teórica se han acercado a la definición y usos de la infografía como así también las de los directores o editores de periódicos. Aun cuando provienen de

campos diferentes resultan significativas y complementarias en muchos casos porque fundamentalmente contribuyen a responder a una pregunta sustancial: ¿cuál es el lector en el que se está pensando?

En todos los casos se plantea igualmente otro problema sustantivo: ¿Para qué la infografía? Eliseo Verón confiere a la imagen testimonial en la prensa gráfica, particularmente a la fotografía, la “jerarquía semiótica de verdadero *fragmento de lo real*” (2004: 131); la prueba de haber estado allí, donde el acontecimiento se produjo<sup>15</sup>. Una pregunta semejante puede plantearse respecto del estatus de la infografía dentro de la prensa gráfica. Si, por un lado comparte con la fotografía testimonial<sup>16</sup> la categoría más amplia de “imágenes de prensa”; si la fotografía es la constancia misma de que lo que muestra verdaderamente ocurrió, inmediatamente aparece la pregunta acerca del estatus, la jerarquía, la función de la infografía en ese marco. Si la fotografía es testimonio, ¿que rol, función, cumplirá el croquis, diagrama, gráfico, cuando acompaña a la noticia y se incluye en las páginas de los diarios? Una mirada somera permite observar que la infografía muestra las **secuencias** de los acontecimientos; **describe** los procesos complejos; establece **dimensiones** para aclarar datos abstractos; **localiza** los sucesos, etc., y que de algún modo es posible vincularla con algunas características del texto expositivo-explicativo, en el marco del periodismo gráfico. En función de lo expuesto, otro interrogante de esta investigación se plantea en los siguientes términos: ¿en los diarios estudiados, qué función cumple la infografía en relación con la noticia y en el marco de una presentación renovada del periodismo escrito?

La preocupación reside en conocer si en el contexto de las profundas innovaciones tecnológicas que se incorporan al periódico hacia fines del siglo XX y de la aparición de nuevos hábitos de lectura relacionados con la presencia destacada de los medios audiovisuales, la inclusión de la infografía en el discurso de prensa importa un

---

<sup>15</sup> Dice Verón: “Así como lo esencial de la ideología clásica de la información se resume en la consigna ‘haber estado allí’ para poder contárnoslo (paradigma en el imaginario social: el periodista en el frente de guerra), la imagen testimonial encuentra su función y su sentido en algo que es mucho más que una simple ‘garantía de lo real’: es como si, gracias a ella, también nosotros (el público) hubiéramos estado allí” (2004: 132)

<sup>16</sup> También con otro tipo de imágenes, por ejemplo dibujos o fotografías que se alejan del testimonio.

cambio cualitativo relacionada con un interés en resumir/simplificar la información destinada a un público lector habituado a informarse a través de imágenes. Cuando se habla de un “*cambio cualitativo*” no se está haciendo referencia a la inclusión de una imagen más en el periódico. Si fuera así, éste no pasaría de ser un problema cuantitativo. Desde nuestra perspectiva entendemos que las tecnologías informáticas aportan características distintivas al discurso de la información, lo que deriva en interrogantes e hipótesis acerca de si no se trata de un modo de estructurar la noticia que se comienza a vislumbrar como característico de la época.

De modo que la mirada en esta investigación está destinada a conocer e interpretar el fenómeno que interesa, poder establecer aquello que lo hace distintivo, describirlo y asociarlo a otros fenómenos conexos de modo de poder caracterizar una etapa del periodismo gráfico argentino, aunque acotado a dos diarios, y más específicamente un recurso que surge y se instala en el período estudiado y contribuye a la configuración de un modo de presentación particular de la noticia.

La infografía remite, en su concepción más generalizada, a una combinación de elementos visuales que se utiliza, fundamentalmente, para brindar una información compleja mediante una presentación gráfica con el fin de sintetizarla o esclarecerla, o hacer más atractiva su lectura. Pero, como acabamos de señalar, además de la función general de simplificación y resumen de la información, planteada en los Libros de Estilo de ambos diarios y en declaraciones de editores y directivos, ¿es posible plantear funciones más específicas en el intento de reducir la complejidad de los hechos que se convierten en noticia? Es posible hipotetizar que *una suerte de nuevas funciones con ejes regulares enraizados en el concepto de didacticidad (Moirand; 1992) permiten ampliar y profundizar las funciones básicas de simplificación y resumen de la noticia.*

Interesa indagar en este estudio la manera en que la infografía da cuenta de la noticia; las características que se observan en un período acotado y la función que cumple en tanto elemento del paratexto. Resulta necesario insistir sobre la particularidad de este estudio, limitado a dos diarios y a un período que se ubica en el cruce de dos siglos, ya que las preguntas que aquí nos formulamos sin duda son provisorias y sólo

responden al corpus analizado. El devenir de los tiempos, la incorporación de otras tecnologías en las comunicaciones masivas, nuevos cambios en los hábitos de lectura originan nuevas preguntas para investigar y nuevos y renovados problemas.

### **1.2.1. Propositiones teóricas y aspectos metodológicos**

El campo de los estudios que giran alrededor de la noticia o del discurso de la información contienen una heterogeneidad tanto teórica como metodológica, y muchas veces posiciones encontradas. En este trabajo se pretende realizar aportes teóricos a un cuerpo de conocimientos específico (sobre la infografía) que aún se encuentra en etapa de formación por tratarse de un recurso contemporáneo. Este estudio se inscribe en una perspectiva de investigación cualitativa, en tanto se propone comprender e interpretar un momento del periodismo gráfico en Argentina, aquel que se sitúa en el cruce de dos siglos que está caracterizado por la innovación tecnológica y los cambios en los hábitos de lectura, y que tiene en la infografía un elemento distintivo que ayuda a caracterizar la época. La opción por una metodología cualitativa tiene que ver con la pertinencia que ésta tiene para analizar fenómenos de la comunicación masiva. Además se encuentra justificada en la misma elección del objeto del estudio de esta tesis y en la necesidad de comprender el surgimiento de nuevas formas de comunicación en el marco del periodismo gráfico, en un momento determinado (Orozco Gómez; 1996: 67/9).

Las operaciones discursivas analizadas, como veremos, no responden a supuestos metodológicos exclusivos de determinada escuela o corriente, se inscriben en una línea de investigación no ecléctica sino integradora de elementos diversos, aunque orientándose a la especificidad de los medios de comunicación masiva.

La investigación se sitúa en un cruce en el que se intersectan el análisis de la noticia, el campo de las comunicaciones masivas y la historia de la cultura, incluyendo en este punto los aportes de Chartier (1994; 1995; 1996; 2006) en relación a las mutaciones observadas a lo largo de la historia en lo que denomina “la cultura gráfica”, concepto que el teórico francés toma de Petrucci (1986). Así se propone integrar el estudio

propio del discurso de la información, con las formas y materialidades del soporte (Genette: 2001) en un cruce con las complejas decisiones que en relación a la noticia se toman en el seno de las instituciones mediáticas, sin descuidar que en todo el proceso está presente y se advierte en el soporte mismo, un lector previsto, aquél que es el destinatario del discurso (Martini: 2000).

La propuesta es la de una búsqueda multidisciplinar, como un lugar desde el cuál poder visualizar el proceso de construcción y reconstrucción de la noticia, y advertir las modificaciones en el discurso de la información a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías.

Si bien no se lo encontrará mencionado con frecuencia en el desarrollo de esta tesis, las ideas de Chartier (1994; 1995; 1996; 2006) configuran una base fundamental a partir de la cuál se ha pensado todo el desarrollo de la investigación. Si bien es cierto que su pensamiento está relacionado con la historia de la lectura y la escritura, su idea de pensar el libro no sólo en su contenido sino en tanto objeto, es decir deteniéndose en su materialidad, en las formas de producción, los desarrollos técnicos y también los modos de intercambio, han sido inspiradoras al momento de optar por una perspectiva de abordaje del objeto de estudio<sup>17</sup>.

Se entiende que estas nociones teóricas sirven de sustento a todo este escrito en los siguientes aspectos. Por un lado la idea de “cultura gráfica” que alude al conjunto de objetos escritos de una sociedad y a sus prácticas, esto último entendido no sólo en su instancia de lectura, sino también en la producción y que deriva, y esto es lo interesante, en una mirada que integra la comprensión y el comentario de las obras con “el análisis de las condiciones técnicas o sociales de su publicación, circulación y apropiación” (Chartier; 2006: 11). Esta perspectiva que supera la fragmentación de los análisis (por un lado el contenido y por otro la forma) deriva en “desplazamientos liberadores”, que entre otras aspectos, otorgan relevancia al formato. Dice Chartier:

---

<sup>17</sup> En el prólogo de *El orden de los libros. Lectorres, autores, bibliotecas en Europa entre los siglos XIV y XVIII* (1994), Ricardo García Cárcel dice: “Chartier se interesa particularmente por la estrecha relación entre el libro, como estructura física, y la lectura o, mejor la legibilidad, poniendo de relieve ‘el sentido de las formas’ –que tanto han defendido McKenzie y Petrucci-, la incidencia de los cambios en el formato, la presentación de los textos, la compaginación, la incorporación de imágenes, la dialéctica de los espacios blancos y negros ... sobre la lectura” (1994: 10).



“Contra una definición puramente semántica del texto, hay que señalar que las formas producen sentido y que un texto estable en su escritura está investido de una significación y de un estatuto inéditos cuando cambian los dispositivos del objeto tipográfico que propone su lectura” (1996: 51.) Los principios que guían la investigación se apoyan en las ideas según las cuales: no hay texto fuera del soporte y de las formas genéricas que lo dan a leer y no hay comprensión de lo escrito o impreso que no dependa de las formas que alcanza a su lector (Chartier; 1994: 29); y tampoco hay sentido de un discurso si no se establecen sus condiciones de producción, circulación y recepción.

Los instrumentos metodológicos adoptados procuran dar cuenta de la naturaleza de estos discursos en tanto mercancía, en el marco de un contexto de profundas transformaciones sociales y culturales. El estudio de ambos diarios, ha llevado a indagar las operaciones del medio gráfico destinadas a la provocación de efectos, a la construcción de su propio contrato de comunicación y a la divulgación cotidiana de lo que entiende el medio por noticia.

Volviendo al periódico, las reflexiones de Chartier permiten pensar que también los estudios de las formas en el periodismo (diseño/diagramación) han estado impregnados por una visión descriptiva, sin detenerse en las posibles operaciones de sentido que generaban<sup>18</sup>. Y aquí resulta necesario recuperar la frase que el teórico francés toma de Donald.F. McKenzie: “nuevos lectores crean nuevos textos cuyas nuevas significaciones dependen de sus nuevas formas” (1994: 26), para también pensar, en el ámbito del periodismo, que los nuevos modos de presentación de la información dan paso a nuevos lectores (o al menos con diferentes características) y/o

---

<sup>18</sup> Dice Chartier: “Durante demasiado tiempo, los historiadores franceses han considerado el estudio material del libro como una erudición descriptiva, respetable desde luego, buena para los bibliógrafos, pero sin gran utilidad para una sociología cultural retrospectiva. La ceguera resultaba molesta por ignorar que la disposición de la página impresa, las modalidades de la relación entre el texto y lo que no lo es (glosas, notas, ilustraciones, índices, cuadros, etc.), o también la ordenación misma del libro con sus divisiones y sus señas, eran otros tantos datos esenciales para restituir las significaciones de que un texto pudo estar investido”. Al descuidar los dispositivos y las variaciones propiamente ‘tipográficas’ (en sentido amplio del término) que reciben y orientan al mismo tiempo la lectura, la historia francesa del libro se prohibía responder claramente a una de las cuestiones fundamentales que creía plantear, a saber: en qué y cómo la circulación de textos impresos cada vez más numerosos modificó los pensamientos y posibilidades” (1995: 20)

viceversa. Se sabe que el lector de periódicos no lo es exclusivamente de periódicos, y que la propia dinámica de la información (rápida, casi instantánea), le impone un *estar al día* que debe resolverse de manera rápida, casi instantánea, y que la práctica de lectura de ese lector, también se advierte en el modo en que se presenta la información.

De modo que se encontrarán en este escrito entrecruzamientos con la historia de la cultura, tal como la aborda Chartier, en tanto se procura el análisis de cambios y “mutaciones” de los objetos periodísticos a partir de la innovación tecnológica y de la aparición de nuevas necesidades de lectura, aún cuando no se encuentre en el desarrollo un capítulo o ítems dedicados exclusivamente a la teoría de Chartier.

En este sentido, se ha realizado otro desplazamiento para focalizar en los aspectos formales que imponen significaciones a partir de los conceptos de Gerard Genette (2001) referidos al “paratexto”. Aun cuando la propuesta de Genette está destinada al discurso literario, su planteo acerca del estatus pragmático del paratexto resulta de interés en cuanto se define “por las características de su instancia o situación de comunicación: naturaleza del destinador, del destinatario, grado de autoridad y de responsabilidad del primero, fuerza ilocutoria de su mensaje” (2001:13).

Estas referencias teóricas requirieron de un proceso de adaptación de esas nociones pensadas para el libro, de modo de poder aplicarlas al periódico, propuesta que ya se había encontrado de modo inicial en Alvarado (1994), y que de manera complementaria se asocian al planteo de Verón (1971) en un texto ya clásico: las series visuales paralingüística en tanto series informacionales de una materia significante. Aquí resulta necesario un cruce con, por una parte, los estudios que desde el periodismo hacen foco en el soporte y se detienen a analizar los modos de presentación de la noticia, así como el período de innovación tecnológica que se advierte en las dos últimas décadas del siglo XX; entre ellos Agudelo Sedano, W. (1995); Armentia, J. I (1992; 1993; 1994; 1999; 2003; 2004); Canga Larequi, J. (1994); García, M. (1984); Sanucci, M. E. (1999); Algarra; M. M. (2005); Rost, A. (2004); Schmucler y Terrero (1987); Schmucler (1988); Diaz Nosty, B. (1995; 2007; 2011). También, aquellos otros que junto a la innovación tecnológica, ponen el acento

en otras de las características de este período: la concentración de los medios y la conformación de grupos que reúnen no sólo diferentes soportes de medios sino también las distintas fases del proceso productivo, esto es la producción, la edición, el formateo, la reproducción y la distribución: Becerra, Hernández y Postolski (2003); Bustamante (2005); Getino: (2003); Mastrini y Becerra (2007).

Dentro de la perspectiva teórica que se adopta para el estudio del discurso de la información, las referencias obligadas son Verón (1987; 1995; 2004), Charaudeau (2003), Tuchman (1987). Martini (2000); Rodrigo Alsina (1989), además de otros autores que han estudiado la construcción de la noticia desde el periodismo. El planteo teórico sobre el discurso de la información resulta necesario porque aquí interesa la infografía en la medida en que está incluida en ese marco; esto es, importa la vinculación del texto y la infografía.

Se habla de discurso de la información porque, por un lado, remite no sólo al intercambio que se produce en el acto de comunicar, sino fundamentalmente a la inscripción de ese intercambio en sus circunstancias. Dicho de otro modo, el texto siempre remite a algo que está fuera de él. Eso que está fuera del texto, no sólo refiere al lugar o al momento en el que se habla, sino también a la identidad de los interlocutores, a las intencionalidades que los vinculan y a los soportes que vehiculizan lo que se dice. De lo que se trata, entonces, es de la puesta en relación de estos espacios.

Aun cuando los estudios mencionados se han propuesto importantes categorías teóricas tanto para el examen de la estructura de la noticia como para el análisis de la construcción del acontecimiento en la prensa, aunque son escasas las referencias analíticas a soporte, imágenes, etc., Charaudeau hace una referencia especial, aunque breve, a lo que denomina *el dispositivo*<sup>19</sup> que constituye a la vez “las condiciones

---

<sup>19</sup> Agrega Charadeuau: “el dispositivo es una manera de pensar la articulación entre varios elementos que forman un conjunto estructurado en virtud de la solidaridad combinatoria que los vincula. Estos elementos son de orden material pero están situados, dispuestos o distribuidos en una red conceptual más o menos compleja. Se trata sin duda de los que constituye el ambiente, el marco, el soporte físico del mensaje, pero este conjunto no desempeña el papel de un simple vector indiferente a lo que transmite, ni puede transportar cualquier mensaje sin que éste se vea afectado por las características del soporte” (2003: 135)

materiales ad hoc para que se realice el contrato (de lectura), en relación con sus otros componentes, y un marco de condicionamientos”. Así el dispositivo está constituido entre otras cosas por el soporte físico del mensaje el que no desempeña un papel secundario: “Todo dispositivo ‘in-forma’ el mensaje y, al hacerlo, contribuye a darle un sentido. Según un viejo prejuicio, el contenido podría construirse independientemente de su soporte. Sin embargo, como está establecido en la lingüística, y como lo saben y lo han dicho todos los poetas, no hay forma sin contenido, no hay significante sin significado, ni mensaje sin soporte. Los dos aspectos de esta realidad del sentido se encuentran en una relación de solidaridad tal que no puede llegarse a uno sin el otro” (2003:135/6)

En el caso de la prensa gráfica Charaudeau no analiza in extenso esta categoría, sólo señala que la prensa es un espacio escritural “hecho de palabras, gráficos, dibujos y a veces imágenes fijas, en soporte papel”. En este sentido, añade, que la prensa se inscribe en una tradición escrita en sentido estricto que se caracteriza básicamente por una relación de distancia entre el escribe y el que lee, a causa de la ausencia física de la instancia de emisión y de la de recepción (2003: 145).

Sobre la infografía, se recuperan publicaciones que se abocan al tema desde una perspectiva descriptiva y que brindan detalladas tipologías centradas en la forma, provenientes en su mayoría de estudios realizados en España: De Pablos (1998, 1999), Valero Sancho (2001; 2008; 2010), Peltzer (1991) y que se han puesto en relación con diversos textos de diseñadores y de infografistas, algunos aparecidos en revistas de diseño gráfico y otras en diarios: De Lorenzi (1996); Serra (1992, 1998); Lo Valvo (2004); Werb (1999); Gafré (1998); Lo Celso (1999). También los dichos de empresarios periodísticos y periodistas publicados en los medios en los que desarrollan sus actividades, la mayoría de ellos con cargos de responsabilidad, lo que implica la posibilidad de tomar decisiones al momento de editar una página (por ejemplo, incluir o no una imagen acompañando a una noticia): Jornet (1995; 2001); Guareschi (1998); Magnetto (1998; 2004), además de los Manuales de Estilo que ambos diarios, *Clarín* (1997) y *La Voz del Interior* (2006), han publicado, tanto para

sus públicos internos como externos, y que refieren una serie de recomendaciones que limitan y enmarcan la tarea del periodista en el medio.

Pero del mismo modo son referencias teóricas necesarias los aportes de Joan Costa y Abraham Moles (1992; 1998) sobre la esquemática y imagen didáctica, ya que configuran un conjunto de conocimientos que, a la par de los propuestas de Álvarez Angulo (1993; 1996; 2001) sobre el textos expositivo-explicativo, son relevantes para esta tesis al momento de analizar la infografía y su relación con el texto periodístico.

Arfuch (2009) también plantea interrogantes sobre la imagen en la contemporaneidad, cuestiones que van desde la realidad como espectáculo a las marcas del diseño en las imágenes del mundo, y que van configurando “modos de ver y de ser”. Resulta interesante advertir cómo las tecnologías aplicadas en los medios de comunicación (televisión, medios gráficos), aportan un “modo de ver” que parece no detenerse ante nada y que supera las capacidades mismas del ojo. De esa forma, parece no haber límite para el “ver” el acontecimiento o el objeto. La imagen mediática contemporánea pretende “mostrarlo todo”, de manera inmediata, próxima simultánea. Las tecnologías han hecho posible “estar allí”, “ver el acontecimiento con los propios ojos”, en el momento en el que ocurre, o reproducirlo, casi de manera “real” en una imagen sintética, creada a tal fin, que deriva homogénea, con pretendida validez universal, que borra los caracteres individuales, la propia individualidad del escenario y del sujeto (es el caso de la infografía en los medios gráficos). “Esa pretensión de universalidad, ese “ver todo” –en una selección que por supuesto atiende a lo más impactante- nos situa ante un escenario de asombrosa repetición, donde el espectáculo cotidiano, sin solución de continuidad, parece condensar todos los conflictos y miserias del mundo” (2009: 21)

El análisis de la infografía cobra importancia en el marco de estas proposiciones que subrayan especialmente la emergencia del sentido en función de las formas en las que se inscribe. De allí que en esta investigación se pretenda abordar la congruencia entre la infografía, sus características (imagen y texto) y el lector que estas noticias prevé. En función de lo expuesto nuestro análisis se inscribe en el cruce del análisis del texto y el estudio del objeto impreso.

### 1.2.2. El corpus

El corpus está constituido por dos diarios, uno nacional, *Clarín* y otro local, *La Voz del Interior*, en el período que va entre 1996 a 2002. La elección de los diarios, uno de tirada nacional y otro regional, tiene que ver con la importancia en materia de desarrollo tecnológico e inclusión de innovaciones en el discurso periodístico que han tenido ambos en el período que se estudia. Cabe agregar que las dos publicaciones han obtenido numerosos premios internacionales en diseño y producción de infografías. Es necesario señalar que esta investigación se sitúa en el espacio de la producción del periodismo gráfico, atendiendo al concepto que si bien producción y reconocimiento son problemáticas vinculadas, son también diferentes.

La selección de dos diarios se encuentra fundamentada en el principio metodológico que Verón denomina “principio de la diferencia” (1995:73) según el cual la comparación entre textos resulta el camino más enriquecedor para reconstruir las operaciones por las cuales los mensajes se construyen.

Otra cuestión que apareció al momento de seleccionar los diarios a trabajar, fue advertir que en esos diarios era posible encontrar ciertas “disparidades” y también “invariantes”, siguiendo a Verón (2004: 129). En este sentido, se puede señalar que los diarios de información general, se parecen mucho tanto en relación a la materia significativa (en su mayoría son publicaciones que incluyen texto e imágenes – fotografías e infografías- y que muestran preocupación por el orden gráfico, es decir por el modo en que se presenta la noticia); y a su vez es posible encontrar diferencias en relación a la variedad temática que presentan. Esto ocurre más aún cuando se trata, como en este caso, de un diario local (regional) y otro nacional. En este sentido (temático) el origen de la noticia (local/nacional) provoca decisiones de los editores que alteran la homogeneidad. Es decir, en la elección de un diario local y otro nacional se advierten homogeneidades y heterogeneidades desde el punto de vista de la materialidad del discurso y también de la temática abordada. Esta condición permitirá realizar comparaciones como así también recorridos y evoluciones en cada uno de los medios en el período estudiado. Siguiendo este planteo, en la elección del corpus se advierte una invariante significativa: la inclusión en las páginas de ambos

diarios de imágenes, tanto fotografías como infografías, esto último es relevante para este estudio.

Una revisión de los diarios desde década del 1980<sup>20</sup> permitió prestar especialmente atención a los procesos que comenzaron a manifestarse en la década siguiente, especialmente en 1994 y 1995 en ambos diarios. Durante esos dos años comienzan a redefinirse ambos diarios seleccionados, en tanto producto comunicacional diferenciados de los que se presentaban hasta el momento: por un lado, en 1994 aparece la Revista *Viva*, reemplazando a la revista dominical *Clarín*, y se inicia en ese diario un proceso de rediseño integral (así denominado por la misma empresa) que culminará en 1998; y por otro lado, en *La Voz del Interior* se produce una modificación sustancial en la presentación del diario a partir del 21 de setiembre 1995, momento en el que se incorpora el color y además se introducen una serie de modificaciones que serán de relevancia en este estudio. En esos dos años se mostraba, desde el producto periodístico, un fenómeno interesante de estudiar, ya que ambos medios iniciaban un proceso muy dinámico de rediseño de formato. Además, en sus páginas se advertía una cantidad importante de infografías que día a día se publicaban en distintas secciones. A su vez, las producciones gráficas de distinta índole, no sólo las periodísticas, acudían a los gráficos y dibujos para, por ejemplo, explicar el funcionamiento de un cajero automático, las particularidades de un teléfono celular, un recorrido turístico, etc. Así, es interesante señalar junto a Verón que conviven con el corpus otros elementos (otros discursos) que no están necesariamente dentro de él, pero que sí tienen un papel determinante en tanto condiciones de producción de los diarios que se analizarán. En esta tesis se incluye esta mirada general sobre el campo periodístico para poder comprender qué pasó en el período y en los diarios que se analizan. Del mismo modo, se advierten elementos extradiscursivos que dejan huellas

---

<sup>20</sup> En Córdoba, el diario *Tiempo de Córdoba* que se editó en la década de 1980, acompañaba sus informaciones especializadas con gráficos de barra o de fiebre, hasta ese momento extraños en las redacciones de diarios y más propios de publicaciones especializadas. Esos gráficos eran realizados a mano y embellecidos con diferentes tramas. Tuvo que pasar casi una década para que esa misma tarea pudiera realizarse y almacenarse digitalmente.

en el discurso (Verón; 2004: 41) y que desempeñan un papel determinan en tres sentidos: en lo tecnológico, en lo económico y en lo cultural.

No sería posible comprender todo el proceso que aquí se pretende analizar sin tener en cuenta la incorporación de la tecnología en el campo del periodismo gráfico; su inserción en la economía global, en tanto es el período en el que se conforman los grupos multimedia; y las modificaciones en la recepción de los productos de la industria cultural, que derivarán en modos de producción diferenciados para un público que ha modificado sus modos de recepción.

Se insiste aquí, que “no existen discursos que se produzcan fuera de ciertas condiciones económicas, sociales, políticas e institucionales determinadas” (Verón; 2004: 45). Y en esas condiciones económicas, sociales, políticas, existen, por ejemplo en el periodismo escrito, un importante número de títulos que se ubican dentro de esas condiciones y que presentan en la superficie textual similitudes y diferencias con el corpus elegido. También aquí Verón es esclarecedor, porque señala como condición para poder realizar cualquier descripción del corpus, poder remitirse, a partir de los problemas planteados, a otras superficies textuales del mismo tipo (2004: 129). Es por ello que fue necesario disponer de otros diarios que se editaron en el mismo tiempo que los seleccionados, y también otros de años anteriores para poder comprender el modo de presentación de la noticia.

Se relevaron en detalle los diarios *La Voz del Interior*, de la ciudad de Córdoba, y *Clarín*, de Buenos Aires, desde el 2 de enero de 1996 al 31 de diciembre de 2002. Durante ese período se trabajó con más de 2.500 ejemplares de cada diario. En esta etapa de exploración se observó una constante inclusión de infografías de distinto tipo en las diferentes secciones de los diarios. Se comprobó una vez más en esta mirada general que la actividad periodística se caracteriza por ser bastante fija y estructurada, se podría decir, repetitiva, que únicamente varía si se dan situaciones extraordinarias o el diario cambia de diseño<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> En relación a las situaciones especiales podemos nombrar las elecciones nacionales de octubre de 1999, la renuncia del vicepresidente Carlos “Chacho” Alvarez en 2000; la crisis argentina de 2001; el atentado a las Torres Gemelas, etc. y los rediseños que durante el período estudiado tuvieron los dos diarios.



Debido al volumen del corpus, se optó por seleccionar una muestra que correspondió al 23,33 por ciento del total de los ejemplares consultados, es decir 588 ejemplares de cada diario; y que se repartió de la siguiente manera, de modo de cubrir la totalidad de los días, alternando las semanas y los meses. Se tomaron seis semanas de cada año, alternando las semanas y los meses, por ejemplo en 1996, 1998, 2000 y 2002 los meses pares, y en 1997, 1999 y 2001 los meses impares. De cada mes se tomó una semana completa (de domingo a sábado), y se cubrieron la totalidad de las mismas siguiendo este criterio: mes 1, primera semana; mes 2, segunda semana, y así sucesivamente<sup>22</sup>. De este modo, a la par de tener una mirada general, se cubrió la totalidad de los ejemplares en un estudio más minucioso y particular que incluyó la evolución del uso de la infografía durante el año, tipo de infografía que se incluyen en el diario, el día y la sección o el suplemento en la que se publicó. Esta selección nos permitió tener un volumen más acotado a fin de poder establecer las regularidades y diferencias en las características de la infografía y también en su uso; pero para la ejemplificación y el análisis que se realiza en esta tesis, se optó por recurrir a la totalidad del corpus seleccionando aquí los casos más significativos a los fines de esta investigación.

Cuando se comenzó a construir el corpus de infografías, la indagación estuvo muy influenciada por la clasificación que realizaban los autores españoles y los Manuales

---

<sup>22</sup> En 1996 nos detuvimos en los siguientes diarios: primera semana de febrero (5 al 11); segunda semana de abril (8 al 14); tercera semana de junio (17 al 23); cuarta semana de agosto (26 a 1 de setiembre); primera semana de octubre (31 de setiembre a 6 de octubre) y segunda semana de diciembre (9 al 15). En 1997: primera semana de enero (6 al 12); segunda semana de marzo (10 al 16); tercera semana de mayo (19 al 25); cuarta semana de julio (21 al 27); primera semana de setiembre (1 al 7); segunda semana de noviembre (10 al 16). En 1998: primera semana de febrero (2 al 8); segunda semana de abril (6 al 12); tercera semana de junio (15 al 21); cuarta semana de agosto (24 al 30); primera semana de octubre (5 al 11); segunda semana de diciembre (7 al 13). En 1999 se relevaron los siguientes diarios: primera semana de enero (3 al 9); segunda semana de marzo (14 al 21 de marzo); tercera semana de mayo (16 al 22); cuarta semana de julio (25 al 31); primera semana de setiembre (5 al 11); segunda semana de noviembre (14 al 20). En 2000: primera semana de febrero (6 al 12); segunda semana de abril (9 al 15); tercera semana de junio (18 al 24); cuarta semana de agosto (27 al 3 de setiembre); primera semana de octubre (1 al 7); segunda semana de diciembre (10 al 16). En 2001: primera semana de enero (7 al 13); segunda semana de marzo (11 al 17); tercera semana de mayo (20 al 26); cuarta semana de julio (22 al 28); primera semana de setiembre (2 al 8); segunda semana de noviembre (11 al 17). En 2002: primera semana de febrero (3 al 9); segunda semana de abril (14 al 20); tercera semana de junio (16 al 22); cuarta semana de agosto (25 al 31); primera semana de octubre (6 al 12); segunda semana de diciembre (8 al 14).

de Estilo de los diarios estudiados, muy ligados al modo de presentación de la infografía. La extensa y minuciosa tipología que abunda en esa bibliografía han resultado una guía que se relaciona más con la forma que con el contenido de la infografía. Si bien ese aspecto no se desecha aquí, se opta por un agrupamiento que rescata el *para qué*, es decir la *función* de esa gráfica incluida en ese lugar y en ese momento.

Cuando aparece la pregunta sobre qué describir en el corpus, vuelven a las palabras de Verón cuando insiste en tomar como guía las *disparidades interdiscursivas*: “Se trata de describir, en un conjunto discursivo, todas las operaciones que definen una diferencia *sistemática y regular* con otro conjunto discursivo, considerando como hipótesis que ambos están sometidos a condiciones productivas diferentes” (2004: 53). En relación a las diferencias sistemáticas, el autor apunta al conjunto de la economía discursiva en tanto aparece diferente a otra; y en relación a las diferencia regular, se trata de llegar a constituir *tipos* de discursos, con un funcionamiento constante en un período histórico determinado.

A partir de esa premisa metodológica se propone definir, primero, algunas características de la infografía en función de las recurrencias en su estructura. Del mismo modo, la revisión del corpus ha proporcionado suficientes elementos como para describir las especificidades gráficas y la estructura esquemática global de la misma, y también su vinculación con un determinado tipo de noticias.

Así, en el recorrido del corpus, y a partir de la bibliografía consultada, fue posible agrupar dichas infografías en función de las regularidades y recurrencias en relación a las temáticas que aborda, las secciones en las que aparece, el modo de ilustrar la información. Pero, si como advierte Genette el paratexto tiene un estatus funcional (2001: 16) en el sentido de acompañar al texto, lo que interesa aquí, y teniendo en cuenta las recurrencias observadas, es poder pensar en un agrupamiento (o familia de infografías) que den cuenta de la función en relación con la noticia: esto es secuenciar, describir, localizar, dimensionar el acontecimiento/noticia.

Cabe señalar además, que para poder comprender este complejo objeto, además del corpus minuciosamente seleccionado, se ha prestado especial atención a los discursos

de los editores/directores de los diarios estudiados, acerca de las innovaciones operadas en sus propios medios como así también sus pareceres en relación al estado de la prensa gráfica nacional e internacional en el periodo estudiado

Y la mirada insistente acerca de los aspectos materiales de la prensa y de la presentación de la noticia, presente tanto en la bibliografía como en las declaraciones de editores/directores de los diarios, ha obligado a prestar mayor atención a las propuestas teóricas de Genette (2001) que insisten en que los elementos del formato que acompañan al texto, están allí no sólo para adornar la presentación, sino fundamentalmente *para decir algo*.

### **1.2.3. Organización general de la tesis**

Esta investigación destina puntos que resultan significativos al contexto histórico y social en el circulan los diarios analizados. Se opta por señalar, debido a la profundidad de los cambios producidos en las últimas décadas, que se propone un estudio sobre la historia reciente del periodismo, haciendo hincapié en las transformaciones que, en el cruce de los siglos, definen rasgos que muestran modos de presentar las noticias ligados a la forma, en un tiempo de profundas transformaciones culturales. Esto no implica que sea posible localizar un punto exacto o un origen para la transformación de un modelo de comunicación periodística, más bien se hará mención a los factores, de distinta índole que han coadyuvado a esas transformaciones, que sí es posible ubicar en un período no tan extenso en el tiempo.

Se presta especial atención a las innovaciones tecnológicas que se advierten en la materialidad del objeto impreso y al lector que de ella se deduce. Aún cuando el objeto de estudio son los diarios (específicamente los que componen el corpus), la mirada se centra en la infografía, en relación con la noticia, con la sección en la que se incluye y con el periódico todo.

La investigación se realizó en etapas que se corresponden con las cuatro partes de la tesis y que además se vinculan con las hipótesis planteadas en este texto. La Primera

y Segunda parte responden a las dos primeras hipótesis, mientras que la Tercera y Cuarta, a la tercera hipótesis.

En la **Primera Parte**, se reconstruye de manera general el proceso de innovación que se produce en el periodismo gráfico en las últimas décadas del siglo XX a partir de la bibliografía revisada y del recorrido por el propio corpus así como de otros diarios y textos impresos de la época. Y a partir de esa mirada amplia, se focaliza dicho proceso de mutación en los dos diarios estudiados. La configuración de este espacio permitió diferenciar problemas y procesos, estados y transformaciones.

Este trabajo permitió advertir una dimensión que atraviesa todo el desarrollo de estas páginas: se trata de la **dimensión tecnológica**, en tanto innovación e incorporación a los medios de comunicación. Aunque está claro que no se trata de un aspecto novedoso en el periodismo, ya que el avance de las tecnologías se ha visto reflejado en la historia misma del periódico, en los siglos XIX y avanzado el XX, sobre todo en la fase de la impresión. Pero en los últimos años del siglo pasado, esa innovación llegó a las salas de redacción y se advirtió, no solo en la calidad gráfica de los medios, sino en la incorporación de temáticas no incluidas hasta el momento en las páginas de los diarios, y también en el tratamiento de la información.

La revisión de este período permitió describir de manera general las innovaciones en el soporte que, de manera particular se desarrollaron en cada uno de los diarios estudiados. De hecho, se trata de una etapa central, sin la cuál no se habría podido avanzar en la caracterización de la infografía en tanto elemento (paratextual) de ese conjunto.

A esa **dimensión tecnológica** se le suma la relacionada con **nuevos hábitos de lectura y consumo** generados por los mismos medios de comunicación en sus diversos formatos. Estas dimensiones se entrecruzan y constituyen un eje vertebrador en lo que aquí se ha expuesto: la incorporación tecnológica en tanto innovación (cambios/mutación) en el periódico, y las demandas del público enmarcadas en los nuevos hábitos de lectura (gustos de consumo). Y antes de pasar a la segunda parte, resultó necesaria la clarificación de algunos conceptos teóricos relacionados con el periódico y con la noticia, esto es definiciones acerca de distintos aspectos formales

en la presentación de los diarios y caracterización de la noticia y su vinculación con el acontecimiento, ambos aspectos esenciales para poder comprender la relación entre noticia e infografía.

En la **Segunda Parte** de esta tesis se abordan aspectos teóricos relacionados con el paratexto para poder realizar la traslación hacia la prensa gráfica, visualizar categorías, en principio pensadas para el libro y advertir la dinamicidad en la aplicación de esta propuesta teórica, en la medida en que se observa en objetos culturales. Esto en una permanente relación con el corpus, con los diarios revisados para poder realizar esta tesis y también con los ejemplos extraídos de la bibliografía consultada.

También, se abordó teóricamente el objeto de estudio: la infografía. Así se avanzó en nociones teóricas acerca de la infografía y de sus componentes y también en la determinación de sus funciones básicas: resumir/ esclarecer/ sintetizar. A partir del trabajo que se ha realizado, es posible señalar que la infografía es una combinación de elementos visuales que se utiliza, fundamentalmente, para brindar una información compleja mediante una presentación gráfica con el fin de sintetizarla o esclarecerla, o hacer más atractiva su lectura. Convive en el periódico, con otras series visuales paralingüísticas: elementos gráficos, fotos, planos, etc. acompañando a la noticia para hacerla más clara y asequible. En síntesis, se puede considerar que la infografía es un recurso paratextual utilizado por el periodismo gráfico. Surge, de manera generalizada, simultáneamente con la incorporación de nuevas tecnologías en las redacciones, aunque se observen antecedentes a lo largo de todo el siglo XX. Se trata de una combinación de elementos visuales y tipográficos, que siempre está relacionada con el texto informativo, y que facilita la comprensión o comparación de sistemas o acontecimientos.

La problemática de este tipo de imagen particular plantea cuestiones significativas, ya sea analizada desde la perspectiva de la instancia de emisión como de la instancia de recepción prevista por el periódico<sup>23</sup> en tanto se trata de configuraciones discursivas

---

<sup>23</sup> No nos referimos a los lectores empíricos sino al lector en tanto estrategia textual. Si nos centráramos en el primero este trabajo debería ser abordado desde otra perspectiva teórica.

pensadas especialmente para un nuevo tipo de lector, ya acostumbrado al imperio de la imagen. En este sentido, se advierte también, antes de concluir esta Segunda Parte, y a partir de las declaraciones y testimonios de gerentes/editores/infografistas que aparecen en los diarios consultados y en artículos en revistas especializadas, una caracterización del lector al que apuntan y la función que, de manera general, debe cumplir el diario de la época.

Y para poder avanzar acorde con las hipótesis de investigación planteadas, se propone una traslación del objeto de estudio hacia la propuesta de Álvarez Ángulo sobre el texto expositivo-explicativo (pensado para el trabajo con textos escolares), en especial en el planteo de la existencia en este tipo de textos de *marcas textuales* (1996: 36/7), en tanto estructuras y expresiones (lingüísticas y metalingüísticas) que colaboran en su comprensión y que revelan una organización. Es a partir de estas nociones teóricas, y en una permanente interrelación con el corpus, que se proponen una serie de *indicadores gráficos* que en el marco de la infografía, ordenan, remarcan, dan cuenta de un desarrollo lógico y temporal, etc., en suma hacen más comprensible la noticia graficada.

En la **Tercera Parte** la más extensa de esta tesis, se analizan las infografías a partir de sus funciones, características, y el tipo de información que acompañan, lo que ha permitido plantear nuevos agrupamientos en tanto unidades paratextuales en una propuesta superadora de las clasificaciones relacionadas con la forma, precisamente por que al entender que la infografía es parte del paratexto del periódico, los agrupamientos propuestos se proponen responder a la pregunta ¿para qué se incluye la infografía en este espacio periodístico?

Aquí la multiplicidad y variación de las infografías relevadas, plantean desafíos relacionados con ubicaciones estrictas y fijas, y en ese sentido, se sigue un principio metodológico de relevancia de un tipo de función sobre otras.

Dentro de esta parte se han encontrado articulaciones que permiten relacionar la infografía con la temática tratada en la noticia y la sección en la que aparece, y por otro lado, advertir la manera en que, a través de este elemento paratextual, el discurso periodístico deviene didáctico. Asimismo, se advierte la reutilización de algunas

infografías para explicar fenómenos de naturaleza similar y también diferente. Y esto ha llevado a otros interrogantes que se pretenden relacionados con el recorrido que hace la infografía en otros soportes, fuera del objeto diario, (fascículos, enciclopedias, revistas, también publicados por cada una de las empresas editoras y que circulan junto al diario o por separado).

Y por último una **Cuarta Parte**, relacionada con la anterior, aborda la problemática del exceso en el uso de la infografía. En este sentido, a la par de acompañar la noticia bajo estrictos criterios de noticiabilidad, se ha encontrado en el corpus una variante de infografía que se pretende autónoma, desvinculada de la noticia, y que se ubica, preferentemente, en las revistas dominicales y los suplementos hacia el final del período estudiado. Esta problemática, imposible de soslayar, deriva en la publicación exagerada en la que “todo es infografiable” (Lo Celso; 1999: 12) y genera interrogantes que aquí se proponen despejar, acerca de cuál es la perdurabilidad de este tipo de gráficas en el espacio de los periódicos estudiados, y qué desplazamientos hacia otros productos de la industria cultural se producen en este tipo particular de infografías.

En la descripción realizada en los puntos precedentes, se puede observar que el interés recae prioritariamente en dos aspectos relacionados con el periodismo gráfico: por un lado las renovaciones/cambios en sus formas, producto de la innovación tecnológica; y por otro lado los cambios en los hábitos de lectura que esa innovación (asociada a la llamada “cultura visual”) provoca. Tales aspectos emergen en este período en tanto dimensiones relacionadas y que a su vez provocan cambios que se caracterizan como sustanciales en el espacio del periódico. Y es en ese contexto que se explica la incorporación de la infografía, y de allí el interés por su estudio. A partir de este estado de situación se procura acceder a la comprensión de un tipo de recurso gráfico que renovó la superficie redaccional de los periódicos con el objetivo de facilitarle al lector la comprensión de la noticia. De alguna manera, la propuesta de esta investigación invita a realizar dos lecturas, por un lado una que se inscribe en la reflexión de los *cambios* y *mutaciones* que, en algún sentido constituyen la base o matriz del periodismo gráfico de entresiglos. La otra, que se deduce de la primera,

que en la misma superficie del periódico se advierte un objetivo de *simplificación* de la información y, en consecuencia, una idea de lector que, por diversas razones, necesita una explicación gráfica de la letra impresa.

Por último algunas aclaraciones acerca de los aspectos que no se abordan en este estudio. Esta tesis tiene los límites propios de toda investigación que debe fijar su campo de acción. Los temas que no aborda no son considerados de manera alguna como no importantes en el proceso de producción periodística. La elección y, a partir de allí, la exclusión del análisis de ciertos aspectos se debe a la imposibilidad de abordar en su totalidad un proceso por demás complejo. Pero esto no significa desconocer esos aspectos en los que la tesis no ahonda, ni tampoco minimizar su importancia en el proceso de producción de la noticia. Se trata de advertir y comprender la interrelación de elementos/aspectos/problemas que están involucrados en la prensa gráfica, de incorporarlos a un marco interpretativo más amplio, asociando situaciones y acciones, que permitan abordar el objeto de estudio de manera más acabada. De modo que si bien estos aspectos que se señalan abajo no se tratan de manera exhaustiva, no se desconocen ni tampoco se dejan de asociar a la problemática central de esta tesis.

Por ejemplo, si bien esta tesis incluye aspectos relacionados con la economía política de la comunicación y con la constitución de los grupos de medios en Argentina, y los incorpora como dato en la descripción del estado de situación de ambos diarios en el período estudiado, no lo hace de manera exhaustiva, como tampoco aborda la disputa de poder entre el Grupo Clarín y el gobierno nacional, que se advierte claramente a partir de 2009. También resulta necesario aclarar una vez más que esta investigación se centra en la infografía como elemento paratextual, en la prensa gráfica en un período acotado de tiempo y en dos diarios, uno nacional y otro local, con determinadas funciones que se proponen analizar; y no se detiene en la totalidad del campo de la infografía (no aborda su inclusión en textos no periodísticos ni en el soporte digital, tampoco las que se incluyen en textos escolares, propagandísticos, turísticos<sup>24</sup>), como tampoco aborda el análisis del discurso de la noticia.

---

<sup>24</sup> Cualquiera de estas propuestas demandarían otras categorías de análisis y en consecuencia serían motivo de otros trabajos de tesis.



# PRIMERA PARTE

## *En la superficie gráfica: el periódico de entresiglos*

Esta primera parte contiene aclaraciones y conceptualizaciones relacionadas con el periódico. También recupera cuestiones básicas acerca de la noticia y de los criterios de noticiabilidad. Estas nociones, aunque reiteradas en los estudios de periodismo, ayudan a ingresar al estudio de la prensa argentina de finales del siglo XX. Del mismo modo se reconstruye de manera general el proceso de innovación tecnológica que se produce en el periodismo gráfico en ese período, y con mayor detenimiento en los dos diarios estudiados, *Clarín* y *La Voz del Interior*, lo que origina particularidades en su superficie gráfica.

## I.1. BREVES ACLARACIONES SOBRE EL PERIÓDICO

Comenzamos el desarrollo de esta tesis con algunas aclaraciones necesarias relacionadas con el periódico y sus funciones. La primera de ellas es que, a los efectos de esta tesis, diario y periódico se utilizan como sinónimos. El concepto de “diario” da cuenta de una aparición cotidiana, ligada a cada día, mientras que “periódico” no necesariamente remite a una frecuencia diaria. Sin embargo, En ambos términos están instalados en el decir común como sinónimos. También, el diccionario de la Real Academia Española (22<sup>a</sup> Edición), incluye el adjetivo periódico dentro de sus acepciones y con la aclaración que es más usado como sustantivo masculino. La definición señala: “dicho de un impreso”, y también “que se publica con determinados intervalos de tiempo”. Y define diario como “periódico que se publica todos los días”. De modo que, si bien es posible una desagregación del término periódico diferenciándolo del concepto de diario, para pensar el primero como un tipo de publicación cuya frecuencia no es diaria y sí lo puede ser semanal, o mensual, etc., hemos preferido utilizarlos como sinónimos y reservar los términos publicación quincenal o publicación mensual (o según la frecuencia de aparición), para otro tipo de publicaciones de edición no diaria.

Una vieja definición concibe el periódico<sup>24</sup> como todo medio impreso “editado en un determinado país, destinado al público, cuyas publicaciones constituyen una serie continua, con un mismo título, que muestren una determinada periodicidad – regular o irregular, pero que no supere el lapso de un año-, con ejemplares fechados y numerados” (Castelli; 1993: 115). Este modo de entender lo que es un periódico nos indica algunas características que aparecen constantes: a) se trata de una serie continua de publicaciones; b) con una aparición periódica; y c) se muestran bajo un mismo título, fechados y numerados.

La segunda aclaración, también a los efectos de esta investigación, es el uso de los vocablos diario o periódico sólo restringidos al periodismo, es decir vinculados a los datos y acontecimientos que ocurren en la realidad. Borrat restringe la

---

<sup>24</sup> Afirma Castelli que esta definición corresponde al Comité de Expertos sobre Normalización Internacional de Estadísticas de Edición de Libros y Periódicos, reunidos en París en 1961, por iniciativa de la UNESCO. (1993: 115). El mismo dato es incluido en textos de José Luis Martínez Alberto (1996: 67) y de Jacques Kayser (1974: 23). No se ha podido acceder a la declaración original.

actividad periodística a la construcción de relatos informativos que parten de la realidad, es decir, que son verificables. Y así la diferencia de las otras dos formas de la comunicación mediática con las que normalmente coexiste en el mismo soporte: el entretenimiento y la publicidad (2002:57). El mismo autor plantea además una advertencia que resulta útil para clarificar de qué se habla cuando se hace referencia al periódico. Entiende al *periódico independiente* en tanto sólo depende de su empresa editora. Esa calificación “independiente” no implica un estado de mayor o menor libertad en relación a otro tipo de dependencia (por ejemplo del estado, los sindicatos, la iglesia), sino que hace alusión a una dependencia exclusiva de la empresa que lo edita (1989: 9). Esta aclaración resulta importante aquí, porque los casos que se trabajan en esta tesis, son precisamente de dos diarios (o periódicos) que se han autodefinido a lo largo de su historia como “diarios independientes”, además “de información general”. Esta última caracterización se opone a una categoría de “información específica”, más pertinente para publicaciones destinadas a trabajar con un tema exclusivo (deportes, economía, espectáculos, cultura), también dentro de la actividad periodística. Los casos de los diarios que se estudian en esta tesis (*La Voz del Interior* y *Clarín*) se ubican dentro de la primera categoría: de información general.

En síntesis, se entiende al periódico (o diario) en un escenario de actividad periodística, es decir aquella que trabaja con los acontecimientos noticiables de actualidad, y en una caracterización de medio independiente de las estructuras del estado o partidarias. El periódico contiene diversos aspectos de la actualidad para lo cual incorpora voces propias y ajenas, y construye un discurso que resulta siempre estructurado, es el que se conoce como discurso de la información, y que se incluye en una superficie redaccional que también es fija y repetitiva.

### **I.1.1. Temas/temarios/agenda: ¿de qué hablan los diarios?**

Se conoce, porque lo experimentan los lectores, que los periódicos no incluyen todas las informaciones que se generan a lo largo de un día en el mundo. La elección de un criterio relacionado con la inclusión/exclusión de temas, como así

también su organización interna, se reitera en periódicos con una misma característica (por ejemplo los llamados de ‘información general’), en un mismo recorrido temporal.

La configuración de un temario, a partir del cuál se va a construir la información requiere de operaciones complejas donde todos los hechos noticiables seleccionados pasan a convertirse en noticias que a su vez son agrupadas por áreas y secciones. A partir de allí, cada tema es desplegado según diversas estrategias e incorporado a un área o sección que se encuentran relacionadas en un conjunto de temas más amplio (Borrat; 1989: 149). De modo que, si la construcción de un temario periodístico contiene la selección de hechos noticiables, esto implica que le preceden al menos dos operaciones básicas: la de inclusión y la de exclusión. Una primera justificación en relación a este binomio de opuesto, podría entenderse desde el punto de vista cuantitativo: la superficie de un periódico está limitada por una cantidad de páginas que es fija, y también la división por áreas determina el espacio (en número de páginas) que se dedicará a cada tema. Si bien esta condición resulta muy importante, no es la única. Existe otra que resulta interesante: es la que conforma la tensión entre lo que se supone que “el público demanda” y lo que al medio le interesa dar a conocer.

Sin duda se trata de fenómenos muy interrelacionados. No es posible cuantificar hasta dónde el público demanda y desde dónde el periódico impone. Este juego en la construcción de la noticia, de los temarios y la agenda periodística ha sido bastamente estudiado y hoy constituyen teorías que son retomadas por la mayoría de los estudios sobre periodismo. Se trata de las investigaciones sobre *agenda setting*, *newsmaking* y *gatekeeping*<sup>25</sup>. Dichas teorías relacionadas con la construcción del temario, están vinculadas con el campo de estudio de la sociología de los emisores. En este ámbito teórico, las corrientes de *newsmaking* y

---

<sup>25</sup> La principal hipótesis de la agenda-setting se centra en que la comprensión que tiene la gente de los temas de la realidad social es modificada por los medios. Aquí resulta necesario considerar que estos estudios se realizaron en la década de 1970, y que por entonces el mapa de los medios de comunicación no se parece al que hoy encontramos en la escena mediática, que, además, en ese tiempo la influencia de la televisión era muy escasa y, por último, no existía la posibilidad de informarse a través de Internet. No obstante vale la pena volver a estos presupuestos, ya que los medios continúan fijando la agenda de los temas sobre los que habla la gente, aunque el papel de cada uno, en este sentido, no sea el mismo que advirtieron los investigadores de esta corriente McCombs, M. y Evatt, D. (1995) y McCombs, M. (2006).

*gatekeeping*, constituyen un espacio de estudio que si bien está ligado al ámbito de la sociología norteamericana muestra interés por un campo de conocimiento relacionado con el espacio de producción. En este sentido resulta interesante poder advertir la complejidad del trabajo periodístico y también sus condicionamientos: limitaciones técnicas (por ejemplo las relacionadas con el espacio en el que se debe desarrollar las noticias), como así también derivadas de su condición de trabajador en relación de dependencia, esto es condicionado por la propuesta editorial del medio. Aquí se da cuenta de ello porque, aun no siendo la propuesta teórica excluyente en este trabajo, resulta imposible no considerarla cuando de estudios de producción de la noticia se trata.

Mauro Wolf señala, en un artículo póstumo, los retos que afrontaba esta corriente de investigación hacia finales del siglo XX, relacionados con la consideración del trabajo periodístico en el escenario de transformación profunda de los medios de comunicación en especial la televisión, y los cambios en el oficio del periodista a partir de las innovaciones tecnológicas incorporadas a las redacciones. Y su preocupación está referida a la falta de correspondencia entre el avance tecnológico y la calidad informativa. En este punto, Wolf insiste que en los estudios vinculados con la producción de la noticia, resulta imprescindible enlazar la naturaleza compleja de las sociedades y los cambios en la organización del trabajo periodístico; esto es: la relación entre mercado y organización del trabajo periodístico y el cambio cultural, que deriva en una modificación en el criterio de relevancia de los valores-noticia. También advierte que el aumento de los flujos de información deviene en burocratización del trabajo periodístico, al punto que los periodistas se transforman en “seleccionadores de flujos ingentes de noticias que llegan a las redacciones bajo formas que permiten la casi inmediata publicación”, y este proceso de “selección”, no deriva necesariamente en publicaciones más “razonadas y profundizadas” (1997). Este punto resulta interesante: si existen criterios generales relacionados con la dependencia, en este caso de las agencias de noticias, esto implicaría que el producto periodístico y en consecuencia la evaluación del acontecimiento como noticia se estandariza, iguales noticias para públicos diferenciados.

Wolf insiste en prestar atención en los estudios sociológicos sobre los emisores, al profundo cambio que está sufriendo el espacio de producción periodística: por un lado la complejización de la sociedad, el avance de las tecnologías y su incorporación en las redacciones, esto es en el trabajo rutinario del periodista, y además los cambios relacionados con los criterios de noticiabilidad, sin duda ampliados por el imperio de las nuevas tecnología y el acceso a información contenida en bancos de datos y archivos informatizados.

También Anibal Ford da cuenta de esta modificación en los temas y la agenda de los medios y en la forma de abordarlos, muchas veces con elementos cercanos a la ficción, sobre todo en la última década del siglo XX. El ingreso de nuevos temas no sólo modifica las agendas sino también los criterios de noticiabilidad (1999: 42)<sup>26</sup>. Del mismo modo, Stella Martini advierte acerca de esos nuevos problemas, que aparecen como nuevas necesidades de los públicos, que se muestran en las agendas públicas y que resisten a los encasillamientos tradicionales del periodismo. Algunos se transforman en secciones fijas de los diarios, ya sea en el cuerpo central o en suplementos; otros en canales de televisión temáticos y también en temas que son prioritarios en el discurso social, por ejemplo la violencia, la ecología, la calidad de vida, etc. (2000: 38/39).

Ford insiste en el ingreso a las agendas mediáticas de diversos problemas contemporáneos relacionados con los cambios que se producen en la formación del individuo, lo que implica un conjunto de saberes que debe dominar, y los modos en que esos sujetos se ponen en contacto con estos nuevos saberes (formatos y géneros). Además, hace hincapié en el crecimiento de temas de la agenda global que conviven y a veces interfieren con las agendas locales o nacionales, poniendo en cuestión puntos de vista, jerarquizaciones, clasificaciones, lo que provocan cambios en los sistemas de comunicación

---

<sup>26</sup> Ford realiza un interesante estudio partiendo del Informe sobre Desarrollo Humano 1996, publicado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), sobre todo a los índices que refieren el “perfil del sufrimiento humano” y al “debilitamiento de la trama social” (1999: 19), y es a partir de esos índices que va advirtiendo las diversas caras de la “agenda global”, y aclara que hablar de las agendas y de sus sistemas de clasificación es remitir a los problemas globales, lo que es decir la globalización y sus efectos, y que además dichas agendas están condicionadas por la época (1999: 57/61). Dice Ford, que los datos más críticos acerca de las condiciones de vida de la población en el mundo, son retomados por la información periodística y por otros sistemas, géneros y formatos de a comunicación, a veces con objetivos claros y otras veces no tanto.

planteando diversos usos (a veces correctos a veces espurios). Enfatiza Ford que la globalización “toca la estructura interna de las diversas formas comunicacionales y culturales a través de las cuáles la sociedad construye sentido” (1999: 84/85).

Esos temas que aparecen hacia fines del siglo XX, serán ordenados y agrupados en el espacio redaccional y el conjunto de ellos constituirá la agenda de los medios en un determinado momento de la sociedad. Ambos conceptos (temarios/agenda) se relacionan y determinan, no existe uno sin el otro. La suma de los temarios globales determinará la agenda, pero también estarán condicionados por la agenda vigente.

Y finalmente, para poder ser parte de esos temarios y estar incluidos en las áreas o secciones de los periódicos, los acontecimientos/hechos que ocurren en la realidad deberán convertirse en noticias, es decir sufrirán un proceso de construcción, con su propia lógica, enmarcada en los medios industriales de comunicación y seguirán ciertos criterios, entre los cuales el más importante es el de noticiabilidad.

### **I.1.2. Acerca de la noticiabilidad**

Aunque resulte reiterativo, se expondrán aquí algunas particulares de la noticia que permiten comprenderla como un discurso no ficcional, caracterizado por transmitir de una manera más o menos veraz información y opiniones acerca de acontecimientos de interés público. En general, los autores consultados advierten que se trata de la “construcción periodística de un acontecimiento” (Martini; 2000: 33); de la narración de “eventos factuales generalmente públicos (...), bajo un formato gráfico-temático preciso e identificable” (Escudero; 1996: 73), cuyo objetivo es “hacer saber” algo que se desconoce; que puede comprenderse también como un “acto de transacción”, en el que el objeto de intercambio entre los participantes es algún tipo de “saber” que uno posee y el otro (Charaudeau; 2003: 51).

El acontecimiento no es sólo un fenómeno exterior, sino que es el sistema social, y en este caso el sistema de medios de comunicación, quien le otorgará esa

categoría en función de ciertos elementos que son considerados determinantes. De modo que no se trata de objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte de la realidad y que luego son dados a conocer. “Sólo existen en la medida que esos medios lo elaboran” (Verón; 1987: X)

Esto significa que los acontecimientos que son tomados para ser convertidos en noticia cumplen con ciertos criterios de *noticiabilidad*. El acontecimiento es permanente e irrumpe en un sistema social, es algo inesperado que de alguna manera rompe el equilibrio del sistema. A partir de aquí el sistema de medios inicia una compleja operación de inclusión y exclusión de temas en función de lo que denominan el “interés periodístico” (Borrat; 1989: 29). En relación a esto último, la “exclusión” no necesariamente implica desconocer o no publicar, sino a veces remitir el acontecimiento a espacios secundarios, esto es: páginas interiores, ubicación en el sector inferior de la misma, titulación a pocas columnas, ausencia de imágenes, etc.

De modo que, en relación al acontecimiento, se trata de una *variación del sistema*. Algo que irrumpe, aparece y desaparece o se instala modificando el entorno hasta que retorna nuevamente el equilibrio. Esta variación del sistema se da en un tiempo y un espacio determinado, y además, a la par que puede ser improbable y accidental, también pueden estar dadas las condiciones para su aparición; es decir, pueden ser *previsibles*, aunque no por ello perder su carácter de acontecimiento.

El carácter de *improbabilidad y de previsibilidad* lo otorga el mismo sistema. Un terremoto tiene carácter accidental, también un atentado terrorista o un grave accidente, pero no así el encuentro de dos presidentes o el desarrollo de un campeonato deportivo. Ambos son considerados acontecimientos. Pero el carácter de acontecimiento previsto o imprevisto sólo puede ser entendido en el seno del mismo sistema. Por ejemplo, para tomar dos casos que se desarrollaron en el período de estudio de este trabajo, la odisea del niño balseiro Elián González<sup>27</sup> es, a la vez un acontecimiento de carácter accidental (nadie esperaba que ocurriera

---

<sup>27</sup> Se hace referencia a Elián González, el niño cubano que en noviembre de 1999 fue sacado ilegalmente de Cuba por su madre, en un pequeño bote con destino a Miami. Durante la travesía la madre de Elián y otras diez personas mueren. El niño y otras tres personas sobreviven, después de varios días a la deriva son rescatados en las costas de Miami. El episodio originó una seria controversia por la tenencia del niño por parte de familiares anticastristas de la madre y el reclamo desde Cuba por parte de su padre. Recién en julio del 2000 Elián es regresado a su familia en Cuba.



eso), y también tiene su cuota de previsibilidad (los viajes de los disidentes cubanos que intentaban llegar a través del mar a Miami eran frecuentes en el período estudiado y a veces con resultados de muertes y detenciones). Lo mismo podemos decir de la tragedia del avión de Lapa<sup>28</sup>: es improbable y accidental en la medida en que irrumpió en el sistema e impactó fuertemente a la sociedad. Pero a su vez, la investigación posterior determinó que existían factores suficientes (que el público ignoraba) para que la tragedia fuera posible.

No obstante, el carácter de acontecimiento con cierto grado de *previsibilidad* no implica que el estado final sea conocido de antemano. Es decir, aún en estos casos existe una cuota de imprevisión que es lo que caracteriza la irrupción de un hecho. En relación a la *variación*, se puede señalar que es el mismo sistema el que se sitúa como punto de referencia a partir del cual es posible señalar el proceso de modificación (el estado inicial y el estado final). En general esta transformación, supone la ruptura, con características de espectacularidad (Rodrigo Alsina; 1989: 98). Como se dijo anteriormente la *variación*, en tanto ruptura de la norma, se da en un tiempo histórico. Así entendido el acontecimiento, la rapidez de la variación aparece como un factor importante, ya que la perdurabilidad del hecho llevaría a un nuevo equilibrio en el sistema y a que se pierda el carácter de excepcionalidad e integrarse como norma o nuevo elemento del sistema. Al respecto dice Rodrigo Alsina: “El acontecimiento tiene su índice de caducidad, (...) El grado de obsolescencia o caducidad (...) variará según su importancia, espectacularidad, etc. (...) en ciertas ocasiones, un hecho mantiene su categoría de acontecimiento a raíz de las nuevas variaciones que se vayan introduciendo sobre el acontecimiento primigenio” (1989:99).

En la construcción del acontecimiento se tiene en cuenta su potencial de *imprevisibilidad*, y en tanto la finalidad del contrato de información implica la captación de la atención, el interés y el afecto del receptor, esta característica pone en evidencia “lo insólito, o lo particularmente notable”, en el sentido que perturba

---

<sup>28</sup> Se hace referencia al accidente del 31 de agosto de 1999, cuando un avión de la empresa aérea Lapa intentó despegar de Aeroparque, Buenos Aires, cruzó la avenida Costanera y se incrustó en un alud de tierra muy cerca de un campo de golf y de una estación de servicio, a metros del Riachuelo. Hubo 65 muertos.

“la tranquilidad de los sistemas de expectativas del sujeto consumidor” (Charadeau; 2003:126).

Martini y Luchessi recurren a los periodistas para indagar sobre el tema. Éstos señalan que “la novedad” es la característica básica de la noticia y es lo que asegura páginas y minutos en el aire: “A pesar de que parezca un juego de palabras, en la percepción del propio trabajo, el periodismo considera que *un hecho es noticia porque es novedoso y es novedoso porque es noticia* (...) Los acontecimientos que se hacen públicos tienen el carácter de *imprevistos* y de *excepcionales*. Esto es, *la noticia es el relato de la excepción*, de un acontecimiento ‘fuera de serie’, que desarma la repetición cotidiana de la vida en una sociedad, del mundo, y lo lleva a la tapa de los diarios, a la pantalla televisiva, al aire de la radio. Y en la definición se asegura que todos los días tienen, tuvieron y tendrán hechos que los medios revisten de novedad al calificarlos de imprevisibles y excepcionales. (...) La excepcionalidad se encuadra en la rutina de las prácticas periodísticas. La rutinización de lo excepcional es la marca definitiva de la profesión, porque desde esa lógica operatoria se hace la noticia” (2004: 109/110)<sup>29</sup>.

Otra de las características del acontecimiento está relacionada con la *comunicabilidad del hecho*. En un sentido general un acontecimiento podría existir sin necesidad de que se haga público. Sin embargo, esta condición aparece como imprescindible en todo hecho periodístico. Si no se da a conocer no puede constituirse en noticia. Esto plantea una diferenciación entre el momento en que ocurre el acontecimiento y el que se hace público. Recién en el instante en que se inserta en el sistema de medios se habla de un acontecimiento periodístico. Mientras tanto sólo ha sido percibido por sujetos individuales o forma parte del ámbito privado. Por ejemplo, la violencia instalada en el seno de una familia sólo sale del ámbito de lo privado cuando los medios lo toman y le dan el carácter de acontecimiento. Por supuesto que, así como los medios dan a publicidad un acontecimiento, también pueden mantener ocultos otros o inventar situaciones inexistentes.

---

<sup>29</sup> La itálica es del original.

Otro de los aspectos a tener en cuenta en relación al acontecimiento es su grado de *implicación* en los sujetos. En este caso el abanico se sitúa entre los grados de implicación directa y personal hasta la no implicación. Aquí cobra importancia el criterio de proximidad, es decir de conjunción espaciotemporal, donde el cuerpo se constituye en referencia (Charaudeau; 2003: 125). Por ejemplo, la suba del boleto de transporte es vivida con mayor grado de implicación según le afecte o no directamente al sujeto. Un accidente o una medida económica tomada en el otro extremo del planeta no afectan del mismo modo a todos los sujetos. Pero esta implicación no sólo está relacionada con un criterio de cercanía geográfica, también se produce a través de “efectos psicológicos de identificación, implicación afectiva”, etc. (Rodrigo Alsina; 1989: 105/6).

El grado de *implicancia*, que determinará la importancia de la noticia, derivará en toma de decisiones al interior del medio que tienen que ver con el tratamiento de la noticia (la asignación de personal para su cobertura, consulta a fuentes, convenios con agencias de noticias u otros medios, etc.); la ubicación (en tapa, en páginas interiores, en la cabecera de página, en página par o impar), la inclusión de imágenes (fotografías, infografías, dibujos), etc.

De las entrevistas realizadas a los periodistas por Martíni y Luchessi, se deduce que el interés por las noticias está relacionado con el criterio de “proximidad”: “El interés se refuerza por aquellos acontecimientos que pueden afectar a la sociedad de manera inmediata y por el reconocimiento de los lugares más cercanos” (2004: 113). Y del conjunto de los testimonios recogidos en esa investigación, las autoras concluyen que: “La noticia es el relato de un hecho que implica una ruptura en el devenir cotidiano del mundo y que revela lo que se ignora. Tiene que interesar a un amplio grupo de personas y responder a los criterios de novedad, imprevisibilidad, excepcionalidad, relevancia, jerarquía de los protagonistas, efectos en el futuro de la sociedad, y también a la curiosidad, la extravagancia, la rareza y el conflicto, que ocurra en geografías cercanas, se publique (sea reconocida como tal) también en otros medios y respete los tiempos cortos. Todo lo cual supone que se descarte su calificación como buena o mala. Y exige el marco explícito del compromiso del periodista con la sociedad y la vigencia de la libertad de prensa” (2004: 117).

También resulta conveniente señalar cómo los medios se retroalimentan. Es interesante observar la manera en que las portadas de los diarios repiten los mismos acontecimientos del día sin ponerse de acuerdo previamente. Es evidente que lo que pasa en los otros medios (televisión, radio, Internet) repercute en la configuración de la agenda: esto es, en la definición de “los temas de tapas”.

Los periodistas señalan que en su rutina y para determinar la agenda de temas que se publicarán al día siguiente, los editores relevan y ordenan la información que llega a los medios a través de las agencias de noticias, los corresponsales, los servicios especiales, lo que transmiten y publican los otros medios. Entonces, la agenda se configura en función de los hechos novedosos que se convertirán en noticias, también teniendo en cuenta lo requerido por las audiencias, por lo que incluyen (o excluyen) los otros medios y por las características propias del mismo (el soporte, la periodicidad, la especificidad temática).

En síntesis, se pueden señalar algunos criterios a tener en cuenta para que el acontecimiento se convierta en noticia:

- Se trata de una *variación del sistema*. Algo novedoso irrumpe, aparece y desaparece o se instala modificando el entorno hasta que retorna nuevamente el equilibrio. Esta variación del sistema se da en un tiempo y un espacio determinado, y además, a la par que puede ser improbable y accidental, también pueden estar dadas las condiciones para su aparición; es decir, pueden ser *previsibles*, aunque no por ello perder su carácter de acontecimiento. El carácter de *improbabilidad y de previsibilidad* lo otorga el mismo sistema.

- La *comunicabilidad del hecho*. En un sentido general un acontecimiento podría existir sin necesidad de que se haga público. Sin embargo, esta condición aparece como imprescindible en todo hecho periodístico. Si no se da a conocer no puede constituirse en noticia.

- También *el grado de implicación en los sujetos*. En este caso el abanico se sitúa entre los grados de implicación directa y personal hasta la no implicación. En este sentido cobra importancia el criterio de proximidad. El potencial de “proximidad” de un acontecimiento está ligado al imaginario de “corporeidad”, aunque también

el criterio de implicancia puede situarse en la identificación, más que en la proximidad geográfica.

## I.2. LA PRENSA DIARIA ARGENTINA EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS DEL SIGLO XX

Se retoma aquí lo señalado en la *Introducción* para insistir en dos aspectos de diferente naturaleza que resultan claves en el desarrollo de la prensa gráfica durante el período estudiado, proceso que se da en Argentina al igual que en el resto del mundo. Uno, como ya se ha advertido, está asociado al avance de las nuevas tecnologías y a su incorporación en los medios, en los talleres de impresión y en las redacciones. Esta modificación repercute tanto en el soporte (el formato y el contenido) como en las condiciones de trabajo de los periodistas. El otro aspecto está ligado a la conformación de los grupos económicos multimedios que reúnen no sólo diferentes soportes de medios sino también las distintas fases del proceso productivo. Es un período de fuertes inversiones en la industria de la cultura. Como consecuencia de la supremacía de la imagen y de los medios audiovisuales, los medios gráficos locales generan tratamientos particulares y nuevas formas de presentar la noticia.

A partir de la **innovación tecnológica** que introduce la computadora en las salas de redacción y el cambio en los sistemas de impresión, las renovaciones en la diagramación y el empleo de gráficos se tornan cada vez más frecuentes. En pocos años, el tratamiento digitalizado de las imágenes será común y tanto la fotografía como los gráficos realizados en computadora aparecerán en mayor cantidad, con más frecuencia y con mejor calidad de impresión.

Junto a la **innovación tecnológica**, otra de las características de este período es la **concentración de los medios** y la **conformación de grupos** económicos ligados a la comunicación que reúnen no sólo diferentes soportes de medios sino también las distintas fases del proceso productivo, esto es la producción, la edición, el formateo, la reproducción y la distribución<sup>30</sup>. Sin duda que, en este contexto, la importancia que han adquirido las llamadas industrias culturales (Getino; 2003:

---

<sup>30</sup> “Los últimos veinte años del Siglo XX fueron escenario de la transformación de las industrias culturales, atestiguando la aparición de nuevas actividades (televisión por cable; televisión vía satélite; Internet, entre otras), los cruces convergentes entre algunas de ellas y la concentración de la propiedad y la centralización de capitales. Estos cruces influyeron además en la inserción de nuevos protagonistas y actores, tradicionalmente ajenos al campo cultural, como operadores de industrias de información y comunicación. Asimismo, supuso el ingreso de capitales financieros en una escala que no cuenta con precedentes en la historia de las industrias culturales.” (Becerra, Hernández y Postolsky; 2003: 55)

18/19) en las últimas décadas se relaciona con las transformaciones de los modos de producción y los adelantos tecnológicos en materia comunicacional, que han configurado un nuevo tipo de sociedad denominada de diversas maneras según sea el acento puesto en alguno de sus aspectos salientes y la perspectiva teórica adoptada: “sociedad de la información”, “sociedad post-industrial”, “sociedad posmoderna”. En cualquier caso, una las características principales de ese tipo de sociedad es el papel preponderante del conocimiento y la información, no sólo como materia prima de nuevas actividades productivas, sino como componente necesario de los nuevos modos de producción que se incorporan al producto como un valor agregado.

No es objeto de esta investigación enumerar el impacto que en todos los aspectos de la vida social ha producido la introducción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Sin embargo, resulta necesario resaltar que en ningún caso ha tenido un alcance tan masivo o generalizado (y no sólo en términos de la cantidad sino por su efecto multiplicador en otras actividades) como en el caso, de las comunicaciones humanas, en todas su variantes y niveles. Una de sus características más importantes ha sido la afluencia de capitales financieros a la industria cultural, la transnacionalización, es decir la inclusión de actores transnacionales en las etapas de gestión, producción y/o distribución de bienes y servicios culturales e informacionales, y la inclusión de la tecnología digital en los procesos de producción, circulación y consumo de medios (Becerra, Hernández y Postolski; 2003: 56/7).

Acercas del proceso de concentración mediática, Mattelart dice que no es una novedad en la historia de las comunicaciones. Basta sólo establecer algunas correspondencias entre la figura de Rupert Murdoch y de William Randolph Hearst (el Citizen Kane de Orson Wells), para advertir cuán cercanas son sus prácticas (2006: 13). La características diferencial en la etapa que se estudia en esta tesis es, sin duda, la complejidad del proceso que incluye una ofensiva del capital financiero, pero también una integración creciente de los distintos medios, como así también políticas públicas que han favorecido la constitución de estos grupos económicos que muestran articulaciones con otros actores del mercado global y que alcanza a todos los sectores de la industria de la cultura: prensa,

audiovisual, internet, industria discográfica, edición de libros, telefonía, etc. (Mattelart; 2006: 14/5). Además, es necesario señalar que en la década de 1990 se produjo en estos grupos económicos un recambio generacional en sus cuadros ejecutivos que implicó que jóvenes de no más de 40 años asumieran la conducción de los grupos, reemplazando a los patriarcas fallecidos.

En Argentina, el caso emblemático es el grupo *Clarín*. Pero también hay otros grupos económicos que concentran en su estructura varios medios o presentan una intervención en diversos ámbitos de la economía. En relación a este punto es posible referenciar algunos casos de la prensa argentina. Por ejemplo, *La Nación* constituye uno de los grupos multimedios más importantes del país, ya que además del diario edita las revistas *Rolling Stone*, *Lugares*, *Tiempo de Aventura* y tiene acciones en la agencia de noticias DyN. Desde el 27 de diciembre de 1996, *La Nación* ha tenido importantes cambios en su estructura societaria<sup>31</sup> que produjeron modificaciones a nivel periodístico y publicitario. En el año 2000, *La Nación* incorporó nuevas rotativas, redujo el tamaño del diario<sup>32</sup>. Además, produjo cambios en el logotipo y en la tipografía, incorporando nuevos suplementos<sup>33</sup>. Esto posibilitó una marcada recuperación de las ventas y de la facturación de publicidad, que lo mantiene en el segundo lugar detrás de *Clarín*.

El diario *La Prensa*, también uno de los más antiguos de la Argentina, fue comprado en la década de 1990 por Amalia de Fortabat. Entre las reformas que le imprimió la empresaria, se destacó el cambio de formato, de sábana a un colorido diseño en tabloide<sup>34</sup>. La nueva estructura societaria de *La Prensa*, incorporaba al manejo de los medios de comunicación a un grupo económico<sup>35</sup> muy importante en ese momento, también dueño de otros medios.

---

<sup>31</sup> El grupo pasó a ser controlado por Matilde Noble Mitre de Saguier, tataranieta del fundador Bartolomé Mitre, junto a sus hijos Julio César y Fernando. La dirección del diario sigue a cargo de Bartolomé Mitre, el séptimo director y cuarto con el mismo nombre desde el general.

<sup>32</sup> De 57,8 cm. de largo por 35,5 cm. de ancho, pasó a tener 56 cm. de largo por 34 de ancho, tamaño adoptado por el *The New York Times*.

<sup>33</sup> Véase *La Nación*. 7 de julio de 2000. Buenos Aires.

<sup>34</sup> Al respecto la portada del 22 de noviembre de 1994 prometía “un periódico ágil, moderno, con información veraz, que contemple la realidad del mundo actual y las necesidades del hombre de hoy, que desarrolle una crítica responsable y constructiva al servicio de la libertad y de las instituciones de la República”.

<sup>35</sup> Por entonces, el Grupo Fortabat controlaba, además del diario *La Prensa*, *Radio El Mundo*, *FM Hit*; *FM Olavaria* y *Cable Olavarría*. El libro de Carlos Ulanosky *Paren las rotativas*, editado en 1997, enumera, además del Grupo *Clarín* otros 7 grupos empresarios a nivel nacional que son propietarios o tienen participación accionaria, en medios gráficos, radiales y televisivos, y en



Otros diarios o revistas en la historia de la prensa argentina, han marcado una tendencia interesante, aunque con distinta suerte. Uno de ellos fue el diario *Crónica*, creado y pensado por Héctor Ricardo García, quien caracterizaba a la publicación como “peronista y boquense”, para dar cuenta de un diario popular y de masas<sup>36</sup>. Fiel a su estilo, *Crónica* todavía está en la calle, con algunos cambios societarios y con una emisora de televisión que transmite noticias las 24 horas, siguiendo el criterio periodístico del diario.

Y otro de los diarios que se ubicó en la vereda opuesta de *Crónica*, en relación al tipo de contenidos que incluía, fue *La Opinión* (figura 1). Creado por Jacobo Timmermann en 1972, con la inspiración del diario francés *Le Monde*, no publicaba fotografías, si dibujos, en su mayoría de Hermenegildo Sábat, y trabajaba con un criterio de interpretación y análisis de la información. Se publicaba de martes a domingo, lo que implicaba que no hacía la cobertura deportiva de los domingos. Un día antes de su salida a la calle, *La Opinión* publicó un aviso en diarios de Buenos Aires dirigido a los “60.000 inquietos, activos y jóvenes lectores que constituyen nuestros destinatarios” (Schmucler; H.: 1975: 229/230; Ulanosky; 1997: 208). Llegó a tener una tirada cercana a los 50.000 ejemplares, y se distribuía en las ciudades más importantes del país, hasta que la dictadura militar lo hirió de muerte. *La Opinión* se presentaba en esa época como un diario “distinto”, en su contenido y en su formato. ¿Por qué distinto? Ulanosky señala que era distinto porque sus artículos siempre aparecían firmados y esta característica lo incluía en el marco de un periodismo más personalizado en el que el lector se podía identificar. Además con temáticas definidas y diferenciadas y con énfasis en el análisis y la crítica cultural (1997: 209/210). Y en el formato, porque presentaba una página inusual para la época: sin

---

algunos casos participan de señales de satélites (Grupo La Nación, Grupo Editorial Atlántida, Grupo Crónica, Grupo Eurnekián, Grupo Fortabat, Grupo Romay, grupo Ámbito Financiero), y 6 grupos en el interior del país (Grupo El Día, de La Plata; Grupo Nueva Provincia, de Bahía Blanca; Grupo Los Andes, de Mendoza, Grupo El Territorio, de Misiones; Grupo Río Negro, de General Roca; y Grupo El Tribuno, de Salta). (Ulanosky; 1997: 388/9). En la actualidad dichos grupos han modificado su estructura societaria.

<sup>36</sup> En una entrevista realizada por Rodolfo Graña en 1994 en el diario *Página 12*, García decía: “Durante los primeros años de *Crónica*, la gente decía que si al diario se lo exprimía, salía sangre. Pero resulta que nosotros, hace 30 años, hicimos escuela. Con el tiempo, todos los diarios comenzaron a publicar fotos de víctimas. Eso para no hablar de la televisión, que todos los días recorre los cadáveres ¡Y en colores! Yo nunca entendía por qué el cadáver de un político es noticia y el de un delincuente no...” (Graña: 1994: 39)

fotografías. Ya lo había especificado en su presentación (“...este diario no vende papel impreso, ni fotografías...”), pero el Mundial de 1978 que se desarrolló en la Argentina y la caída en sus ventas, hicieron resignar la postura inicial del diario ante la necesidad dar cuenta del fútbol y de incorporar fotografías<sup>37</sup>.



Figura 1. La Opinión, 31 de mayo de 1978

El dato resulta interesante. Casi al finalizar la década de 1970, y haciendo abstracción del momento político que vivía Argentina, un diario que se pensó originalmente sin fotografías y con escasa cobertura del fútbol (si se incluían noticias de otros deportes), debe modificar su estrategia y adaptarla en razón de la demanda del momento, vinculada con la necesidad de ver el fútbol. Se intuye que este cambio fue pensado en función de los diarios de la competencia, todos con

<sup>37</sup> La variante, sin embargo, tenía sus matices: algunas de las crónicas las escribieron reconocidos escritores, entre ellos Abelardo Castillo, y las fotografías fueron encargadas a una agencia internacional que proveía imágenes de Pedro Luis Raota, un artista, más que un fotoperiodista. Véase *La Opinión* del 31 de mayo de 1978 y del 2 de junio de 1978.

amplias coberturas del acontecimiento deportivo. Y otro aspecto a destacar en este diario fue su emblemático suplemento *La Opinión Cultural*. Dice Ulanosky. “De diseño sobrio, sus páginas llenas de texto presentadas sin complejo alguno corroboraban la idea de que aquel era un suplemento para leer. En la tapa invariablemente una interpretación magistral de Sábato; en la contratapa, con mucha frecuencia, uno o más poemas, lo que evidenciaba la presencia de un poeta –Juan Gelman- a la cabeza de la edición” (1997: 211).



Figura 2. *Tiempo de Córdoba*, 6 de noviembre de 1977

Un párrafo aparte merece la aparición en la ciudad de Córdoba, del diario *Tiempo de Córdoba* (figura 2), destinado en su momento a constituirse en competencia de *La Voz del Interior* en lo que hace a la captación de lectores y consecuentemente de publicidad. Salió a la calle por primera vez el 6 de noviembre de 1977. Esta publicación junto al tradicional vespertino *Córdoba* conformaban la Sociedad Editorial Córdoba, cuyo paquete accionario mayoritario estaba en manos de Piero

Astori, un próspero empresario de la construcción que había arribado al ámbito del periodismo<sup>38</sup> a partir de la compra del tradicional vespertino *Córdoba*.

El matutino *Tiempo de Córdoba* tenía formato sábana y estaba editado en seis columnas con títulos relevantes en la primera plana que se destacaban por la tipografía. Durante el primer período sólo salía los días domingo y posteriormente comenzó a editarse diariamente. En la primera plana de su primer ejemplar<sup>39</sup> decía en un recuadro a manera de epígrafe bajo una fotografía que mostraba la Plaza San Martín, la Catedral, el Cabildo y los edificios circundantes: “La ciudad en toda su dimensión. Luces y sombras: armonía de volúmenes. Contraste equilibrado entre los testimonios del pasado colonial y la pujanza desafiante de la ciudad moderna. Así es Córdoba y así, con toda fidelidad, puede mostrarla hoy Tiempo de Córdoba, al inaugurar para el periodismo cordobés el empleo del sistema offset...”<sup>40</sup>. Como se advierte, el primer párrafo de presentación plantea un juego entre la imagen de la ciudad y la imagen que ofrece el periódico, conjugando términos que caracterizan un espacio y a su vez remiten al diseño de la nueva propuesta gráfica: luces y sombras, contraste equilibrado, fidelidad. Así este diario se constituía en uno de los primeros en el país en adoptar el sistema offset<sup>41</sup>. No se advierte en la presentación una apelación directa al lector, sino que

---

<sup>38</sup> En ese momento, no era común que personajes ajenos a la práctica del periodismo se hicieran cargo de medios o impulsaran sus propios medios. En 1976 Astori compra el Diario *Córdoba* a su fundador José W. Agusti (había sido fundado en 1928). Si bien este tema no es central para esta tesis, resulta interesante porque configura uno de los primeros antecedentes en que un grupo de empresarios, ligados a una corriente económica hegemónica del momento (la Fundación Mediterránea) se hace cargo de un medio de gráfico por entonces de gran tirada en la ciudad de Córdoba, y genera una nueva publicación, con tecnología de avanzada, que aspiraba a competir con el diario de mayor tirada en el interior del país: *La Voz del Interior*.

<sup>39</sup> Como dato de referencia se señala que en la primera página, en la mitad inferior del diario, a dos columnas y con una tipografía en negrita bien destacada se señala: “Saludo de Videla ante nuestro primer número”. Y además agrega en esa misma noticia saludos “Del comandante en Jefe de la fuerza Aérea” y “Del Arzobispo de Córdoba Cardenal Primatesta”. Véase *Tiempo de Córdoba*, 6 de noviembre de 1977, p.1.

<sup>40</sup> Se trata de un procedimiento de impresión indirecto que tiene como base la litografía. Se pasa indirectamente de la plancha de aluminio al caucho para después pasar al papel, ejerciendo presión entre el cilindro porta caucho y el cilindro de presión (conocido también como cilindro de impresión o de contrapresión). El resultado es la impresión de una imagen (o texto) de alta calidad, más clara y definida que con otros sistemas de impresión. Por otro lado, el sistema de impresión tipográfica, también conocido como “en caliente” para dar cuenta de la utilización de la fundición de los tipos en una aleación de plomo estaño y antimonio en la etapa de composición, tenía limitaciones para reproducir los medios tonos fotográficos, la gama de los grises y también la reproducción del color.

<sup>41</sup> El texto de presentación seguía de esta manera: “Sociedad Editorial Córdoba, en su nueva etapa de renovación, presenta este esfuerzo editorial para el que ha incorporado una avanzada técnica de

se lo presenta como receptor a través de un colectivo que incluye más los intereses generales que individuales: “Tiempo Económico, con un análisis de la economía argentina en función de los intereses de Córdoba y el interior...”. Otro punto que también resulta interesante en este diario es el uso de tipografías blancas, la revalorización del espacio sobre todo en los suplementos, el uso de imágenes, tanto fotografías como dibujos y caricaturas y la incorporación diaria de gráficos, por lo general relacionados con temas de economía o agropecuarios.



Figura 3. Córdoba, 21 de enero de 1983

impresión. Cada domingo este aporte será puesto al servicio de una concepción integral del país con la óptica del interior pero sin estrecheces comarcanas. Junto a sus dos secciones informativas de ocho páginas cada una –en las que tendrá cabida todo el universo noticioso local, nacional y mundial, desde el deporte y el espectáculo hasta la economía y la política- Tiempo de Córdoba integrará a su edición cinco suplementos y una revista infantil a todo color...” Los suplementos a los que hace mención esta presentación estaban editados en formato tabloide: Tiempo Económico, Tiempo Agropecuario, Tiempo Cultura, Tiempo Cotidiano, Tiempo Guía. Ver *Tiempo de Córdoba*, 6 de noviembre de 1977, p.1.

Mientras tanto, el diario vespertino *Córdoba* (figura 3) continuó saliendo fiel a su estilo, en formato sábana, con titulares a todo lo ancho de la página y un mayor y mejor empleo de la fotografía, jerarquizada por el nuevo sistema de impresión. Por ese entonces, *La Voz del Interior* continuaba editándose en el tradicional sistema tipográfico, aunque los cambios producidos en los diarios de la competencia, lo obligaron a cambiar su tradicional primera página de avisos clasificados por la portada con noticias<sup>42</sup>.

La década del 1980, finales de la dictadura y comienzo del primer período de la democracia, vio aparecer en el mercado una importante cantidad de títulos, a la vez que cerraron otros. En 1982, en plena Guerra de Malvinas, nacieron *La Voz*<sup>43</sup> y *Tiempo Argentino*<sup>44</sup>. Este último diario matutino, de formato tabloide, tenía un diseño moderno y una tipografía novedosa. Fue uno de los primeros en Argentina, junto con *Tiempo de Córdoba* en adoptar lo que los diseñadores llaman “arrevistamiento de los diarios”, esa tendencia a hacer un uso más creativo del diseño aún en un espacio tan estructurado como es un periódico. Resulta interesante recorrer las páginas de *Tiempo Argentino* porque se observan en ellas las modificaciones y las tendencias que se pretenden remarcar aquí. El ordenamiento de las páginas interiores es notable en relación a otros diarios de la época, además de un uso destacado de la fotografía, mucho más que sus competidores de la época. También resulta novedoso para la época la titulación calada sobre la fotografía principal, un recurso que más adelante se utilizará con frecuencia. El formato de *Tiempo Argentino* era tabloide, más largo que *Clarín* (29 cm. de ancho por 44 largo), similar a las medidas que tiempo después adoptaría *Página 12*. Se presentaba en dos secciones, el cuerpo principal de 24

---

<sup>42</sup> Véase *Clarín y La Voz del Interior: Así fue el comienzo*, pp 63 en adelante, en este mismo capítulo.

<sup>43</sup> Dice Ulanosky: “Con estilo de portada fuerte y bien diseñada, ubicada entre la tentación popular de *Crónica* y el compromiso político con el que se había identificado el diario montonero *Noticias* –desaparecido en 1974–, *La Voz* era solventado por el sector denominado Intransigencia Peronista, liderado por Vicente Saadi” (1997: 303)

<sup>44</sup> El diario, propiedad del empresario Raúl Burzaco, terminó utilizando las instalaciones de *La Opinión*, que fueron entregadas por el gobierno militar a una empresa perteneciente al grupo Bidas de Carlos Bulgheroni. (Ulanosky; 1997: 305)

páginas y una segunda sección, dedicada a distintas temáticas según el día, innovadoras para la época<sup>45</sup>.

Pero así como se observa en esa década la aparición de varias propuestas gráficas, otras, sobre todo del interior y con varios años de desarrollo, cerraron sus puertas: *El Pueblo*, de Río Cuarto; *Tribuna*, de Olavarría; *Convicción* y *La Época*, de Buenos Aires; *Tribuna*, de San Juan; *El Andino*, de Mendoza; *El Sol*, de Concordia; *Noticias*, de Gualeguaychú; *El Censor de Galarza*, de Entre Ríos, *El Atlántico*, de Mar del Plata. Y en Córdoba: *Los Principios*, *Tiempo de Córdoba*, *Córdoba* y *La Calle*, y también la edición local de *Página 12*. La necesidad de la reconversión tecnológica, sumado en muchos casos al endeudamiento externo en momentos de la llamada “plata dulce”, más las modificaciones en las estructuras societarias que incorporan a empresarios externos al sector periodístico y el desmantelamiento (y desmanejo financiero) de las sociedades familiares que hasta el momento habían continuado con el legado de conservar las empresas periodísticas en manos de los herederos de los fundadores, aportaron a la debacle de numerosos medios, algunos de ellos centenarios.

Un cambio significativo fue el que mostró *La Razón*, al igual que *La Prensa*. Diarios tradicionales de formato sábana que pasaron a editarse en tabloide, con cambios en su estilo. Además *La Razón*, pasó a ser matutino<sup>46</sup>

En 1985 aparece *Ámbito Financiero*, diario especializado en temas de economía. Ese mismo año cerró *La Voz*. Al año siguiente se produjo otro hecho similar, pues a la vez que nació un nuevo medio: *El Cronista Comercial*, cerró otro: *Tiempo Argentino*.

---

<sup>45</sup> Al respecto dice Ulanosky. “Diario de diseño evolucionado y una tipografía exclusiva, era **prearmado por los diseñadores con módulos para llenar, y proponía un buen equilibrio de blancos y negros**”<sup>45</sup> (...) Para Raúl Burzaco, su director durante años, ‘el aporte mayor de *Tiempo* es que introduce el concepto de diario multimedia, con muchos suplementos’. Según el periodista, salió anticipado a su tiempo. ‘Tal vez diez años después hubiera sido un éxito’, agrega” (1997: 305) La negrita es nuestra.

<sup>46</sup> Véase *La Razón* del 16 de agosto y 4 de diciembre de 1984.



Figura 4. *Página 12*. 26 de mayo de 1987.

En mayo de 1987 apareció *Página/12* (figura 4), un diario con un estilo particular, diseñado por Oscar Iglesias y dirigido por Jorge Lanata. De formato tabloide el diario se pensó a sí mismo como contestatario. El estilo de sus tapas y de las segundas y terceras páginas ofrecía ideas gráficas nuevas, con dibujos, fotos, fotomontajes y un uso destacado de la tipografía, además de los chistes-editoriales de Rudy y Paz (González; 1992: 58/9).

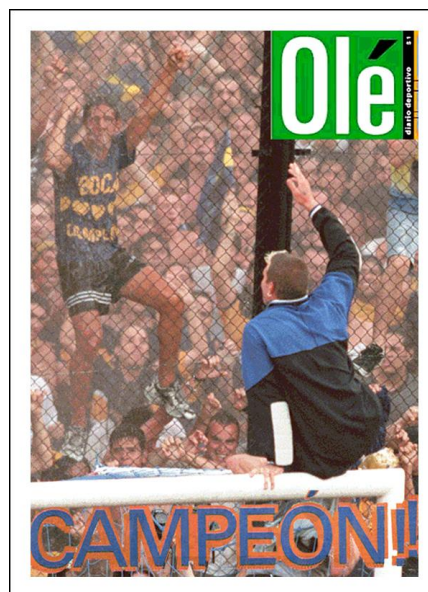


Figura 5. Portada del diario *Olé* de 1998.  
Solo una foto el título Campeón  
y el rótulo del diario



Otro emprendimiento interesante desde el punto de vista gráfico y temático es *Olé* (figura 5), el primer diario deportivo editado por el Grupo *Clarín*. Salió a la calle en 1996, en formato tabloide, a todo color, con un acento muy importante en el uso de la fotografía y de la tipografía, la información estaba desplegada a lo largo de 40 páginas, y 48 los domingos<sup>47</sup>.

En síntesis, este recorrido da cuenta de algunas constantes en la prensa argentina, durante las últimas décadas del siglo XX, por ejemplo: cambios en los sistemas de impresión; mejor y mayor utilización del diseño gráfico, y en consecuencia de las imágenes, las tipografías, los blancos; cambios de formato (paso de sábana a tabloide); aparición de nuevos medios y cambios en las estructuras societarias de los diarios familiares tradicionales. El próximo paso será la incorporación de las ediciones diarias a Internet, ya con un sistema de actualización permanente<sup>48</sup>.

---

<sup>47</sup> Dice Ulanosky: “Formulado a la manera de los grandes diarios deportivos de España (*As*, *Marca*), de Francia (*L'Equipe*) e Italia (*La Gazzeta Deportiva*), *Olé* salió con el típico respaldo de *Clarín*, con un gran lanzamiento publicitario y de marketing (concursos de regalo de ropa deportiva, pelotas de fútbol, dinero en efectivo) y ascendió más o menos velozmente a los 130.000 ejemplares de venta” (1997: 396).

<sup>48</sup> El primer diario que incorpora Internet como soporte es *Los Andes* de Mendoza, en 1995. Véase <http://www.losandes.com.ar/notas/2010/4/25/sociedad-486014.asp>.

### 1.2.1. Clarín y La Voz del Interior: así fue el comienzo

#### Clarín

El 28 de agosto de 1945 aparece el primer número del diario *Clarín* (figura 6). En su portada informa sobre la última etapa de la segunda guerra mundial. “Inician la ocupación”, señala el título principal. Y más abajo: “Todavía arde Nagasaki por efecto de la bomba atómica”. Roberto Jorge Noble, un estanciero, periodista, fundador del socialismo independiente y ex ministro del Interior del gobierno conservador de Manuel Fresco, en la provincia de Buenos Aires en los años '30, fue el fundador de *Clarín*<sup>49</sup>.



Figura 6. *Clarín*, primer ejemplar, 28 de agosto de 1945

<sup>49</sup> Dice Carlos Ulanosky: “Con muy pocas personas en un departamento de dimensiones reducidas de la calle Moreno, cerca de Once, sin imprentas propias, *Clarín* salió a la calle con la idea de apoyar los cambios de un país tradicionalmente agrícola-ganadero que ahora aspira a hacerse fuerte en grandes, medianas y pequeñas industrias y a desarrollarse más dentro de fábricas que en el campo” (1997:74).

En su primer editorial el diario afirma que “no tiene vinculaciones ni compromisos con ninguna de las agrupaciones políticas tradicionales”, y que su “exclusivo compromiso” es con la Nación. Noble muere en 1969 y su viuda, Ernestina Herrera, queda al frente de la conducción del diario. Es a partir de entonces que el vínculo político entre el diario y el desarrollismo se hace más fuerte<sup>50</sup>. En su página web insiste en el compromiso con el “desarrollo integral” de la Argentina y la “vocación de ser un diario masivo y de calidad” que privilegia la información”. Esta elección por la información “de calidad”, también está planteada en la Declaración de Principios adoptada en 1995 entendida como su “esencia y razón de ser”<sup>51</sup>.

El primer crecimiento en la tirada del diario se observa a partir de las restricciones impuestas a la prensa opositora, particularmente a *La Prensa*, por el primer peronismo. Y es allí que, mostrándose como un medio no oficialista pero tampoco marcadamente opositor, incorpora lectores. En la década de 1960 el diario comienza a asumir con mayor claridad su posición política desarrollista e incluye colaboraciones con firmas destacadas en secciones culturales y técnicas, antes exclusivas de diarios como *La Nación* (Steimberg y Traversa; 1997:81/82).

---

<sup>50</sup> Dice Ulanosky: “Ya con Ernestina Herrera al frente de la empresa, el ingreso y la influencia del desarrollismo se formaliza y dejan de ser un secreto a voces. Quien primero había puesto el pie era el jefe de redacción Oscar Camilión y en esos años se integraron Oscar Frigerio y Carlos Zafore. Tres jóvenes militantes de la ciudad de La Plata y amigos entre sí –Aranda, Pagliaro y Magnetto– se integran al área administrativa del diario. (...) El acuerdo con el desarrollismo coincide con el crecimiento del diario y su transformación en una de las empresas más poderosas del país.” (1997: 214/5). Al momento de realizar esta tesis aquellos tres jóvenes más la viuda de Noble son los accionistas controlantes, a través GC Dominio S.A., y poseen el 70,99 por ciento de la estructura accionaria. Disponible en <http://www.grupoclarin.com/institucional/estructura-accionaria>. Fecha de consulta, 1 de abril de 2011.

<sup>51</sup> Dice la Declaración de principios: “El Grupo Clarín es un grupo argentino de comunicaciones dedicado a brindar información, opinión, entretenimiento, educación y cultura”, y agrega: “defendemos la democracia y sus libertades, y promovemos el fortalecimiento de las instituciones sociales que sustentan las garantías democráticas”. Disponible en <http://www.grupoclarin.com.ar/institucional/declaracion-de-propositos>. Fecha de consulta abril de 2011



Figura 7. Revista *Clarín*, 23 de octubre de 1961

A partir de entonces, *Clarín*, fue marcando una senda que luego tomarían el resto de los diarios argentinos. Una de ellas fue la transformación, en 1967, de su revista dominical<sup>52</sup> (figura 7) que apareció a partir de entonces a todo color, impresa en papel ilustración y al poco tiempo, en 1969, distintos suplementos que acompañaban, según el día, la edición. Por ejemplo, los jueves aparecía el emblemático suplemento *Cultura y Nación*<sup>53</sup>, que luego comenzaría a competir con *La Opinión Cultural*, que aparecía todos los domingos con el diario de Timerman.

<sup>52</sup> La revista dominical había aparecido por primera vez el 21 de agosto de 1960, a dos colores, convirtiéndose así en la primera publicación que integra la edición dominical de un diario en Argentina.

<sup>53</sup> Ulanosky da cuenta de una década muy fructífera para el periodismo, en la que aparecieron, y también cerraron, numerosas publicaciones que hicieron “escuela”. Este contexto, propicio en lo ideológico, en el que aparecían nuevos títulos para todos los públicos, y en el que el periodismo de análisis y opinión (y también la influencia del nuevo periodismo) comienza a tener un espacio de referencia, y se convierte también en un escenario de renovación e innovación en el periodismo. (1997: 191).

Y hacia finales de la década siguiente, *Clarín* pasó a ser el diario de mayor tirada en el país. Por entonces se encontraba frente a la redacción el periodista Marcos Cytrynblum, que le impone la cobertura propia de las noticias además de incentivar temas más ligados a lo popular, como el deporte, policiales y espectáculos (Ulanosky; 1997: 233).

Los oscuros años de la década de 1970, traerán diversas noticias relacionadas con el quehacer periodístico, la más trágica, sin duda, fue la desaparición, persecución y exilio de numerosos periodistas, lo que impuso una mordaza que llevó al cierre de medios, pero también a fortalecer los negocios de otros (Ulanosky; 1997: 463/469). La historia oficial de *Clarín*, publicada en su sitio web, señala que en 1978 se incorpora como socio de Papel Prensa<sup>54</sup>, la primera fábrica nacional de papel de diario; en ese entonces junto a *La Nación* y *La Razón*, y cuatro años más tarde, la conformación, junto a otros veinte diarios del país, de la agencia de noticias DyN (Diarios y Noticias) El Grupo *Clarín* comenzó en la década de 1980 su etapa de expansión hacia otras ramas de la industria cultural. A pesar que la Ley de Radiodifusión 22285 prohibía expresamente a medios gráficos explotar licencias de radio y Tv, *Clarín* adquiere Radio Mitre, una de las emisoras de mayor audiencia de Buenos Aires (Castro y Petraglia; 2000: 214). Más tarde, con la adquisición del Canal 13, y Radio Mitre, *Clarín* se constituye como grupo

---

<sup>54</sup> Los datos que proporciona la página del grupo *Clarín*, así como los del sitio oficial de Papel Prensa (<http://www.papel Prensa.com/PP-01.html>) sitúan el inicio de las actividades el 27 de setiembre de 1978. Sin embargo el proceso de la creación de esta fábrica de papel de diario se inicia mucho antes, en 1969, con la conformación, durante el gobierno de Juan Carlos Onganía, del Fondo para el desarrollo de la Producción de Papel y Celulosa. En 1972, el entonces presidente de facto Alejandro Agustín Lanusse, firma el decreto que autoriza el comienzo de las actividades. Ulanosky refiere a este episodio: “(...) ‘Con esta misma mano derecha con que hoy pongo en funcionamiento esta rotativa, antes de diez días firmaré el decreto autorizando y disponiendo la radicación de las maquinarias que permitan la fabricación de papel en gran escala’, dijo el presidente Alejandro Lanusse en setiembre de 1972 ante una multitud. Esto ocurría como parte de los actos de lanzamiento de la empresa Papel Prensa, en preparación hacia cinco años. En los talleres de *Clarín*, César Civita, como parte integrante de la sociedad, y Ernestina Herrera, viuda de Noble, apretaron el botón de la rotativa que pondría a prueba la calidad de las bobinas de papel hecho de sauces y álamos del delta argentino y manufacturado en Finlandia. Con este papel se elaboró un suplemento de 16 páginas titulado ‘Papel argentino para los diarios argentinos’” (1997: 214). La historia de la firma pasó por momentos no esclarecidos aún, en los que parte del capital accionario que estaba en manos de David Graiver pasó, luego de la muerte del empresario en un accidente no aclarado hasta ahora, a control de los diarios *La Nación*, *Clarín* y *La Razón*. En 2010, la Secretaría de Comercio Interior de la Nación, realizó una investigación administrativa sobre la transferencia de esas acciones que quedó plasmada en el documento “Papel Prensa SA. La Verdad”, que puede ser consultado en la siguiente dirección electrónica <http://www.argentina.ar/advf/documentos/4c77c60b7d10a.pdf>, y que la presidenta Fernández de Kirchner, entregó al Poder Judicial para su investigación.

multimedia. En 1992 se expande hacia el mercado de la televisión por cable al adquirir Multicanal, el mayor operador de cable en América Latina con más de un 1.500.000 abonado. Y casi sin mediar descanso, avanza en la creación de dos señales por cables, Volver y TN, esta última dedicada íntegramente a la difusión de noticias. El grupo participa además en el sector de las telecomunicaciones a través de la Compañía de Teléfonos del Interior (CTI), de telefonía celular y de la televisión satelital a través de DirecTV Latin America (Becerra, 2003).



Figura 8. *Clarín*, Portada 3 de mayo de 1980

### Las voces de los directivos

En 1995, en su 50 cumpleaños, *Clarín* hace pública su declaración de propósitos, presentándose como “el primer grupo de comunicaciones de la Argentina”, y

mostrando su inserción en todos los ámbitos de la comunicación<sup>55</sup>. En relación a su constitución como grupo económico, la década de 1990 ofreció las condiciones propicias para que esto ocurriera. Es necesario aclarar que no se trata del primer caso en la historia, ni tampoco en la Argentina (Mastrini y Becerra: 2003).

En diciembre de 1999 vendió por 500 millones de dólares al banco estadounidense de inversiones Goldman Sachs el 18 por ciento de todo el Grupo Clarín. La operación financiera fue presentada como “una estrategia que apunta a un mayor crecimiento”<sup>56</sup>.

Al momento de redactar esta tesis<sup>57</sup>, el grupo dividía sus segmentos de negocios en TV por Cable y Acceso a Internet, Publicaciones e Impresión, TV, Radio y Programación, y Contenidos Digitales y Otros. Y en estos segmentos incluía una cantidad importantísima de empresas en las cuales tiene alguna participación, que en la más de las veces es mayoritaria o bien alcanza al 100 por ciento. Por ejemplo, sólo en el segmento Publicaciones e Impresión, en 2011 editaba los diarios *Clarín*, *Olé*, *La Razón*, *Muy*; las revistas *Ñ*, *ARQ*, *Pymes*, *Elle*, *Genios*, entre otras; controla Artes Gráficas Rioplatense, y también Artes Gráficas del Litoral, tiene participación en Papel Prensa, Cimeco (*La Voz del Interior* de Córdoba, *Los Andes* de Mendoza), Agencia Dyn, Editorial Tinta Fresca, etc<sup>58</sup>.

---

<sup>55</sup> Dice la Declaración de Propósitos: “Hoy somos lo mismo que ayer, gente de comunicación. Primero desde la gráfica, ahora también desde la radio, la televisión, el cable y las redes digitales, brindamos, a través de la más avanzada tecnología, la posibilidad de integrarnos como país y con otros pueblos. Así facilitamos la inserción de la Argentina en un mundo cada vez más competitivo y globalizado. Véase la Declaración de propósitos completa en <http://www.grupoclarin.com/institucional/declaracion-de-propositos>. Fecha de consulta abril de 2011.

<sup>56</sup> Véase la noticia “Un banco estadounidense invierte 500 millones en el Grupo Clarín”, Sección Sociedad, 29 de diciembre de 1999, disponible también en <http://edant.clarin.com/diario/1999/12/29/o-02701d.htm>. Fecha de consulta abril 2012.

<sup>57</sup> Previo a la propuesta de adecuación voluntaria presentada el 4 de noviembre de 2013 ante la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA). Disponible en <http://www.afsca.gob.ar/2013/11/propuesta-de-clarin/#more-13702>. Fecha de consulta 15 de diciembre de 2013.

<sup>58</sup> Walter Michelli y Marcelo Belinche afirman que en el año 2000 el grupo Clarín estaba conformado por las siguientes empresas: Agea: diarios *Clarín* y *Olé* (100%); Revista *Elle* (49%); Cimeco: *La Voz del Interior*, *Los Andes*, *La Gaceta* (33%); Papel Prensa (36,9%); Agencia Diarios y Noticias (23%); Artear Argentina: *Canal 13*, *Todo Noticias –TN–*, *Volver*, *Magazine* (96,8%); *Buenos Aires Televisión* (100%); *Radio Mitre SA: Mitre AM80, FM100, FM top40, LV2* (100%); Multicanal (100%); Supercanal (33%); Galaxy Argentina: *DirecTV* (51%); Compañía de Teléfonos del Interior CTI (24,5%); Audiotel SA. 0600 (50%); Prima: Ciudad Internet, Datamarkets (100%); Tele Red Imagen: TyC Sports, Supreme Ticket, Admite, TyC Uruguay, Tele Red Deportes Chile (2002:24).

En cada intervención pública los principales directivos del grupo se encargan de enfatizar que no existen contradicciones entre la concentración de medios y la libertad de prensa (Herrera de Noble; 1995; Magnetto; 1999). Herrera dijo en 1997 en relación a los medios y al ejercicio del periodismo: “Tenemos que tomar conciencia de que es necesario que exista una prensa sólida (...) Independiente de intereses extraperiodísticos. (...) Una prensa madura, que no cae en eslóganes ni responde a grupos de poder, ya sean políticos, económicos o financieros. Que asume los costos, incluso los más dolorosos, por informar sin ataduras y con la verdad” (1997).

Resulta interesante rescatar las posiciones de los directivos y gerentes de los medios estudiados en relación a las dimensiones que se van entrecruzando en este trabajo, esto es la dimensión tecnológica, la concentración empresaria y los cambios culturales y nuevos modos de leer, porque van dando cuenta de una preocupación, que luego se advertirá en la toma de decisiones, sobre la necesidad de crear un producto (una mercancía) que pueda competir en un mercado cada vez más diversificado. Además, las declaraciones públicas de los responsables de cada medio, también van dando cuenta de la historia y el posicionamiento del mismo en la sociedad y en relación a los otros medios. En el sector Institucional del sitio web del Grupo Clarín, se destaca el “pensamiento” de la directora y del Ceo Héctor Magnetto<sup>59</sup>. Ambos aparecen como los voceros institucionales de la política gerencial y periodística del grupo. De los otros dos accionistas<sup>60</sup> sólo se incluye un breve curriculum.

En el año 1998, Magnetto daba cuenta de la decisión del grupo de diversificarse y desarrollar nuevos productos y servicios y de la necesidad, en ese contexto, de “establecer alianzas estratégicas”. De este modo, el grupo decide integrarse con un

---

<sup>59</sup> El sitio web del Grupo Clarín dice de Héctor Magnetto que es graduado en Ciencias Económicas en la Universidad de La Plata, y medalla de oro de su promoción, y que durante su gestión, “Clarín comenzó un proceso de diversificación que lo convirtió en uno de los principales grupos de comunicaciones de Latinoamérica, con participación en radio, televisión abierta y por cable, industria gráfica, Internet y telecomunicaciones. Actualmente es presidente y director ejecutivo (CEO) del Grupo, así como vicepresidente de la Fundación Noble”. También da cuenta de instituciones que integra y de premios recibidos, a nivel nacional e internacional en el ámbito del periodismo y del empresariado. Disponibles en <http://www.grupoclarin.com/institucional/hector-horacio-magnetto> Fecha de consulta abril de 2011

<sup>60</sup> El sitio web del grupo Clarín expone los CV de José Antonio Aranda y Lucio Rafael Pagliaro. Disponible en <http://www.grupoclarin.com/institucional/perfil-2> y <http://www.grupoclarin.com/institucional/perfil-1> . Fecha de consulta abril de 2011.



rol activo en el nuevo paradigma mundial: “En este fin de siglo, nuestra industria transcurre sobre un escenario global. Los medios se están convirtiendo, de la mano de la convergencia tecnológica, en una parte del sector más amplio de las comunicaciones. El mercado incorpora nuevos actores y los existentes se modifican en un proceso que por su aceleración y complejidad no registra antecedentes” (1998).

Así como en la visión de los directivos de *Clarín* aparece como necesaria la adecuación e integración al nuevo escenario mundial, del mismo modo se reitera en sus intervenciones el modo en que entienden la relación modelo empresario exitoso/medios de comunicación de calidad. En este sentido Magnetto afirma que no sólo es posible una articulación sino que resulta necesaria e indispensable “para consolidar un proyecto de medios que pueda mantenerse en el tiempo, que no sea permeable a presiones e intereses extraños, marcados por necesidades coyunturales” (2001). La adecuación al mundo global en el marco de la convergencia tecnológica tendrá como fin, en el discurso de los directivos de *Clarín*, “satisfacer necesidades del público: informarse, entretenerse, conocer, aprender” (1999). Y en relación al entorno tecnológico, Magnetto señala que modifica la manera de ejercer el periodismo: “La tecnología impacta ya no sólo en la transmisión y recepción, sino en el lenguaje periodístico. El escribir, programar noticias o generar contenidos básicamente con eje en el deseo y la reacción de los ‘consumidores’, incluso utilizando elementos ajenos al género informativo y cercanos a la ficción, es un fenómeno que, bien o mal, marca en gran medida la dinámica de los medios de este principio de siglo. Y si bien el ‘infotainment’ parece una tendencia que excede el papel de la tecnología, no hay dudas de que está influenciada por ella” (2004).

En todas las declaraciones oficiales se insiste en “alcanzar a los diversos segmentos de consumidores”; de “explorar nuevas formas para acercarse más y mejor a (los) lectores y llegar a nuevos públicos”. En palabras de Magnetto “los diarios deben verse como productores de contenidos” y “uno de los caminos posibles es ampliarles el horizonte de acción” (1999).

En este sentido, y ya desde la década de 1980 lanza al mercado una serie de coleccionables<sup>61</sup> semanales de compra opcional, muchos de ellos relacionados con programas escolares: diccionarios, manuales y enciclopedias, como por ejemplo “El Gran Libro del Siglo”, la “Enciclopedia Visual del Siglo XX”, la “Historia Visual de la Argentina”, la “Enciclopedia Visual de la Argentina”, la “Enciclopedia del Cuerpo Humano” y la “Enciclopedia del Reino Animal”. También de informática e Internet, cocina, libros especializados en artes plásticas y arquitectura, cursos de tejido y costura, guías de turismo, manuales de agronomía y obras de la literatura argentina y universal, etc. A esto se le suma la publicación de diarios zonales<sup>62</sup> en el Gran Buenos Aires, que se entregan gratuitamente junto con la edición nacional y que compiten con los diarios locales.



**Figura 9. Revista *Viva*, domingo 19 de junio de 1994**

<sup>61</sup> Se trata de una publicación con calidad de impresión superior a la del diario –por lo general enciclopedias- que salen en forma de fascículos, y que pueden venderse por separado del diario.

<sup>62</sup> Estas ediciones zonales son suplementos que se distribuyen gratuitamente con el diario. En este caso lo que se revaloriza es lo local, lo barrial, que pasan a configurar los temas que trata la edición. Aparecen un día a la semana (los miércoles o jueves según la región o localidad) en: Vicente López, San Isidro, Morón e Ituzaingo, Lomas de Zamora y Almirante Brown, Avellaneda y Lanús, San Martín y Tres de Febrero.

Las premisas “segmentación del mercado” y “producción de contenidos” se comienzan a advertir claramente en los productos gráficos. En 1994 el diario encara un proceso de rediseño que incluye el relanzamiento de su revista bajo otro nombre: a partir de entonces se llama *Viva* (figura 9). Posteriormente, habrá otros dos rediseños, en noviembre de 1998 y en setiembre de 2003. Al igual que todas las revistas dominicales, incluye temas generales, no estrictamente relacionados con los hechos noticiosos del día ni tampoco de la semana. En ese sentido se puede señalar, que del mismo modo que algunos suplementos, su carácter es atemporal. Las notas que incluye son diversas, por ejemplo las hay de ciencia, historia, deporte, cultura, espectáculo, moda, con un gran despliegue de producciones fotográficas, algunas propias del diario y otras de los servicios asociados o contratados.

Un aspecto que resulta interesante en la revista y al que se volverá más adelante<sup>63</sup>, es una sección que ocupaba dos páginas enfrentadas a todo color, denominada *i* (por infografía). En ese espacio se desplegaron durante 1997 y hasta 2001 infografías de todo tipo, algunas premiadas por su valor informativo y artístico, pero cuya característica fundamental era estar totalmente separada (independiente) de la noticia<sup>64</sup>. En este caso, se tomaba un tema que podía ser del más diverso orden (desde la historia de las cartas españolas, hasta la vida de la ballena franca, o procesos históricos o sociales) y a través de dibujos, también fotografías y pequeños textos, todos de gran calidad y creatividad, se ofrecía una explicación del hecho o del proceso. Es el período en el que más infografías se publican en el diario.

En periodismo la cantidad de ejemplares que se editan da cuenta del alcance y penetración que tiene el producto. Por ejemplo, los datos del Instituto Verificador de Circulación correspondientes a abril/julio de 2002, señalan que el tiraje de

---

<sup>63</sup> Véase *Cuarta Parte* en esta misma tesis.

<sup>64</sup> Dice Ricardo Kirschbaum, editor jefe de *Clarín*, en ocasión del cumpleaños número 10 de la revista: “En esta historia de 10 años, el diseño de la revista y sus infografías ganaron prestigiosos concursos mundiales. Ganaron oro y plata, compitiendo con las mejores publicaciones del mundo. Ese orgullo no es menor a otro conseguido por un logro importante: los gráficos e infografías de *Viva* entraron a las escuelas y se convirtieron en material de consulta de alumnos y docentes.” “*Viva* cumple 10 años”, domingo 27 de junio de 2004. Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/2004/06/27/sociedad/s-784688.htm>

*Clarín* es de 404.000 ejemplares por día, en un total de 916.000 ejemplares de diario que se editaban por día en todo el territorio nacional. Es decir que el periódico estudiado no sólo se ubicaba en primer lugar en tirada entre los diarios nacionales, sino que además la cantidad de ejemplares que editaba diariamente equivalía a más del 40 por ciento del total publicado<sup>65</sup>.

En síntesis, los años de 1990 han sido claves en el desarrollo del grupo multimedia y en consecuencia del diario que le da origen al nombre de la corporación. No sólo importa aquí la consolidación económica de éste y otros grupos multimedia sino también los avances en materia tecnológica que fueron casi inmediatamente incorporados y que derivaron en una clara mejora en la calidad gráfica del producto. Son los años del rediseño en la prensa gráfica y que *Clarín* incorpora a medida que el resto de los periódicos del mundo lo va haciendo. Mostrar un producto atractivo en lo visual pasa a ser una preocupación de los medios gráficos. En términos de la empresa, el concepto de rediseño implica no sólo una renovación en la diagramación sino también la segmentación del mercado, la presentación de productos alternativos al diario (ya sea que acompañan al cuerpo central o de compra opcional), un mayor uso de las imágenes (fotografías e infografías), un desarrollo de las noticias más conciso y breve, etc.<sup>66</sup>.

---

<sup>65</sup> El Instituto Verificador de Circulaciones dice que en marzo de 2013, *Clarín* tiraba 270 mil ejemplares por día, entre lunes y sábado, y 590.000 los domingos. Véase [http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado\\_id=78](http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado_id=78). Fecha de consulta, marzo de 2013. Véase también Becerra, Hernandez y Postolski (2003: 63). Además la información institucional del Grupo, a febrero del 2006, especifica que *Clarín* tiene una circulación promedio diaria de 402.000 ejemplares, mientras que los domingos es de 711.000 y la revista *Ñ* de 80.000 ejemplares. Asimismo detalla que cuenta con una planta de 1656 empleados y la facturación del año 2003 alcanzó a los 463,8 millones de pesos. Además puntualiza que la facturación correspondiente a las empresas del Grupo con participación al 100% ha pasado de 1482 millones de pesos en 2002 a 2150 millones en el 2004. [www.clarin.com](http://www.clarin.com), Fecha de consulta abril de 2006..

<sup>66</sup> Dice *Clarín* en relación al rediseño de setiembre de 2003: “A partir de este domingo, Clarín tendrá una diagramación más clara, atractiva y detallada, más noticias e información, un mayor orden, un estilo de redacción más conciso, fluido y cómodo, con más fotos e infografías.”. Disponible en [www.clarin.com.ar](http://www.clarin.com.ar) Fecha de consulta: 17 de febrero de 2006

## *La Voz del Interior*

El 15 de marzo de 1904 aparece por primera vez *La Voz del Interior*<sup>67</sup>. El primer ejemplar (figura 10) tenía sólo ocho páginas, medía 43,5 centímetros de ancho por 61 de alto. Curiosamente su portada mostraba un listado de avisos clasificados. Era necesario pasar las páginas para introducirse en la información. El nuevo diario, en su primera editorial planteaba los temas de su preferencia y aquellos por los que bregaría especialmente: “(...) porque se establezca un sistema racional en la distribución de los impuestos y contribuciones, por la abolición de los que existen inconstitucionalmente; en una palabra, porque se gobierne según la conocida frase, ‘por el pueblo y para el pueblo’”<sup>68</sup>.



Figura 10. *La Voz del Interior*. Portada del 15 de marzo de 1904

<sup>67</sup> Dice el sitio oficial del diario: “La Voz del Interior es una empresa periodística centenaria. Adoptó este nombre porque quiso ser la voz que habría de hablarle a los argentinos desde la ciudad de Córdoba, corazón geográfico de la República. El diario nació el 15 de marzo de 1904, gracias a la visión empresaria de Silvestre Rafael Remonda y al impulso periodístico de Juan Dionisio Naso. [www.lavozdelinterior.com.ar](http://www.lavozdelinterior.com.ar) Fecha de consulta mayo de 2011.

<sup>68</sup> La primera plana del diario reunía, en seis columnas, una serie de avisos clasificados. Entre ellos. “Luz Brillante. Luz económica. Luz segura. Luz agradable. La Lámpara Maravillosa “Angle”; Almacén ‘El Orden’. El más surtido, elegante y con precios más bajos. Servicio especial para familias. Visiten la casa y notarán lo que se afirma”; “Los Afamados Sombreros Importados de Borsalino, Giuseppe é Fratello. Aviso á mi numerosa clientela y al público en general que soy el único que introduce directamente en esta plaza dicha marca de sombreros, teniendo á la vista de quien lo solicite las facturas originales de la fábrica. Enrique Zafferani. Sombrerería. Camisería” (sic).

Entre las noticias que se podían leer en la primera edición figuraban la creación de la biblioteca del Colegio Nacional; datos sobre la huelga de ferrocarriles; la futura construcción del hospital Español, una primicia, según la califica el diario. De manera destacada se observa en ese primer diario un texto titulado “Ecos del día. Las elecciones del domingo en la Capital”<sup>69</sup>, e inmediatamente por debajo una fotografía de la estatua del Cristo Redentor inaugurada en la cumbre de Los Andes, según señala una aclaración que se ubica por debajo de la imagen, a manera de epígrafe.

La información que aparece en el sitio web del diario señala que el primer director del diario fue José Dionisio Naso Prado, y luego le sucedieron Francisco Argüello (1905-1906) y Eduardo S. Martín (1906-1918). También dice que desde 1933 y casi por 70 años, el diario funcionó en el histórico edificio de Colón 37, lugar de encuentro de la ciudadanía, ávida de noticias, para leer en las pizarras los últimos acontecimientos<sup>70</sup>. En 1983 trasladó la rotativa al barrio de Alta Córdoba y posteriormente en el año 2000, todas las áreas y el directorio se trasladaron a una sede integral, “un edificio pensado especialmente para un medio de comunicación gráfico”<sup>71</sup> según palabras de la empresa.

<sup>69</sup> El primer párrafo del texto decía: “Una coincidencia que no podemos clasificar, hace que en el primer número de nuestra hoja nos veamos obligados á dar cuenta de un acto como el que entrañan las elecciones del domingo último, del cual hubiéramos deseado poder decir que se llevó á cabo de conformidad con las prácticas democráticas, de la manera en que se estila en las naciones donde se hace vida republicana” (sic). *La Voz del Interior*, 15 de marzo de 1904.

<sup>70</sup> Dice *La Voz del Interior* del 15 de marzo de 1929: “Nosotros, que gracias al favor del público y al concepto cabal de la misión de la prensa no hemos necesitado hacer centavos a costa de la credulidad del pueblo, opusimos a la treta de los ‘boletines’ las pizarras, nuestras clásicas pizarras que alguna vez sacaron de sus casillas a magistrados que ensuciaban su toga: en ellas, adelantábamos las novedades más salientes del día, ya fueran traídas por el telégrafo o conseguida por la búsqueda laboriosa de los cronistas. Estas pizarras fueron las que ocasionaron la quiebra definitiva de los boletines” (Reproducido en *La Voz del Interior*, Suplemento Especial, 15 de marzo de 2004, p. 7). Los boletines a los que hace alusión el texto, eran “adelantos” que publicaban los diarios de la época para informar sobre noticias de último momento. Se imprimían y vendían. Para dar a conocer la salida de un boletín *La Voz del Interior* tiraba 3 bombas de estruendo, La Libertad dos, y Los Principios, una. Dicha estrategia luego fue reemplazada por las pizarras y por la sirena. (Véase: “Un vínculo espontáneo”. *La Voz del Interior*, Suplemento Especial, 15 de marzo de 2004, p. 7)

<sup>71</sup> La información del sitio web del diario dice: “La nueva planta impresora se edificó en un terreno de 11 hectáreas, en la zona norte de la ciudad de Córdoba, próxima al aeropuerto internacional. La superficie construida fue de 5.600 metros y, además de albergar a la rotativa, reunía otros servicios complementarios, tales como taller de mantenimiento, depósito de papel, grupo electrógeno propio, comedores y salas de conferencias y de reuniones. La inversión total que demandó la

Los traslados y las nuevas sedes, con mayor capacidad y nueva tecnología, reflejan los avances en materia económica del diario. De hecho, en una cronología publicada por el propio medio en un suplemento especial con motivo del centenario<sup>72</sup>, da cuenta de la incorporación de tecnología para la impresión cada vez más avanzada y con mayor capacidad de edición: el diario comienza a editarse en una impresora a “tracción a sangre” que le permitía imprimir hasta 500 ejemplares, aunque por ese tiempo editaba 300 de entre seis y ocho páginas. Casi a los diez años de vida del diario se introduce una impresora plana que permite reproducir gráficos y recién en 1921 se incorpora una rotativa cilíndrica que permite la impresión de 20 mil ejemplares de 16 páginas por hora. En 1938 hay una innovación en la tecnología de impresión, pero es en 1959 que se compra una rotativa Goss que mejora sensiblemente la capacidad de impresión (35 mil ejemplares por hora) y tiene la posibilidad de la impresión en cuatro colores, aunque este recurso no será utilizado hasta casi finales de siglo. Esta maquinaria (que todavía hoy se exhibe en el ingreso al edificio del diario), tiene su historia, ya que fue refaccionada para poder imprimir el diario luego del atentado<sup>73</sup> que destruyó la impresora que se había incorporado en 1971. Los nuevos cambios en materia de impresión se realizarán en 1981 con la compra de dos rotativas offset y en 1995 con la puesta en funcionamiento de una rotativa con avanzada tecnología, con posibilidades de imprimir en color y una capacidad de edición de 60 mil ejemplares por hora.

---

modernización del diario, a partir del proyecto de rediseño, fue de 20 millones de dólares”. Disponible en <http://www.lavoz.com.ar/themes/lavoz/laempresa/index.html> Fecha de consulta abril de 2012. Véase además “La nueva sede integral, con el espíritu de siempre”, *La Voz del Interior*, 15 de marzo de 2004, p. 31.

<sup>72</sup> Véase “A través de cien años”. *La Voz del Interior*, 15 de marzo de 2004.

<sup>73</sup> El 23 de enero de 1975, una bomba destruye la rotativa Goss Printing Press, instalada en los talleres del barrio de Alta Córdoba. El atentado fue adjudicado a la AAA, un grupo terrorista de derecha que actuó en el último período del gobierno peronista. La edición del día siguiente se imprimió en los talleres del diario vespertino *Córdoba*. *La Voz del Interior* suspendió su aparición hasta el día 3 de febrero, período en el cual refaccionó la antigua rotativa que todavía estaba instalada en el edificio de Colón 37. Véase el ejemplar del 24 de enero de 1975, y “El terror no pudo con la palabra”, *La Voz del Interior*, Suplemento Especial, 15 de marzo de 2004, p. 9.



Figura 11. *La Voz del Interior*. Año 1979. Primera portada con noticias

Esta cronología de incorporación de tecnologías relacionadas con la impresión, cinco hasta 1981, mostraron en el producto cambios en el tamaño del diario. En los primeros diez años el formato cambió cuatro veces, aumentando o disminuyendo, tanto en ancho como en alto. El de mayor tamaño apareció en 1906, medía 55 centímetros de ancho por 78 de alto y en 1922 medía 43 centímetros por 64,5. A partir de entonces y hasta 1960 las características formales del diario aparecen constantes. La variante más importante a nivel visual se da en el año 1979, cuando por primera vez aparece la portada del diario con noticias. Habían pasado 75 años desde su fundación. El 19 de agosto de 1979 (figura 11), se muestran modificaciones sustanciales en el diseño: se deja de lado la tradicional tapa de avisos clasificados, que pasa a formar parte de un suplemento que se entrega con el cuerpo central y por primera vez la portada aparece con noticias y además se advierte un mayor uso de imágenes.



Cabe recordar que desde hacía poco tiempo se editaba en Córdoba un matutino, el *Tiempo de Córdoba* en el novedoso sistema offset, que posibilitaba una mejor calidad de impresión, por lo que la imagen empezó a ocupar un lugar muy destacado en ambos productos. Además de un moderno formato, con ágil diseño, la inclusión de varios suplementos y la participación de un plantel de periodistas destacados a nivel nacional, mostraban un producto distinto que comenzaba a disputar los lectores no solo a *La Voz del Interior* sino también del otro matutino que por entonces aparecía en la ciudad, *Los Principios*.



Figura 12. *La Voz del Interior*. Portada del año 1986

En el 1981 *La Voz* cambia su sistema de impresión y se comienza a editar en offset, lo que posibilitó una serie de modificaciones, no sólo en el tamaño (se achicó ligeramente) sino también en relación al diseño: a partir de entonces la

primera plana comenzó a tener un papel preponderante y a constituirse en la carta de presentación del diario (figura 12)<sup>74</sup>.



Figura 13. *La Voz del Interior*. 1 de marzo de 1991

Pero recién en 1991 (figura 13) se advierte una portada diferenciada, en la que se le da mayor lugar a la imagen (fotografías y mayor tamaño en la tipografía) y las noticias no se presentan completas sino que se muestran avances que continúan en las páginas interiores. También se observa un ordenamiento en franjas horizontales que jerarquiza la información.

A partir del 21 de setiembre de 1995, *La Voz del Interior* comienza a editarse en color. La página oficial del medio dice que los cambios se produjeron en el marco de “un proceso de rediseño integral iniciado un año antes y que abarcó también un profundo cambio en los procesos de producción”. En este período el diario local

<sup>74</sup> Se disminuyó la cantidad de columnas: de 9 columnas en 1978 se pasó a seis en 1985

hegemoniza el mercado de la prensa gráfica en Córdoba, y en la capital cordobesa sólo compite con los diarios nacionales<sup>75</sup>. Al año de la incorporación del color, el diario incursiona en Internet<sup>76</sup> y en noviembre del 2000 el sitio de *La Voz On Line* era uno de los más visitados del interior del país. En marzo de 1998, el diario que nació como empresa familiar pasa a pertenecer mayoritariamente a la Compañía Inversora en Medios de Comunicación SA (Cimeco) integrada por las empresas Arte Gráfico Editorial Argentino, editora del diario *Clarín*, y la Sociedad Anónima *La Nación*, editora del diario del mismo nombre<sup>77</sup>. Al año siguiente, se incorpora a Cimeco el grupo español Correo<sup>78</sup>, adquiriendo el 33 por ciento del capital accionario de la Compañía Inversora. Según el grupo empresario el objetivo de tal inversión en medios de comunicación del interior del país<sup>79</sup> es “preservar la industria periodística del interior, manteniendo inalterables los

---

<sup>75</sup> El 23 de abril de 1997 aparece por primera vez en Córdoba *La Mañana de Córdoba*, pertenecía a Julio Ramos, dueño de *Ámbito Financiero* y se entregaba junto a la edición de éste diario nacional que se imprimía, vía satélite, en Córdoba. Posteriormente, en 2004, el diario fue vendido a Julio Rajneri, dueño del diario *Río Negro*. Otro diario que surge en Córdoba en 1998 es *Hoy Día Córdoba*, con distribución en la ciudad de Córdoba aparece de lunes a viernes. Se trata de un diario tabloide que se vende sólo por suscripción y que aborda la información a través de textos breves que cubren casi con exclusividad el ámbito local.

<sup>76</sup> Dice la página oficial de *La Voz del Interior*: “Un año después del rediseño gráfico, el 21 de septiembre de 1996, *La Voz del Interior* incursionó en Internet a través de su página *Intervoz*, que el 26 de noviembre de 2000 pasó a llamarse *La Voz on line* y se convirtió en el sitio más visitado del interior de la Argentina. En una primera etapa, en esta página sólo se publicaba un resumen de las noticias más importantes del diario del día, pero a partir del 2 de mayo de 2001 se incorporaron noticias de último momento, con amplio desarrollo”. Véase [www.lavozdelinterior.com.ar](http://www.lavozdelinterior.com.ar). Fecha de consulta abril de 2011.

<sup>77</sup> El martes 3 de marzo, en la página 36 de Información General, el diario *Clarín* anuncia, bajo el título “Clarín y La Nación, socios de La Voz del Interior”, la constitución de la nueva sociedad, que según la información “mantendrá el perfil independiente del diario cordobés”. Según la noticia, el objetivo de la fusión era “participar en la consolidación del proyecto editorial de la publicación cordobesa”. Y agrega: “La nueva sociedad ya ha definido su intención de expandir el alcance regional del diario editado en la ciudad de Córdoba, **manteniendo el estilo y los principios periodísticos** de La Voz del Interior”. La negrita es del original. Véase también en <http://edant.clarin.com/diario/1998/03/03/e-03601d.htm> Fecha de consulta 20 de febrero de 2006.

<sup>78</sup> Recordemos que El Grupo Correo se fusiona en el 2001 con el Grupo Vocento, y a partir del 2003 así pasa a llamarse la corporación. Si bien sus oficinas centrales están en Madrid, posee medios en toda España. Es dueño de 12 diarios regionales con una circulación diaria de más de 800 mil ejemplares, esto es el 25,4 por ciento de la audiencia de lectores españoles. Además tiene participación mayoritaria en Tesa, editora de suplementos y revistas, y es dueño del 13 por ciento de la cadena de televisión Telecinco. En el año 2005 los ingresos del grupo se incrementan un 10,6% alcanzando 794,5 millones de euros frente a los 718,4 millones obtenidos en ejercicio 2004. Por líneas de actividad, la publicidad representa un 44,7% de los ingresos y la venta de ejemplares un 33,8%. El beneficio neto en el 2005 alcanzó a 114,2 millones de euros. Este grupo incursiona con diferente participación en todos los ámbitos de la comunicación y las nuevas tecnologías. Véase [www.vocento.com](http://www.vocento.com) Fecha de consulta 20 de febrero de 2006

<sup>79</sup> Al mismo tiempo que Cimeco compra *La Voz del Interior*, hace lo propio con *Los Andes* de Mendoza, también un medio que nació como empresa familiar.

principios editoriales y el contenido local (...) aportando a su vez valores como experiencia, sinergia y economía de escala para ampliar la oferta de contenidos y ganar en eficiencia de gestión”<sup>80</sup>. El ingreso de capitales y la paridad cambiaria vigente en ese momento posibilitan la construcción de planta impresora integral que reúne todas las fases del proceso de producción y administración en un mismo edificio.

La ampliación en la oferta de contenidos se advirtió rápidamente en el caso de *La Voz del Interior*. Al desarrollo de nuevos suplementos o fascículos se sumó en agosto de 2000, una edición regional para los lectores del interior provincial (departamentos Tercero Arriba, Calamuchita y General Roca) que acompañaba al ejemplar del diario. El 19 de junio de 2001 *La Voz del Interior* concretó un nuevo rediseño gráfico que incluyó una reducción del formato que, según la empresa, se correspondía con “las demandas de las nuevas generaciones de lectores”.

Cabe señalar que existe una caracterización del diario local y de su vinculación con su público, que es diferente a la planteada en los diarios que se editaban en Buenos Aires que por el sólo lugar de procedencia sumaban a su nombre la identificación de “diario nacional”. Esto no ocurría con los diarios regionales o locales, aunque trataran temas de índole nacional. Los diarios provinciales, en general, han tenido una cobertura limitada a su provincia o provincias vecinas y la relación con sus públicos ha sido, al menos hasta la última década del siglo XX, más directa, y, nos atreveríamos a decir, de reconocimiento hacia el medio<sup>81</sup>. Se podría intuir que de allí deriva la vigencia del diario en el tiempo, en relación a otros que se editaban en Córdoba: en los primeros años del siglo XX sobrevivió a *La Libertad* y *La Patria*<sup>82</sup>, y hacia fines del siglo a *Los Principios*, *Córdoba* y *Tiempo de Córdoba*, además de otras propuestas que duraron muy poco en el tiempo<sup>83</sup>.

---

<sup>80</sup> Véase *La Voz del Interior*, 1 de mayo de 1998, p. 10

<sup>81</sup> El 15 de marzo de 2004, *La Voz del Interior* organizó el festejo de su centenario en varios puntos de la ciudad y de esos encuentros, con espectáculos musicales y fuegos artificiales, participaron miles de cordobeses (30 mil dice la información del diario). Los puntos de reunión fueron, entre otros, el Parque Sarmiento, el Parque de las Naciones, la plaza Jerónimo del Barco, la plaza de Alta Córdoba y el CPC de Villa El Libertador. Véase *La Voz del Interior*, 15 de marzo de 2004, páginas 25A a 32A.

<sup>82</sup> Sobre este tema véase “Las páginas del 900”, de Efraín U. Bischoff. *La Voz del Interior*, Suplemento Especial, 15 de marzo de 2004, p. 6.

<sup>83</sup> Nos referimos a *La Calle*, *Página 12 Córdoba* y *El Mundo*, entre otros.

Por otro lado, el diario siempre se identificó como “independiente”, aunque en sus páginas respaldó los ideales del radicalismo, bajo una consideración amplia de defensa de la libertad y del sistema democrático<sup>84</sup>.

*La Voz del Interior* se destacó, en relación a los diarios familiares del siglo XX, como uno de los de mayor tirada en el interior del país<sup>85</sup>, y en este sentido, aparecía, y lo sigue haciendo, en el abanico general de los periódicos argentinos, como uno de los más importantes. Y aquí resulta interesante señalar dos cuestiones. Por un lado la visita de dos presidentes argentinos a un diario del interior del país en las dos últimas décadas del siglo. En 1984, Raúl Alfonsín realiza un viaje a Córdoba el día que *La Voz del Interior* cumple 80 años, y en un acto multitudinario realizado en la Plaza España de esta ciudad, el presidente reserva parte de su discurso para realizar un reconocimiento al diario<sup>86</sup>. Y el 29 de marzo del año 2000, fue el presidente Fernando de la Rúa, junto al entonces gobernador de Córdoba José Manuel de la Sota, quien inauguró la sede integral del diario<sup>87</sup>. Ambos hechos no son frecuentes en los diarios del interior del país.

Además, los registros, tanto de la revisión del corpus específico como del más amplio que ha permitido realizar esta contextualización, dan cuenta de un tratamiento particular de la noticia con enviados especiales (periodistas y fotógrafos), tanto a acontecimientos que se realizaban en el interior del país (sobre

---

<sup>84</sup> Sobre este tema véase Marguch, Juan: “Nacidos para perdurar”. *La Voz del Interior*, Suplemento Especial, 15 de marzo de 2004, p. 4.

<sup>85</sup> Becerra, Hernández y Postolsky toman como fuente al Instituto Verificador de Circulación durante el período abril-julio de 2002, y ubican a *La Voz del Interior* como el diario del interior del país con mayor circulación, con una tirada de 56.849 ejemplares por día (2003: 63).

<sup>86</sup> Dijo Raúl Alfonsín: “Hace ya mucho tiempo, meses atrás afirmé que cuando se recuperara la democracia en el país, iba a rendir un homenaje a la prensa del interior de la República que en años difíciles no silenció su voz. Han sido muchos los medios de prensa en todo el interior de la República, que cumplieron esta misión extraordinaria, pero yo estoy persuadido que ninguno de ellos se sentirá disminuido o postergado si simbolizamos este reconocimiento de la democracia en *La Voz del Interior* de Córdoba”. Véase “Anhelos de vivir en paz y libertad”, *La Voz del Interior*, 16 de marzo de 1984. Tapa.

<sup>87</sup> Dice el sitio web de *La Voz del Interior*: “En la memoria de todos quedarán, para siempre, los trascendentales momentos de la inauguración de nuestra planta. Fue un acontecimiento social que conmovió a Córdoba. Las más distinguidas personalidades del Gobierno, del mundo político, empresario, religioso, periodístico, social, cultural y deportivo, nos acompañaron en una fiesta que quedará para el recuerdo. En esta página, la cámara captó algunos instantes de esta convocatoria que nos reunió alrededor de la mesa común. A las 11,35, el presidente de la Nación, Fernando de la Rúa, fue recibido por el director periodístico del diario *La Voz del Interior*, Carlos Jornet, en la entrada principal de la nueva sede integral de la empresa, en avenida Monseñor Pablo Cabrera 6080. Fue el comienzo de la celebración que duró varias horas”. Véase: “Un día inolvidable”, en [http://buscador.lavoz.com.ar/intervoz/sup/planta/planta\\_idx.htm](http://buscador.lavoz.com.ar/intervoz/sup/planta/planta_idx.htm); Véase diario papel del 30 de marzo de 2000. Fecha de consulta 20 de febrero de 2006.

todo deportivos) como en Buenos Aires, y más tarde, ya avanzada la década de 1980, coberturas de noticias en el exterior. Obviamente, esta posibilidad ha estado relacionada con los recursos económicos del diario, que le permitían cubrir de manera directa ciertos eventos, prescindiendo en parte de las agencias de noticias. Este hecho, muy común en los diarios más importantes de Buenos Aires, no lo fue tanto en el interior del país<sup>88</sup>.

Además, los días domingo se presentaba junto a la edición del diario, la revista *Nueva*, una publicación a todo color, en papel de alta calidad, realizada en Buenos Aires y de propiedad de la Asociación de Diarios del Interior (ADI), entidad a la que pertenece *La Voz del Interior*. Incluía, en sus páginas<sup>89</sup> temas de actualidad, cultura y espectáculos, moda, sociedad, etc. Es decir, la revista dominical no se producía en el diario estudiado, sino que se trataba de una publicación de un organismo asociado y que estaba pensada para una multiplicidad de públicos ubicados en distintos puntos del país. Aquí se establece una diferencia con el diario *Clarín*, que siempre produjo su revista dominical<sup>90</sup>.

---

<sup>88</sup> Sólo para dar algunos ejemplos, *La Voz del Interior* cubrió con enviados especiales el Mundial de Fútbol de 1994, 1998 y 2002; también la Cumbre de presidentes en Bariloche, el golpe de estado que derroca a Stroessner en Paraguay, el conflicto por los Hielos Continentales en 1998, eventos deportivos, sobre todo aquellos en los que participaba algún equipo de Córdoba, etc.

<sup>89</sup> Por lo general aparecía con 96 páginas, aunque a veces, dependiendo de la temática tratada y de la publicidad que contenga, se agregan algunos pliegos. Por ejemplo la revista del 12 de setiembre de 1999 aparece con 100 páginas, además de la tapa y contratapa. La del 14 de marzo de 1999, con tiene 72 páginas.

<sup>90</sup> Si bien este no es un tema que trataremos en esta tesis, podríamos pensar que la realización de una revista dominical para acompañar la edición de siete diarios del interior del país tiene que ver con un aprovechamiento de los recursos (de la asociación) y un reducción de costos en los diarios asociados, que de tener que elaborar una revista propia, deberían contar no sólo con una redacción especial sino también con tecnología de impresión para poder editar totalmente a color y en alta calidad.



**Figura 14. *La Voz del Interior*. Suplemento Rediseño. 21 setiembre 1995**

El 21 de setiembre de 1995, el diario local estudiado realiza importantes modificaciones en su presentación y, al menos tres de ellas, se advierten rápidamente luego de una primera mirada: cambia el rotulo, el formato se achica y se presenta en color. Para presentar esos cambios, el diario cordobés edita un Suplemento Especial de ocho páginas a todo color titulado “Rediseño. La palabra del color” (figura 14), en el que justifica la renovación en “tres factores muy importantes; la sociología, o sea cómo vive el lector moderno; la tecnología, que facilita hacer todo tipo de cosas más rápidamente; y la supervivencia entre los multimedios, por la competencia entre las revistas, la radio, la TV, el videocable, la computadora etcétera”<sup>91</sup>. Y aquí también una clara alusión al lector como

<sup>91</sup> En el Suplemento Rediseño, en la página 2, se presenta a Mario García como “el principal asesor para la renovación gráfica en esta nueva etapa del diario”. Allí el diseñador explica los alcances de los cambios: “se modificó la parte gráfica haciendo más ágil la lectura, con letras más grandes, mejor uso de la fotografía y más infografía. (...) Darle mayor jerarquía a las fotos en la página ha sido un paso muy grande (...) Se impusieron criterios para otorgar una jerarquía a las

destinatario de esos cambios: “En la celebrada galaxia de las imágenes, apostamos a la revalorización de la palabra a través de un nuevo diseño, donde la claridad de los conceptos vaya acompañada de una moderna maquetación. La gráfica de nuestro diario será un verdadero plano que guiará a los lectores por el complicado universo de la información”<sup>92</sup>.



Figura 15. *La Voz del Interior*. 19 de junio de 2001

Posteriormente, el 19 junio de 2001, *La Voz del Interior* muestra un nuevo rediseño<sup>93</sup> (figura 15). Del mismo modo que el anterior, lo presenta a sus lectores en un suplemento especial en el que hace alusión, entre otros aspectos, a la reducción del formato: “Cómodo. Nuevo formato, más manejable. Sobrio. Nuevo

notas sobre la base de un tema principal, temas secundarios e informaciones breves”. Véase “A la altura de os diarios más importantes del mundo”. Suplemento Rediseño, 19 de junio de 1995, p. 2

<sup>92</sup> Véase *La Voz del Interior*, Suplemento de Rediseño. Jueves 21 de setiembre de 1995. Tapa.

<sup>93</sup> En este caso, el mentor de este rediseño es otro español, se trata de Alberto Torregrosa, un consultor de diseño editorial, que en 2001 se desempeñaba como asesor del grupo español Correo, propietario, junto a los diarios *Clarín* y *La Nación* de *La Voz del Interior*.



diseño que facilita la lectura”, son las frases que aparecen en la tapa del suplemento. Las innovaciones focalizan en el modo de presentación: formato (tamaño) y diseño (elementos gráficos en la página), todo ello, según la publicación, para el bienestar del lector (mejora la movilidad, el manipuleo físico de tomar el diario, de dar vueltas sus hojas, y el recorrido de lectura). Dice la presentación oficial: “La adopción de un formato de 50 pulgadas web y un rediseño gráfico integral que da más espacio para el análisis y la contextualización y busca reforzar la diferenciación entre distintos estilos periodísticos, son las principales innovaciones que presenta esta edición del diario”<sup>94</sup>. También el diario justifica la reducción en el **formato**, en la demanda de las “nuevas generaciones de lectores” y plantea como objetivo “proponer caminos más simples y directos para que el lector llegue más rápidamente a la información buscada”<sup>95</sup>.

Tal como se ha señalado en las páginas anteriores, las modificaciones en el producto derivan de la incorporación de las tecnologías en los procesos de edición y de las modificaciones en los consumos culturales, que también son el resultado de la incorporación de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información al ámbito cotidiano.

Del mismo modo que en el caso del diario *Clarín*, se reitera aquí la preocupación por el lector. Cambiar por y para el lector. Dice Torregrosa, responsable de las innovaciones gráficas que el propósito fue “hacer un periódico **más cómodo para el lector**, más ágil en su manejo, más sencillo de leer, con una nueva estructuración y con más entradas que faciliten la comprensión de la noticia, con nuevas secciones de servicio; en suma, un periódico **más cercano al lector**” (2001: 5)<sup>96</sup>.

Resulta necesario remarcar que entre esas transformaciones los periodistas y gerentes de los periódicos insisten en la necesidad de una *rápida visión*, de un *formato más cómodo*, de la conveniencia de *aportar pistas para hacer más comprensible la realidad* y también de brindar *datos útiles para la vida cotidiana*. Si bien se aclara que los cambios en el diseño están al servicio de la *información*,

---

<sup>94</sup> Véase “Una transformación para crecer”, *La Voz del Interior*, Suplemento Rediseño, 19 de junio de 2001, p. 2

<sup>95</sup> Ibid.

<sup>96</sup> El subrayado es nuestro.

también se señala que no sólo se debe tender a facilitar la lectura sino también al *entretenimiento*.

Como hemos visto hasta aquí, en una época (la de finales del siglo XX) en la que se presenta claramente la supremacía de la imagen y de los medios audiovisuales, los diarios generan tratamientos particulares y nuevas formas de presentar la noticia. Es en este contexto que se observa la creación de un producto periodístico gráfico, cuyo objetivo principal es *mostrar* la información, esto sin dejar de lado el texto escrito. De este modo se plantea hacer más fácilmente comprensible la noticia, utilizando para ello distintos elementos del diseño gráfico que no sólo embellecen la presentación sino que además facilitan la lectura. A esta suerte de nueva configuración la denominamos "*diarios para ver*", un producto que *muestra* la información de un solo *pantallazo*, casi del mismo modo que se observa la televisión.

# SEGUNDA PARTE

## *Infografía: ¿Texto independiente o unidad paratextual?*

---

En esta parte se abordan aspectos teóricas acerca de la infografía, de sus componentes y también de sus funciones principales: resumir/ esclarecer/ sintetizar. Asimismo se retoma la teoría de Genette en relación al paratexto y se propone una traslación hacia la prensa gráfica para visualizar categorías que en su origen estaban pensadas para el libro, haciendo hincapié en la dinamicidad de la propuesta teórica, en la medida en que se observa en objetos culturales.

## II.1. DEFINICIONES Y CARACTERIZACIONES: ¿CÓMO ES UNA INFOGRAFÍA?

Se recuperan aquí algunas definiciones que ayudarán a comprender qué se entiende por infografía y también definir sus características, como paso previo a ensayar una respuesta al título que se propone en esta parte de la tesis, si se trata de un texto independiente o de una unidad paratextual.<sup>97</sup>

Para Sanucci, la infografía puede entenderse, “como nueva narración visual periodística, como relato sintético para mirar”. Además señala que combina el diseño, la ilustración y lo verbal con la rigurosidad informativa del periodismo, a lo que suma una dimensión estética, que a la par que fracciona elementos, también va secuenciando procesos y cohesionando y unificando una información. Por eso, agrega, “esta forma, producto de la videocultura y de los videolectores, abre un nuevo espacio para el desarrollo del estudio de los lenguajes en la prensa gráfica”. (1999, 35)

Los Manuales de Estilo de los diarios estudiados también hacen alusión a esta manera de presentar la información. El del diario *Clarín* señala que se trata de “una combinación de elementos visuales que aporta un despliegue gráfico de la información” Y que se utiliza para brindar una “información compleja mediante una presentación gráfica que puede **sintetizarse** o **esclarecerse**, o hacer más **atractiva** su lectura” (1997, 125)<sup>98</sup>. Que una infografía debe responder a los principios de “**claridad, síntesis y precisión**”<sup>99</sup> y que su uso está recomendado cuando “se cuenta mejor en un gráfico que en un texto o en una fotografía”, y agrega que es útil para “describir un proceso, una secuencia. Para explicar un mecanismo complejo, visualizar o dimensionar un hecho” (1997: 124). El mismo

---

<sup>97</sup> Cabe aclarar que los autores consultados utilizan el sustantivo “infografía” pero también “infográfico” para referirse al mismo elemento. En este estudio se aceptará cualquiera de estas denominaciones como sinónimos. Como ya hemos señalado en la *Introducción* se han recuperado aquí aportes que se abocan al tema desde una perspectiva descriptiva y que brindan detalladas tipologías centradas en la forma, provenientes en su mayoría de estudios realizados en España (De Pablos: 1998 y 1999; Valero Sancho: 2001; 2008; 2010; Peltzer: 1991 y también la autora argentina Sanucci: 1999 y 2005), además de los libros de Estilo de *Clarín* (1997) y de *La Voz del Interior* (2006); material bibliográfico que se ha contrastado y puesto en relación con diversos textos de diseñadores y de infografistas, algunos aparecidos en revistas de diseño gráfico y otras en diarios (De Lorenzi:1996; Serra: 1992, 1998; Lo Valvo: 2004; Werb: 1999; Gafré: 1998; Lo Celso: 1999).

<sup>98</sup> La negrita es nuestra.

<sup>99</sup> La negrita es nuestra.

Manual, agrega una serie de características centradas en la infografía como “**complemento de la información**<sup>100</sup> de los otros elementos, tanto gráficos como textuales de la página”. En este sentido señala, al igual que los autores consultados, que debe contener los elementos informativos necesarios para entenderse por sí misma; que texto y gráfica deben estar equilibrados (“el texto de una infografía debe ser sintético, económico y de fácil comprensión”); que requiere de una producción conjunta entre grafistas y editores/periodistas; tanto en su contenido como en el espacio que tendrá en la página (1997: 126).

También, la característica de “complemento” de la noticia, es decir su carácter paratextual, está señalada en el Manual de Estilo de *La Voz del Interior*, “para hacer más comprensibles los hechos relatados”, dice. En este sentido remarca que no deben constituir un “adorno de la página”, que deben tener “un estilo visual simple y claro”, y poner el acento en el hecho y no en el detalle (2006: 154). Agrega que se trata de “una **explicación** visual y **sintética** que, sobre la base de imágenes complementadas con otros recursos gráficos, presenta la esencia de una información” (ibid)<sup>101</sup>. Hasta aquí se observa que se reitera la función de **resumen** o **síntesis** y también la de **explicación** o **esclarecimiento** de la información. Además, el plus de la atracción, la “dimensión estética”, según Sanucci, o la necesidad de seducir con la lectura. Resulta necesario remarcar que este abordaje se centra en la vinculación con la noticia escrita, y en esa relación se hace hincapié en una función destinada a hacer más comprensible la información.

Pero la infografía también ha sido considerada de manera independiente de la noticia, aspecto que se pone en cuestión en esta tesis, partiendo de la premisa que las imágenes, en el contexto de un soporte gráfico (en este caso el periódico), tienen una “innegable pertinencia paratextual” (Genette; 2001: 350).

Canga Larequi dice que se trata de “una unidad informativa plena e independiente” (1994: 141). Esta postura se acerca a la consideración de otros autores, como De Pablos (1999) y Valero Sánchez (2000). Éste último, periodista y profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona, hace explícita la posibilidad de sustitución del texto informativo al señalar que la infografía, cuya función, dice, es facilitar la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de

---

<sup>100</sup> La negrita es nuestra.

<sup>101</sup> La negrita es nuestra.

actualidad o algunos de sus aspectos más significativos, puede acompañar o sustituir y el texto informativo” (2001:21). José Manuel De Pablos, docente y periodista español, se arriesga a señalar que la infografía constituye “un nuevo género periodístico”, y señala que “es una nueva o recuperada forma visual de presentar una cierta información gráfica con texto sumarial, sólo el preciso, nunca “enciclopédico”; y agrega que el prefijo “info” no remite al empleo de la informática, sino a información. (1992: 65). Define la infografía como “la presentación impresa de un binomio imagen + texto (bI+T), cualquiera que sea el soporte donde se presente esa unión informativa: pantalla, papel, plástico, barro, pergamino, papiro piedra” (1999: 19).

Esta consideración respecto de la infografía, insiste en la idea de un elemento independiente del texto informativo y además coloca este recurso, hasta aquí ligado exclusivamente al periodismo, en relación a otros procesos comunicacionales en donde sea necesario la conjunción de un texto informativo con una imagen. “Cualquiera sea el soporte”, dice De Pablos, esto significa que puede haber infografía no sólo en el periodismo sino también en otras expresiones de la cultura<sup>102</sup>.

Valero Sancho, en un texto mucho más reciente, relega a un segundo orden ese carácter autónomo de la infografía. La define como “un tipo de grafismo informativo propio de los medios, que se realiza con la aportación de unidades gráficas elementales icónicas y tipográficas, que permiten o facilita la comprensión de temas o noticias de actualidad que reflejan acontecimientos, acciones o cosas o algunos de sus aspectos más significativos y casi siempre acompañan aunque pueden también sustituir al relato informativo lingüístico. Puede ser de varios tipos y clases, atendiendo a las necesidades profesionales más diversas” (2008: 632). Es decir, entiende la infografía como un aporte que “casi siempre” facilita la comprensión de la noticia, pero también con la posibilidad de sustituir al texto informativo. También, en un escrito más cercano en el tiempo, agrega que se trata de un “conjunto organizado de lenguajes, (...) que permiten

---

<sup>102</sup> En este período se observa un mayor cuidado en la elaboración de folletos y manuales en los que se incluyen gráficos que explican, por ejemplo, el funcionamiento de un artefacto, por ejemplo los manuales de usuario: de cámaras fotográficas, de automóviles, de artefactos para el hogar; los gráficos estadísticos de manuales de economía, o de geografía, etc.

representaciones comunicativas más visuales” y con mayores posibilidades de relatar y sintetizar la información que la fotográfica y que los documentos videográficos y cinematográficos. Además aclara que sólo es posible pensar la infografía como un género cuando se transmite o presenta la totalidad de la información por medio de dicho sistema, no cuando es un complemento en la información. Valero comenta: “La infografía cubre aspectos informativos a los que no suele llegar el texto o la fotografía, al igual que ésta tampoco puede entrar en otros que por su naturaleza no suelen contener elementos propios del grafismo, como son todo tipo de aspectos inmateriales de difícil representación o del terreno de las opiniones (2011: 2).

También los infografistas hacen alusión a la función de **síntesis** de la información para hacerla más comprensible, es decir una postura que relaciona la infografía con la noticia. Miguel De Lorenzi, Jefe de Arte de *La Voz del Interior* durante el período estudiado, dice que se trata de una “graficación de un determinado acontecimiento que puede haber transcurrido en unos pocos minutos o a lo largo de mucho tiempo”, y agrega que “es una combinación de íconos y palabras” (Ortíz; 1996: 98). Por su parte, Jaime Serra, director de Arte de *Clarín* en la etapa que aquí se estudia, señala que la infografía “une diseño, ilustración y periodismo”. Y agrega: “tiene la capacidad de contar cosas que no pueden ser vistas por el ojo humano. Podemos manejar el tiempo. Una secuencia que ocurrió en varios pasos la podemos mostrar en uno solo o viceversa. Podemos destripar cualquier cosa mejor que en un desguace. Podemos colocarnos en el lugar de cualquier fotógrafo hubiese deseado estar para captar la mejor imagen.” (1998: 2) y agrega que la incorporación de tecnología en los años de 1990 mejoró la calidad, la cantidad y la rapidez en la elaboración de infografías<sup>103</sup>. Una vez más, aparece aquí la dimensión tecnológica como determinante para el auge de la infografía periodística en el período que esta tesis aborda.

Asimismo el profesor español Jesús Canga Lerequi dice que la infografía podría ser definida como: “La técnica que permite difundir, sobre un soporte escrito o

---

<sup>103</sup> Dice Serra: “Las computadoras Macintosh han hecho posible que el trabajo que antes nos llevaba una semana, hoy se pueda producir con la rapidez que exigen los medios. Las infografías han aumentado en cantidad y en complejidad, y este es el motivo de que hoy se hable de ellas” (1998: 2).

audiovisual, informaciones periodísticas expresadas gráficamente mediante el uso de procedimientos informáticos y que permiten al receptor captar visualmente la esencia del mensaje” (1994: 141).

La cuestión de considerar la infografía como una unidad independiente, ha estado muy presente en los primeros acercamientos al estudio de la infografía. En el artículo “Periodismo iconográfico: ¿Es la infografía un género periodístico?”, publicado en 2002, Carlos Abreu Sojo recoge los aportes de diferentes especialistas sobre la infografía (docentes, investigadores, periodistas), de diagramadores y diseñadores acerca del concepto de infografía y si puede o no ser entendida como un género periodístico. En el último caso, en la indagación a diseñadores e infografistas, el estudio plantea una tendencia a considerar la autonomía informativa de la infografía, y en este sentido a poder pensarla como un género, en tanto presenta una “estructura claramente definida, finalidad informativa, marcas formales que se repiten en diferentes trabajos y sentido por sí misma” (2002). Dos de estos argumentos, “que tiene sentido por sí misma” y su “carácter informativo”, fueron los que más se reiteraron. Pero, en el mismo relevamiento once de los cuarenta diagramadores/infografistas consultados, opinan que la infografía no puede desligarse del texto informativo y que se trata de “un recurso” o un “instrumento” para ampliar o complementar otros géneros, o una “nueva forma de presentar la información”. Si bien se trata de una encuesta muy reducida en su tamaño, y sólo circunscripta a una capital latinoamericana y a un grupo de profesionales<sup>104</sup>, resulta interesante porque ofrece una pauta acerca de la discusión que se desarrollaba en el período que estudia esta tesis.

Sí aparece claramente en las conceptualizaciones revisadas hasta aquí, un común denominador, se trata de la vinculación de la infografía con la forma, con la presentación. Es probable que esta mirada focalizada en la forma, y el modo de presentación de las infografías, siempre enmarcadas con filetes a manera de

---

<sup>104</sup> El relevamiento consistió en una encuesta realizada a 40 diagramadores de diarios de Caracas, capital de Venezuela: *El Nacional*, *El Universal*, *Ultimas Noticias*, *Bloque De Armas*, *El Globo*, *TalCual*, y *Así es la Noticia*. El instrumento se aplicó entre abril y mayo de 2001. Cabe señalar que Abreu Sojo se inclina por entender la infografía como género periodístico, aportando una serie de argumentos que se reiteran en otros autores, entre ellos, que la infografía, aun cuando acompañe un mensaje escrito, tiene sentido por sí misma, que constituye una unidad informativa, que dice y muestra información suficiente para comprender un hecho sin necesidad de otros soportes textuales, etc. I Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101.htm>.



recuadro, incluyendo títulos y textos explicativos, hayan derivado en una presunta independencia del texto informativo, sin tomar en cuenta que en realidad lo que propone la infografía es mostrar de manera simplificada ese texto escrito.

Por otro lado, no se advierte, en el recorrido que se ha realizado, que existan argumentaciones sólidas, teóricas y empíricamente, para pensar que la infografía, en el contexto del periodismo gráfico, pueda autonomizarse de la noticia. Al momento de revisar el corpus no se ha advertido la inclusión de infografías de hechos enteramente nuevos, que no hayan sido explicados previamente mediante el texto escrito. En este sentido, se intuye que sin un conocimiento previo resulta dificultosa para un lector no especializado (el del periodismo) la interpretación de datos mediante esquemas, gráficos o imágenes en general.

Los autores consultados coinciden en señalar que las características básicas de una infografía son: aportar información para comprender un hecho; incluir el texto necesario, en forma sumaria, para poder responder a las preguntas clásicas de la noticia (*qué, quién, cómo, dónde, cuando y por qué*); puede estar o no acompañada de texto complementario, lo que implica que debe tener cierta unidad e independencia informativa –lo que no anula su carácter de paratexto-; y debe, preferentemente, incluir un título (Canga Larequi; 1994; De Pablos; 1999; Valero; 2001, 2008, 2011; Peltzer, 1991).

Si bien en la bibliografía sobre infografía no se hace alusión al paratexto, la relación con el formato, con la presentación, con la materialidad del discurso periodístico permite inferir que se trata de un elemento del paratexto. Más aún porque al remitir a la forma, los autores consultados insisten en que se trata de una combinación de elementos visuales, una presentación impresa de imagen + texto; una forma visual de presentar la información y también hacen de manera reiterada, alusión a una función: *resumir, esclarecer, sintetizar* (el texto escrito) y vinculan la infografía con la prensa gráfica.

Es decir, hay un soporte, una materialidad que contiene a la infografía, una superficie en la que se despliega el texto escrito y la imagen, aparece acompañando la noticia en el marco de la superficie del periódico. Está allí para mostrar, resumir, simplificar el hecho, la noticia. Se trata de un recurso que surge acompañando la renovación tecnológica de las redacciones, y en tanto acompaña

al texto periodístico, se ubica fuera de él, rodeándolo, y está allí para decir algo (*resumir, mostrar, simplificar*) en una vinculación estrecha que determina, contiene y particulariza ese discurso informativo.

Entonces, es posible adelantar que la infografía aparece en el período estudiado como un nuevo recurso paratextual utilizado por el periodismo gráfico. Surge, de manera generalizada, simultáneamente con la incorporación de nuevas tecnologías en las redacciones. Se trata de una combinación de elementos visuales y tipográficos, que siempre está relacionada con el texto informativo, y que tiene por función facilitar la comprensión o comparación de sistemas o acontecimientos, es decir, simplificar la complejidad de los acontecimientos o procesos que se convierten en noticia. Esta vinculación fortalece el carácter paratextual de la infografía, ya que se muestra al servicio de otra cosa que constituye la razón de ser del periodismo: la noticia. Se insiste en que **no se trata de reemplazar la noticia, sino de simplificarla**, hacerla más asequible y más fácilmente comprensible.

Pero para poder avanzar en esta idea de pensar la infografía como un elemento del paratexto, se hace necesario recordar las nociones generales que sobre este tema, Genette (2001) propone para el libro, para lo cuál se avanzará, en el capítulo siguiente, en una traslación de esos elementos al periódico. Aunque previamente resulta necesario abordar dos aspectos: por un lado, los antecedentes históricos de la infografía en el marco de la prensa gráfica, con el objetivo de mostrar la vinculación que siempre ha tenido con la noticia, y por el otro, los elementos que componen la infografía y que colaboran con el ordenamiento y resumen de la información.

### II.1.1. Antecedentes históricos

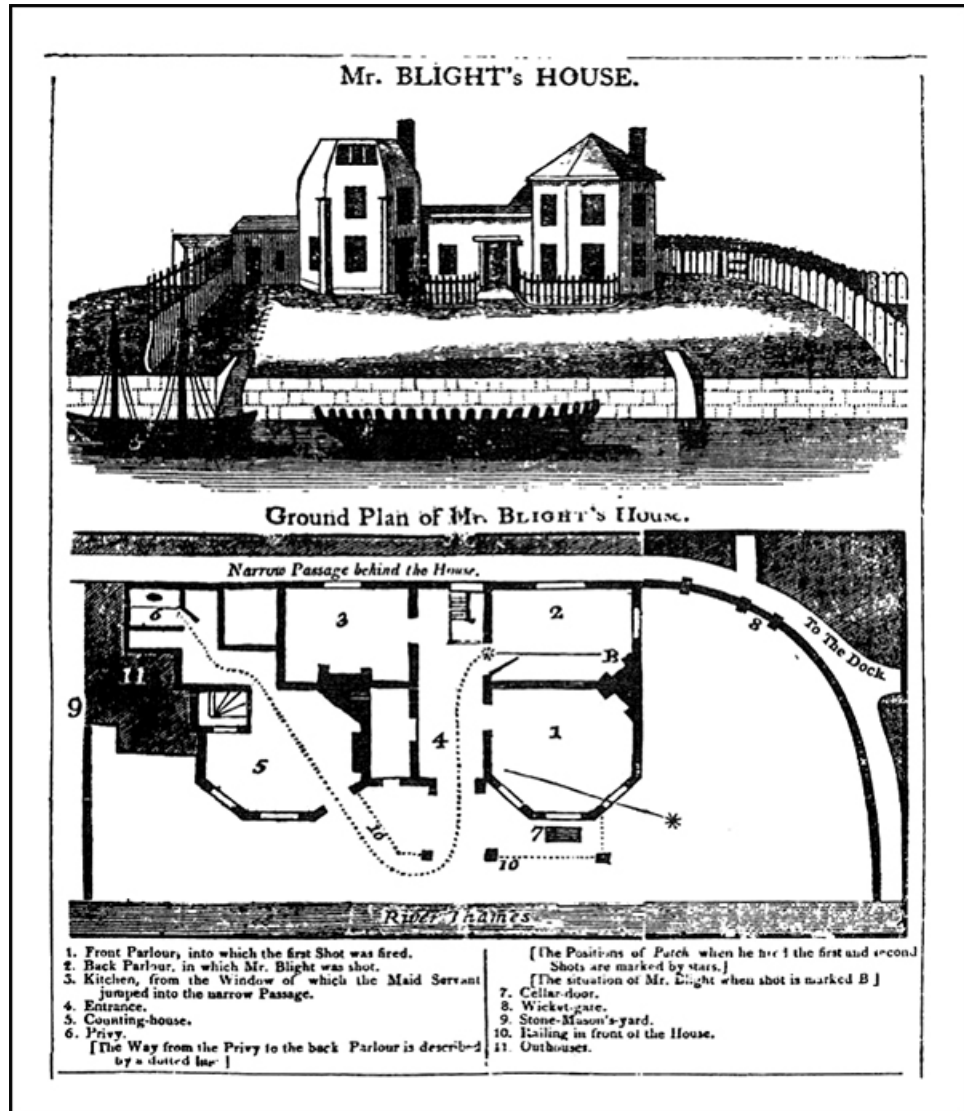


Figura 16. *The Times*, el 7 de abril de 1806

Los datos con los contamos (Peltzer; 1991, Valero Sancho; 2001, De Pablos; 1998) ubican al primer gráfico informativo, en la portada del diario *The Times*, el 7 de abril de 1806 (figura 16). Se trata de un dibujo sobre el asesinato de un hombre, muestra una vista y un plano de la casa de la víctima y detalla el

recorrido realizado por el asesino, la trayectoria de la bala y los movimientos de la víctima hasta que murió<sup>105</sup>.

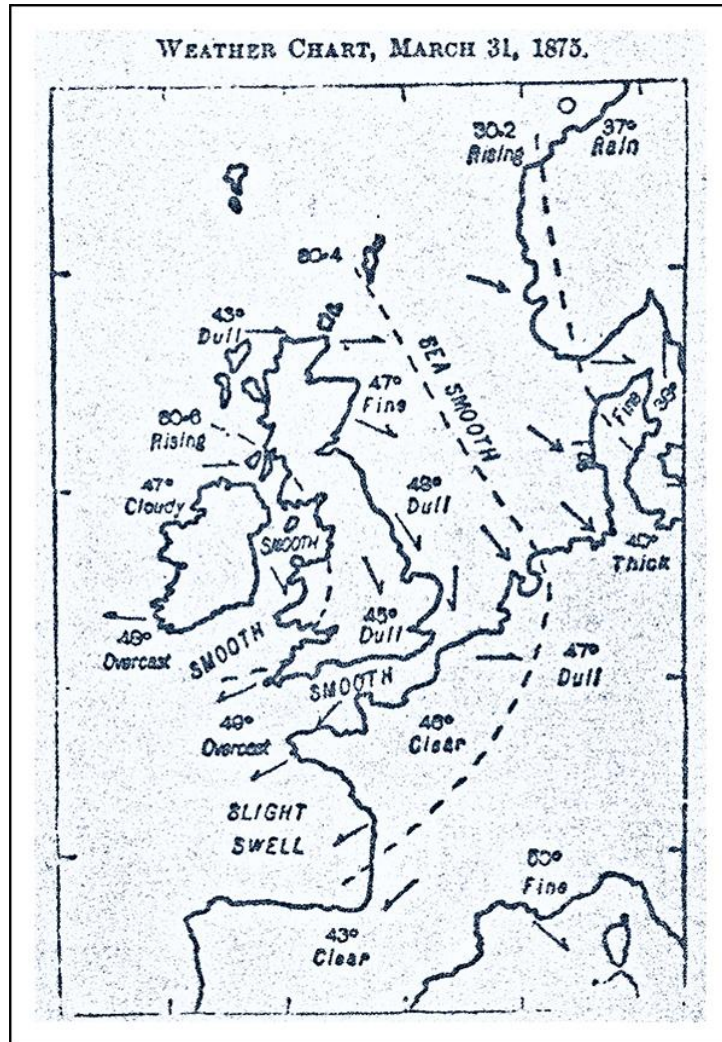


Figura 17. *The Times*, el 1 de abril de 1875

Las mismas fuentes señalan la inclusión en *The Times*, el 1 de abril de 1875 (figura 17), de un mapa meteorológico que explicaba cómo se había desarrollado el clima el día anterior, se advierte en el mapa una serie de grafismos, líneas y

<sup>105</sup> La imagen fue reproducida en Peltzer, G. (1991) y en otros textos posteriores. Dice Peltzer: “se trata de la información del asesinato de un tal Isaac Blight. *The Times* publica dos imágenes en la parte alta de la página: una vista de la casa de Blight en la rivera del Támesis, y debajo un plano de la casa, con referencias numeradas y los pasos del asesino –Richard Patch- desde un retrete donde se había escondido, hasta el sitio en que disparó su arma. También aparece la trayectoria de la bala y el lugar donde se hallaba Blight y donde cayó muerto. Al pie aparecen las explicaciones de los números de referencia del gráfico” (1991: 109/110).

flechas, que permiten comprender la dirección del viento como así también las variaciones en la temperatura y en la presión atmosférica.

Además, en la historia del periodismo, se ubica a Peter Sullivan como uno de los pioneros de la gráfica en el periodismo. En 1967, ingresa al *The Sunday Times* y permanece allí por veinticinco años. El trabajo que realizaba entonces, junto a un grupo de discípulos, era a mano, sin el uso de la computadora. A partir de la inclusión de gráficos en el diario, otras publicaciones que se editaban simultáneamente comienzan a evidenciar la necesidad de mejorar la presentación visual de sus páginas<sup>106</sup>. Otra de las referencias claves en el estudio de la infografía es, sin dudas, el diseñador Nigel Holmes y su destacado paso por la revista *Time*. En la década del 1970, creó una importante sección de infografía en dicha revista que posteriormente marcaría un hito relevante en el resto de las publicaciones gráficas. Cabe señalar que por entonces, esos gráficos estaban realizados a mano<sup>107</sup>.

La Guerra del Golfo (1991) marca un cambio fundamental en la cobertura periodística de un conflicto armado. Si bien el control de la información ya se había puesto en práctica en la guerra de Malvinas, es en Irak donde se advierte con mayor claridad: “En la guerra ‘virtual’ de alta tecnología como fue la ‘tormenta del desierto’, la cámara sencillamente no podía –y no se le permitía– acercarse lo suficiente para ver la matanza” (Walker, I.; 1997:307). Años más tarde, el papel del periodismo y de los reporteros gráficos en esa guerra fue duramente criticado y también cuestionada la relación del *tiempo real*, el *directo televisivo* con la *verdad de los hechos*. Hay que señalar que las condiciones tecnológicas de los medios de comunicación estaban dadas para que esto así ocurriera. Para ese momento la mayoría de las salas de redacción ya estaban computarizadas y empleando un sistema de impresión fotográfica que mejoraba muchísimo la calidad de las imágenes. Es aquí cuando la utilización de gráficos

---

<sup>106</sup> Peltzer reconstruye el relato de Peter Sullivan sobre sus comienzos en la gráfica informativa, y específicamente, el modo en que graficó en 1963, el asesinato de John Kennedy (1991: 165).

<sup>107</sup> Véase el comentario de Alejandro Piscitelli sobre el “graficador estrella” del *Times*, Nigel Holmes en <http://www.filosofitis.com.ar/2009/07/24/small-worlds-el-gran-nigel-holmes-en-buenos-aires/>. Fecha de consulta abril de 2013

suplanta la falta de información y de imágenes tomadas en el lugar de los hechos<sup>108</sup>.

De Pablos afirma que durante el período de conflicto (desde la invasión iraquí a Kuwait en agosto de 1990, hasta febrero de 1991) “la infografía periodística se manifestó en todas sus altas posibilidades comunicativas” (1999: 59). La falta de información debido a la censura impuesta por Estados Unidos y la escasez de datos y de fotografías desde el frente de batalla, puso al periodismo a “dibujar la acción”<sup>109</sup>. Los mapas no sólo localizaban el lugar, sino que además daban cada vez más referencias. Del sencillo mapa lineal, por lo general bidimensional y en blanco y negro, se pasó a mapas con relieve, en color y con información adicional. En poco tiempo la realización de gráficos fue parte de la rutina periodística. Por ejemplo, el departamento de gráficos del *New York Times* enviaba diariamente a sus servicios asociados tres tipos de gráficos standards: un mapa meteorológico, otro de desarrollo de la batalla y uno más con el resumen de los acontecimientos, donde se detallaban, además, los hechos más destacados del día (De Pablos; 1999: 61/62). Es decir, el periodismo utiliza un recurso en forma diaria, la infografía, que le permite explicar hechos complejos, que están muy lejos de la vida cotidiana de los lectores, como lo es una guerra no tradicional, con una fuerte impronta tecnológica, y además, en un escenario cultural desconocido para occidente.

---

<sup>108</sup> Esta situación se reiteró años más tarde con el ataque aliado a Sarajevo y también a Afganistán.

<sup>109</sup> Dice De Pablos: “En aquella dinámica de mostrar lo desconocido o lo que necesita de una explicación gráfico-textual, llegado el momento de la guerra, los periódicos pudieron mostrar iconográficamente los detalles de lo que no podían enseñar de mejor manera con fotografías” (...) “Con el paso de los días quedó claro el dónde y se presentó la necesidad de hablar de quién y de cómo eran las fuerzas que podrían llegar a las armas, de cuáles eran sus dispositivos, de qué efectivos disponían, de cuánto costaba la aventura militar, qué nuevas tecnologías se aplicaban o cómo eran los grandes portaaviones...” (1999:61/63)

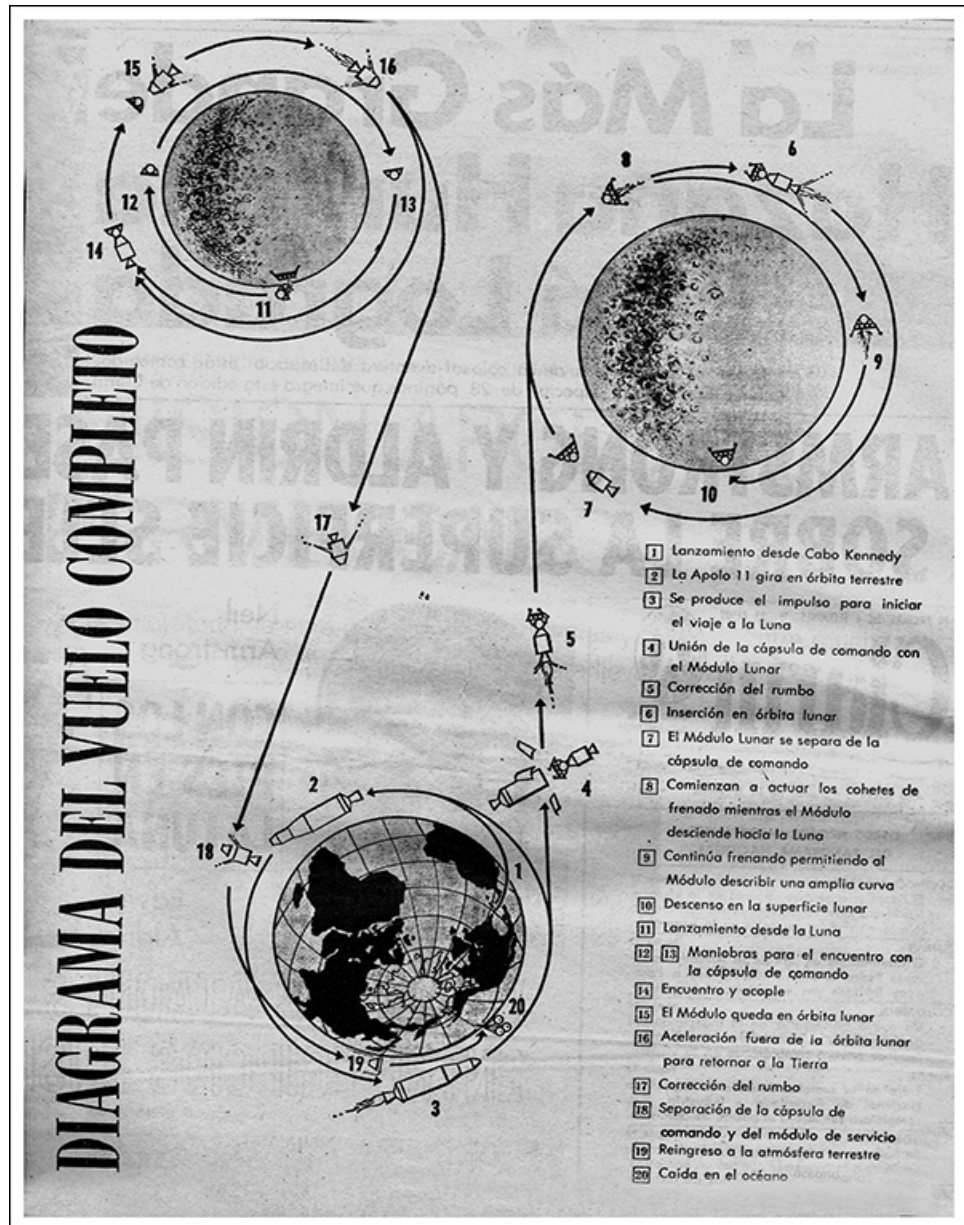


Figura 18. *Clarín*, 21 de julio de 1969

Pero bastante tiempo antes, en 1969, cuando por primera vez el hombre llegó a la luna, el diario *Clarín* realizó un gráfico que en la actualidad se podría denominar una “infografía” que explica el funcionamiento de un sistema (figura 18). Sin los adelantos técnicos de la computación y con excesivas referencias que toman confusa su lectura, el dibujante intentaba explicar el recorrido de la nave Apolo 11 y todas las fases por las que atravesaba hasta alunizar. Si bien, el momento en que Niel Armstrong posó su pie sobre la Luna fue transmitido por televisión en todo el mundo, resultaba muy complejo para el lector común comprender (y *ver*) las

etapas del vuelo a las que se hacía alusión de manera permanente en los medios de comunicación. El objetivo en este caso, era *mostrar/explicar*, a través del gráfico, aquello que sólo los expertos podían entender: las fases de la puesta en órbita de esa nave espacial. Es decir, vincular la infografía con los datos de la noticia.

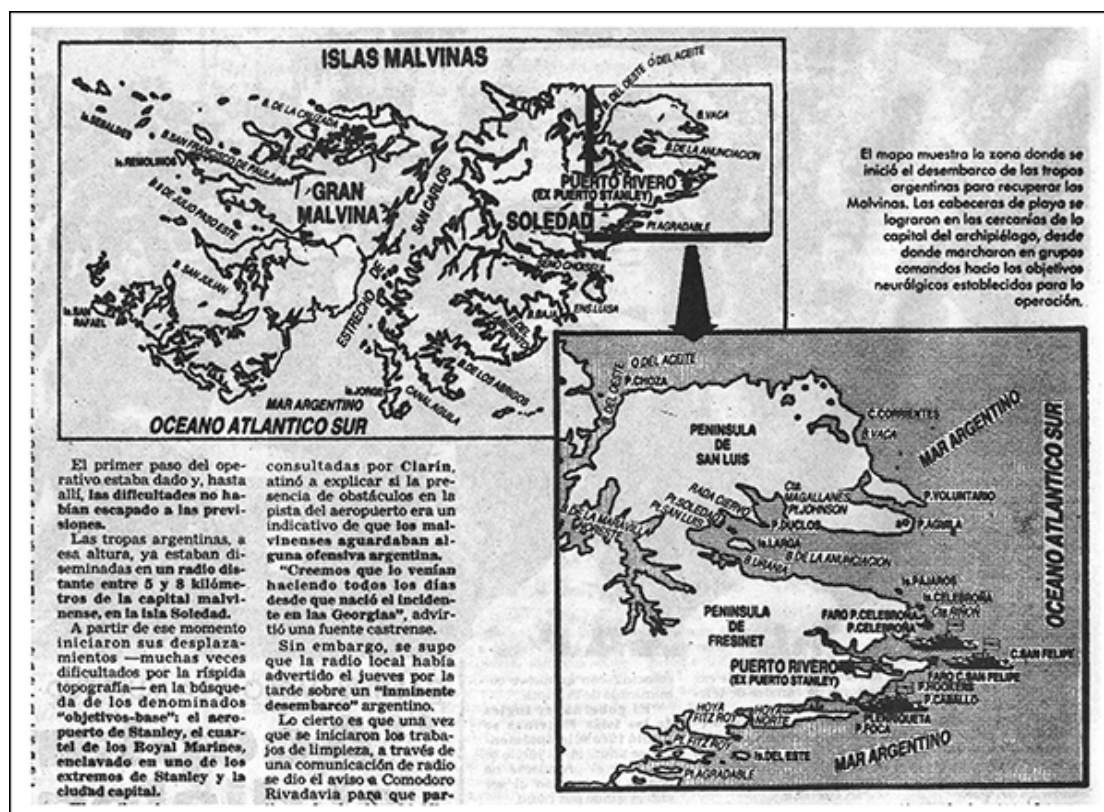


Figura 19. Clarín, 3 de abril de 1982

Mucho más cerca en el tiempo (1982) (figura 19), el mismo diario (y también *La Voz del Interior*) publicaron mapas sobre las Islas Malvinas en las que se señalan de manera especial los lugares de conflicto y también los recorridos que realizaban ambas partes<sup>110</sup>. Años más tarde, en el 2003, el diario porteño publicó el mismo mapa, pero ya realizado en computadora, con el agregado de relieves y puntos de referencias

<sup>110</sup> En los dos casos la publicación era todavía en blanco negro. Recordemos que recién se incorpora el color en las imágenes a partir de la incorporación del sistema offset



## II.1.2. Los elementos que la componen

Del relevamiento del corpus surge que las infografías siempre se muestran bien diferenciadas de la noticia, aunque acompañándola, ocupando un espacio que no se confunde con el texto en una estructura gráfica que delimita los bordes; enmarcada con filetes de distinto grosor, al menos en la parte superior e inferior. También se han encontrado infografías que se presentan totalmente recuadradas, aunque ello no impide leerlas de manera vinculada con la noticia<sup>111</sup>. Además, todas presentan un título (esta característica no sólo fue observada en el corpus estudiado sino también en el relevamiento realizado en otros diarios nacionales y extranjeros), que se ubica en la parte superior, breve, conciso, muy claro, pero en estrecha relación con la noticia. Siempre remite a aquello que la noticia describe, explica o narra. La tipografía del título es variada. En su mayoría se presenta en negrita y mayúscula sostenida, aunque no hemos observado que se trate de una regla general. Las que están impresas en blanco y negro, por lo general incluyen títulos en letras negras sobre fondo blanco, y las variantes son mayores cuando se trata de las publicadas en color. También se ha encontrado, en aquellas que dan cuenta de varios aspectos de la información, bajadas o subtítulos que van ordenando la lectura. En todos los casos se observa una gráfica, a veces sumamente abstracta, como es el caso de las barras, las tortas o las líneas de tiempo, y otras que remiten a una imagen con características más referenciales<sup>112</sup>. Todas las infografías incluyen textos breves, que aclaran o delimitan la

---

<sup>111</sup> Véase por ejemplo “Los usuarios a lo largo del mundo”, acompaña el informe especial “La World Wide Web en cifras”, *Clarín*, 15 de abril de 1997, p.5, Suplemento Lo Nuevo; “Dónde se compraron las armas en 1999”, acompaña el informe especial “En la Argentina se compra un arma cada 10 minutos”, *Clarín*, 12 de marzo de 2000, p.48.

<sup>112</sup> Para el caso de las gráficas más abstractas, véanse los ejemplos de la nota 17 y 18, para las más referenciales “Pacientes vulnerables”, *La Voz del Interior*, 19 de junio de 2001, p. 18A, muestra el dibujo del cuerpo de una mujer. También “Señas de identidad”, *La Voz del Interior*, 10 de noviembre de 2000, p. 5 Suplemento Temas, sobre un dibujo de un entorno barrial de casas humildes, la infografía da cuenta de las características de una “villa tipo”. “Radiografía”, *Clarín*, 2 de julio de 2002, p. 39, Suplemento Deportes, realizada sobre una fotografía de cuerpo entero del tenista David Nalbandián. El mismo caso en “Radiografía de cuerpo entero”, *La Voz del Interior*, 1 de abril de 2001, p. 2C, realizada sobre una fotografía de cuerpo entero del cantante Alejandro Sanz.

información. En las líneas que siguen se ejemplificarán los elementos de las infografías.

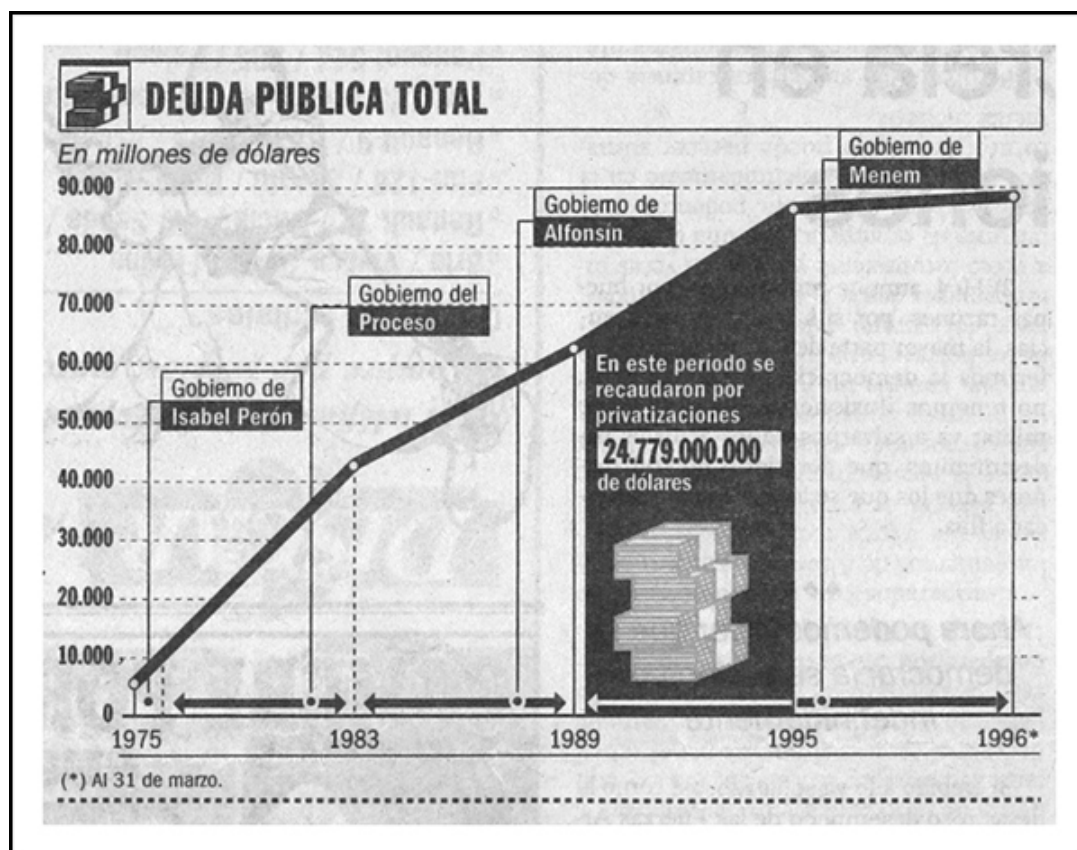


Figura 20. *Clarín*, 28 de junio de 1996, sección Economía, p. 20

El 28 de junio de 1996, el diario *Clarín* publica en la página 20, en la sección Economía, la noticia “La deuda pública total llegó a 88.140 millones de dólares”. El título se destaca por su tipografía y además por ocupar todo el ancho de la página. Acompaña al desarrollo de la noticia una infografía que se ubica en el centro de la página, a dos columnas, bajo el título “Deuda Pública Total” (figura 20) en negrita, mayúscula sostenida, sobre fondo blanco. Se trata de un gráfico que marca una línea de evolución de la deuda pública desde 1975 al 31 de marzo de 1996.

El tema se muestra mediante una gráfica que en su coordenada vertical da cuenta de los millones de pesos y en la horizontal los años que corresponden a los distintos gobiernos. Además de la línea de evolución, otras líneas auxiliares señalan los años de los anteriores gobiernos para lo que se utiliza un texto corto

referencial (“Gobierno de Isabel Perón”, “Gobierno del Proceso”, etc.), y remarcado, con una trama oscura y una figura que simboliza el dinero (fajos de dinero apilado), un breve texto en blanco que alude al período en que se realizaron las privatizaciones de las empresas del estado. En el borde inferior sólo hay una aclaración, un asterisco que remite a una fecha (“Al 31 de marzo”) y por debajo una línea de puntos que separa la infografía del resto del texto. Entonces: incluye un título referencial, en recuadro sobre fondo blanco en la parte superior de la infografía; tipografía auxiliar (en textos breves o en números); filetes, en los bordes superior e inferior. No agrega créditos ni fuentes<sup>113</sup>.

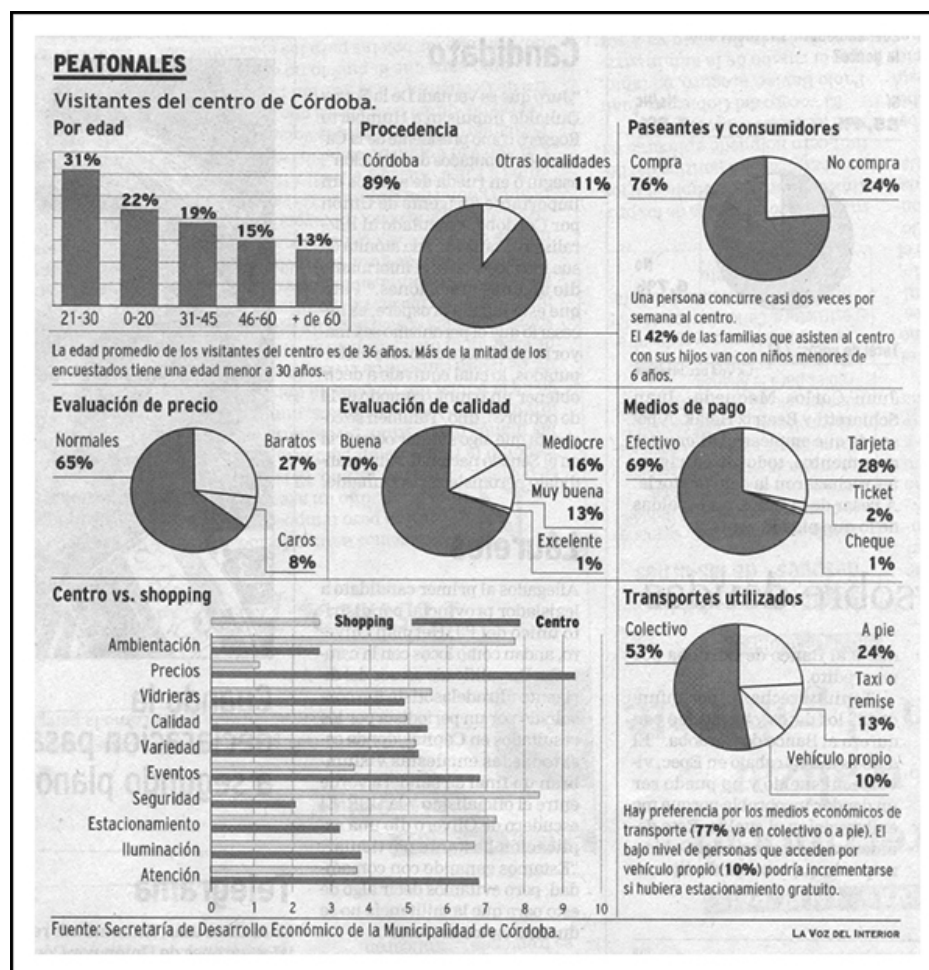


Figura 21. *La Voz del Interior*, 8 de octubre del 2001, Sección Economía p. 10.

<sup>113</sup> Véase igualmente “Qué eligen los norteamericanos”, acompaña la noticia “Un sistema electoral que funciona hace 212 años”, *La Voz del Interior*, sección Internacionales, 5 de noviembre de 2000, p 3A.; “La marcha de la recaudación”, acompaña a la noticia “La recaudación fiscal baja el 33%” *Clarín*, 31 de diciembre de 2001, p. 21; “La despedida”, acompaña a la noticia “El mundo del revés: la Bolsa subió 17,5%”, sección Economía, *La Voz del Interior*, 21 de diciembre de 2001; p 18A.

Otro ejemplo, se incluye en *La Voz del Interior* del 8 de octubre de 2001, con una noticia que da cuenta de una encuesta realizada por la Municipalidad de Córdoba acerca del consumo de la población local<sup>114</sup>. La noticia se desarrolla a todo el ancho de la página. La infografía que acompaña esta información (figura 21), ocupa tres de las seis columnas de la página, y tiene semejanzas y algunas diferencias con el ejemplo anterior, aunque ambas den cuenta de datos estadísticos.

Al igual que la anterior infografía, incluye un título: “Peatonales”<sup>115</sup>, en negrita, mayúscula sostenida. A diferencia del primer ejemplo, no se trata de un título referencial, y además incluye una bajada (“Visitantes del centro de Córdoba). La infografía, está compuesta por ocho gráficos más pequeños (de torta y de barras), cada uno con su título, que cumplen la función de subtítulos de la infografía general y que dan cuenta de las características del público encuestado, que es el que frecuenta los comercios del centro de Córdoba (“Por edad”, “Procedencia”, “Medios de pago”, etc.). Cada uno de esos ocho gráficos, separados por delgadas líneas, incluyen, al igual que en el ejemplo anterior, textos breves y números que señalan valores y dimensiones, y tramas para diferenciar los datos que se exponen<sup>116</sup>. En este caso, en el borde inferior, se agregan la fuente (“Secretaría de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Córdoba”) y los créditos (*La Voz del Interior*).

---

<sup>114</sup> Véase la infografía “Peatonales”, acompaña a la noticia “Para la mayoría, el centro es bueno y barato”, *La Voz del Interior*, Sección Economía, 8 de octubre de 2001, p. 10

<sup>115</sup> En la ciudad de Córdoba, el microcentro se sitúa entre las calles peatonales. Además la palabra, “Peatonales” también remite a la gráfica humorística de Carlos Ortiz, que se publicó en *La Voz del Interior* los días domingo hasta el 2000, año de la muerte del dibujante

<sup>116</sup> Véase también “Los usuarios a lo largo del mundo”, acompaña el informe especial “La World Wide Web en cifras”, *Clarín*, 15 de abril de 1997, p.5, Suplemento Lo Nuevo; “Un mundo de libros, películas, teatro y música”, acompaña al informe especial “Artistas e intelectuales, a pesar de todo”, *Clarín*, 1 de agosto de 1999, p. 8, Suplemento Zona.

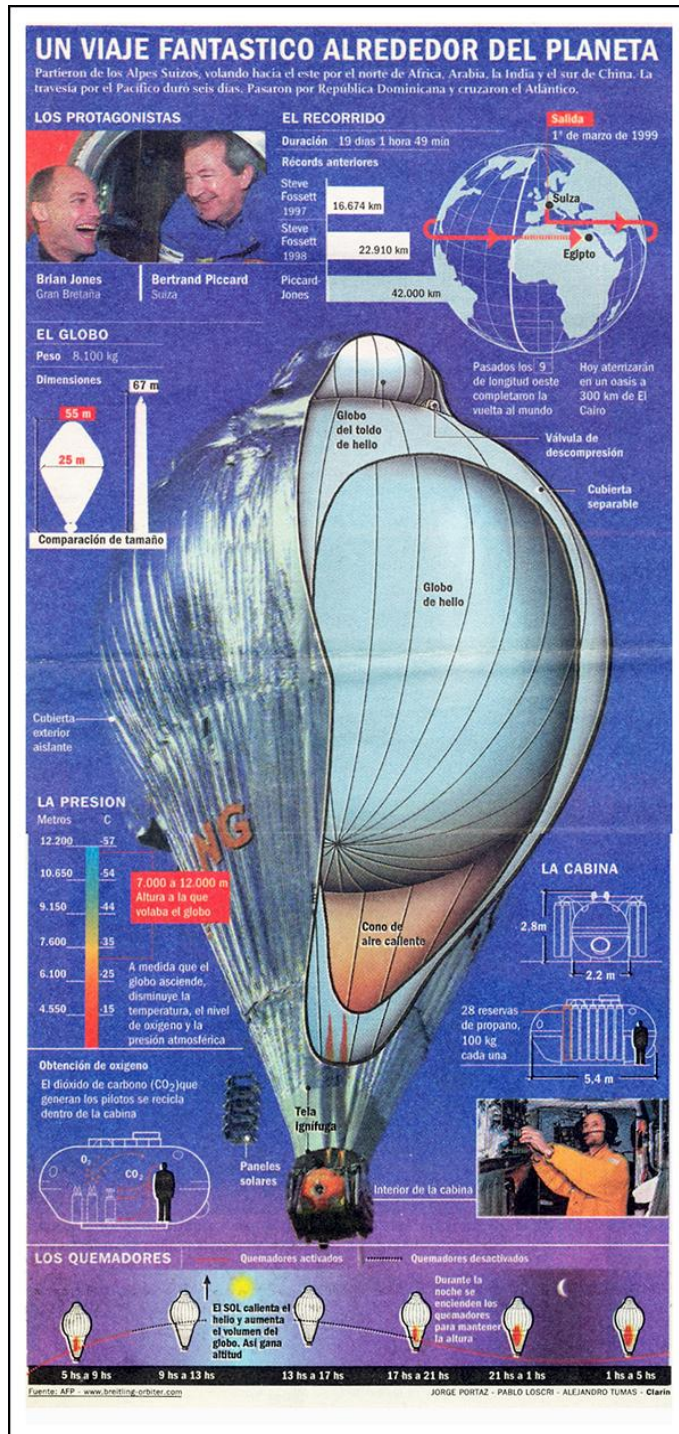


Figura 22. Clarín, 21 de marzo de 1999, pp 42 y 43

Otros ejemplos del período estudiado, aunque con un desarrollo más elaborado en relación a la imagen y con inclusión de mayor cantidad de datos informativos y de gráficas, conservan el título, diferenciado del de la noticia; los subtítulos; los textos explicativos, los créditos y en algunos casos, la fuente. La infografía “Un

viaje fantástico alrededor del planeta” (figura 22) retoma la aventura de los tripulantes del globo Breitling Orbiter III, que completó la vuelta al mundo sin escalas en 19 días, 1 hora y 49 minutos<sup>117</sup>. Realizada a todo color, ocupa más de la mitad de la página en sentido vertical. Incluye una gráfica del globo, que se ubica en el centro ocupando el mayor espacio de la infografía y mostrando, en un corte longitudinal, las diferentes capas que lo componen. Alrededor del dibujo se incluyen otras gráficas y dos fotografías, todas con sus respectivos subtítulos y con textos auxiliares que hacen posible la comprensión de un objeto no habitual para el común de las personas. También se agrega la trayectoria, utilizando la gráfica de un mapamundi; comparaciones de tamaño, funcionamiento de los quemadores, la presión y la cabina. Además se añaden fuente y créditos (nombres de los infografistas, además de *Clarín*).

---

<sup>117</sup> Véase la infografía “Un viaje fantástico alrededor del planeta”, acompaña a la noticia “Por primera vez en la historia dan la vuelta al mundo en globo”, diario *Clarín*, 21 de marzo de 1999, pp 42 y 43. También “La intervención paso a paso”, acompaña a la noticia “Evoluciona bien la mujer a la que se le reimplantó la mano izquierda”, *La Voz del Interior* 9 de marzo de 1999, p 16A.; “El temblor que llegó a la Capital”, acompaña a la noticia “Un sismo en Chile se sintió en varios edificios porteños”, sección Información General, *Clarín* 19 de junio de 2002, p. 29; “La puesta en órbita”, acompaña a la noticia “Lanzarán el satélite argentino SAC-C para observar la Tierra”, *Clarín*, 19 de noviembre de 2000, p. 56

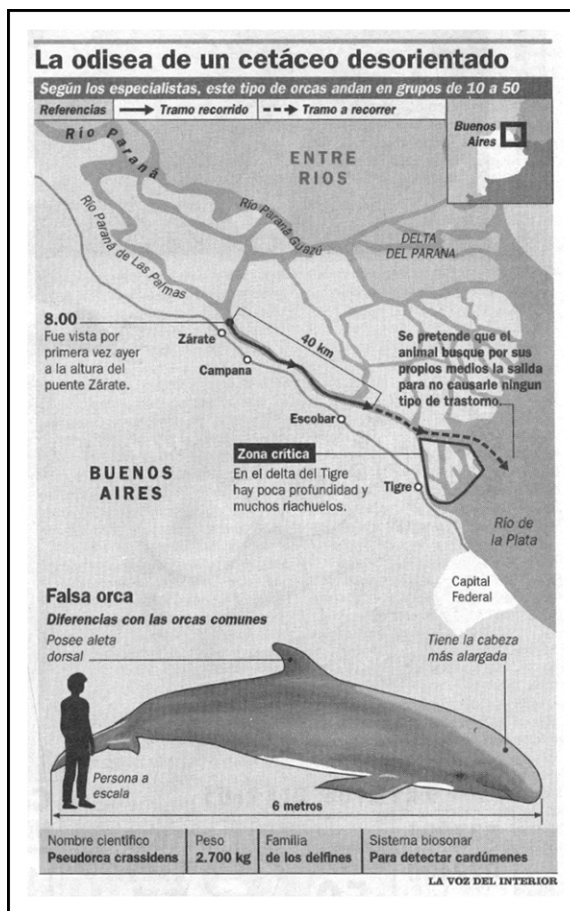


Figura 23. *La Voz del Interior*, 19 de octubre de 2000, p. 17A

Otro ejemplo, referido a la aparición de una orca en el río Paraná<sup>118</sup>, incluye un título principal (“La odisea de un cetáceo desorientado”), una bajada y subtítulos. Esta vez el recorrido se asienta sobre un mapa, y la gráfica auxiliar incluye distintos tipos de líneas y flechas (figura 23). Se utiliza el texto escrito para localizar y también para dar datos del animal. También aquí la comparación gráfica cetáceo/hombre.

Además, los distintos granos de las tramas utilizadas diferencian el mar (más oscuro), los ríos y la tierra. En el borde inferior, aparece el crédito (*La Voz del Interior*).

<sup>118</sup> Véase la infografía “La odisea de un cetáceo desorientado”, acompaña a la noticia “Insólita aparición de una orca en el río Paraná”. Diario *La Voz del Interior*, 19 de octubre de 2000. p.17A



Figura 24. *La Voz del Interior*, 23 de diciembre de 2000, p. 19A

El último ejemplo es el que explica cómo se realizó una ligadura de trompas a una mujer<sup>119</sup>. En esta oportunidad el infografista utiliza el dibujo que desarrolla en cinco cuadros diferenciados, todos en fondo blanco para mostrar el sistema reproductor femenino, la técnica utilizada en este caso y las otras posibles. Al igual que los ejemplos anteriores se advierte un título (“En qué consiste la operación”), subtítulos, y un texto auxiliar, que a modo de sumario da cuenta de distintos aspectos del procedimiento (figura 24). Incluye fuentes y créditos (*La Voz del Interior*).

Sólo en unos pocos ejemplos que abordan distintas temáticas y que se ubican en diferentes secciones en los diarios estudiados, es posible dar cuenta de la recurrencia de elementos que se observan en todas las infografías: títulos, bajadas,

<sup>119</sup> Véase la infografía “En qué consiste la operación”, acompaña la noticia “Autorizan a ligar trompas a una madre”, diario *La Voz del Interior*, 23 de diciembre de 2000, p. 19A



subtítulos, textos auxiliares, fuentes, créditos, y también en algunos casos gráficas auxiliares estandarizadas, tramas, fotografías o dibujos.

Dice Valero Sancho, que el título no debe faltar en una infografía: “Es un elemento introductor en lo formal y enmarcador del contenido; es su cabeza visible y debe, a su vez, situarse en el interior del recuadro infográfico, generalmente en la parte superior, aunque a veces se encuentra algo camuflado a modo de rótulo”. (2001: 104). De los textos afirma que no se concibe una infografía sin información escrita, que debe estar distribuido entre las imágenes, con distintas funciones: “unas veces como titulares, otras para describir los distintos elementos gráficos actuando como pie explicativo de fotografía o dibujos, otras como leyendas aclaratorias”. También Canga Larequi dice, en relación a los textos escritos que contiene toda infografía, que deben ser “precisos” para ubicar el acontecimiento en el tiempo y en el espacio, y que debe contener “aunque de forma sumarial, nunca enciclopédica, la información suficiente para responder a las clásicas preguntas qué, cómo, dónde, quién, cuándo y por qué” (1994: 141).

Valero Sancho denomina a estos escritos “unidades gráficas elementales” y aquí incluye a los textos (imprescindibles: título, créditos, fuente, y aclaraciones sin las cuáles no se puede entender la infografía; y accesorios: los que sirven de apoyo u orientación); los números (que se agregan como nota con explicación o guiando una información secuencial); adornos figurativos (de formas standarizadas y que se suelen utilizar también acompañando a los cintillos); fotografías; recuadros, líneas y puntos de conducción; tramados y fondos. Además hace alusión a las “unidades gráficas complejas” a las que denomina *infogramas*. Por lo general se presentan en un recuadro, sin grado de autonomía con la infografía, aportando otros datos: por ejemplo localización mediante un mapa o plano; comparación mediante un gráfico, una tabla numérica, una leyenda. Se los utiliza con más frecuencia en las infografías que intentan explicar el funcionamiento de un objeto y sistema complejo. Valero Sancho los llama *infogramas* por su similitud con los fotogramas en el contexto de una secuencia cinematográfica, por si mismos no explican todo, pero resultan útiles para dar cuenta de parte de la información o de su contexto. Y agrega: “La infografía necesita de la sucesión de ideas

estructuradas y relatadas de manera organizada con un principio de unidad, jerarquía y equilibrio de grafismos, que va de lo importante a lo superfluo y de lo informativo, más visual y figurativo, a lo abstracto, estético, simbólico, etc.” (2011: 9)<sup>120</sup>.

Ya se señaló, siguiendo a los autores consultados y también teniendo en cuenta el corpus con el que se cuenta, que todas las infografías incluyen textos, a veces en forma de títulos, subtítulos, breves explicaciones, índices, números, etc. Valero Sancho señala que hay dos tipos de textos, aquellos que son *imprescindibles* (como por ejemplo los títulos, los créditos, las fuentes), sin los cuáles no es posible comprender una infografía; y aquellos textos que son *accesorios* que sirven de apoyo u orientación y que suelen aportar datos acerca de los detalles del evento<sup>121</sup>. Los textos que se utilizan como refuerzo, por lo general son presentados, en el corpus estudiado, en pequeños bloques acompañando la imagen o la gráfica que aclaran. Si se retoma la infografía del viaje en globo alrededor del planeta, es posible advertir cómo pequeños textos explicativos se ubican rodeando el dibujo del globo y aportando cada uno de ellos una arista de la información. También se observa esta inclusión de textos auxiliares en la infografía sobre el viaje de la ballena por el río Paraná<sup>122</sup>. Muchos de los ejemplos con los que se cuenta utilizan tipografías de palo seco en estos textos de apoyo, a veces en color blanco (invertida o negativa) sobre tramas de distinto color. En relación a las imágenes auxiliares, suelen aparecer, aunque no en todos los casos, a manera de

---

<sup>120</sup> Esta correspondencia entre los infogramas y los fotogramas, también resulta posible de hacer con los pictogramas o viñetas de los comics. En un ensayo ya clásico sobre el comic, Roman Gubern dice que cada pictograma o viñeta “representa una fracción de espacio en una fracción de tiempo. Es una selección analística espacio-temporal operada por el dibujante. Esta unidad pictográfica formará, con las que le precedente y con las que le siguen, la cadena sintagmática que formará la secuencia de montaje de un comic, y que tiene necesariamente una estructura elíptica, por la omisión de espacios/tiempos intermedios entre las viñetas, fácilmente sobreentendidos por el lector” (1981: 141/2)

<sup>121</sup> Véanse, por ejemplo, las infografías “La guerras del siglo”, *Clarín*, 26 de noviembre de 1999, p. 34.; “Operación Kursk”, acompaña la noticia “Se complicó el rescate del submarino”, *Clarín*, sección Internacionales, 16 de agosto de 2000, p. 41

<sup>122</sup> Véase además “Ataque contra la aftosa”, acompaña a la noticia “Se vacunaron ya dos millones de bovinos”, *La Voz del Interior*, sección Economía, 21 de febrero de 2001, p. 9A; “Un largo recorrido”, *Clarín*, 4 de setiembre de 2000, p. 10. También “Operación Kursk”.

iconos (formas figurativas con una función simbólica con alto grado de estandarización) y también fotografías<sup>123</sup>.

También se observan, con mucha frecuencia, los números. Siempre están presentes en las infografías que dan cuenta de datos estadísticos, y también para guiar las etapas de un acontecimiento o de un proceso. Aquí las variaciones son múltiples: destacados en negrita, subrayados, invertidos, en color, en distintos tamaño, etc.<sup>124</sup> Y para señalar o un recorrido de lectura o espacios/lugares, se utilizan puntos (de distinto grosor y colores) y también gráficas que remiten a las onomatopeyas de los comics, por ejemplo explosiones para dar cuenta del lugar donde ocurrió el accidente o donde cayó la bomba<sup>125</sup>.

Otro elemento que se incluye con frecuencia en las infografías y del que ya se ha dado cuenta en los ejemplos citados anteriormente, son las líneas y recuadros, cuya función es separar, delimitar, destacar algún tipo de información dentro de la infografía o la infografía toda en relación al resto de los elementos que incluye la página. Las líneas (rectas, curvas o de formas irregulares) conducen al lector por un camino deseado por el autor<sup>126</sup>. Pueden tener distintas características: llenas, punteadas, de distinto grosor y también color. Y los tramados, de distinto gramaje

---

<sup>123</sup> Véase, por ejemplo “En busca de la ciudad perdida”, acompaña a la noticia “Hallan ruinas de una importante ciudad de la Grecia antigua”, sección Información General, *Clarín*, 19 de octubre de 2000, p 36, incluye un mapa principal que hace las veces de fondo, otro de menor tamaño para una localización más amplia, y tres fotografías de menor tamaño.

<sup>124</sup> Véase, por ejemplo “Tres predios intercomunicados”, acompaña a la noticia “El Jardín Botánico será reinaugurado en diciembre”, *La Voz del Interior*, sección Gran Córdoba, 20 de noviembre de 2000, p. 13 A; también “Ataque contra la aftosa”; “Un drama que terminó bien”, *Clarín*, 15 de junio de 2000, p. 43

<sup>125</sup> Véase por ejemplo la infografía “El saldo de los desmanes”, acompaña a la noticia “Exigen que el Suoem pague por los destrozos”, *La Voz del Interior*, 20 de diciembre de 2001, p. A10. Allí se observa, sobre un plano de la Municipalidad de Córdoba, una serie de gráficas que simulan explosiones de distinto tamaño, para dar cuenta del daño producido al edificio en una protesta de trabajadores. Esta infografía también incluye textos auxiliares que remiten al número de destrozos y las reparticiones afectadas. También, la infografía “Los focos de la violencia”, diario *Clarín*, 23 de diciembre de 2001, p. 14 Sobre un mapa de Capital y Gran Buenos Aires, se localizan mediante puntos rojos los lugares donde hubo saqueos. En un infograma, un mapa auxiliar de todo el país, da cuenta de los lugares donde hubo desmanes. En la parte inferior de la infografía, separada por un filete negro gruesa, se traduce en números (de gran tamaño y color rojo) el resultado de la jornada de violencia También “Localidades donde se encontró el mosquito”, acompaña a la noticia “Alerta por el riesgo del dengue”, *La Voz del Interior*, sección Sociedad, 15 de noviembre de 2000, p. 18A.

<sup>126</sup> Además del ejemplo de la figura 22, ver “La secuencia de una tragedia”, acompaña a la noticia “Cinco muertos durante un intento de asalto en Palermo”, sección Información General, *Clarín* 3 de octubre de 2000, p. 35; “230 kilómetros de persecución”, acompaña a la noticia “Sangriento final de una fuga con rehenes”, *La Voz del Interior*, 14 de abril de 2000, p 20A.

e innumerables posibilidades de combinación, son muy utilizados en los distintos tipos de infografía para resaltar, diferenciar, comparar, etc.<sup>127</sup>.

Los temas que abordan las distintas infografías que se han relevado, están todas relacionadas con la noticia a la que acompañan. Siempre se presentan en la misma página, bajo un mismo título general (que es el de la noticia principal), ocupando un espacio que difiere según las características de la noticia. Noticia e infografía se presentan relacionadas, en una vinculación estrecha, subordinada la última a la primera, de la que toma los datos necesarios para mostrar el acontecimiento de manera resumida y simplificada.

Se avanzará en el punto siguiente en el paratexto y la prensa gráfica. En esa relación se encontrarán más elementos que permitirán avanzar en la idea que la infografía es un elemento del paratexto.

---

<sup>127</sup> Aquí resulta pertinente recordar que Jacques Bertin propone en su clásico libro "Semiologie graphique", las propiedades de las ocho variables visuales: las variables retinianas tamaño, valor, grano, color, orientación y forma, y su correspondencia con las dos dimensiones del plano, las coordenadas horizontal y vertical Bertin, J. (1969; 1982) Volveremos a este punto en la *Tercera Parte* de esta tesis.

## II. 2. PARATEXTO Y PRENSA GRÁFICA: BREVES REFLEXIONES

En las líneas que siguen se presentan algunas reflexiones en torno a la propuesta que hace Genette en su libro “Umbrales” (2001), relacionada con una conceptualización y clasificación de los elementos que rodean al texto. A partir de esa caracterización, se planteará una traslación de algunas de esas categorías para su aplicación al periódico, más específicamente durante el período estudiado en esta tesis, y también para continuar pensando a la infografía como elemento del paratexto.

Esta propuesta de traslación, fue iniciada por Alvarado (1994), que, aunque al igual de Genette se limitaba al libro, hacía referencia al paratexto en diarios y revistas en el convencimiento que “muchas de las observaciones a propósito del libro son válidas también para los medios gráficos” (1994: 13)<sup>128</sup>.

En un texto anterior, “Palimpsestos” (1989), Genette advierte que la paratextualidad es una de las relaciones transtextuales<sup>129</sup> por excelencia y en “Umbrales” realiza un exhaustivo análisis en el que caracteriza estos elementos que acompañan al texto, específicamente a la obra literaria. El teórico francés sostiene que el paratexto alude a la relación que el texto mantiene con los elementos que lo rodean: la tapa, las imágenes o ilustraciones, el título, las dedicatorias, los epígrafes, los prólogos, los epílogos, entre otros. Se trata de una relación entre dos planos discursivos, el texto y lo que se ubica fuera de él, rodeándolo en una vinculación estrecha que lo determina, lo contiene y lo singulariza. Dice: “Cualquier investidura estética o ideológica (‘bello título’, prefacio-manifiesto), cualquier coquetería, cualquier inversión paradójica que pone el autor: siempre un elemento de paratexto está subordinado a ‘su texto’, y esta **funcionalidad** determina lo esencial de su conducta y de su existencia”. (2001:16)<sup>130</sup>.

---

<sup>128</sup> Dice Alvarado: “Consideramos parte del paratexto tanto la tapa, la contratapa, la solapa y las ilustraciones de un libro, diario o revista, como el diseño gráfico o tipográfico, el formato y el tipo de papel, es decir, el soporte material del texto. (...) Podríamos decir que el paratexto es lo que queda de un libro u otro tipo de publicación sacando el texto principal” (1994: 13)

<sup>129</sup> Las otras relaciones de las que habla Genette son la intertextualidad, la metatextualidad, la hipertextualidad y la architextualidad que no abordaremos en este escrito (1989)

<sup>130</sup> El subrayado es nuestro.

Plantea que raramente el texto se presenta “desnudo”, dice que aparece acompañado de un cierto número de producciones –sean verbales o no- que le otorgan *presencia*, en el sentido de asegurar su existencia en el mundo. Y. establece algunas consideraciones generales para estudiar la materialidad del texto. Afirma que no es posible hacer una tipología del paratexto que resulte válida y aplicable a todos los textos, más bien, debe entenderse como un “conjunto heteróclito de prácticas y discursos de toda especie y de todas las épocas” (2001: 8), que se modifica en función de los autores, períodos, condiciones editoriales, ediciones de un mismo texto. De igual modo, las funciones del paratexto, aunque puedan describirse de manera general, difieren según la obra de que se trate y también el tiempo histórico. Es por ello que, en este escrito se insiste en una traslación acotada a un período, que es el de los años de la década de 1990, etapa que estudia esta tesis.

“El paratexto es (...) aquello por lo cual un texto se hace libro y se propone como tal a sus lectores, y más, generalmente, al público” (Genette; 2001:7). Entonces, es el paratexto el que confiere materialidad al texto, lo ubica en un espacio, le imprime una forma diferenciada y le otorga sentido, más allá del propio sentido del texto; le ofrece al autor la posibilidad de guiar al lector en su lectura.

El estudio de Genette abarca sólo al libro, pero es necesario señalar que tanto éste como el periódico comparten soportes con características contiguas o familiares: un espacio físico delimitado en el que se inserta el texto (literario o periodístico), un cierto ordenamiento a través de elementos paratextuales en tanto modo de presentación ante los lectores, el uso de una tipografía para los textos y otra para los títulos; la inclusión de dibujos o imágenes, etc.

La forma, la manera en que se presenta el texto, es tan importante en la prensa gráfica que, por ejemplo, en su clásico libro “Paren las Rotativas”, Carlos Ulanosky caracteriza varias de las publicaciones a las que alude, casi exclusivamente a partir de los elementos paratextuales que incluyen. Así, dice de un semanario ilustrado de principios del siglo XX: “Con la originalidad de su formato pequeño (13 por 23 centímetros), pero también por la potencia y

singularidad de sus caricaturas, se impone a partir de 1904 (...) Sus fotos e ilustraciones, con sus respectivos epígrafes en verso (...)” (1997: 28)<sup>131</sup>.

¿Ahora bien, cómo visualizar las fronteras de aquello que en la publicación es texto de aquello que no lo es? Si se traslada esta pregunta al periodismo gráfico, se advierte que el texto periodístico se ubica en una superficie gráfica y que se encuentra acompañado de diversas marcas que imponen significados, pero que no entran en la concepción general del texto escrito. Del mismo modo que en el libro, el texto periodístico nunca se presenta solo, a su lado se ubican señalamientos y marcas que le dan presencia, a la vez que lo caracterizan. Títulos, fotografías, infografías, dibujos, recuadros, blancos son todos elementos que se muestran en el espacio gráfico para cumplir algún tipo de función, proponer un camino de lectura, un recorrido posible.

Dice Genette que se trata de una franja, una zona de transición, pero también de transacción; “lugar privilegiado de una pragmática y de una estrategia, de una acción sobre el público, al servicio más o menos comprendido y cumplido, de una lectura más pertinente –más pertinente, se entiende, a los ojos del autor y sus aliados”. (2001: 8).

### **Acción sobre el público**

Por ejemplo, la renovación gráfica que adopta *La Voz del Interior* en 1995, tiene, entre otros objetivos facilitar el recorrido del lector por la página, organizándolo,

---

<sup>131</sup> El libro de Ulanosky hace constantes referencias a los elementos paratextuales de la prensa a través del siglo XX, aún sin designarlo como tal. Por ejemplo: “El 14 de mayo de 1928 la ya poderosa editorial del inglés Alberto Haynes saca *El Mundo*, diario ilustrado de la mañana que sería en rigor, el primer tabloide porteño. El tabloide era un tamaño menor que el habitual hasta entonces (...) Constituía una arrasadora novedad y como alternativa al tamaño ‘sábana’ impuesto por los principales diarios europeos a fines del siglo pasado” (1997: 39); “Los trabajos de Landrú aparecían en la extraordinaria *Tía Vicenta* y en *El Mundo*, donde sus observaciones humorísticas ocupaban un lugar privilegiado, ya que se ubicaban, novedosamente, en la tapa, a la altura de un comentario editorial” (ibid: 139); “El eslogan de la publicación [*Panorama*], de 132 páginas y encuadernada con lomo cuadrado (...)” (ibid: 154); “El 29 de julio de 1965 (...) apareció el número 1 del semanario *Gente*. Esa edición de 48 páginas [siete de ellas en color, ocho avisos de página completa] tuvo una tirada de 120.000 ejemplares y vendió casi 70.000” (ibid: 161); “[*Tiempo Argentino* era un] diario de diseño evolucionado y una tipografía exclusiva, era prearmado por los diseñadores con módulos a llenar, y proponía un buen equilibrio de blancos y negros” (ibid: 305); “*El Periodista de Buenos Aires* (...) era un tabloide con una gráfica novedosa y consistente para el medio local y con tapas especialmente brillantes, en donde se juntaban hasta ocho ‘llamadas’ periodísticas distintas por edición, fotos y dibujos” (ibid: 323).

creando un “orden visual” y en consecuencia promoviendo una lectura “más ágil” y “más fácil”<sup>132</sup>.

En cada uno de los comentarios en relación a las modificaciones en la superficie gráfica de un diario; en la justificación de los motivos que conducen al rediseño, siempre está el lector, como el blanco de todas las acciones, para él, por él, para hacer más fácil y placentera su lectura: esto es, una estrategia en función del lector. En este sentido, el entonces secretario General de Redacción de *La Voz del Interior*, Carlos Jornet, decía, en ocasión de presentar el rediseño que incorporaba el color a las páginas del diario: “La cosmética visual de un diario es únicamente válida se si traduce en una mejor comunicación con los lectores” (1995: 3).

De modo que cuando se habla de paratexto se está haciendo referencia a todos aquellos elementos que aparecen en la superficie escrita y que acompañan al texto, cualquiera sea el género abordado por este último. Esos elementos corresponden al espacio que se reserva para el texto, el modo en que se ubica dentro de la página, a la tipografía empleada, a los filetes y líneas que separan un texto de otro o que hacen visibles recuadros o columnas, a las imágenes, sean estas dibujos, fotografías o infografías, y a los blancos que siempre cumplen una función en la página. Pero además de estos elementos, especialmente atinados para el periodismo gráfico en general (diarios, revistas), existen otros propios del libro: índice, prólogos, notas, referencias bibliográficas, epílogo, etc. Todos estos aspectos, por separado, pero también en estrecha vinculación funcionan como un instructivo, un mapa, una guía para los lectores, en función de los recorridos previstos por el autor o editor.

El paratexto diferencia y caracteriza un texto. Lo hace singular y exclusivo. Puede haber distintas formas que contengan un mismo texto escrito, pero entonces se tratará de distintos textos. Una misma noticia puede aparecer en dos diarios diferentes. Puede incluso ser tratada de la misma manera, por ejemplo aquellas cuyo origen son las agencias de noticias, pero la disposición en la página (en la parte superior o inferior), el título (desplegado a una cantidad x de columnas, con o sin volanta, con o sin bajada), el acompañamiento o no de una fotografía o infografía, la inclusión de algún recuadro explicativo, le darán a esa misma noticia

---

<sup>132</sup> Véase *La Voz del Interior*, Suplemento Rediseño, 21 de setiembre de 1995



dos valoraciones diferentes, y en consecuencia dos modos de lectura. El paratexto hará que la información sea relevante en un diario y subsidiaria en otro.

Y es en el espacio gráfico donde se muestra toda la potencialidad del paratexto. El pasaje por una página puede darse tanto en sentido horizontal como vertical, lo que posibilita clasificar de manera diferenciada la información. Lo que se ubica en la parte superior de una página de un diario es considerado siempre más importante que aquello que aparece en la parte inferior. Depende también a cuántas líneas se despliega su título, y el grosor/tamaño de la tipografía elegida. Se trata de varios niveles que en la mayoría de las veces se superponen, se determinan mutuamente y actúan en conjunto. Y las posibilidades que brindan las tecnologías informáticas hacen más visible ese “acompañamiento” al texto. Las exigencias del mercado y la competencia con los formatos audiovisuales y digitales, hace que también el texto escrito en soporte papel deba ser “atractivo”, para no sólo poder guiar al lector, sino, fundamentalmente captar su atención.

“Umbral del texto, dice Alvarado, primer contacto del lector con el material impreso, el paratexto es un instructivo, una guía de lectura. En este sentido, los géneros escritos cuentan entre sus marcas aspectos paratextuales que permiten anticipar, en cierta medida, el carácter de la información y la modalidad que esta asumirá en el texto. Esto es particularmente evidente en el caso de la prensa, donde la sola presencia de un recuadro rodeando un texto firmado indica que se trata de una opinión sobre los sucesos referidos en la página” (1994: 19). Como ya se señaló, Alvarado intentó, al menos en su ejemplificación, realizar una traslación de los conceptos de Genette, a la prensa escrita, y es ese trabajo el que se propone ampliar aquí.

Entonces, en la prensa gráfica, se denominan elementos paratextuales todos aquellos componentes que rodean, acompañan, contienen a la noticia: los márgenes, las columnas, los blancos, los filetes, los títulos, las imágenes (entre ellas la infografía), la tipografía, el color, etc.

Para Alvarado se trata de un “dispositivo pragmático que, por una parte predispone –o condiciona- para la lectura y por otra acompaña en el trayecto, cooperando con el lector en su trabajo de construcción –o reconstrucción- del sentido” (1994: 20). Es decir, un “dispositivo pragmático” en tanto debe cumplir

una función: reforzar o asegurar la lectura que el autor desea privilegiar. “Este dispositivo actúa, en buena parte, sobre el componente gráfico del texto, sobre su carácter espacial, reforzando visualmente el sentido, o bien superponiéndole un segundo mensaje, de naturaleza instruccional: lea A antes de B, lea C con más atención que B, lea X junto con Y” (1994: 24)

## II. 2.1 Las categorías del paratexto

Genette entiende el estudio de los elementos paratextuales, en tanto consideración de un cierto número de rasgos que permiten definir el estatus de todo mensaje paratextual; se refiere a características “espaciales, temporales, sustanciales, pragmáticas y funcionales”. “Definir un elemento del paratexto consiste en determinar su emplazamiento (*¿dónde?*), su fecha de aparición (*¿cuándo?*), su modo de existencia verbal o no (*¿cómo?*), las características de su instancia de comunicación (*¿de quién?*, *¿a quién?*) y las funciones que animan su mensaje: *¿para qué?*” (2001:10). En las páginas que siguen se abordarán esos *rasgos* que describen las características del paratexto, insistiendo en su aplicación en la prensa gráfica.

### II.2.1.1. La categoría espacial

La primera categoría *espacial*, da cuenta de un *emplazamiento* del texto y del paratexto, y es la que primero se observa al tratar un producto gráfico. Aquí Genette diferencia lo que se muestra dentro del texto, que denomina *peritexto*, y todo aquello que está fuera de él, *epitexto*, pero que aún no estando visible o apareciendo a una distancia prudencial hacen referencia al texto. En esta categoría se ubican todos los mensajes relacionados con el texto aunque no pertenezcan a él, es decir, aquellas entrevistas, conversaciones, correspondencias, públicas o no, sobre el mismo<sup>133</sup>. Agrega que tanto uno como el otro (peritexto y epitexto)

---

<sup>133</sup> Este aspecto es muy común cuando se trata de una obra literaria, menos frecuente en la prensa gráfica, sin embargo hemos encontrado algunos ejemplos de la época estudiada y otros más actuales.

comparten el campo espacial del paratexto. “Dicho de otro modo y para los amantes de las fórmulas, *paratexto* = *peritexto* + *epitexto*”, afirma (2001: 10)

El autor francés avanza meticulosamente en una desagregación que plantea primero la responsabilidad del editor: el *peritexto editorial*. Lo define como “la zona del peritexto que se encuentra bajo la responsabilidad directa y principal (pero no exclusiva) del editor, o quizás de manera más abstracta pero más exacta de la *edición* (...)” (2001:19). Y aclara que la palabra *zona* hace directa alusión a la *materialidad*, al *espacio*, es decir al *soporte* que contiene el libro (o al periódico). La historia del periódico da cuenta que la responsabilidad de lo que se incluye en la *zona* o *espacio* a publicar recae siempre sobre el director y más adelante en el tiempo, será tarea del editor responsable<sup>134</sup> o consejo de redacción, según la estructura que asuma cada empresa periodística.

De modo que tanto las decisiones iniciales en relación a la política editorial, que han sido expuesta en el primer ejemplar del diario (o en sucesivos, cuando por ejemplo hay un cambio en la gestión del mismo) o rediseños<sup>135</sup> que incluyen el formato, la elección del papel, la tipografía a utilizar, la inclusión o no de imágenes, el uso del color, además de las decisiones cotidianas en relación a la noticia, se incluyen en el *peritexto editorial*: todo lo que implica la realización material, que en el caso del libro está bajo la órbita del editor, en acuerdo con el autor.

Además de estas definiciones inaugurales, las opciones cotidianas en relación a qué noticia se desarrolla en la tapa, la inclusión o no de imágenes, el lugar dentro de la página que se le asigna –esto es la mitad superior o la inferior–, la cantidad de columnas que ocupará y el tamaño de la tipografía con que se titulará, son todas decisiones que recaen en un escaso número de personas que deben negociar

---

<sup>134</sup> Se toma la definición de *editor* propuesta por el periodista español Manuel López, ya que las funciones que propone coincide con las que se realizan en Argentina. “Los editores son las personas designadas por la empresa para elaborar el producto desde todas la versiones empresarial, técnica y periodísticamente. A veces la figura del editor coincide con la del propietario: véase el legendario ejemplo de Katherine Graham, editora de *The Washington Post*, fallecida en 2001” (2004: 72)

<sup>135</sup> Aquí vale recordar los dos suplementos de Rediseño de *La Voz del Interior*, durante la época estudiada, uno del 19 de junio de 1995 y el otro del 21 de setiembre de 2001, en ambos se fija el posicionamiento en relación a los cambios en el formato a través de sus responsables editoriales (directores, secretarios, jefes). También las presentaciones de Rodolfo Guareschi (1998) y de Ricardo Kirschbaum (2004), ambos editores generales o secretarios generales de Redacción del diario *Clarín* en las que explican las renovaciones de los años 1998, y 2004, respectivamente.

sus propuestas con el resto de las secciones y con el responsable máximo (editor/a o la secretaria general)<sup>136</sup>. La tarea del editor, responsable de lo que se publica, no sólo atañe al texto escrito en el periódico sino también a las imágenes (fotografía, infografías, dibujos) que acompañarán a la noticia en la página del diario<sup>137</sup>.

El período que estudia esta tesis encuentra a la empresa periodística conformada según los parámetros de la empresa moderna, con diversos niveles de responsabilidad. Así por ejemplo las distintas áreas o secciones tienen un editor responsable que se hace visible (sus notas aparecen firmadas y su rango explicitado) cuando se toman decisiones que modifican o afectan en algún sentido la regularidad de la publicación. Los rediseños que alcanzaron a ambos diarios estudiados son explicados por sus máximos responsables (secretario de redacción o editor general), a la par que acompañados por los editores de cada una de las secciones.

Estas decisiones de los editores aparecen como equivalentes a los procedimientos de “puesta en libro”, que según Chartier (1995:46), tienen que ver con la elección de la tipografía, de la disposición del texto, de las ilustraciones, todos aquellos ya fuera de las manos del autor son de responsabilidad del librero/editor.

---

<sup>136</sup> Se trata de un mecanismo rutinario que involucra a pocas personas, todas ellas con cargos de responsabilidad y son las que definen, por ejemplo, la jerarquización y el emplazamiento de la noticia. Dicen Martini y Luchessi: “El editor [periodístico] (...) piensa en un recuadro explicativo, en la foto, los títulos, bajadas, copetes y epígrafes. Los redactores están a sus órdenes como también los colaboradores permanentes o eventuales del medio. (...) El sumario se decide en las reuniones de redacción de las que participan los periodistas de jerarquía y con responsabilidad de conducción de equipos (secretarios y prosecretarios de redacción, jefe de sección, editores). Hay reuniones a puertas cerradas y otras, ampliadas. Allí se evalúa la edición anterior; se selecciona la información para el día, se decide qué noticia abre cada sección, la cantidad de páginas que tendrá cada una (decisión que puede variar si durante el resto del día aparece un hecho más relevante” (2004: 93, 122).

<sup>137</sup> Miguel Cuarterolo y Carlos Longoni, ambos editores fotográficos de *Clarín* en el período estudiado, dicen: “Antes de crearse el puesto de editor gráfico, el manejo de las fotografías estaba a cargo de la redacción. El jefe de fotografía tenía responsabilidades operativas, pero no editoriales. (...) El editor fotográfico, en cambio, es el responsable de evaluar la oferta gráfica en función del interés informativo y de los criterios editoriales de su medio. Esto incluye tanto el material producido por los fotógrafos del diario, como el suministrado por las agencias de noticia, corresponsales u otros colaboradores. Su trabajo consiste en seleccionar las mejores fotografías y trabajar, junto a otras secciones de la redacción, para que las fotos funcionen con el resto de los elementos informativos de la página” (1996: 8).

## El formato

Genette incluye en esta categoría del peritexto editorial la elección del **formato**, un aspecto que siempre han tomado en cuenta los estudios sobre la prensa. En diseño periodístico se entiende por **formato** a la “dimensión de un impreso, expresada generalmente en centímetros (...)”, o bien al “tamaño de un impreso, según la altura y anchura de la página” (Canga Lerequi; 1994: 49). Los formatos más usados en la prensa gráfica mundial son el tabloide y el sábana. El formato sábana es el de dimensiones más grandes y fue el utilizado con más frecuencia por los diarios tradicionales. El formato tabloide corresponde a, aproximadamente, la mitad del sábana. Es un tamaño más moderno, más versátil y fácil de manipular<sup>138</sup>.

Cuando se hace referencia a la materialidad, sin duda la primera cuestión está relacionada con la superficie, el tamaño, el espacio en donde se ubicarán las noticias. Y este aspecto también ha tenido su evolución en la historia del periodismo.

Si bien en el siglo XIX se encuentran periódicos que varían su formato, ya con la modernización de la impresión y la incorporación de las rotativas, esas variantes fueron más esporádicas y por lo general relacionadas con un cambio en el diseño. Por ejemplo, en 135 años (1870-2005) el diario argentino *La Nación* cambió nueve veces el tamaño de su formato sábana. El primer ejemplar del 4 de enero de 1870 medía 77 por 53 centímetros, y estaba compuesto a ocho columnas de 6 centímetros cada una. Y en 2005, las medidas del diario eran 52 centímetros por 31,8 compuesto a seis columnas. Los cambios en las medidas del diario fueron

---

<sup>138</sup> Las dimensiones de ambos formatos no son exactas, y hoy se encuentran en el mercado diarios que responden a uno u otro pero que no tienen las mismas medidas entre sí. No obstante los diseñadores acuerdan en un estándar que colocan al formato sábana entre los 35 y 45 centímetros de ancho y 56 y 66 centímetros de alto. Las medidas correspondientes a los periódicos de formato tabloide rondan entre los 25 y 30 centímetros de ancho y los 40 y 45 centímetros de alto. Las ventajas y las desventajas de cada uno de los formatos son relativas, sobre todo en la actualidad en que el tamaño sábana se ha achicado y ya no tiene las dimensiones de los cincuenta primeros años del siglo pasado. En general se han angostado y acortado de lo que resulta un diario más maleable. Obviamente, en los sábanas existe la posibilidad de realizar un mayor despliegue de información, con títulos variados y una jerarquización que alcanza a más de dos noticias. Es decir, las ventajas y desventajas de ambos formatos están relacionadas con la flexibilidad en el manejo del periódico como objeto y en la inclusión y desarrollo de la información.

consecuencia de la incorporación de tecnología en la fase de la impresión primero, y luego en la etapa de composición del diario (Gambier; 1999: 16).

También *La Voz del Interior*, en 100 años (1904-2004) modificó sus medidas 12 veces, aunque siempre conservando el formato sábana. Según el diario las modificaciones se debieron a la necesidad de amoldarse a “los cambios sociales que vivieron Córdoba y el mundo a lo largo de un siglo”<sup>139</sup>. Por otro lado, históricamente el formato tabloide ha estado asociado a los diarios sensacionalistas. Esta vinculación remite a los periódicos populares norteamericanos como el *World* de Pulitzer o el *Journal* de Hearst, que aparecían en un tamaño más pequeño y cuyo contenido se diferenciaban de los diarios considerados serios como el *New York Times*, que se editaban en formato sábana (Canga Larequi; 1994: 51). Cuando en 1945 aparece *Clarín* en formato tabloide, su primera editorial da cuenta de la tensión entre diario popular (determinado por su formato) y rigurosidad informativa<sup>140</sup>.

Por su parte, Reinhard Gäde<sup>141</sup>, el diseñador del diario *El País*, desmitifica esta vinculación: diarios tabloides/populares/sensacionalistas; señala que a partir de las décadas de 1970 y 1980, los diarios tabloides y de impresión offset, como *El País* y *Liberation*, ofrecen contenidos “serios y de gran prestigio” desde el día de su aparición. (2002: 72). También lo afirma Canga Larequi: “Los tabloides españoles se han encargado de echar por tierra esa leyenda negra [diario sábana/serio; diario tabloide/sensacionalista] demostrando que un buen periódico no se mide o no debe medirse por su tamaño” (1994: 51)<sup>142</sup>.

<sup>139</sup> Véase “La forma y la tradición. Los sucesivos rediseños cambiaron la cara del diario, pero nunca su compromiso con el lector”. *La Voz del Interior*, 15 de marzo de 2004. Suplemento especial Centenario, p. 27

<sup>140</sup> Véase *Clarín*, 28 de agosto de 1945.

<sup>141</sup> Reinhard Gäde, diseñador alemán fallecido en 2012, fue el responsable del diseño de varias publicaciones periódicas españolas, la más importante fue *El País*, y fue considerado a partir de entonces como un revolucionario del diseño en prensa. También realizó los diseños de *El Heraldo* de Aragón, *El Diario* de Cádiz, la revista *Elle* española. Véase: [http://cultura.elpais.com/cultura/2012/04/03/actualidad/1333405538\\_263369.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2012/04/03/actualidad/1333405538_263369.html) Fecha de consulta 4 de abril de 2012.

<sup>142</sup> Algunos ejemplos que circulaban al momento de hacer este trabajo, entre los diarios tabloides: *Clarín*, *Página 12*, *Olé*, *Diario Popular*, *Muy*, *Libre*, *La Prensa*; en la ciudad de Córdoba: *La Mañana de Córdoba*, *Comercio y Justicia*, *Día a Día*, *Hoy Día Córdoba*. Entre los diarios sábanas: *La Nación*, *La Nueva Provincia*, en Córdoba: *La Voz del Interior*. Diarios Internacionales: *New York Times*; *Times*, *Washington Post*; *El Mercurio* (sábanas); *El País*, *Le Monde*, *Liberation*, *El Correo* (tabloides)

Otros de los aspectos que resultan necesarios para poder advertir el peritexto editorial en un periódico están relacionados con: las características de sus primeras páginas y páginas interiores; la organización de los textos en columnas y mediante el sistema modular, y la edición o no de suplementos o páginas especiales.

### **Tapas y páginas interiores**

Las **portadas** de los periódicos son su carta de presentación. Se organizan de distintas formas según sea el tamaño del diario y adoptan una estructura que se reitera de edición en edición. Canga Larequi señala que, aunque no existe en esto una fórmula exacta “se prioriza la parte superior izquierda como modelo de apertura básico de una primera página, es decir el lugar donde deberá destacarse siempre la noticia más importante del periódico”, sobre todo en el caso de los diarios sábanas (1994: 79). En los diarios tabloides, por ejemplo, lo común es encontrar un despliegue de títulos, con escasas referencias sobre el contenido de la noticia, también imágenes, por lo general fotografías, y la remisión a páginas interiores para encontrar el desarrollo completo de la noticia.

En los diarios sábana, el desarrollo de la noticia es más extenso, pero por lo general no concluye en la primera página sino que se completa con informaciones que aparecen en las páginas interiores. Hasta la década de 1980, era común encontrar en la tapa del diario sábana el texto de la noticia sin concluir, con una interrupción, a veces un corte abrupto que ni siquiera dejaba terminar la oración, y una leyenda que remitía a una página interior en la que continuaba. No necesariamente esa continuación estaba precedida por un título, sino simplemente de la frase “viene de la página...”<sup>143</sup>.

---

<sup>143</sup> Por ejemplo, el diario sábana *La Razón* del 11 de setiembre de 1981, publicó en tapa dos noticias, seguramente las más importantes del día. La página se encuentra dividida claramente en dos bloques verticales. En el bloque de la izquierda, ocupando cinco de las nueve columnas, la crónica el sepelio del líder radical Ricardo Balbín. Abruptamente se corta la siguiente oración: “La magnitud del acontecimiento, no obstante arrasó...” Debajo de esa línea aparece la leyenda entre paréntesis: Continúa en la página 10. Y en la página 10, en la primera columna de texto, por debajo del epígrafe de una foto que ocupa cuatro columnas ubicadas en la mitad superior de la página, otra leyenda “Viene de la 1ª página” indica que continúa la crónica. En el bloque derecho, ocupando cuatro columnas, se da cuenta de la despedida como Jefe de la Armada, del almirante Lambruschini. Casi en el borde inferior de la página, una oración queda interrumpida: “La Armada

Este modo de organizar la información, fue cambiando con el tiempo a medida que los diarios mejoraban su diseño. Y en los casos en que resultaba necesario la continuidad de la noticia, se optaba por concluir la presentada en tapa e incorporar otras noticias relacionadas, con títulos diferentes, en las páginas interiores. Es así que la leyenda “continúa en la página...” fue reemplazado por “Más información en la página...”

Hay otros aspectos, dentro del peritexto editorial, que vinculan la evolución del libro y de la prensa. En el caso del primero, la edad clásica mostraba una portada con encuadernación de cuero mudo (Genette; 2001:25) y a principios del siglo XIX ya una tapa impresa. Estos cambios en la presentación, en la portada, lo primero que el lector advierte, también se ven en el periodismo: de portadas grises, sin jerarquización de textos ni títulos ni tampoco formatos visuales a principios del siglo XX (aunque si mostraban rótulo y cabecera), a usos más acabados de la tipografía e inclusión de fotografía ya a mediados de siglo. También resulta relevante, dentro de las decisiones del editor, la elección del papel y la tipografía. En el caso del periódico, las diferencias en el papel son más notorias en los suplementos o revistas dominicales, también cuando se elige un color para caracterizar un tema<sup>144</sup>.

De modo que, si bien la presentación aparece renovada día a día, porque la evolución de la noticia o la aparición de nuevos eventos así lo determinan, está a su vez muy estructurada y responde a un modelo rígido determinado con

---

encuentra una...” y luego la leyenda (Continúa en la Pág. 6). En la página 6, ubicada en la mitad inferior, a partir de la quinta columna, aparece una leyenda (Viene de la primera página), a la misma altura del título que se ubica en las dos columnas siguientes, “La Alocución del Almirante Lambruschini al Despedirse”, y confundida con las columnas del texto correspondiente a la noticia que se ubica por encima de ésta: “Me siento descomprimido, dice Sigaut”. Pero este modo de ubicar las noticias, no era exclusivo de los diarios sábanas. El suplemento Cultura y Nación del diario *Clarín* del 12 de octubre de 1978, también utiliza en la tapa el mismo procedimiento. No concluye la columna de Juan Carlos Onetti, titulada “Reflexiones de un exiliado”. Casi al finalizar la página se observa la leyenda “(Continúa en la página siguiente)”, y en la página siguiente, en la primera columna, bajo el título “Exiliado” en mayúscula sostenida, otra leyenda “(viene de la página anterior)” ubica la continuidad del artículo.

<sup>144</sup> En el período estudiado, es el caso del color damasco para el suplemento Temas de *La Voz del Interior*, y el cambio de papel de diario a papel ilustración con la aparición en 1994 de la Revista *Viva* de *Clarín*. También hay otros ejemplos, uno de ellos el diario *El Economista*, especializado en economía y que por ese entonces se presentaba en color damasco para diferenciarse de los productos de la competencia. En la actualidad, una revista como *Barcelona* se imprime en papel de diario de mayor gramaje, en contraposición a otras revistas de actualidad política que se imprimen en papel ilustración. Se trata de una decisión de política editorial que se corresponde con el carácter alternativo de la publicación.



anterioridad. La variada agenda que abordan los periódicos luego se traduce en una organización por secciones o áreas, que deriva en la asignación de una determinada cantidad de páginas para abordar cada temario. Esta organización facilita la ubicación de un tema por parte del lector. En el libro se observa en la distribución del texto en capítulos.

A veces, la envergadura de un evento plantea modificaciones a la rígida estructura, y hace, por ejemplo, que se amplíe el número de páginas que se destinan a una temática o a un acontecimiento<sup>145</sup>. Pero siempre estará ubicado en la misma sección, antes que la sección que siempre le sucede, y después de la que siempre le antecede.

La materialidad en el caso del libro impreso, puede ser referenciada a lo largo de la edad moderna en un doble sentido. Por un lado, referencias relativas a aspectos propios del proceso tipográfico y de la mecánica de impresión. Y por otro lado, y aquí lo interesante, referencias a aspectos que tenían que ver con la presentación formal del texto en un sentido funcional, en tanto favorecía u obstaculizaba la lectura (Bouza; 2006: 52). Esta cuestión también cabe para la prensa gráfica. Ya se ha hecho referencia a los tamaños (formatos) de los diarios y a las iniciativas tendientes a crear productos que se diferencien de su competencia (esto es con fotografías o con tipografías exclusivas). Y a medida que la incorporación de tecnología en el proceso de impresión aumenta, también se reiteran los intentos de mejorar la presentación de los diarios. Es decir, este interés por la presentación del libro (claramente elementos paratextuales en el sentido de Genette), se corresponde con las preocupaciones de los editores de los periódicos en relación a la presentación de sus productos.

### **Los textos, en columnas**

Una vez determinado el tamaño del periódico, otro aspecto que resulta importante es la **organización de la página** y en consecuencia, de los textos en columnas; otro elemento paratextual que define y caracteriza una publicación.

---

<sup>145</sup> Por ejemplo, los diarios referidos al atentado contra las Torres Gemelas fueron casi exclusivos de esa temática. Véase *La Voz del Interior* y *Clarín* del 12 de setiembre de 2001, además de las ediciones extras del 11 de setiembre de 2001.

La página tiene una superficie redaccional y también márgenes que rodean dicha superficie y que adquieren distintas medidas según el periódico. Canga Larequi define las columnas como un bloque de texto de un ancho fijo, que está separado de otros bloques similares en la página por un espacio en blanco que se denomina “calle” (1994: 68). A veces, en este espacio en blanco que se ubica entre las columnas, se utiliza una línea fina de separación que se denomina ‘corondel’. También se observan otras líneas o filetes con funciones diversas, por ejemplo: separar noticias, recuadrarlas, dar cuenta de bloques de información, etc.

Ya no resulta necesario plantear que las columnas facilitan la lectura, y colaboran en la creación de un orden dentro de la página. Una mirada general sobre los diarios que circulan en la actualidad mostrará que los tabloides organizan sus textos utilizando entre 4 y 5 columnas, mientras que los de formato sábana, entre 6 y 8. No necesariamente esta es la cantidad de columnas que aparecen siempre; por ejemplo, en las portadas de los diarios, las noticias se presentan en columnas más anchas que las del resto del diario. En el primer diseño se establece cuántas serán y el ancho de las mismas, como así también el del espacio blanco que las separa; pero luego, es posible que se utilice otra medida de columna diferente, que se denomina ‘columna falsa’ (Canga Larequi ; 1994: 70/71).

Existen otros elementos del paratexto, propios del diseño gráfico, que colaboran con la necesaria jerarquización dentro del espacio de una página: alterar el ancho de la columna estándar, utilizar filetes o recuadros, o hacer uso de los blancos, etc. Es decir, la cuestión de la composición gráfica resulta central en el estudio del peritexto editorial. Si bien este aspecto es uno de los que permanecen más constantes en una mirada diacrónica en el periódico, las modificaciones en el diseño y la incorporación de tecnología en la impresión, muestran las variantes en el producto.

En este mismo capítulo se señalaba que en el año 1995 *La Voz del Interior*, uno de los diarios estudiados, inicia un proceso de “modernización” gráfica, tendiente a facilitar el recorrido del lector por la página. Esa “modernización”, está relacionada con un ordenamiento gráfico, con la adopción de un sistema de modulación publicitaria que tiende a organizar los avisos comerciales dentro de la

página<sup>146</sup>. Es decir que en este caso la “modernización” está relacionada con los ajustes/cambios de elementos paratextuales. La explicación que el diario (sus editores responsables) da a sus lectores también se encuentra refrendada por dos conocidos anunciantes locales<sup>147</sup>. Ambos destacan los cambios en tanto facilitadores de la creación de un “orden visual” y en consecuencia promotores de una lectura “más ágil” y “más fácil”. Para Gäde se trata de una plataforma ideal, aunque no coercitiva tendiente a agrupar el material informativo, y también ventajosa para ubicar (y vender) la publicidad. Todas estas decisiones corresponden al ámbito del peritexto editorial: son elecciones tomadas por un pequeño grupo de editores y diseñadores (2002: 40).

### Suplementos

Los diarios, además, acompañan sus ediciones con **suplementos u otro tipo de publicaciones**. Por un lado, se editan secciones temáticas separadas del cuerpo central, con su propia tapa, con un rótulo especial y paginación diferenciada (por ejemplo Deportes o Espectáculos), y otros que salen a la calle una vez por semana. La mayoría de ellos tiene un criterio temático, es decir, se publican suplementos en función de temas que son de interés para el lector. Mientras que los suplementos de la edición dominical, pueden aparecer no sólo bajo el criterio temático (por ejemplo Economía, o Educación), sino también teniendo en cuenta el género periodístico (prevalecen los de análisis y opinión) y la procedencia (los temas internacionales suelen tener un tratamiento especial). Por ejemplo, antes del rediseño de 1995, *La Voz del Interior* editaba todos los días domingo el suplemento Temas en ocho páginas de formato sábana, en color damasco, que incluía diversas temáticas. También el diario *Clarín*, editaba los domingos el suplemento Zona, en tamaño tabloide, 20 páginas dedicadas a “la política, la sociedad y las ideas”. El tema de tapa ocupaba casi la mitad del suplemento y

---

<sup>146</sup> Véase “Modulación publicitaria. Una nueva etapa en el proceso de modernización de La Voz del Interior”. *La Voz del Interior*. 26 de marzo de 1995, p.14A

<sup>147</sup> Ibid. En la misma página, en un recuadro y con fotografía, se incluyen dos textos: “Mejor orden visual”, firmado por Néstor García Díaz, presidente de la agencia de publicidad Oxford, y “Un desafío para anunciantes”, firmado por Arturo Tarrés, presidente de la agencia de publicidad Rombo Velox. Las dos agencias de publicidad figuraban en ese momento entre las más importantes de Córdoba.

siempre en las páginas centrales se publicaba un ensayo fotográfico. Además incluía entrevistas, análisis de la cultura y también reseñas de libros. Lo mismo ocurría con otros suplementos que aparecían una vez a la semana: el suplemento Cultura y Nación (diario *Clarín*) los jueves; ese mismo día el Cultura de *La Voz del Interior*; el suplemento Economía los días domingo, etc<sup>148</sup>.

En otro orden, la ubicación del texto en una página importa jerarquización. Tradicionalmente las noticias que la redacción evalúa como más importante encabezan la página o bien se ubican en la mitad superior. Del mismo modo, adquiere mayor gravitación la noticia publicada en la página impar, que configura el punto de salida de la lectura. A su vez, cobra relevancia la página central de los diarios tabloides, o aquellas otras que sin estar ubicadas exactamente a la mitad del diario tienen un tratamiento gráfico similar a la de la central. Es decir que se trabaja la noticia y noticias relacionadas, en un despliegue que abarca dos páginas contiguas y enfrentadas.

#### **II.2.1.2. La categoría temporal**

El segundo rasgo que plantea Genette se refiere a la situación *temporal* del paratexto. Aquí se hace alusión a las variantes o invariantes en relación al tiempo. “Si un elemento del paratexto puede aparecer en todo momento, del mismo modo puede desaparecer, definitivamente o no por decisión del autor o por intervención de un tercero, o en virtud del paso del tiempo” (2001:11). Esta cita de Genette que hace referencia al libro, puede ser trasladada o aplicada a las modificaciones que en la superficie redaccional se observan en los periódicos en general, y en los casos estudiados en particular, a lo largo de un período de tiempo.

Pero Genette menciona aquí, en relación al libro, aquellos elementos paratextuales anteriores al libro, como por ejemplo anuncios de próxima publicación, que luego desaparecen en el volumen<sup>149</sup>. También otros que aparecen simultáneamente con

---

<sup>148</sup> Los ejemplos corresponden al período estudiado.

<sup>149</sup> Es el caso de *El Telégrafo Mercantil* y de *El Semanario de Agricultura, Industria y Comercio* (1801) que se presentaron a la vida pública como un “Análisis” el primero y un “Proyecto”, el segundo.

la primera edición, o más tarde, con ediciones ulteriores; o bien desaparecen y luego vuelven a aparecer en ediciones posteriores.

También se advierten en el periodismo gráfico, los elementos paratextuales anteriores al texto. Aunque poco frecuentes es posible encontrar anuncios, en otros periódicos, que dan cuenta de la próxima aparición de un nuevo medio<sup>150</sup>. Sí es más común la aparición de ediciones especiales (con separatas o suplementos) que actualizan o hacen resurgir elementos del pasado. Por ejemplo, desde 1984, cada diez años, todos los 15 de marzo, *La Voz del Interior* reimprime su primer ejemplar que se ofrece al público en un suplemento especial. También el diario *Clarín* ha actualizado/reeditado páginas completas, en su formato original, para dar cuenta de algún acontecimiento histórico relevante<sup>151</sup>. “La duración del paratexto a menudo tiene eclipses, y esta intermitencia (...) está estrechamente ligada a su carácter esencialmente funcional” (Genette: 2002; 12)

### II.2.1.3. La categoría sustancial

En la categoría *sustancial*, Genette propone prestar atención a aquellas manifestaciones icónicas, materiales (por ejemplo relacionadas con la elección de la tipografía) o puramente factuales, esto es aquellos elementos que sin constituir parte del texto su sólo existencia condiciona la lectura.

Vale la pena reiterar aquí que en toda producción gráfica la elección de la tipografía resulta clave, desde el punto de vista funcional y estético. Con respecto a la funcionalidad tiene que ver, tanto con la legibilidad<sup>152</sup> como con la

---

<sup>150</sup> Por ejemplo, la aparición del diario *La Opinión*, el 4 de mayo de 1971, fue precedido, desde el 13 de abril de ese año, por un lanzamiento publicitario en otros diarios (Ulanosky; 1997: 208). Del mismo modo, la aparición de los diarios *Muy y Libre*, en 2011, estuvo precedida de una importante campaña publicitaria en los diarios *Clarín* y *Perfil* (Véase “Llega MUY, un diario ágil, útil y espectacular para toda la gente”, diario *Clarín*, 29 de abril de 2011; “Llega Libre, el diario más rápido del país”, diario *Perfil*, 28 de abril de 2011). Véase también De Vedia, Bartolomé (2005)

<sup>151</sup> Por ejemplo, durante el período estudiado, reeditó en suplementos especiales las páginas originales que daban cuenta de: La caída del Muro de Berlín (6 de noviembre de 2002); la llegada del hombre a la Luna (21 de julio de 2002); la muerte del Che Guevara (9 de octubre de 2002), etc.

<sup>152</sup> Los diseñadores de periódicos coinciden en que la unidad mínima en la legibilidad formal es la letra, luego la palabra, la línea y la columna, y además, las variantes de la letra en el texto: el peso de la letra, el tamaño, el espacio entre letras y palabras y el ancho de columna entre otros. Además incorporan otras variables que influyen en la legibilidad, como: el lector, su cultura y educación, su capacidad en la práctica de la lectura. Entonces, desde el punto de vista formal, los aspectos que contribuyen a la legibilidad tienen que ver con la elección de la familia tipográfica, el tamaño del

jerarquización de la información, esto es permitir un acceso rápido en diferentes niveles de profundidad de lectura en función del tamaño y del grosor de las letras. En general se plantea que el empleo de una determinada tipografía, tiene como objetivo permitir que el lector pueda identificar y jerarquizar claramente los distintos bloques de noticias de una página, así como sus títulos. No todos los diarios eligen la misma tipografía para sus textos ni para sus títulos. Si bien puede haber rasgos comunes, la elección por una/s familia/s tipográfica/s tiene por finalidad aportar rasgos de identidad, de diferenciación, con la competencia.

Y el uso del **color**, también se incluye en las manifestaciones icónicas, materiales de esta categoría sustancial. Además forma parte de la propuesta gráfica integral, de modo que su inclusión o no, es previa a la existencia del propio texto periodístico. Los avances en los sistemas de impresión derivan en la casi inexistente discusión respecto de la inclusión del color en las propuestas periodísticas gráficas de información general. Dos cuestiones limitarían su incorporación: una el mismo diseño gráfico, y la otra los costos de la impresión en color<sup>153</sup>. Entonces, este aspecto se orienta al modo en que se utiliza el color en un impreso periodístico y, en este sentido, el éxito de un periódico no sólo depende de cómo se trate la información y cómo se estructuren los elementos dentro de una página, sino también en cómo se aplicará el color al producto (Canga Larequi; 1994: 156).

En una publicación impresa, se presenta el color en las imágenes, pero también en las cabeceras, las líneas o filetes que se utilizan, en la señalización de las secciones, en los títulos. Durante el período estudiado, una importante cantidad de fotografías e infografías se muestran a todo color. Pero la elección del color predominante en una publicación también requiere de decisiones relacionadas con las características y funciones del mismo, como así también la legibilidad (Canga Larequi; 1994: 160)<sup>154</sup>.

---

carácter, el interlineado, el ancho-alto de columna, el color letra con relación al fondo. Para conocer más sobre este punto. Véase: Mario García (1984); Canga Larequi (1994); Francisco Calles (2003), François Richaudeau (1987); Fernando García-Santibáñez (1995); Felipe Alliende-González (1994).

<sup>153</sup> En la actualidad todas las rotativas incluyen en sus posibilidades la impresión en color.

<sup>154</sup> En relación a las características y funciones de los colores Canga Larequi señala que el rojo es uno de los colores más agresivos y activos visualmente; resalta cuando va rodeado o sobre una trama negra, blanca o gris; en relación al amarillo, señala que tiene la cualidad de la luminosidad y

Todos estos aspectos, más relacionados con lo material, con la presentación y no tanto con el modo en que se tratan las noticias, configuran elementos claves en la elección que realiza un lector por un determinado diario, y también en su permanencia como tal.

### **El valor paratextual de lo factual**

Además, dice Genette que, dentro de los rasgos sustanciales, resulta necesario tener en cuenta el valor paratextual de otro tipo de manifestaciones, por ejemplo las “puramente factuales”, y entiende por *factual* al paratexto que “no consiste en un mensaje explícito (verbal o no), sino en un hecho cuya sola existencia, si es conocida por el público, aporta algún comentario al texto y pesa sobre su recepción” (2001: 12). El autor francés se refiere a datos acerca del autor, como por ejemplo la edad, el sexo; a otras referencias tales como la pertinencia a una academia, o la obtención de algún premio; o “la existencia, alrededor de una obra, de un contexto implícito que precisa o modifica poco o mucho la significación: contexto autorial (...); contexto genérico (...); contexto histórico” Genette insiste en que todo “contexto hace paratexto” (*ibid*)<sup>155</sup>.

El paratexto de carácter factual (tal como lo denomina Genette), es utilizado por los diarios, para hacer alarde de sus orígenes, de sus premios y de los columnistas que se integran a sus páginas, etc. Las referencias a sus fundadores, en tanto figuras que han colaborado con la construcción de la nación o se han destacado en la sociedad, son periódicas, y por lo general coinciden con algún aniversario del diario. Por ejemplo, el diario *La Nación* dice de su fundador, Bartolomé Mitre, que era un “estadista y repúblico que había logrado, junto con otros argentinos de indiscutido patriotismo, como Alberdi, Sarmiento y Urquiza, pacificar definitivamente la Argentina y superar sus desgarradoras divisiones internas” (De Vedia; 2005: 8). El diario, aprovecha el

---

que ante una fuerte presencia de ese color, pierden protagonismo los otros elementos de la página; con respecto al azul, es compatible con casi todas las combinaciones de colores; el gris es un color compensador y también el blanco cuando actúa como fondo y vigoriza el resto de los colores (1994: 161/162).

<sup>155</sup> Dice Genette: “Su existencia, como todo especie de paratexto factual, puede o no ser conocida por el público por una mención relevante del paratexto textual (...) Así, para la mayor parte de los lectores de la *Recherche*, los dos hechos biográficos que son la semiascendencia judía de Proust y su homosexualidad hacen inevitablemente paratexto de las páginas de su obra consagradas a estos temas. No digo que sea necesario saberlo: sólo digo que aquellos que lo saben no leen igual que aquellos que lo ignoran” (2001: 12/3)

aniversario 135 para mostrar a su creador en sus aptitudes políticas y libertarias, y resaltar su carácter de trabajador, de hombre común, no enriquecido ni corrompido por la función pública<sup>156</sup>. Reiterar los datos del autor/fundador actualiza la memoria del lector que ya lo conoce y ofrece nuevos insumos al que lo desconoce. El autor le imprime un sello, una identidad, un elemento que particulariza al diario, no se trata de cualquier publicación, sino del “diario de Mitre”, ex presidente, demócrata, político, liberal.

Dice Genette: “El nombre del autor cumple una función contractual de importancia variable según el género: débil o nula en la ficción, mucho más fuerte en todas las clases de escritos referenciales, en los que la credibilidad del testimonio o de su transmisión se apoya en la identidad del testigo o del relator” (2001:39). En esta amplia distinción genérica ficción/documental, el periodismo se ubica en la última, y en este sentido la credibilidad del testimonio (de la fuente) se encuentra ligada a la credibilidad del medio, y es a partir de ello que se construye la imagen (identidad) del medio en el contexto en el que circula<sup>157</sup>.

De modo que el contexto autoral, genérico o histórico, si es conocido por el destinatario, puede proponer lecturas diferentes.

En el contexto político, histórico y social en el que se escribe esta tesis, el conocimiento más abarcativo sobre el modo en que se constituyó el grupo *Clarín*, sus vinculaciones políticas y su enfrentamiento con el actual gobierno, plantean, un modo de lectura diferente. Se reitera que aunque este no es el tema de esta tesis resulta insoslayable no tener en cuenta que, por ejemplo, la apertura de la legislación en materia de constitución de empresas de comunicación, en la década de 1990, se torna

---

<sup>156</sup> El diario remarca la situación económica de Mitre una vez concluido su mandato presidencial: “Cuando fundó *La Nación*, Mitre hacía ya dos años que había dejado de ser presidente y vivía de su sueldo de senador. La casa que la ciudadanía le había regalado, costeadada por rigurosa suscripción pública, era uno de los pocos bienes con que contaba”. En un artículo firmado por Bartolomé de Vedia se cita una carta de Mitre a Wenceslao Paunero: “Haré un remate de mis muebles de lujo y parte de mis libros, con algunas curiosidades que pesan en el bagaje de un trabajador, y con eso pagaré mis acciones en la empresa y quedaré a flote”. (2005: 10).

<sup>157</sup> Dice Héctor D’Amico, secretario general de redacción de *La Nación*, acerca del diario: “Éste es el diario donde Jorge Luis Borges publicó por primera vez su cuento ‘Sur’ (...); éste es el diario donde se publicó, por decisión de Alejandra Pizarnik su último poema (...). Éste es el diario donde escribió Alberto Gerchunoff (...). Éste es el diario de Mallea, de Bioy Casares. Éste es el diario que ha publicado muchos textos inéditos de Ernesto Sábato ...[que] tuvo a José Martí como corresponsal (...), éste es un diario que tiene ciento treinta años, pero ha tenido algunos corresponsales extranjeros que han cubierto ... la guerra civil española (...) De hecho, el fundador del diario, el general Bartolomé Mitre, ha escrito la Historia de San Martín, que es un libro de absoluta vigencia hoy. Es un diario de literatos, es un diario que estuvo conducido por estadistas, es un diario de la diplomacia, es un diario que tiene un gran cuidado por cómo cuenta las cosas (...)” (Citado por Martini y Luchessi: 2004: 38)



clave para la constitución del diario *Clarín* como grupo económico, que más adelante absorberá la mayoría del paquete accionario de *La Voz del Interior*.

Otro aspecto del paratexto factual es la obtención de premios por parte del autor. En el periodismo las distinciones, tanto del medio como de sus periodistas, agregan un plus en su valoración y auto-valoración, y en el posicionamiento del diario en relación a los otros, y en ese sentido se utilizan las mismas páginas del diario para darlos a conocer<sup>158</sup>. Aquí se observa una diferencia con el libro, cuya información sobre las premiaciones al texto o al autor, pueden aparecer en textos separados (diarios, revistas y otros medios de comunicación), o en ediciones posteriores a la distinción, en una faja que se ubica rodeando (y sujetando) el objeto libro para actualizar la memoria del lector. En el diario local estudiado también los premios se presentan de igual manera que en el diario *Clarín*, es decir en las páginas del diario como información destacada.

Y otro aspecto relevante aquí, son las firmas de columnistas que, por diversos motivos, el propio medio anuncia: dar cuenta de la pluralidad de voces, transferir el prestigio del firmante al mismo diario, etc. Por ejemplo, en el rediseño del 7 de setiembre de 2003, ya fuera del período que estudia esta tesis, el diario *Clarín* anuncia una renovación en aspectos muy variados y también en la inclusión de nuevos columnistas. El propósito expresado por el medio es buscar en esa transformación “ser cada vez más útil, contextualizando los hechos, analizando y ayudando a analizar, brindando diversos puntos de vista”. Y los columnistas que anuncia son presidentes o expresidentes latinoamericanos y economistas de trayectoria destacada<sup>159</sup>.

---

<sup>158</sup> Véase, por ejemplo: “Distinción internacional para periodistas de *Clarín*. Recibieron en Madrid el premio Rey de España. El Rey Juan Carlos entregó el galardón al equipo del suplemento Zona”, *Clarín*, 10 de enero de 1999; “Premian nuevamente en EE.UU. el diseño de *La Voz del Interior*”, *La Voz del interior* 25 de febrero de 1998, p. 15A; “Clarín ganó 31 premios por sus infografías y diseños. Obtuvo el 1º puesto en el mundo en la categoría infografía y el 4º en el ranking general”, *Clarín*, 27 de abril de 2003. “Seis premios internacionales para Clarín por sus diseños e infografías. Reconocimiento de la prestigiosa Society for News Design”, *Clarín*, 7 de marzo de 2004; “García Márquez entregó el premio al Equipo de Investigación y Clarín.com. Concurso internacional Nuevo Periodismo Iberoamericano”, *Clarín*, 7 de setiembre de 2003.

<sup>159</sup> El diario anuncia que a partir del domingo 7 de setiembre de 2003, contará con nuevos columnistas, entre ellos Fernando Enrique Cardozo, ex-presidente de Brasil; Chacho Álvarez, ex-vicepresidente de Argentina; y los economistas Ricardo Arriazu y Felipe De La Balze

#### II.2.1.4. El estatus pragmático

En relación al status *pragmático*, dice Genette que se define por la situación de comunicación. En el caso que estudia esta tesis, el autor se desdibuja, o redibuja, en varias figuras. No necesariamente ese rol está centrado sólo en el periodista que escribe la noticia, sino además en una compleja red de producción que ubica la toma de decisiones en un editor o consejo editorial. Dice Genette que se define por “una atribución putativa y una responsabilidad asumida” (2001: 13).

La situación del periodismo, en tanto actividad que se ejerce en relación de dependencia (al menos en el caso que se estudia aquí), cuyos profesionales son parte de una empresa (o *fábrica*, dice Verón) que se dedica a la comunicación, muestra una multiplicidad de actores que intervienen en su producción y en ese sentido se diferencia de la actividad literaria.

Los estudios relacionados con la sociología de los emisores, dan cuenta de una compleja trama de responsabilidades y de toma de decisiones que no siempre recaen en la persona que escribe el texto periodístico. La figura del *gatekeeper*, en tanto “guardabarreras”, se convierte en el decisor en la evaluación de los acontecimientos, es quien seleccionará, incluirá, excluirá, jerarquizará la información disponible del día. En muchos casos ese rol está ocupado por el director/a, otras veces por el editor/a general o secretario/a de redacción, y en algunos otros casos por un consejo de redacción integrador por tres o cuatro personas.

En una entrevista realizada en 1997, Roberto Guareschi, secretario General de Redacción del diario *Clarín* en el período que estudia esta tesis, da cuenta de esta “atribución putativa”, en el sentido de Genette. Es el máximo responsable de la redacción, pero responde a los intereses del grupo periodístico que lo contrata<sup>160</sup>.

Ya se hizo referencia, al trabajar la categoría espacial en este mismo capítulo, a la compleja trama de toma de decisiones en el periodismo escrito. En este sentido, hay decisiones editoriales (dentro de líneas o políticas editoriales) que fueron

---

<sup>160</sup> Dice Guareschi: “Tengo reuniones periódicas con el director ejecutivo del Grupo *Clarín*, Héctor Magnetto (...) Son reuniones que tienen que ver con la línea editorial del diario. Hay una especie de acuerdo básico de línea editorial y eso es, fundamentalmente, el contenido de los encuentros con Magnetto” (Bernetti y Miceli; 1997: 52).

expuestas de manera “oficial” o públicamente, sobre todo en la primera editorial, una suerte de declaración de principios. Pero además, existen otras decisiones, relacionadas con el acontecer cotidiano, que deben tomarse todos los días en relación a la consideración de la noticia y al paratexto que la acompaña, y no figuran explicitadas en la superficie redaccional, aunque pueden advertirse en una lectura atenta que incluya los elementos paratextuales (ubicación en el diario, espacio que ocupa en la página, titulación, acompañamiento o no de elementos icónicos, ect.), además de otros elementos contextuales.

En el caso del destinatario, Genette alude al público, diferenciándolo de los lectores del texto. La primera categoría demasiado amplia y general, y la segunda, más específica y restrictiva (2001: 14), refiere a los efectivos lectores a los que llega la propuesta. Toda la actividad periodística está pensada en función de un lector, a veces identificado en grados precisos por el autor, otras formando parte de una nebulosa no muy bien delineada. Eliseo Verón afirma que el primer nivel a partir del cuál un diario se constituye en mercancía y en consecuencia posee en valor en el mercado, es la “producción de su lectorado”, es decir la delimitación de un conjunto de características que permiten definir el lector al que apunta el medio gráfico. Señala además que esa producción del lectorado siempre se realiza en una situación de competencia con otros medios de las mismas características, y que tal delimitación, de los lectores, se realiza a partir de representaciones-percepciones que los autores/editores tienen acerca de los sectores sociales (o target) a los que apuntan (2004: 199).

En este sentido Martín Barbero señala que uno de los cambios más importantes de la “era de la información” pasa por el modo en que los medios se relacionan con los públicos, esto es la transformación de la cultura de masas en una cultura segmentada. Enfatiza que la industria mediática ha sabido asumir que el público o la audiencia no designan un ente indiferenciado y pasivo, sino una “fuerte diversidad de gustos y modos de consumir”. De modo que la audiencia/el lectorado, aunque se presenta masivo por la cantidad de gente que la integra, ya no es uniforme ni homogéneo, y que los actuales modos de producción cultural de los medios “van en la dirección de la fragmentación y especialización de las ofertas y los consumos” (2007: 259).

Es posible señalar, además, que en el caso de la prensa gráfica, cada diario apunta a un tipo de lector que debe conservar y en algún momento ganar a la competencia. Los directivos y editores de los medios estudiados afirman que se deben tener en cuenta las urgencias de la vida cotidiana y la experiencia del lector con la televisión, a través de la cuál se puede informar rápidamente y además *ver* cómo ocurrieron los acontecimientos.

#### **II.2.1.5. El estatus funcional**

Y nuevamente resulta necesario volver a Genette para abordar el estatus *funcional* del paratexto. El *para qué*. Este aspecto resulta nodal, ya que “el paratexto, bajo todas sus formas, es un discurso fundamentalmente heterónimo, auxiliar, al servicio de otra cosa que constituye su razón de ser: el texto” Y agrega: “siempre un elemento de paratexto está subordinado a ‘su’ texto, y esta funcionalidad determina lo esencial de su conducta y de su existencia” (2001:16).

Las funciones de los elementos paratextuales no están predeterminadas. Cada uno de los elementos paratextuales del periódico tiene su propia función que muchas veces se complementan o se solapan. Y la infografía también tiene la propia, que en primera instancia y a juzgar por los dichos de los propios editores de los diarios estudiados, está relacionada con  *sintetizar/resumir/esclarecer* la información. Cabe aclarar que en estudio, Genette deja de lado la consideración de la ilustración, aunque reconoce su innegable pertinencia paratextual (2001: 350).

Y por otro lado plantea que las funciones del paratexto deben ser analizadas de manera específica según el género, para poder establecer relaciones de dependencia entre funciones y estatus y en consecuencia identificar los tipos funcionales (2001: 17).

Hemos visto hasta aquí que los temas que abordan las infografías están todas relacionadas con la noticia a la que acompañan. Siempre se presentan en la misma página, bajo un mismo título general (que es el de la noticia principal), ocupando un espacio que difiere según las características de la noticia. Noticia e infografía se presentan relacionadas, en una vinculación estrecha, subordinada la última a la primera, de la que toma los datos necesarios para mostrar el acontecimiento de

manera resumida y simplificada. En este sentido, vale aquí reiterar las palabras de Genette: “siempre un elemento de paratexto está subordinado a ‘su texto’, y esta **funcionalidad** determina lo esencial de su conducta y de su existencia”. (2001:16).

El análisis de las categorías *espaciales, temporales, sustanciales, pragmáticas y funcionales* del paratexto y su traslación al campo del periodismo gráfico, nos permite ubicar a la infografía dentro de este conjunto de elementos que rodean al texto, que se ubican allí para cumplir una función, estar “al servicio de otra cosa que constituye su razón de ser: el texto” (2001:16). Aquí, y luego del recorrido que se ha realizado, es posible señalar que las posibilidades que brindan las tecnologías informáticas hacen más visible ese “acompañamiento” al texto. Las exigencias del mercado y la competencia con los formatos audiovisuales y digitales, deriva en que el texto escrito en soporte papel deba ser “atractivo”, para no sólo poder guiar al lector, sino, fundamentalmente captar su atención.

La categoría funcional del paratexto, tal como la comprende Genette, resulta nodal para entender la infografía en tanto elemento paratextual, ya que está allí, incluida en la superficie redaccional, para cumplir una función. Entonces, a partir de lo expuesto hasta aquí, y asumiendo el carácter paratextual de la infografía, es que se planteará, en la tercera parte de esta tesis, nuevos agrupamientos de infografías que se alejan de las propuestas de la bibliografía estudiada (De Pablos; 1998, 1999; Valero; 2001, 2008, 2011; Peltzer, 1991) para procurar establecer las vinculaciones entre tipos y funciones de las infografías relevadas en el corpus, esto atendiendo a lo aconsejado por el propio Genette, y aún a riesgo de plantear una reducción a temas fundamentales y por demás recurrentes (2001: 17).

## II.2. 2. Variabilidad y dinámica paratextual según las épocas

La categoría de paratexto es dinámica y se encuentra en permanente movimiento. Varía según el autor, el editor, la obra y el contexto, por lo que no resulta posible realizar una descripción teórica que comprenda a todos los textos de la cultura gráfica. Así, dice Genette, que los elementos del paratexto no se presentan de manera uniforme y constante: “Las vías y medios del paratexto se modifican sin cesar según las épocas, las culturas, los géneros, los autores, las obras, las ediciones de una misma obra, con diferencia de presión a menudo considerables: es una evidencia reconocida que nuestra época ‘mediática’ multiplica alrededor del texto un tipo de discurso que el mundo clásico ignoraba” (2001: 9).

Esta dinámica, esta variabilidad, es fácilmente observable en el periodismo gráfico, ya que está caracterizado, en cada uno de los productos que se incluyen dentro de esta amplia categoría, por una suerte de constancia o permanencia en su forma, que, cada tanto, es modificada y adaptada al momento histórico y cultural. Los diarios se presentan a sus lectores de manera fija y repetitiva en sus formas y cuando alteran su presentación lo hacen poniendo el acento en algunos de los aspectos que señala Genette: las épocas, las culturas, las innovaciones tecnológicas, etc.

Se hará referencia aquí a las modificaciones que se observan en la presentación de un periódico que se relacionan con el avance de las **nuevas tecnologías** aplicadas a los procesos de edición e impresión; con los **cambios estéticos** provenientes sobre todo del imperio de una cultura visual, que también pueden entenderse como cambios de época, y con los **hábitos de lectura** de los lectores.

Las nuevas tecnologías ponen al alcance de la mano una serie de herramientas técnicas que permiten la variación casi sin límite del texto impreso, sólo condicionada, en el caso de la prensa gráfica, al “contrato con el lector”.

Las investigaciones referidas a los procesos de **innovación tecnológica** aplicadas al periodismo son numerosas, y en general dan cuenta, entre otros aspectos, de los diferentes efectos que tal innovación provoca en la superficie gráfica<sup>161</sup>. Es decir, la innovación tecnológica, en los distintos estadios del proceso de producción de

---

<sup>161</sup> Ver *Introducción y Primera Parte* en esta misma tesis.

la prensa diaria, se manifiesta en modificaciones en la presentación del texto/diario al lector. Y esas modificaciones atañen a elementos del paratexto.

A modo de ejemplo se hará referencia a dos de esas investigaciones<sup>162</sup>. Una realizada en España en el año 1995 y la otra en Argentina en el año 1989. La primera dirigida por Bernardo Diaz Nosty plantea una proyección secuencial del sistema de medios en España, y analiza, entre otras cuestiones, el grado de innovación tecnológica del sector en tanto determinante en la propuesta comunicativa de los medios. Si bien, la investigación no aborda el paratexto, es inequívoca su referencia cuando se pone de manifiesto cómo la renovación tecnológica impacta en el producto. Por ejemplo, en relación a la incorporación del offset en el proceso de impresión señala que “los diarios abandonaron su austeridad y pobreza gráfica, a la vez que añadían a sus textos más y mejores imágenes de actualidad” (1995: 54).

Esas innovaciones relacionadas con la incorporación de tecnología en las distintas fases del proceso productivo (composición, impresión, y más tarde las redacciones), conllevan modificaciones en los formatos, la tipografía, la legibilidad, el ordenamiento de los textos, etc., pero también se encuentran vinculadas con la competencia con otros medios, como por ejemplo la televisión.

La otra investigación se sitúa en Argentina al finalizar la década de 1980 y aborda el impacto de la informatización en la prensa<sup>163</sup>. Y si bien dicho estudio, dirigido por Héctor Schmucler (1989), se aboca en mayor medida a las transformaciones en las condiciones de trabajo del personal gráfico, no soslaya la implicancia que dicha “mutación socio-técnica” tiene en la superficie gráfica de los periódicos<sup>164</sup>.

---

<sup>162</sup> Deliberadamente hemos seleccionado investigaciones contemporáneas con el período estudiado con el objetivo de clarificar los efectos en la superficie de los periódicos que la incorporación de las tecnologías estaba produciendo, pero también las tensiones que ocurrían al interior del campo periodístico.

<sup>163</sup> La investigación alcanza a los diarios *Clarín* y *La Nación*

<sup>164</sup> Dice Schmucler: “Nuestro método de investigación incluye, con carácter prioritario, entrevistas a trabajadores gráficos en las que se trata no sólo de obtener datos sobre la transformación de los procesos de trabajo, la reorganización del trabajo y el desplazamiento de ciertas profesiones -área en la que se ha indagado con bastante profundidad en otras investigaciones- sino que se buscan indicios sobre la vivencia subjetiva del trabajador frente a su nueva situación, laboral y del significado de esta transformación de la cultura laboral del gremio. Las entrevistas a periodistas, por otra parte, tienden a analizar el cambio que la automatización de los procesos editoriales está produciendo en su trabajo, la forma en que se relaciona con los instrumentos, el cambio en las rutinas profesionales y en la forma de escribir. En otro nivel, se intenta analizar en qué medida este proceso genera **transformaciones cualitativas en la noticia; si redefine o no el lenguaje**

La investigación realizada da cuenta de las profundas modificaciones al interior del medio gráfico, en especial la organización del trabajo de la redacción y de los talleres gráficos, y plantea un escenario de transformaciones cualitativas profundas que se verían más notoriamente en la superficie de los diarios al poco tiempo de concluida dicha investigación. Pero además, Schmucler ubica las transformaciones técnicas que incorpora el proceso de producción de la prensa diaria en un contexto de profundos cambios sociales y culturales que incluyen la competencia de los periódicos con otros medios de comunicación (en especial la televisión) y con los consiguientes cambios en los **hábitos de lectura**. Dice el investigador argentino: “Una historia social y cultural del cambio técnico en los medios y procesos de comunicación social puede dar cuenta de la relación que existe entre la innovación socio-técnica y el desarrollo o cambio en las formas de percepción o de sensibilidad humana, de cambios en los procesos de aprendizaje y de construcción del conocimiento, en las formas de presentar la información y en los estilos discursivos” (1989: 26).

Los aspectos ya señalados (diseño de gráficos, diagramas, lenguaje mixto de texto e imagen) atañen a elementos del paratexto, que se ven alterados y/o modificados en función de las transformaciones que operan en la sociedad y en consecuencia al interior de los medios, y que conllevan cambios (a veces profundos otras veces no tanto) en la presentación de los periódicos.

El otro punto que resulta necesario señalar está relacionado con los **cambios estéticos en la cultura** y que también han repercutido en las producciones gráficas a lo largo del tiempo.

En este sentido Steimberg y Traversa en un texto publicado en 1981<sup>165</sup> plantean una mirada histórica en la que señalan diferencias o “preeminencias conflictivas” de una línea estilística sobre otra o de un componente textual o gráfico en el diseño de las revistas populares argentinas de la primera mitad del siglo XX. Se

---

**periodístico**; si tiende o no a standarizar y simplificar la información”. (1989: 24). El subrayado es nuestro.

<sup>165</sup> El artículo “Para una pequeña historia del lenguaje gráfico argentino”, fue publicado originariamente en el catálogo de las Segundas Jornadas sobre Arte Impreso, Buenos Aires, Fundación Argentinia y Escuela Panamericana de Arte, 1981, y reproducido en el libro Steimberg, O y Traversa, O: (1997: 33) Si bien el texto aborda la cultura gráfica en general, se detiene particularmente en las revistas populares de la primera mitad del siglo XX y en las imágenes, en especial las caricaturas y la publicidad.



proponen revelar los rastros gráficos prestando especial atención al diseño y la ilustración en ese corpus y señalan que el resultado de tal mirada no ofrece una homogeneidad en el recorrido de modo de poder señalar una tendencia o prevalencia uniforme. Más bien, afirman, se trata de una “sucesión de conflictos, a partir de los cuáles se advierte el dinamismo cultural de ese período” (primera mitad del siglo XX) (1997: 40).

Entonces, la influencia de las corrientes artísticas prevalecientes en una época histórica, tienen su correlato en las publicaciones gráficas a partir del cambio/modificación/transgresión de elementos del diseño que corresponden al paratexto, es decir a todo aquello que rodea al texto<sup>166</sup>. También esos cambios dan cuenta de los gustos imperantes en cada época, esto es la opción de los lectores por una u otra propuesta, tema que no se tratará aquí.

De modo que estas tres dimensiones a los que se hace alusión (**innovación tecnológica, estilos de época y hábitos de lectura**), se encuentran vinculadas y resultan claves a la hora de pensar las modificaciones o la evolución del paratexto en la producción gráfica periodística. Esto es, deben entenderse como condicionantes del paratexto en toda producción gráfica periodística.

“Si un elemento de paratexto puede aparecer en todo momento del mismo modo puede desaparecer, definitivamente o no, por decisión del autor o por intervención de un tercero, o en virtud del paso del tiempo” (Genette; 2001: 11).

### II.2.2.1. Cambios para nuevos tiempos

A partir de la década de 1980, pero más claramente en la década siguiente, la mayoría de los diarios del mundo achican sus formatos, e incorporan más cantidad de imágenes, además del color y de un diseño más cuidado. Dice Canga Lerequi que la utilización de *recursos visuales* en la presentación del periódico, que

---

<sup>166</sup> Dicen Steimberg y Traversa que el Art Nouveau aportó a la gráfica periodística la ruptura con el ortogonalismo; la habitual separación entre tipografía e imagen; el tratamiento de la tipografía como imagen; el quiebre de la frontera entre el texto verbal tipográfico y la imagen no tipográfica. Del mismo modo, el Art Decó aportó la utilización libre de la imagen fotográfica, usos geométricos que quebrantaban la plantilla gráfica tradicional y también una ruptura con las convenciones de cada página. Y en el caso de la línea gráfica de la Ilustración Americana, aporta también el crecimiento de la imagen, sobre todo publicitaria, subordinando el texto al carácter de mero anclaje. (1997: 48/9)

anteriormente eran de uso casi exclusivo de las revistas, modernizaron y actualizaron el diario tradicional. Y resalta que las nuevas tendencias en el diseño periodístico se convierten en la referencia fundamental de los cambios en la fisonomía del periódico, un cambio que caracteriza como necesario para adaptarlo “a los nuevos tiempos” (1996: 9).

Estas variantes gráficas: modificaciones en el tamaño, incorporación del color, innovaciones en la tipografía, han sido el común denominador de los últimos años en la prensa gráfica y aparece como clara estrategia en las declaraciones e intervenciones públicas de los referentes gerenciales de los diarios más importantes de la Argentina, los que toman las decisiones editoriales. Afirman que la actual vida de los ciudadanos requiere un diario que pueda ser rápidamente leído, y más que eso, que permita *ver* la información de un solo *pantallazo*, casi del mismo modo en que se consume la televisión.

Por ejemplo, el 29 de noviembre de 1998, el diario *Clarín* a través de su secretario general de Redacción, el cargo de mayor jerarquía dentro de la redacción luego de la estructura de la dirección, anunciaba en sus páginas un rediseño que presentaba el soporte material con modificaciones gráficas importantes. Además de aspectos relacionados con la noticia y el compromiso del diario con la sociedad, se hacía hincapié en los elementos gráficos considerados como relevantes en la presentación del diario. El anuncio da cuenta de al menos dos aspectos, uno relacionado con el planteo de Genette en el sentido de que el paratexto se presenta de manera dinámica en la historia de un objeto gráfico, y que hay elementos que pueden aparecer y otros desaparecer en función de la evolución tecnológica. El otro aspecto<sup>167</sup> muestra una intención que es posible ubicar en el editor: hacer más comprensible la noticia a través de los elementos del paratexto.

Esta relación, innovación tecnológica/cambios culturales, se mantiene cada vez que alguno de los diarios estudiados, o algún otro de la misma época, anuncia una modificación en su formato. Las transformaciones aparecen vinculadas a un motivo significativo: adaptarse a los nuevos tiempos, lo que implica también a las nuevas demandas de los lectores.

---

<sup>167</sup> Véase “Un día muy especial en la historia de Clarín”, Roberto Guareschi, *Clarín*, 29 de noviembre de 1998. Disponible también en <http://edant.clarin.com/diario/1998/11/29/i-02203d.htm>

Otro ejemplo. En relación a la aparición de la revista *Viva* en 1994, reemplazando a *Clarín Revista*, se hace mención a los cambios en el diseño y formato, relacionados con los cambios sociales. Y diez años después, en 2004, a raíz de un nuevo rediseño, también se presenta el cambio gráfico vinculado al cambio social: “(...) hace 10 años el lema de la revista [*Viva*] era ‘para ver, pensar y sentir’, (...) con un estilo moderno para el mercado de diarios de los domingos, que fue adaptándose a las modificaciones y tendencias que aparecían y prevalecían en la Argentina. (...) Hoy *Viva* cambió porque también ha cambiado el país. (...) La revista de *Clarín* atravesó el fin del siglo XX y vive ahora el convulsionado y contradictorio umbral del nuevo milenio. Son etapas muy fuertes en la vida de un periodista y de una publicación que está obligada a auscultar las nuevas tendencias, los nuevos hábitos, la transformación de la sociedad argentina (...)” (Kirschbaum: 2004).

Del mismo modo, el otro diario estudiado, *La Voz del Interior*, se comunica con sus lectores para dar cuenta de las transformaciones operadas en su producto, y como en el caso anterior, esos cambios no sólo están relacionados con la manera de encarar la noticia, sino, fundamentalmente con su presentación en la superficie del diario. Los aspectos a los que hacen alusión sus dos suplementos especiales sobre el rediseño (uno del 21 de setiembre de 1995 y el otro del 19 de junio de 2001) tienen que ver con elementos del paratexto, esto es el formato, la presentación gráfica, el uso de las imágenes y también aspectos relacionados con su rótulo, el nombre que identifica el medio, todos ellos consecuencias, según los editores, de la innovación tecnológica y de los cambios en los hábitos de lectura de su público.

También, en el rediseño de *La Voz del Interior* de 1995 se hace explícito que tal renovación se basa “en las demandas del público”, lo que ha llevado a pensar en “un estilo periodístico y visual que favorezca al lector”<sup>168</sup>. Del mismo modo en

---

<sup>168</sup> La nota periodística “A la altura de los diarios más importantes del mundo”, retoma dichos de Mario García, un destacado diseñador gráfico, responsable del rediseño de *La Voz del Interior* en 1995. Plantea como premisa la *actualización* de los diarios, en el marco de pronósticos agoreros respecto del futuro del medio impreso. Y señala dos aspectos en los que resulta necesario intervenir, uno la incorporación del color y el otro la consideración de los tiempos de lectura por parte del público: “El primer cambio es pasar al color. Un 77 por ciento de los lectores modernos no recuerdan la vida sin la televisión y hay un 61 por ciento para los cuales todo fue con TV en colores. (...) Ese público está acostumbrado a revistas, a la televisión, a los discos compactos con

2001, el diario local presenta nuevos cambios fundamentados en las transformaciones sociales y los cambios en los hábitos de lectura<sup>169</sup>.

De modo que las demandas planteadas por los receptores deriva en una propuesta gráfica cuya característica es la “lectura más ágil”, que implica letras más grandes, mejor uso de la fotografía y más infografía. “El énfasis hay que ponerlo en mover rápido al lector, con un sistema de índice para que la gente pueda navegar a través del diario sin dificultad” (Jornet; 2001:3).

Las dimensiones a las que se hacía alusión en estas mismas páginas: **la innovación tecnológica, los hábitos de lectura y los cambios en la cultura**, son mencionados de manera reiterada cuando se explica o justifica una modificación en el diseño gráfico de los diarios estudiados, esto es el paratexto.

En todos los casos, la dimensión innovación tecnológica aparece de manera reiterada como causa inmediata, otras veces como factor determinante, de los cambios en la superficie gráfica. Y siempre están presentes, las demandas del lector en relación a una lectura “más ágil”, “más directa”, “más fácil”.

La alusión a los lectores como motores del cambio continúa vigente. Mucho más cerca en el tiempo, el diario *La Nación*, en su ejemplar del 7 de diciembre de 2009, basa la conformación de una redacción integrada, en la que convergen los equipos del diario papel y de la plataforma digital, en las demandas constantes de sus lectores que reclaman una transformación acorde a los adelantos tecnológicos en comunicación<sup>170</sup>. De modo que los lectores y los cambios en sus hábitos de

---

mucho colorido. Por eso, quiere leer un diario que también incluya el color en sus páginas. El ritmo de vida moderna impone otra dinámica de lectura del diario. (...) Hace apenas 10 años una persona podía pasar frente al diario no menos de 45 minutos, pero ahora dedica unos 20 minutos promedio” (*La Voz del Interior*, 21 de setiembre de 1995, p.2).

<sup>169</sup> El título de la nota del Suplemento Especial Rediseño del 19 de junio de 2001, firmado su director periodístico Carlos Jornet es “Acompañar los cambios sociales”, y hace alusión a este condicionamiento relacionado con las modificaciones en los modos de presentación de un periódico: los cambios en la cultura (2001: 3).

<sup>170</sup> La noticia que da cuenta de la creación de una nueva “redacción multiplataforma”, dice: “Los medios viven hoy un proceso de transformación que atraviesa los flujos de trabajo, los modelos de negocios y los modos de vinculación con las audiencias. Las tecnologías imponen cambios en las reglas de juego y las organizaciones periodísticas responden embarcándose en el desafío de la innovación. *La Nación*, pionero en el mundo del periodismo digital, acepta el reto de **satisfacer las nuevas aspiraciones de sus audiencias crecientes**”. La noticia periodística agrega: “**Hoy es la audiencia la que marca el ritmo de la transformación**. Inmersos en la era de la Web 2.0 y el arte de escuchar, aprender, colaborar y construir conocimiento de manera colectiva, los medios avanzan \_en un proceso irreversible- con estrategias de producción multimedia que intentan satisfacer esa demanda”. Véase Roitberg, Gastón: “Periodismo del Siglo XXI- Los lectores marcan el ritmo de los cambios. *La Nación* estrenó su redacción integrada. Los equipos del diario papel y

lectura sumados a la innovación tecnológica, siempre derivan en una propuesta de innovación en los medios gráficos. Esas variantes, la mayoría de las veces, se observan en la materialidad del diario, en los elementos del paratexto.

Resulta interesante revisar las intervenciones públicas de los referentes empresariales o editores responsables relacionados con los cambios y la necesidad de adaptación a las “nuevos tiempos”. Esas declaraciones predicen o acompañan las mutaciones que luego se verán reflejados en los diarios.

Por ejemplo, Héctor Magnetto, el presidente y CEO del Grupo Clarín SA, sostiene que el avance de las nuevas tecnologías obliga al periodismo a “*cambiar para sobrevivir*”, aludiendo a la necesidad de enfrentar la caída en las ventas a raíz de la aparición de otros formatos en la industria de la comunicación. Afirmo que la multiplicidad de la oferta cultural (televisión por cable, Internet, video) hace que se “reduzcan los niveles de lealtad y se erosione potencialmente la rentabilidad”, lo que deriva en la necesidad de adoptar estrategias que reviertan dicha tendencia. Para Magnetto hay que “repensarse constantemente, rediseñarse, actualizarse y estar ‘al día’”. También plantea la necesidad de una “apertura” del periodismo para participar en nuevos formatos, incluso aquellos ligados a la ficción. Señala que impacta ya no sólo en la transmisión y recepción, sino en “el lenguaje periodístico.” Y agrega que la multiplicidad de la oferta cultural (televisión por cable, Internet, video) hace que se “reduzcan los niveles de lealtad y se erosione potencialmente la rentabilidad”, lo que deriva en la necesidad de adoptar estrategias que reviertan dicha tendencia”(2004).

La preocupación sobre la vigencia y la necesidad de “*cambiar para sobrevivir*” se ha visto claramente en las acciones del grupo. La página oficial del Grupo Clarín habla de “alcanzar a los diversos segmentos de consumidores”; de “explorar nuevas formas para acercarse más y mejor a (los) lectores y llegar a nuevos públicos”. En palabras de Magnetto, “los diarios deben verse como productores de contenidos”, es decir no necesariamente relacionados con la información, y “uno de los caminos posibles es ampliarles el horizonte de acción” (1999).

Las premisas “*segmentación del mercado*” y “*producción de contenidos*” se comienzan a advertir claramente en los productos gráficos. Roberto Guareschi,

---

de la plataforma digital comparten un mismo espacio para producir contenidos”. *La Nación*. 7 de diciembre de 2009. El subrayado es nuestro.

secretario general de redacción del diario *Clarín* entre 1990 y 2003, califica el rediseño de 1998, como el “más importante en la historia de *Clarín*”, y señala que los cambios muestran un diario “más claro, más fuerte, más elegante”. Insiste en la “adaptación” del diario a los nuevos tiempos y a los requerimientos de diversos tipo de lectores, aquellos que prefieren una lectura en profundidad o informarse rápidamente. El periodista, ubicado en el espacio jerárquico más importante de la redacción, hace hincapié en la incorporación de otros recursos gráficos que actúan como señaladores y guía para facilitar el recorrido del lector, y también de la inclusión de secciones de entretenimiento (1998).

Como se advierte, la insistencia está en la forma, en la materialidad, en el paratexto y en la dinamicidad del proceso, esa necesidad de adaptarse a los nuevos consumos culturales regidos por la influencia de la imagen televisiva. Los cambios que se anuncian tienen que ver con el reforzamiento de la identidad en un marco de flexibilidad que permite la incorporación de las nuevas formas del diseño, que combina la innovación y la atracción con la funcionalidad. Asimismo, se insiste en los señalamientos de la gráfica que ayudan al recorrido por el diario, algo así como un itinerario guiado.

En este sentido, Gustavo Lo Valvo, Editor jefe del Departamento de Arte del diario *Clarín* señalaba en 2004: “(...) creemos que **el diseño no abarca sólo a la forma**. (...) Y por eso lo concebimos integrado en la manera de entregar los contenidos, en la experiencia de lectura y el proceso de asimilación de la información (...) Por eso, trabajamos (...) en la búsqueda de **la mejor experiencia de lectura**, de la optimización del tiempo del lector, en la claridad de los contenidos” (2004).

De lo dicho se deduce que la “*optimización del tiempo del lector*” de periódicos tiene en cuenta las urgencias de la vida cotidiana y también la experiencia del lector con la televisión, a través de la cuál se puede informar rápidamente y además *ver* cómo ocurrieron los acontecimientos.

Estas transformaciones en la lectura, producto del avance de la tecnología, han configurado un tipo de estructura de página que incluye noticias breves, espacios más amplios para los títulos, los blancos y las imágenes, frases destacadas en negrita en las que se subrayan las partes centrales del acontecimiento, una guía

gráfica para el lector (filetes, nombre de las secciones, flechas que conducen a la página siguiente, etc.), que hacen posible informarse con sólo un *pantallazo*.

La incorporación en las redacciones, durante la década de 1990, de Departamentos de Artes en el que se incluían a infografistas, en su mayoría importados desde Europa, da cuenta de esta decisión empresaria de “*cambiar para sobrevivir*”. A partir de ese momento los diarios más importantes de la Argentina (*Clarín*, *La Nación*, *La Voz del Interior*) compiten en concursos internacionales de diseño obteniendo relevantes premios, que, inmediatamente, comparten con sus lectores.

En el ámbito local, el diario de mayor tirada, *La Voz del Interior*, también muestra a sus lectores su adecuación a los tiempos que corren. Recordamos que a partir de 1995 comienza a editarse en color. La página oficial hace alusión a cambios en la presentación del diario y en los procesos de producción. Entre las premisas básicas de esas modificaciones, se señala el cambio de tipografía (“moderna y más clara”), y también un “mejor aprovechamiento de los “blancos” como forma de facilitar la lectura; material fotográfico de impacto visual y mayor calidad; avisos publicitarios modulados; incorporación de abundante infografía y un replanteo del estilo de redacción y contenido.

También los cambios alcanzaron a la informatización en todo el proceso de producción y la incorporación de una nueva rotativa con mayor capacidad de impresión y con regulación automática de tintas y colores. Y en relación al empleo de las imágenes, la información oficial señala: “El uso de infográficos es habitual en los diarios modernos, ya que la sociedad ha cambiado sus hábitos de lectura. Hay menos tiempo y todos quieren informarse rápidamente” (Goertzen, 1995: 4).

El suplemento de Rediseño de 1995 de *La Voz del Interior*, destaca a toda página con fotografías de gran tamaño, los detalles de la nueva planta impresora y las características de la rotativa incorporada a los fines de la renovación en el producto. Posteriormente, en 2001, el diario presenta nuevos cambios en sus páginas. En la presentación oficial de ese rediseño, su director periodístico, Carlos Jornet, dice que las modificaciones responden a las transformaciones sociales de los últimos tiempos, y que los lectores, “saturados por un persistente bombardeo informativo”, esperan que el diario “les **aporte una rápida visión** de

lo que ocurre en el mundo, pero que, fundamentalmente los **ayude a interpretar** la realidad, les **aporte las pistas** para comprenderla, les **brinde datos útiles** para la vida diaria”. Asimismo, fundamenta estos cambios cualitativos en exigencias concretas del público: “(nuestros lectores) nos requieren estilos de redacción ágiles y directos (...) modos de presentación de la información que faciliten la lectura (...) Un diseño más moderno, más ágil, más sobrio; un diseño puesto al servicio de la información, del análisis y de la **claridad en la lectura**” (Jornet; 2001: 3).

En los dichos, y en los productos, se observa una suerte de desplazamiento de la función informativa de los periódicos hacia cuestiones que tienen que ver con contenidos no estrictamente de actualidad, sino formativos, es decir que apuntan a la transferencia de conocimientos generales. Por ejemplo, en ambos diarios aparecen temáticas como salud, tecnología, formando parte de secciones estables, con aparición a veces diaria y otras veces semanal.

Claramente en el período que estudiamos, las decisiones en relación a una nueva forma de presentación, a la materialidad del diario, atañen en su mayoría a variaciones en el paratexto. La justificación de los cambios está centrada en la innovación tecnológica y en el lector: informatización de todo el proceso de producción, incorporación del color, formatos más cómodos, impacto de la tecnología en el lenguaje periodístico, rápida visión; aportar pistas para hacer más comprensible la realidad; datos útiles para la vida cotidiana; claridad en la lectura; facilitar la lectura, un diseño puesto al servicio de la información, resumir, simplificar, etc. Pero además es necesario remarcar que la edición diaria también implica toma de decisiones que tienen que ver con el emplazamiento del texto periodístico: lugar en el que se publicará la noticia (tapa o páginas interiores); espacio que ocupará; si estará o no acompañada de imágenes (dibujos, fotografías, infografías)<sup>171</sup>.

---

<sup>171</sup> Roberto Guareschi fue secretario general del diario *Clarín* hasta el año 2003, es decir, se desempeñó como el máximo responsable de la redacción. En una entrevista publicada en el año 1997 da cuenta de la rutina de la edición periodística y el modo en que se toman diariamente las decisiones en una estructura piramidal muy marcada: “[Todos los días] de 14 a 15 horas hacemos la reunión de editores, donde (los editores) traen los principales temas del día y discutimos sobre cómo publicamos las cosas en el diario hoy, en qué nos ganó la competencia, en qué le ganamos, qué hicimos bien, qué hicimos mal. (...) Después de eso viene la reunión del *mono*, donde viene la gente de publicidad (con los espacios vendidos) y repartimos las páginas para cada sección. Se



Son los gerentes/secretario/as de redacción/editore/as quienes justifican/definen/anuncian los cambios en la presentación, en la materialidad del producto, en el paratexto, y también son los que clarifican las funciones de estas innovaciones. Dice Alvarado. “En su conjunto, *el paratexto editorial se ocupa de la transformación del texto en mercancía*, y los diversos elementos que lo integran son parte de ese proceso. Este carácter mercantil, que en los libros a veces se desdibuja detrás de la sobriedad o el esteticismo, es evidente, en cambio, en los medios de prensa: el contraste en el diseño de las tapas de los diarios desplegadas en el quisco permite apreciar, sin demasiado esfuerzo, la estratificación del público al que apelan, y, por lo tanto, el intento de ocupar una franja del mercado” (1994:33)<sup>172</sup>.

Nuevamente se insiste, aún a riesgo de ser reiterativos, que no se trata de hacer una historia de las variaciones del paratexto en el periodismo gráfico, sino referir a un período de tiempo y solo a dos diarios. Se trata más bien de una suerte de “inventario” (Genette: 2001: 19) que puede ser aplicado en un tiempo y espacio determinado, a uno o más productos gráficos y que nos conduce al análisis y la determinación de funciones de uno de esos elementos paratextuales: la infografía.

---

quedan los que trabajan en el cuerpo principal del diario: lo que hacemos es asignar las páginas, realizamos un repaso general del diario y yo sé qué es lo que va en cada página. Lo sé yo, (como jefe periodístico del diario) o el que está a cargo de la edición. (...) Después de eso viene otra reunión con los editores, a las 7 de la tarde que es mucho más corta, dura media hora más o menos, donde se tratan estrictamente los temas que van en la tapa” (Bernetti y Micheli: 1997; 52).

<sup>172</sup> Las itálicas son del original.

# TERCERA PARTE

## *Tipos y funciones: mostrar para simplificar*

En esta parte se aborda la problematización a la pregunta ¿para qué se incluye la infografía en este espacio periodístico? A partir de este disparador se analizan las infografías teniendo en cuenta sus funciones, características y el tipo de información que acompañan, lo que deriva en el planteo de nuevos agrupamientos, en tanto unidades paratextuales, en una propuesta superadora de las clasificaciones relacionadas con la forma. Así la multiplicidad y variación de las infografías relevadas, plantean desafíos relacionados con ubicaciones estrictas y fijas. También se propone una articulación entre las características del texto expositivo-explicativo con la infografía para proponer una serie de *indicadores gráficos* que ordenan, remarcan, dan cuenta del desarrollo lógico y temporal, etc., en suma hacen más comprensible la noticia graficada. Se insiste en las páginas que siguen que se trata de un elemento del paratexto, clave en la época estudiada para estar “a tono” con la cultura visual; imprescindible para la rápida y más sencilla comprensión y para “*ver*” la noticia de manera simplificada.

### III.1. ¿PARA QUÉ LA INFOGRAFÍA?

La bibliografía consultada (De Pablos: 1998; 1999, Valero Sancho: 2001; 2008; 2010), señala que la **función** de la infografía en el marco del periodismo gráfico, está relacionada con la **síntesis** o **resumen** de la información. Recordemos que Genette insiste que los elementos paratextuales están allí para decir algo, es decir, cumpliendo una función que es posible desagregar en tipos estableciendo así regularidades significativas (2001: 17).

Además, Genette confiere a la ilustración<sup>173</sup> una *innegable pertinencia paratextual* (2001: 350), lo que permite pensar en el corpus de infografías, en un período acotado del periodismo argentino y en dos casos concretos (un diario nacional y otro regional), que presenta ciertas regularidades e invariantes que son significativas y que permiten sugerir, una tipología. También, que la infografía, en su vinculación con la noticia y con el diario todo, establece ciertas relaciones en las que se toma en cuenta su emplazamiento, su estatus sustancial de iconicidad, su carácter pragmático, todo para poder hablar con más fundamentos de lo que a priori se advierte como funciones relacionadas con una explicación simplificada de la noticia. Sin duda ello se ha advertido, en lo visto hasta aquí, como una preocupación de los editores: noticias cortas, claras, recorridos señalados a los lectores; recuadros que retoman lo esencial, títulos referenciales que avanzan en el contenido de la información; en suma, un periodismo que intenta captar a un lector que tiene muy poco tiempo para leer y que prioritariamente está informado a través de la televisión.

Valero Sancho insiste en la función de **síntesis** o **resumen** de la infografía: “Más interesantes son (las infografías) cuando se presentan como un extracto que sirve a modo de primera o última lectura, de resumen que facilita la visión de conjunto de la información. (...) Aporta un resumen o reducción a términos simples y precisos, abreviando lo esencial de un asunto o materia de los textos informativos.” (2001:175)

Por su parte, Michel Gafré, diseñador, ex director de arte de del diario francés *Le Monde*, dice en un texto publicado en 1998, que la tendencia en ese momento se

---

<sup>173</sup> Junto a la traducción y la publicación en folletín (2001: 350)

inclina por “un periódico más didáctico”, que ayude al lector a “desenvolverse en este diluvio de informaciones que lo asalta permanentemente”, y señala que “la infografía se ha vuelto una herramienta indispensable” para aportar economía e información en un marco de creciente competencia con los medios electrónicos. En este sentido coincide con lo expresado por los infografistas y editores de los diarios estudiados.

Otro aspecto que resulta interesante de destacar, y que ya se ha mencionado anteriormente, es la vinculación de la infografía con la noticia, con la actualidad. Alejandro Tumas, jefe de infografía de *Clarín* en el período estudiado, señala en un artículo aparecido en 1999, que en relación al tiempo que demanda realizar una infografía es posible diferenciar dos tipos: las atemporales, no vinculadas al hecho noticioso y que no son exclusivas de los diarios, y aquellas otras, propias del periodismo, que se elaboran en un día de trabajo. Agrega que “para ambos tipos de infografías la esencia es puramente descriptiva” y que muy pocas veces se aporta un valor conceptual” (1999: 15), lo que deriva en su necesaria vinculación con el texto escrito. Y en relación a la estética, Valero Sancho dice que “no es demasiado imprescindible” en la infografía, que debe primar el contenido a los ornamentos de la gráfica (2011: 8).

En relación a este punto, el Manual de *Clarín*, señala que lo estético “no debe conspirar” contra la calidad informativa (1997: 125), aunque la mirada desde los hacedores de las infografías advierta que esa cualidad es muy importante: “No hay que olvidar el aspecto estético, porque estas piezas están consideradas de alto impacto visual (...) una buena infografía es la que mantiene una justa tensión entre diseño y periodismo. Es importante que le guste al lector para atraparlos con la información, porque las *infos* funcionan como una puerta de la página, y su fin último no es sólo que se lea, sino que el lector quede tan entusiasmado que pase directamente a descubrir qué nueva cosa le cuenta la nota” (Díaz de Cerio Pique; 1999: 12)

Entonces, insistiendo que se trata de una unidad paratextual, hay al menos dos funciones ineludibles de la infografía a las que remiten teóricos e infografistas/diseñadores: la **explicación/esclarecimiento** y la **síntesis/resumen**. La tercera, vinculada con el **embellecimiento** o con el hacer más atractiva la

información, aunque no figura como imprescindible en las fuentes teóricas consultadas, si aparece como preocupación de los hacedores de la infografía (diseñadores/infografistas).

Aquí resulta imperioso volver a Genette para reiterar el carácter funcional del paratexto: “Cualquiera sea la intención estética que quiera provocarse, el paratexto no tiene como principal tarea la de ‘hacer bonito’ el texto, sino de asegurarle una suerte conforme al propósito del autor” (2001: 352). También Alvarado refiere a las funciones de la ilustración y hace hincapié en la característica de “*esclarecer mostrando*”, y también agrega que es una forma de “embellecer u ornamentar el texto”, con lo que cumple su cometido comercial: “*atraer la atención del público*”<sup>174</sup> (1994: 35).

Se insiste en el *para qué* de la inclusión de la infografía en el período y los diarios estudiados, y en pensarla como “*instrumento de adaptación*” (Genette, 2001: 352) a los cambios que en el tiempo que estudia esta tesis se advierten en el campo del periodismo gráfico.

### III.1.1. Funciones básicas: Esclarecer, explicar, sintetizar, resumir

Ya se ha señalado en páginas anteriores que las funciones de la infografía, que aparecían luego de indagar en diversos textos sobre el tema, los Manuales de Estilo de los diarios estudiados y en los dichos de los editores e infografistas, eran, fundamentalmente **esclarecer, explicar, sintetizar, resumir**. En suma, en esta indagación la infografía aparece como un recurso cuya función es facilitar la comprensión o comparación de sistemas o acontecimientos.

Ahora bien, qué es lo que se trata de **esclarecer, explicar, resumir o sintetizar**. Sin duda, y entendiendo la infografía en tanto elemento del paratexto, los editores intentan esclarecer, *explicar visualmente* la noticia. En ese intento de explicación se compara, se localiza, se clarifica una cronología, un recorrido, los pasos en el funcionamiento de un mecanismo, etc.; se simplifica un procedimiento o acontecimiento complejo acortando los pasos y deteniéndose solamente en los imprescindibles (para describir el suceso o el funcionamiento del objeto), y

---

<sup>174</sup> En bastardilla en el original.

también, en esa intención de esclarecer se propone des-ocultar lo que no se puede observar a simple vista.

En las líneas que siguen se trasladará la idea de *explicar visualmente*, en tanto estrategia comunicacional, es decir cumpliendo una función de esclarecimiento y de simplificación de la información, al caso de la infografía en el marco del discurso periodístico. Para ello se retomarán algunos conceptos planteados en la *Primera Parte*.

Charaudeau piensa el discurso periodístico como un proceso de *transacción* en tanto existe un saber que alguien posee y el otro no. Dice que el sentido se construye a partir de un doble proceso de semiotización: un proceso de *transformación* (consiste en la conversión del mundo por significar en un mundo significado), y otro de *transacción*. En relación al proceso de transformación, señala que el acto de informar se inscribe en este proceso porque “debe *describir* (identificar y calificar hechos), *contar* (describir acontecimientos) y *explicar* (proporcionar los motivos de esos hechos y acontecimientos)” (2003: 50).

Siguiendo con esta doble articulación, en relación al proceso de *transacción* advierte que supone “la ignorancia del otro, transmitir un saber, y suponer que el otro ha de utilizar ese saber” (2003:52), las tres condiciones en las que se basa la información y que pertenecen ese proceso de transacción<sup>175</sup>.

Inmediatamente cabe la pregunta de *qué* saber se trata y *cómo* se transmite. En relación a la primera cuestión, Charaudeau se interroga acerca de la naturaleza del saber que se pone en juego y los efectos de verdad que busca. Dice que la naturaleza del saber se estructura en relación a la posición del hombre frente a los acontecimientos, esto es, cuando dirige su mirada hacia el mundo lo construye mediante *categorías del conocimiento*<sup>176</sup>. Entonces, en relación a los saberes de

---

<sup>175</sup> La propuesta constructivista de Charaudeau es mucho más compleja y sitúa el proceso de transacción en un marco de intencionalidad reconocido por parte de los interactuantes y apoyada en cuatro principios: el de alteridad, el de influencia, el de pertinencia y el de regulación. Insistimos en el concepto del proceso de transacción en el sentido de transmisión de un saber, porque nos resulta de utilidad para pensar la naturaleza de ese saber y sus modos de explicitación. Charaudeau dice: “El acto de informar es un acto de transacción en el cual el objeto de intercambio que circula entre los participantes es algún saber, que uno de ellos, en principio, posee y el otro no, que uno de ellos está encargado de transmitir y se supone que el otro debe recibir, comprender, interpretar, al mismo tiempo que experimenta una modificación de su estado de conocimientos, y cuyo resultado puede medirse con la posible reacción de ese otro.” (2003: 51)

<sup>176</sup> Y agrega que cuando su mirada se vuelve sobre sí mismo, construye el mundo mediante *categorías de creencias*. (2003; 56)

conocimiento<sup>177</sup> y según la naturaleza de lo que se percibe y que el hombre puede decidir *describir, narrar o explicar*, plantea tres categorías básicas: a) la *categoría existencial*, relativa a la descripción de los objetos que se encuentran en un tiempo y en un espacio y que cuando se inscriben en un enunciado informativo sirven para exponer datos, tales como por ejemplo ofertas de empleo, agendas culturales, anuncios inmobiliarios, etc.; b) la *categoría evenemencial*, relativa a la descripción de lo que sucede o sucedió en el mundo que, cuando se inscribe en una situación de comunicación mediática, sirve para hacer ver o imaginar lo que ocurre u ocurrió, ya sea focalizando en la *acción*, en una *declaración*, en la descripción de los *actores* implicados, o en las *circunstancias materiales*; es decir, se sitúa en el acontecimiento y en las etapas del mismo; y c) la *categoría explicativa*, que está determinada por la descripción del porqué, del cómo y de la finalidad de los acontecimientos, y que inscrita en una situación de comunicación proporciona al receptor los argumentos necesarios, basados en la razón, para volver inteligibles los acontecimientos del mundo (2003: 53 y ss). Las dos últimas categorías inscritas en situaciones de comunicación masiva; permitirán demarcar el tipo de saber que está en juego, el de *conocimiento*, que incluye la *existencia* misma del acontecimiento/objeto, su *focalización* (la selección de un aspecto para abordarlo), y su *explicación*.

Esta caracterización del discurso de la información, en el sentido de poner en juego un saber permite diferenciar (y acercar) el discurso informativo de otros discursos. En este sentido Charaudeau contrasta el discurso *informativo* con el *propagandístico* (en el cual incluye tanto el publicitario como el político) y señala que aunque los dos se centran en el destinatario, el primero le trasmite un saber, mientras que el segundo trata de seducirlo o persuadirlo. También contrapone el discurso *informativo* con el discurso *científico*: plantea que tienen en común la necesidad de la prueba, el primero se basa en las fuentes para reconstruir el acontecimiento, mientras que el segundo necesita de todo un programa de razonamiento. Por último, el discurso *informativo* y el *didáctico* tienen en común la explicación. Charaudeau aclara que no se trata de una “explicación

---

<sup>177</sup> Dice Charaudeau: “(...) los conocimientos, por oposición a las creencias (...) gozan de un prejuicio favorable de ‘objetividad’ y ‘realismo’, lo que constituye una garantía sobre la estabilidad de la visión estructurada del mundo” (2003:55)

demostrativa”, sino de “una explicación explicitadora”, con un marco de inteligibilidad accesible a la mayoría. Se trata, afirma, de una actividad de divulgación (2003: 70 y ss). En este sentido, la mostración del objeto, su graficación, su partición en sus aspectos fundamentales, la división por etapas, y su respectivo esclarecimiento, en tanto partes de un proceso, colaboran en la inteligibilidad del objeto/tema/problema. Ahora bien, ¿cuál sería el alcance, en el caso que se estudia en esta tesis, de esta “explicación explicitadora”? Explicitar en el sentido de “descubrir”, “revelar”, es decir quitar el velo o la tapa que cubre una cosa, un problema, para *ver, mostrar*, lo que hay en su interior, lo que muchas veces escapa a los ojos. Conocer lo que antes no se conocía o que se conocía superficialmente. En ese sentido el concepto de “revelar” se acerca más al de “hacer visible”; “mostrar” algo que permanecía oculto, que no está al alcance de los ojos, o que se desconocía. *Visualizar*.

### **Dos pioneros en *mostrar* la información: Joan Costa y Abraham Moles**

Esta preocupación por *mostrar* la información, no es nueva. Ya en la década de 1980, cuando aún la tecnología no había irrumpido con todo su furor en los medios de comunicación, aparecieron diversos libros de autores, algunos más relacionados con el ámbito publicitario, que vinculaban la gráfica con el lenguaje escrito, con la intención de hacer más asequible éste último; entre ellos Abraham Moles, Joan Costa (1981; 1992; 1998) y también Jacques Bertin (1981; 1992).

En uno de esos textos, Joan Costa, asumiendo que la percepción visual ya no se limita a lo que el ojo puede ver, sino que existe tecnología que amplifica el mundo visible, se pregunta enfáticamente cómo se accede visualmente a una realidad que escapa a toda visión y que forma parte del “universo de los fenómenos”. Se interroga: “¿Cómo acceder a estos fenómenos y a la información que contienen? ¿Cómo acceder así a nuevos conocimientos que son negados a nuestros sentidos?” (1998: 13). Para Costa es necesarios realizar un trabajo de *traducción* de lo real, a través de medios gráficos. Y en este sentido, entiende que visualizar es “hacer visibles y comprensibles al ser humano aspectos y fenómenos de la realidad que no son accesibles al ojo, y muchos de ellos ni siquiera son de naturaleza visual”,



que sin embargo aprendemos o descubrimos tanto en el ejercicio profesional como en la vida cotidiana. De modo que “no es un resultado implícito en el acto de ver. No es un producto espontáneo del individuo, que recibe la información ‘ya visualizada’, sino el trabajo del visualista, el diseñador gráfico, el ilustrador, el esquematista, el comunicador visual” (1998: 14). Agrega Costa que ese trabajo consiste en “*transformar datos abstractos y fenómenos complejos de la realidad en mensaje visibles, haciendo así posible a los individuos ver ‘con sus propios ojos’ tales datos y fenómenos que son directamente inaprensibles –y por tanto, inimaginables-, y comprender a través de aquellos, la información, el sentido oculto que contienen*” (ibid)<sup>178</sup>.

Entonces se trata de un proceso para hacer *visible* un hecho que ya pasó, una sucesión temporal, el interior de un objeto o de un organismo, etc. Y en el caso que se estudia aquí, mediante ese proceso, *ver* la noticia.

También, Dondis, en su clásico libro *La Sintaxis de la Imagen*, dice: “La visión es una experiencia directa y el uso de datos visuales para suministrar la información constituye la máxima aproximación que podemos conseguir a la naturaleza auténtica de la realidad”, y agrega: “buscamos un apoyo visual de nuestro conocimiento por muchas razones, pero sobre todo por el carácter directo de la información y por su proximidad a la experiencia real” (1973: 14).

Costa insiste en que la manera de hacer entendibles fenómenos complejos o inaprensibles es a través de su transformación en “configuraciones gráficas”. Así, piensa este proceso de visualización como una estrategia de comunicación visual, cuya función es didáctica: “La didáctica visual y la transmisión de conocimientos consisten en el uso de los procedimientos de la imagen, el dibujo, el croquis o el esquema para ayudar a los individuos a pensar y actuar a partir de informaciones pertinentes” (1998: 17).

También Abraham Moles entiende que el uso de los medios a disposición del grafistas en el proceso de la realización de esquemas para hacer más comprensible la realidad tienen una finalidad “claramente didáctica”, esto es, en palabras del autor “construir la retentiva del receptor, la memorización de un mensaje

---

<sup>178</sup> La bastardilla es del original.

determinado y el dominio de este mensaje por el receptor de forma tal que sea utilizable en su acción sobre el mundo” (1992: 28).

Es decir, se advierte esta preocupación por hacer visibles y más entendibles aquellos fenómenos complejos que escapan a la vista de los sujetos, y además la necesidad de mostrar esos acontecimientos, reproduciéndolos a través de herramientas de la gráfica, para su posterior uso en el mundo cotidiano. La inquietud de los teóricos de la imagen, a los que se aludía más arriba, se corresponde con la planteada por los editores de los diarios estudiados que insisten, como ya se ha visto en páginas anteriores, en el concepto de una rápida comprensión de los fenómenos complejos por parte de los lectores, para un mejor desenvolvimiento en la vida diaria.

Se avanzará, en las líneas que siguen, en el esclarecimiento de la función de la infografía, en tanto elemento paratextual en permanente vinculación con la noticia periodística. A partir de lo expuesto hasta aquí, se focalizará en la intención didáctica de la infografía, en el sentido de explicar/esclarecer la noticia, y en su vinculación con algunos aspectos del texto explicativo.

### **III.1.2. Infografía y didacticidad**

Dice Vicent Salvador que “el ciudadano medio demanda a la prensa cada vez más información asequibles sobre ciertas revoluciones tecnológicas de la contemporaneidad que afectan de manera inmediata a su vida cotidiana en distintas áreas, entre las cuáles seguramente la más importante son aquellas que inciden sobre la salud, bien sea en forma de adelantos de la ingeniería genética, de peligros ecológicos o de enfermedades de nuevo cuño” (2002:109).

En este sentido, el autor catalán señala que el periodismo encarna la tarea de la *gestión social de conocimientos* en tanto contribución necesaria, por parte de los medios de comunicación, del interés del público (2002:116). Y agrega: “la didacticidad periodística habrá de jugar, como instrumento de socialización, entre la vulgarización que se adapta a las competencias y los intereses del público y, del otro lado, la creación de una ilusión de inteligibilidad del discurso sagrado del experto” (2002; 117). En este sentido, dice que cuando la prensa utiliza

terminología técnica ayuda a construir una ilusión colectiva de asequibilidad del discurso científico (2002:118).

Resulta necesario aquí aclarar el concepto de didacticidad. ¿De qué se está hablando cuando se hace referencia a la didacticidad en la prensa?; ¿cómo se define la didacticidad? Un trabajo realizado en la Université de la Sorbonne Nouvelle (París III) acerca de la didacticidad en la prensa cotidiana, invita a pensarla a partir de una categoría lingüística: la presencia del *otro* en el discurso, otro que se configura como experto y también como destinatario (Moirand; 1992). También Salvador, insiste en la noción heurística de didacticidad, en tanto manifestación de una intención real o simulada de aportar al *otro* saberes nuevos. Esta mirada conjuga una dimensión cognitiva e interaccional que se proyecta en la materialidad de los textos. Es allí donde aparece la figura de la prensa, en tanto mediadora entre la comunidad de especialistas y el público masivo. Y en el discurso mismo se abre un abanico de posibilidades que va desde un “hacer-saber”, directamente ligado a un fin informativo, al “hacer-aprender” más relacionado con un fin didáctico. (2002:115/6).

Así, es posible distinguir dos tipos de didáctica. Un primera o directa o explícita (por ejemplo los textos que se producen dentro de una institución educativa); y otra didáctica segunda, indirecta y a veces no tan explícita. En este tipo se ubican los discursos cuyo objetivo primero no es la didacticidad, pero sí encierran una intención didáctica. Es el ámbito de los discursos ordinario/cotidianos en los que se ubican los discursos mediáticos.

En este sentido es posible detenerse en manifestaciones lingüísticas (gráficas) que se observan en la materialidad del discurso: definiciones, explicaciones y **formas icónicas de presentar la información**. El otro aspecto a tener en cuenta está relacionada con la intención que está en juego en un texto: hacer-saber; hacer-hacer; hacer-ver o hacer-crear a un tipo de destinatario particular: el lector. (Moirand; 1992: 10). Si se retoman las palabras de los editores en relación a los temas que incluyen los periódicos en el período estudiado, estos están directamente relacionados con “brindar herramientas útiles para la vida diaria” (Jornet: 2001: 3). Entonces, el “hacer-aprender, hacer-saber, hacer-conocer” para

un buen desempeño en el ámbito cotidiano, aparece como uno de los fines del medio.

En el corpus estudiado se observa que las infografías se ubican en casi todas las secciones de los diarios, incluida la tapa. Existe sí, una progresión ascendente que tiene que ver con la cantidad de infografías aparecidas y que ubica el mayor pico en el año 2000/1, para luego descender y ubicarse en otros productos que ofrecen cada uno de los medios<sup>179</sup>.

De modo que se advierte en el recorrido del corpus que todo tipo de información (noticias de diversos ámbitos geográficos: nacionales, internacionales, locales; de distintas temáticas: política, economía, policiales –robos, crímenes, accidentes-, informaciones locales de interés general, científicas, turísticas, etc.) han sido ilustradas/explicadas/narradas mediante infografías<sup>180</sup>. A partir de ello se puede señalar que, en términos generales, se trata de una transacción (transferencia) de saberes necesarios, en el sentido de conocimientos útiles para la vida en distintos ámbitos de la sociedad. Por ejemplo, datos útiles para conocer la evolución de la economía, la participación de los votantes, las características de un descubrimiento científico, el itinerario de un recorrido turístico, el modo en que ocurrió un acontecimiento, etc.; además de otras informaciones, procesos/datos/conceptos que difícilmente puedan ser comprendidos en toda su complejidad por el lector común. Un ejemplo reiterado es la medición de terremotos o huracanes mediante escalas que sólo refieren a un número y que no dan cuenta de la complejidad del estudio científico llevado a cabo para concluir en esa gradación, por ejemplo la escala de Richter o la Mercalli.<sup>181</sup>

---

<sup>179</sup> Durante el período estudiado ambos diarios ofrecieron a sus lectores distintos productos de compra opcional o gratuita no ligados a la noticia, por ejemplo diccionarios, atlas, fascículos de historia, tejido, informática, etc. que incluyen infografías en sus páginas.

<sup>180</sup> Por ejemplo: “El mapa de los migrantes”, *Clarín*; 16 de junio de 2002, Suplemento Zona, p. 3; “La Nueva UE”, *Clarín*, 22 de junio de 2002, Política Internacional, p.25; “Comenzó el Operativo ‘Libertad Duradera’”, *La Voz del Interior*; 8 de octubre de 2001, Internacionales, p.3A; “El golpe de agua del Suquia”, *La Voz del Interior*, 14 de marzo de 2000, Información General, p.19A; “En busca de la ciudad perdida”, *Clarín*, 19 de octubre de 2000, Información General, p.36; “Ataque contra la aftosa”, *La Voz del Interior*, 21 de febrero de 2001; Economía, p.9A; “Radiografía de un relámpago”, *Clarín*, 29 de julio de 2000, Información General, p.62; “Radiografía de Eurolandia”, *Clarín*, 31 de diciembre de 2001, Política Internacional, p.25; “La cuenca Amazónica”, *Revista Viva*, 16 de mayo de 1999; p.31; “De residuos espaciales a peligros cósmicos”, *La Voz del Interior*, 18 de noviembre de 2000, Sociedad, p.17A.

<sup>181</sup> Véase, por ejemplo, la infografía “El temblor que llegó a la Capital”, que ilustra la noticia “Un sismo en Chile se sintió en varios edificios porteños”, *Clarín*, 19 de junio de 2002, p. 29. Allí se

Ahora bien, ¿cómo se crea esa ilusión colectiva de acceso al conocimiento en la prensa, cómo se manifiesta esa didacticidad en el discurso periodístico? Un aspecto relevante es la presencia del experto en la noticia. Por lo general son convocados para aportar una definición; una explicación; una precisión. En cada uno de los ejemplos a los que se ha remitido, como así también otros que forman parte del corpus, se acude a los especialistas para aportar datos acerca del tema que se trata y, aunque no en todos los casos, se explicitan las fuentes al pie de la infografía. Por ejemplo, en el caso de la infografía sobre el tamaño de la capa de ozono, se señala la fuente en el borde inferior<sup>182</sup>, del mismo modo que en el caso del sistema olfatorio<sup>183</sup>. A su vez, las fuentes autorizadas también están presentes en el desarrollo de la noticia: tanto en el caso de la noticia sobre el agujero de la capa de ozono como en el de los riesgos de las enfermedades cardíacas. Aquí las fuentes especializadas se ubican ya desde la volanta: “Según la opinión de especialistas”, y en el texto aparecen citados otras fuentes expertas<sup>184</sup>.

La alusión a las fuentes especializadas, tanto en el texto escrito como en la infografía, sumada a la repetición en ambos espacios de términos o conceptos claves para comprender el tema, o conceptos conexos que permiten desarrollar otras competencias (el caso de los malos olores/sistema olfativo) aparecen como una estrategia de didacticidad. “Es como si el hecho de repetir mucho una información, de acostumbrarse a ella, no sólo con palabras, sino con mapas, esquemas, gráficos, etc., fuera una garantía en sí misma para la comprensión” (Hermelin: 2007; 106).

También se destaca el ordenamiento de la información por etapas. Se ha advertido en el corpus estudiado un modo de organización de la infografía que muestra, clasifica, jerarquiza los datos a partir del uso de distintos elementos, tales como

---

muestra, mediante dos reglas una en números romanos y la otra en arábigos, las dos escalas para medir los sismos: la escala Mercalli, según la infografía es la que “mide la intensidad del temblor”, y la escala de Richter, (es la que “mide la energía sísmica liberada”

<sup>182</sup> Fuentes: United Nations, Nasa, Oceanic and Atmospheric Administration, Fuentes: Instituto de Investigaciones Radiológicas y Atmosféricas de Nueva Zelanda (Niwa); Richard McKenzie, investigador de Niwa; Richard McPeters, investigador de la Nasa. Véanse figuras 42 y 43, en este mismo capítulo.

<sup>183</sup> Fuente: Manual Merck-Atlas Temático. Véase figura 40, en este mismo capítulo

<sup>184</sup> El secretario de Salud del gobierno de la ciudad de Buenos Aires, Héctor Lombardo; Marcelo Muro, director del Same; Simón Salzberg, jefe de unidad coronaria del hospital Fernández y director de los cursos de resucitación de la Fundación Cardiológico Argentina; etc. Véase figura 39, en este mismo capítulo.

títulos, subtítulos, textos breves, filetes, números, tramas de distintos grosor, etc. Así es posible conocer las fases de procedimientos o acontecimientos complejos y que son ajenos a la vida diaria de los lectores. Por ejemplo, el modo en que se obstruye una arteria y provoca un infarto<sup>185</sup>, cómo se genera una tormenta<sup>186</sup>; el proceso de deterioro de la columna vertebral como consecuencia de la osteoporosis<sup>187</sup>, las características y el recorrido del primer satélite argentino de observación de la tierra<sup>188</sup>, cómo se extraen las células madres<sup>189</sup>. También las fases de un proceso que no todos conocen: el procedimiento para cambiar las válvulas en el paredón del dique San Roque<sup>190</sup>, las etapas de la transmisión de la televisión analógica y digital<sup>191</sup>, los componentes y el funcionamiento de una computadora para el hogar<sup>192</sup>, la edición de un disco<sup>193</sup>, de un diario<sup>194</sup>, etc.

### ¿Cómo explicar?

La estrategia de la didacticidad lleva a optar por una tipología textual prevaleciente: el texto expositivo. Los estudios de Álvarez Angulo sobre los textos expositivos-explicativos (1993; 1994; 1996; 2001), aunque específicos de la didáctica de la lengua aportan nociones que es posible trasladar al tema de esta tesis. Efectivamente, dice el autor español que se trata de un tipo textual (el

---

<sup>185</sup> Véase la infografía “La importancia de actuar con urgencia”, acompaña a la noticia “Dicen que Buenos Aires no está bien preparada para las emergencias cardíacas”, *Clarín*, Información General, Informe Especial, 20 de abril de 1997, p. 52

<sup>186</sup> Véase la infografía: “Radiografía de un relámpago”. Acompaña a la noticia “Nuevos estudios explican cómo se producen las tormentas” *Clarín*, sección Sociedad, 29 de julio de 2000; p.62

<sup>187</sup> Véase la infografía. “Esqueleto en riesgo”, acompaña la noticia “Una enfermedad silenciosa que afecta los huesos de la mujer”, *Clarín*, sección Sociedad, 30 de octubre de 2000. p. 46.

<sup>188</sup> Véase la infografía: “El primer satélite argentino de observación de la tierra”, acompaña la noticia “Finalmente el SAC-C parte hacia el espacio”, *La Voz del Interior*, 2 de noviembre de 2000, p. 16A.

<sup>189</sup> Véase la infografía: “Métodos de extracción de las células madres”, acompaña a la noticia “Buscan formas de reconstruir el organismo sin recurrir a embriones”, *Clarín*, sección Sociedad, 31 de diciembre de 2001, p. 45.

<sup>190</sup> Véase la infografía. “Para prevenir inundaciones”, acompaña la noticia “cambian válvulas en el paredón del San Roque”, *La Voz del Interior*, 21 de febrero de 2001, p. 13A.

<sup>191</sup> Véase infografía. “Fibra óptica + lenguaje digital = la comunicación del futuro”, acompaña el informe “La revolución de lo instantáneo”, *La Voz del Interior*, 4 de octubre de 1997, p.3C.

<sup>192</sup> Véase la infografía: “Un pequeño cerebro que piensa en grande”, acompaña la noticia “Computadora para el hogar: el próximo boom”, *La Voz del Interior*, 9 de diciembre de 1996. p. 3.

<sup>193</sup> Véase la infografía: “Del escenario al disco”, *Clarín*, 23 de agosto de 2000, p. 5. Sección Espectáculo

<sup>194</sup> Véase la infografía: “Un lugar en el mundo de la información”, *La Voz del Interior*, 19 de junio de 2001, p. 8. Suplemento Rediseño.

expositivo-explicativo<sup>195</sup>) al que frecuentemente deben acudir los estudiantes al consultar manuales, obras de divulgación, textos científicos especializados; pero también artículos periodísticos (1996: 30).

No es el objetivo de esta tesis trabajar en detalle las diversas tipologías textuales si interesa recuperar las caracterizaciones comunes de este tipo de textos que sean útiles para esta tesis. En este sentido, en una primera instancia, no olvidar que resultará necesario poner en relación el tipo de texto que prevalece, los hechos lingüísticos/gráficos y las situaciones de producción (Álvarez Angulo; 1996. 31). También, está clara la coincidencia en la caracterización de los textos en relación a su **intención/objetivo**: dar a conocer información o ideas (nuevas o no), es decir aportar conocimiento, transmitir algún tipo de saberes. Además, es necesario tener presente la inexistencia de “pureza” en el tipo de texto, ya que aparecen mezclados, con el **predominio** de uno de ellos, que a su vez le da el nombre dentro de la tipología.

Luego de estas generalidades, resulta conveniente detenerse en Alvarez Angulo para presentar su síntesis ecléctica que da cuenta de una **superestructura** del tipo de textos expositivos-explicativos (1996: 35): *Definición-descripción; Clasificación-colección; Comparación-contraste; Problema-solución; Pregunta-respuesta; Causa-consecuencia.*

El primer subtipo del esquema del texto expositivo es la *definición-descripción*: es posible encontrar aquí definiciones de términos, descripción y caracterización de rasgos, relaciones con otros objetos. La *clasificación-colección* permite describir y caracterizar objetos o sujetos y luego relacionarlos según sus similitudes; la *comparación y el contraste*, consisten en plantear similitudes o diferencias entre

---

<sup>195</sup> Dice Álvarez Angulo: “Nos parece más acertado, a efectos de tipología textual, hablar de textos explicativos-expositivos –‘las dos caras de una moneda’, afirma Sanahuja (1992:136)-, ya que revelan además del contenido, una superestructura (estructura secuencial) determinada y unas particulares características textuales” (1996: 31) y agrega: “Se caracterizan, por tanto, estos textos [explicativos-expositivos] por una voluntad de hacer comprender —y no solamente decir— determinados fenómenos; en otras palabras: buscan modificar un estado de conocimiento; consecuentemente, de manera mas o menos explícita, suele aparecer una pregunta como punto de partida, que, a lo largo del texto, se irá resolviendo. No se trata, por consiguiente, de influir sobre el auditorio, sino que primordialmente se pretende transmitir datos, organizados, jerarquizados. Se persigue la objetividad, por encima de todo. Si bien es verdad que exponer es normalmente suministrar información, y, a la vez, explicar; no obstante, la necesidad de probar cuanto se expone lleva consigo también la práctica de determinadas estrategias argumentativas: una vez más se pone de manifiesto la heterogeneidad de secuencias textuales” (1996: 36).

sujetos u objetos. La enunciación del *problema* conduce lógicamente al planteo de *soluciones*; del mismo modo que la relación *pregunta/respuesta*. También la relación *causa-consecuencia* posibilita la explicación de las situaciones previas y las posteriores a la solución del problema, es decir pone en evidencia una serie de acontecimientos de una cadena causal. En los textos explicativos, además, hay abundancia de *analogías*, *ejemplos*, y *reiteraciones*. En los textos periodísticos, por ejemplo, en la noticia y la crónica se observan descripciones, ilustraciones, clasificaciones, secuencias lógicas que dan cuenta de las distintas etapas del acontecimiento, etc. En las noticias o informes especiales relacionados con la ciencia o la tecnología, también hay explicaciones y simplificaciones de las teorías/experimentos, predicciones, posibles consecuencias, etc. Además, en la prensa gráfica, se conduce al lector mediante títulos, subtítulos, bajadas, sumarios, intertítulos, negritas, etc.

Ahora bien, aquí resulta necesario encuadrar esta propuesta en la manera de graficar la información. Dice Álvarez Angulo: “Por lo que se refiere a la ilustración, entendemos que es una constante en este tipo de textos –generalmente redundantes y con fines mostrativos-, y que se manifiesta bien sea a través de fotografías, vistas panorámicas, planos, gráficos, tablas, cuadros, esquemas, etc.; o bien mediante el recurso a la ejemplificación o ejercitación. Desde un punto de vista pragmático, aparece tras indicaciones del tipo: ‘Como se puede ver en el gráfico...’; ‘Observa la(s) fotografías(s) de la página...’; ‘En este dibujo...’, ‘Observa los diagramas...’; y otras semejantes (1996:35)

Existe entonces, una voluntad de hacer comprender (y no solo mostrar/decir). Es decir, y también siguiendo a Álvarez Angulo, una intención de modificar un estado de conocimiento que generalmente comienza con una pregunta como punto de partida, que luego se irá resolviendo.

Por ejemplo, en las infografías, las preguntas de inicio se ubican, por lo general, en la parte superior, con una tipografía destacada y en negrita. En el recorrido realizado para el estudio del corpus se ha advertido que son numerosas las infografías que comienzan con el adverbio interrogativo *cómo*. Si se retoman las cinco preguntas clásicas de la noticia, el *qué* identifica el hecho/acontecimiento; el *cómo* lo explica; el *por qué/para qué* avanza en las causas y consecuencias, el



*dónde y cuándo* ubica el hecho/acontecimiento temporo-espacialmente. A partir de las preguntas *cómo ocurrió, cómo es, qué pasó, qué es, para qué es, por qué pasó*, el lector pretenderá encontrar respuestas a esas preguntas de modo claro y sencillo. De lo que se trata es de transmitir una serie de datos que están debidamente organizados y jerarquizados (Álvarez Angulo: 1996: 36), por lo que aparece una secuencialidad en los aportes novedosos que se realizan. Por ejemplo, las infografías “Cómo quedó el Senado”<sup>196</sup>; “Cómo se propagan los rayos”<sup>197</sup>; “Cómo es la represa que se quiere privatizar”<sup>198</sup>; “Cómo las estatinas reducen el nivel de colesterol”<sup>199</sup>; “Cómo se las reconoce”<sup>200</sup> (a las ballenas francas); “Cómo funciona el ciberpapel”<sup>201</sup>; “Cómo funciona la ley de lemas”<sup>202</sup>; “De dónde se extraen las muestras”<sup>203</sup> (de ADN); “Cómo se hacen y cuánto cuestan”<sup>204</sup> (las cirugías estéticas); “Cómo funcionaría el sistema de defensa”<sup>205</sup>; “Cómo se produce el dolor”<sup>206</sup> (de cabeza); “Cómo comienza la enfermedad”<sup>207</sup> (cáncer); “Cómo se pincha un teléfono”<sup>208</sup>; “Por qué se inclinó”<sup>209</sup> (la torre de Pisa); “Cómo trabajan los piratas informáticos”<sup>210</sup>; “Cómo manejar un auto virtual con la

---

<sup>196</sup> Acompaña a la noticia “La Alianza con mayoría en el Senado”, *La Voz del Interior*, 11 de octubre de 1999, p. 12A

<sup>197</sup> Acompaña a la noticia “Un rayo fulminó un avión chino con 42 personas a bordo”, *La Voz del Interior*, 23 de junio de 2000, p.20A

<sup>198</sup> Acompaña a la noticia “Prevén entregar Yacyretá sin pasar por el Congreso”, *Clarín*, 27 de febrero de 1997, p. 20

<sup>199</sup> Acompaña a la noticia “Una polémica droga anticolesterol”, *Clarín*, 9 de setiembre de 2000

<sup>200</sup> Acompaña a la noticia “Ballenas francas, con su DNI”, *Clarín*, 6 de octubre de 1999, p. 49

<sup>201</sup> Acompaña a la noticia “La tinta electrónica es el futuro de la imprenta”, *Clarín*, 10 de julio de 1999, p. 57

<sup>202</sup> Acompaña a la noticia “Un sistema sin antecedentes en elecciones nacionales”, *La Voz del Interior*, 23 de diciembre de 2001, p. 3A.

<sup>203</sup> Acompaña al informe especial “La ciencia contra el delito”, *Clarín*, 25 de febrero de 1997, p. 6

<sup>204</sup> Acompaña a la noticia “Las adolescentes recurren cada vez más a la cirugía estética”, *Clarín*, 13 de mayo de 2001, p. 38

<sup>205</sup> Acompaña a la noticia “Dispares reacciones ante el escudo antimisiles”, *La Voz del Interior* 3 de mayo de 2001, p. 2<sup>a</sup>.

<sup>206</sup> Acompaña a la noticia “Nuevas armas para luchar contra el dolor de cabeza”, *Clarín*, 5 de junio de 2000, p. 44

<sup>207</sup> Acompaña a la noticia “Frutas, verduras y cereales ayudan a prevenir el cáncer”, *Clarín*, 19 de junio de 2000, p. 36

<sup>208</sup> Acompaña a la noticia “Impulsan una ley para castigar pinchaduras”, *Clarín*, 17 de febrero de 2001, p. 16

<sup>209</sup> Acompaña a la noticia “la Torre de Pisa será habilitada, pero sólo para gente delgada”, *Clarín*, 2 de junio de 2000, p. 38

<sup>210</sup> Acompaña a la noticia “Reunión cumbre en Washington por los ataques de los hackers a Internet”, *Clarín*, 15 de febrero de 2000, p. 32

mente”<sup>211</sup>; “Cómo será la caída”<sup>212</sup> (de la estación Mir); “Cómo es el satélite”<sup>213</sup>; “Cómo se hace una transmisión on line”<sup>214</sup>; “Para qué se piden poderes especiales”<sup>215</sup>, todas ellas formulan una interrogación desde el comienzo. A las preguntas que encabezan las infografías, le suceden una serie de definiciones, descripciones, también clasificaciones, comparaciones, secuenciaciones, localizaciones (tanto textuales como visuales) que responden sintéticamente a esa pregunta.



Figura 25. Clarín, 8 de junio de 1997, Suplemento Segunda Sección, p.17

<sup>211</sup> Acompaña a la noticia “El cerebro humano controlará artefactos y computadoras”, *Clarín*, 27 de mayo de 2000, p. 58

<sup>212</sup> Acompaña a la noticia “La estación espacial Mir será arrojada al Pacífico en febrero”, *Clarín*, 7 de noviembre de 2000, p. 48

<sup>213</sup> Acompaña a la noticia “Lanzarán el satélite argentino SAC-C para observar la Tierra”, *Clarín*, 19 de noviembre de 2000, p. 56.

<sup>214</sup> Acompaña a la noticia “La radio, un medio que crece cada vez más en Internet”, *Clarín*, 27 de agosto de 2000, p. 38

<sup>215</sup> Acompaña a la noticia “Cavallo propone un impuesto al cheque”, *La Voz del Interior*, 22 de mayo de 2001, p. 8A

Ahora bien, ¿cómo se va respondiendo a la pregunta de inicio? La infografía “Cómo circula la droga en el mundo globalizado”<sup>216</sup> (figuras 25) muestra/ilustra/resume/explica, el contenido del informe especial “Un verdadero mundo sin fronteras” (título), publicado en el suplemento dominical Segunda Sección (p.16) y firmado por el periodista Oscar Raúl Cardoso. Se trata de un informe desarrollado en dos páginas y con dos infografías.

La infografía de la figura 25 incluye segmentos de *definiciones* y *descripciones*, y *comparación* y *contraste* de dos especies: la planta de coca, su hoja, nombre científico, variedades que se cultivan y tiempo de cosecha; y la amapola, su flor, nombre científico, tipo de cultivo y condiciones climáticas, origen. También, los mismos subtipos: *descripción* y *comparación* del proceso de ambas plantas hasta convertirse en cocaína y heroína. Además sus tamaños *comparados* y su relación con la altura promedio de un hombre. En la parte superior de la infografía se muestra toda la ruta de ambas drogas, con referencias que ubican sus zonas de producción y de tráfico. Es decir, a la pregunta inicial de “Cómo circula...”, se responde mediante imágenes y textos con la descripción de ambas plantas, su *conceptualización* científica, la *comparación* y el *contraste* entre ambas y la *respuesta a la pregunta* del cómo, en la ruta señalada mediante flechas que señalan destinos y zonas de producción.

---

<sup>216</sup> Véase infografía “Cómo circula la droga en el mundo globalizado”, acompaña el informe especial “Un verdadero mundo sin fronteras”, *Clarín*, Suplemento Segunda Sección, 8 de junio de 1997, p.17.





<b>Usos, efectos y consecuencias</b>				
<b>Tipo de droga</b>	<b>Usos medicinales</b>	<b>Forma de uso</b>	<b>Efectos primarios</b>	<b>Efectos de intoxicación</b>
<b>COCAINA</b> 	Generalmente es utilizada como anestésico local para ojos, nariz o garganta.	Aspirada como polvo, inyectada como líquido o tomada en su forma cristalina.	Excitación, euforia, conducta desinhibida, insomnio, hiperactividad, dilatación de pupilas, pérdida del apetito, aumento del riesgo de infecciones.	Desasosiego, agitación, locuacidad, alucinaciones, taquicardia, hipertensión, trastornos cardiorrespiratorios, náuseas y vómitos, anemia, defectos en el feto.
<b>OPIO/HEROINA/MORFINA</b> 	El opio y la morfina se utilizan para alivio de dolores muy intensos.	El opio se fuma. La heroína y su derivado, la morfina, son inyectables.	Euforia inicial seguida de un sentimiento exagerado de malestar físico-emocional, ansiedad, disminución de la atención y de la memoria, retardo psicomotor, náuseas y vómitos.	Estado de confusión y desorientación, dificultad para hablar, convulsiones, alucinaciones visuales, náuseas y vómitos, disminución de la presión arterial, pulso lento, apatía.
<b>MARIHUANA</b> 	Comprobados: control de náuseas provocadas por medicamentos contra el cáncer, drogas contra el sida y el propio sida. En estudio: reducción de glaucomas, disminución del dolor provocado por artritis, esclerosis múltiple o enfermedades terminales.	Se la puede fumar o consumir sus hojas. También se puede ingerir cápsulas de THC (sustancia activa primaria de la marihuana), aunque la dosis es difícil de controlar.	Euforia inicial, desinhibición, ojos enrojecidos, ansiedad, alucinaciones, sudoración, trastornos de los órganos reproductores, aumento del riesgo de infecciones.	Desgano, ansiedad, suspicacia, desorientación, pensamientos persecutorios, ojos iritados, taquicardia. Signos principales: ojos "achinados" por fotofobia, locuacidad, risa inmotivada, mancha pardusca en los dedos índice y medio, mancha dentaria.
<b>ANFETAMINAS</b> 	Supresión del apetito, tratamiento de sobredosis de anestesia, depresión, narcolepsia.	Por lo general se inyecta. También se puede aspirar o tomar en forma oral.	Alerta intensificada, hiperactividad, insomnio, dilatación pupilar, taquicardia, pérdida del apetito, sequedad de boca, fotofobia.	Agitación, locuacidad, alucinaciones o ideas delirantes, taquicardia, pupilas dilatadas, falta de apetito, escalofríos.

Figura 26. *Clarín*, 8 de junio de 1997, Suplemento Segunda Sección, p.16

La otra infografía que se incluye en este informe comienza con el título “Usos, efectos y consecuencias” (figuras 26)<sup>217</sup>, y mediante la *clasificación* de usos medicinales y forma de uso y la *comparación* de la cocaína, opio/heroína/morfina, marihuana y anfetaminas concluyen, en las dos últimas columnas con las respuestas a las preguntas (no formuladas explícitamente) *cuáles son sus efectos* (consecuencias) primarios y de intoxicación.

<sup>217</sup> Véase infografía “Usos, efectos y consecuencias”, acompaña el informe especial “Un verdadero mundo sin fronteras”, *Clarín*, Suplemento Segunda Sección, 8 de junio de 1997, p.16.



Figura 27. *La Voz del Interior*, 22 de marzo de 2001, sección Economía, p. 8A

La infografía, “Para qué se piden poderes especiales”<sup>218</sup> (figura 27), publicada en *La Voz del Interior*, en la sección Economía, resume en cinco puntos los aspectos más importante del proyecto de ley de Competitividad: Impuesto al cheque, Reformas a la administración pública; Medidas de emergencia pública; Suba de aranceles; Baja de impuestos. En cada uno de estos aspectos, que el diario considera los más importantes del proyecto de ley, se describe en qué consiste la medida, y también su consecuencia (por ejemplo Impacto en Córdoba de la suba de aranceles), o la solución al problema (Ahorro estimado por simplificación de trámites). En uno de los puntos de la Reforma de la administración pública, el referido a la Privatización del cobro de impuestos, también hay una comparación con propuestas similares del gobierno provincial local (“A diferencia de De la

<sup>218</sup> Véase infografía “Para qué se piden poderes especiales”, acompaña a la noticia “Cavallo propone un impuesto al cheque”, *La Voz del Interior*, sección Economía, 22 de marzo de 2001, p. 8A

Sota, Cavallo....). En suma, la respuesta a la pregunta “Para qué se pide...” está planteada en cinco ítems, expuestos visualmente de manera ordenada (con abundancia de filetes que separan cada uno, títulos, textos explicativos e imágenes), con breves *descripciones* y *caracterizaciones* de cada una de las propuestas, y sus posibles *consecuencias*.

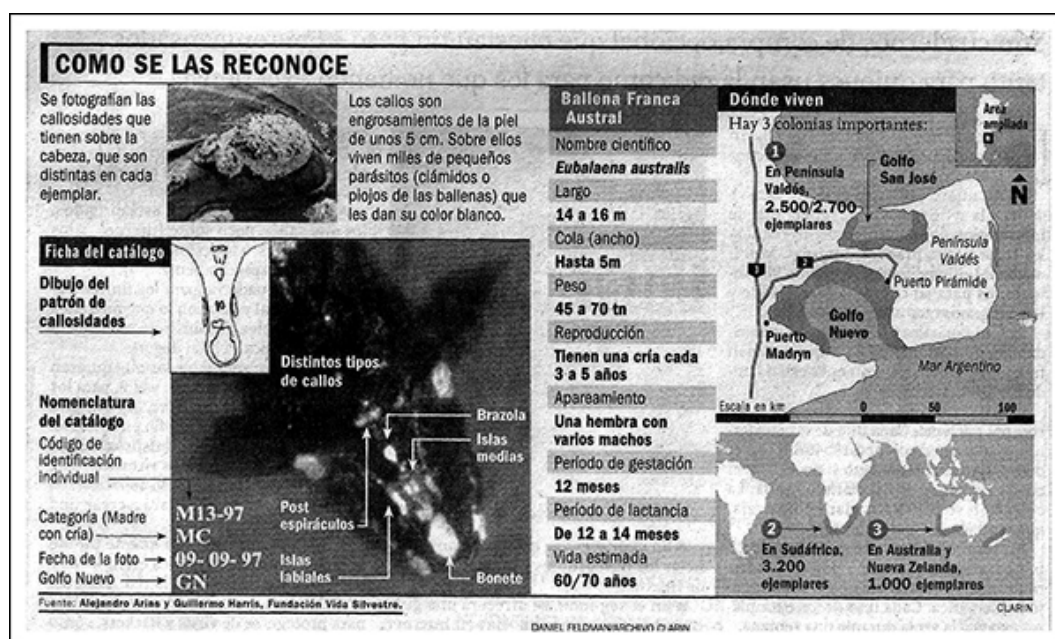


Figura 28. *Clarín*, 6 de octubre de 1999 en la sección Información General, p.49

Por último se muestra otro ejemplo del diario *Clarín*, la infografía “Cómo se las reconoce” (figura 28), que acompaña una noticia relacionada con la identificación de las ballenas francas<sup>219</sup>. La primera *respuesta* a ¿Cómo se las reconoce?, se ubica gráficamente por debajo de esa pregunta (título de la infografía), allí se *explica* el modo de reconocimiento: a través de fotografías de sus callosidades. A su vez, también se incluye una *definición* de callos (“engrosamiento de la piel de unos 5 cm....”). También se agrega aquí una *clasificación/caracterización* de la especie (nombre científico, largo, peso, reproducción, vida estimada, etc.), como así también, mediante mapas, la *ubicación/localización* de los lugares que habita, con la *comparación/contraste* de cantidad de ejemplares en cada uno de ellos.

<sup>219</sup> Ver infografía “Cómo se las reconoce”, acompaña a la noticia “Ballenas francas, con su DNI, *Clarín*, sección Información General, 6 de octubre de 1999, p.49.

De modo que es posible advertir, que también en la infografía aparecen subtipos textuales que dan cuenta de la prevalencia del tipo textual explicativo-expositivo, que se corresponden con las funciones de **resumir**, **esclarecer**, **describir**,  **sintetizar** que se está proponiendo profundizar en este estudio<sup>220</sup>.

### III.1.3. Indicadores gráficos que organizan y facilitan la lectura

Ya se ha señalado, en páginas anteriores en las que se abordó el paratexto<sup>221</sup>, que en el periódico se presentan una serie de marcas, tales como títulos, subtítulos, intertítulos, filetes, recuadros, que organizan la lectura. Estas marcas gráficas, también se observan en el texto periodístico escrito cuando se trata de explicar o dar a conocer un acontecimiento o noticia. Del mismo modo, Álvarez Angulo (1996: 35) hace referencia a *marcas textuales*<sup>222</sup> cuando aborda el texto expositivo. Se trata de estructuras y expresiones (lingüísticas y metalingüísticas) que colaboran en la comprensión del texto y que revelan además su organización, de modo que dan cuenta de la prevalencia del tipo de texto que se trata. En lo que atañe a los textos explicativos-expositivos, el contenido se organiza en función de una situación de comunicación determinada según un plan, y a partir de allí “la forma del texto presenta también características específicas: utilización de terminados organizadores, elección de tiempos verbales concretos, etc” (ibid). Y entre esas *marcas textuales* se advierten conectores lógicos y organizadores textuales para dar cuenta del desarrollo lógico y temporal de un

---

<sup>220</sup> En *Construir el acontecimiento* Eliseo Verón plantea insistentemente la permanente combinación de dos tipos de discursos, el periodístico y el didáctico (a través, por ejemplo, del uso del presente como tiempo verbal, de simplificaciones, descripciones, cadenas causales, enumeraciones, razonamiento deductivo, etc.), en el caso del accidente en la central nuclear de Three Mile Island. (1987:31, 40, 41, 48, 54, 60, 72, 73, 121, 124, 139, etc.)

<sup>221</sup> Véase “Paratexto y prensa gráfica: breves reflexiones”, en la *Segunda Parte* de esta misma tesis.

<sup>222</sup> Dice Álvarez Angulo: “merecen un interés particular, desde un punto de vista textual, cierto número de estructuras y expresiones (lingüísticas y metalingüísticas) que indican en todo tipo de texto la presencia de expresiones temáticas y que subrayan la presencia de macroestructuras semánticas. Por ello, las denominaremos de forma general *marcas textuales* (*topic indicators*, prefiere llamarlas van Dijk; *claves discursivas*, Kintsch; *discourse pointer*, según Carpenter y Just; *signling devices*, según la terminología de Graesser y Goodoman; *señalizaciones* dirá J.A. León; o también *organizadores textuales*, para Lorenzini y Ferman; o *marcadores de función textual*, según Casado Velarde).

tema/acontecimiento; organizadores intra, meta e intertextuales, etc. (Álvarez Angulo; 1996: 36/7).

Ahora bien, resulta necesario aquí volver a la infografía y a su función de esclarecimiento de la información. Ya se dijo que los textos periodísticos en general tienen, entre otros, el objetivo “hacer-saber, hacer-conocer” y que en la infografía se advierten las funciones de **esclarecer**, **describir**, **sintetizar**, **resumir**. Y es en ella, y en su afán explicativo, de esclarecimiento, que se advierten ciertas marcas (al igual que en el texto escrito), a las que llamaremos *indicadores gráficos* a los fines de esta tesis, que cumplen distintas funciones según la temática y el lugar que ocupen en la infografía, aunque la básica y común en todas ellas es organizar, indicar, simplificar.

Entre los *indicadores gráficos* que se muestran con frecuencia y que permiten relacionar la infografía con el tipo textual expositivo-explicativo se pueden destacar:

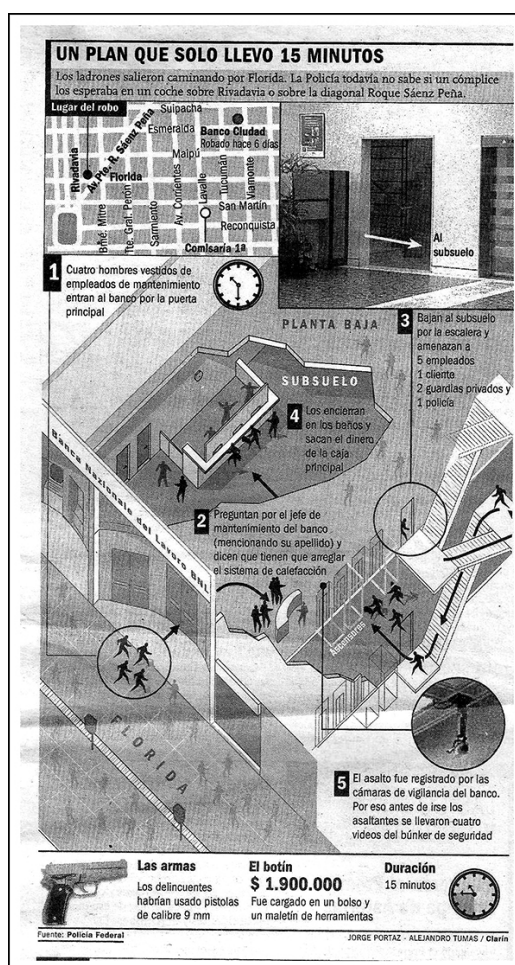


Figura 29. Clarín, 28 de mayo de 1999, sección Policía, p. 41



- *Indicadores de conexiones lógica/temporal*: Números o flechas que van indicando un orden lógico para comprender la complejidad de lo que se está graficando; también indicadores temporales graficados a veces con un reloj, que marca una determinada hora o bien directamente con la cifra que expresa el momento en el que ocurrió el hecho o bien la secuencia. En todos los casos, estos indicadores gráficos de conexión, reemplazan al *antes/después; primero/segundo/etc.* También es posible encontrar, graficados mediante flechas, conexiones de *causa/consecuencia*. Por ejemplo, la infografía “Un plan que llevó sólo 15 minutos” (figura 29)<sup>223</sup>, incluye todos los indicadores gráficos que se mencionaron anteriormente. Por ejemplo, los que hacen alusión a la secuencia del acontecimiento: los quince minutos se grafican con un reloj que en la fase 2 del acontecimiento indica las 10,30 horas. En el final de la infografía, otro reloj marca las 10,45 horas, y un subtítulo señala “Duración”, el texto dice “15 minutos”. Mediante un reloj convencional se establece el comienzo y el final del hecho (10,30 a 10,45=15 minutos). Pero además, todas las etapas del acontecimiento están señaladas con números que indican lo que ocurrió primero, lo que siguió y lo que pasó en última instancia. Una serie de números del 1 al 5, graficados en una tipografía mayor que los textos, de forma invertida –blanco sobre recuadro negro- hace alusión a los pasos que dieron los ladrones para poder efectuar el robo.

---

<sup>223</sup> Véase la infografía “Un plan que llevó sólo 15 minutos”, acompaña a la noticia “Roban casi 2 millones en un banco sin disparar un solo tiro”, *Clarín*, 28 de mayo de 1999, p. 41.



Figura 30. *Clarín*, 16 de mayo de 1999, sección Política, p. 9

También se utilizan relojes para mostrar una secuencia temporal en la infografía que sigue, “Las últimas horas de Alfredo Yabrán” (figura 30)<sup>224</sup>, además de otros indicadores que simplifican/explican toda la información en torno a la muerte de quien fuera el hombre fuerte en la presidencia de Carlos Menem. Hay una repetición en la indicación de la hora, se grafica con el reloj y con el número; a partir de esas referencias es posible seguir todas las etapas desde el comienzo de las actividades de Yabrán el día de su muerte, hasta el momento en que se suicida y la policía encuentra su cuerpo<sup>225</sup>.

<sup>224</sup> Véase la infografía “Las últimas horas de Alfredo Yabrán”, acompaña la noticia. “La muerte de Yabrán, un escenario montado hasta en los últimos detalles”, *Clarín*, sección Política, 16 de mayo de 1999, p. 9.

<sup>225</sup> Otro ejemplo de similares características a las dos anteriores es la infografía “Balas en la city”, acompaña a la noticia “Pánico en el microcentro por un asalto y tiroteo”, *Clarín*, 5 de enero de 2001, p. 49.

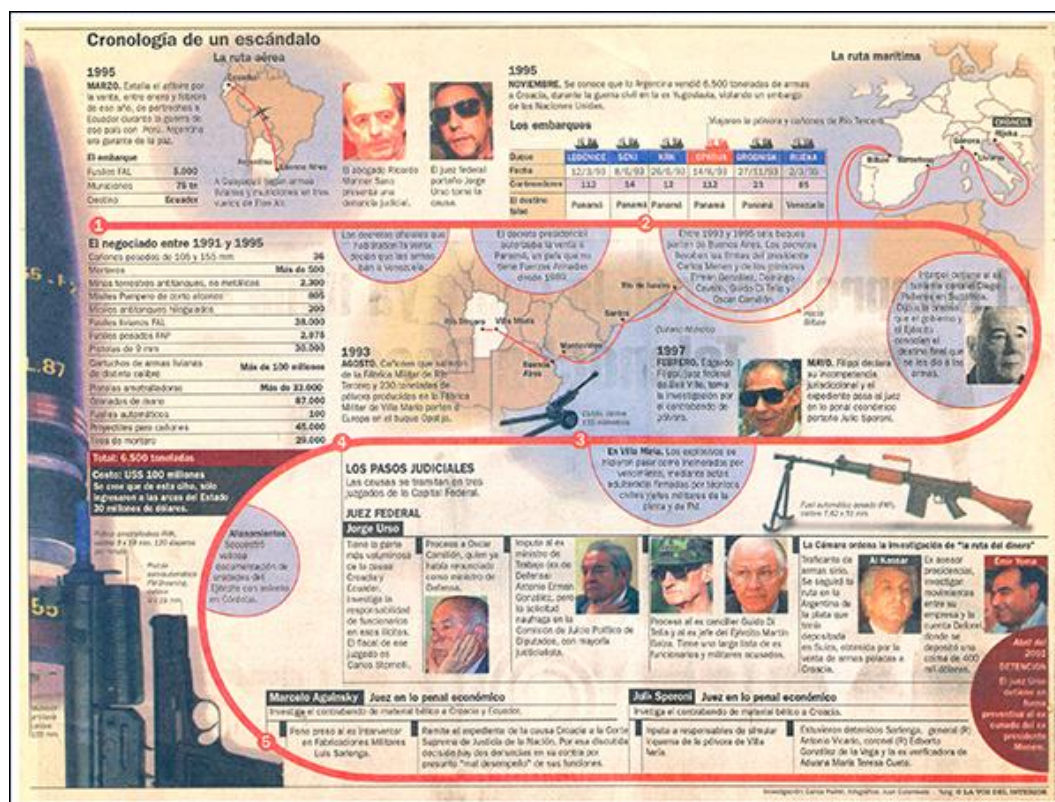


Figura 31. *La Voz del Interior*, 8 de abril de 2001, p. 5A

Otra infografía “Cronología de un escándalo” (figura 31)<sup>226</sup> ocupa la mitad inferior del diario *La Voz del Interior* y grafica mediante números que señalan etapas (1 a 5), estableciendo una línea continua roja que simula una flecha (indica línea temporal), todo el recorrido/etapas entre 1991 a 2001 del escándalo de la venta de armas a Ecuador y Croacia. Otro ejemplo es la infografía a toda página “Un lugar en el mundo de la información”<sup>227</sup>. Según el gráfico, las etapas en la elaboración de la noticia están resumidas en siete pasos, indicados mediante números que se suceden encerrados en un recuadro con tipografía blanca sobre fondo negro<sup>228</sup>.

<sup>226</sup> Véase la infografía “Cronología de un escándalo”, acompaña a la noticia “Emir Yoma fue indagado y sigue detenido”, *La Voz del Interior*, 8 de abril de 2001, p. 5A.

<sup>227</sup> Véase la infografía “Un lugar en el mundo de la información”, *La Voz del Interior*, 19 de junio de 2001, p. 8, Suplemento Rediseño

<sup>228</sup> Otros ejemplos con abundancia de indicadores de conexión lógico/temporal: infografía “El fracaso de un robo bien planeado”, acompaña a la noticia “Un golpe comando que se quedó sin botín”, *La Voz del Interior*, 23 de agosto de 2000, p. 22A; infografía que ilustra la noticia “Choques en cadena durante 40 minutos: 8 muertos”, *Clarín*, 27 de julio de 1999, p. 29; infografía “Muerte en alta mar”, acompaña el informe “Tu veneno”, *Clarín* 22 de mayo de 2002, p. 32;



Figura 32. *La Voz del Interior*, 14 de marzo de 2000, p. 19A.

infografía “La ruta del reclamo”, acompaña la noticia “Manual práctico para saber dónde y cómo quejarse”, *Clarín*, 5 de mayo de 2001, p. 60; infografía “El procedimiento que se realizó para inmunizar a los animales de laboratorio comenzó hace dos años”, acompaña a la noticia “Lograron inmunizar a animales contra dos tipos de cáncer”, *Clarín*, sección Información general (Ciencia), 30 de noviembre de 2000, p. 46; infografía “Terapias cardíacas”, acompaña la noticia “A mejor calidad de vida, menor riesgo de padecer un infarto”, *Clarín* 10 de julio de 2000, p. 36; infografía “El camino de la basura”, acompaña al informe especial “Cuatro municipios unidos contra el cordón ecológico”, *Clarín*, 7 de agosto de 2000, sección Información General, pp.28/9; infografía “Los puntos que no se cumplieron”, acompaña a la noticia “El instructor de buceo quedó libre y sigue imputado”, *Clarín*, 21 de junio de 2000, p. 36; infografía “Cronología de una infección”, acompaña al informe periodístico “Nueva estrategia terapéutica contra el virus del sida”, *Clarín* 24 de noviembre de 2000, sección Información General, pp. 38/9; infografía “Fibra óptica + lenguaje digital = la comunicación del futuro”, acompaña el informe periodístico “La revolución de lo instantáneo”, *La Voz del Interior*, 4 de octubre de 1997, p. 1C.

- **Indicadores metatextuales:** Se denominan así a los indicadores que organizan la lectura del gráfico a través de subtítulos, recuadros, uso diferencial de la tipografía, etc. También a la remisión a la fuente, que en este caso reemplaza a la cita o bibliografía. Por ejemplo, la infografía “El golpe de agua del Suquía” (figura 32)<sup>229</sup>, ocupa toda la página del diario sábana y está organizada en dos títulos de tamaño destacado que dividen a la infografía de manera horizontal: “El golpe de agua del Suquía” y “El mapa de los daños y los servicios interrumpidos”. A su vez, dentro de estos dos espacios destacados hay varios subtítulos que organizan la información. En la parte superior: “Afluentes del Suquía” y “Los daños de la zona” en tipografía destacada, invertida, blanca sobre fondo negro, con intertítulos que ubican espacialmente al lector (además de la localización en el mapa): Mendiolaza, Villa Allende, La Calera. En la parte inferior, el segundo espacio dedicado a la infografía (ya se señaló que se presenta dividida por un subtítulo “El mapa de los daños y los servicios interrumpidos”) contiene a su vez otros intertítulos. El primero hace alusión al *mapa*, se nombra “Referencias” y ubica cada uno de los daños en la geografía de la zona.

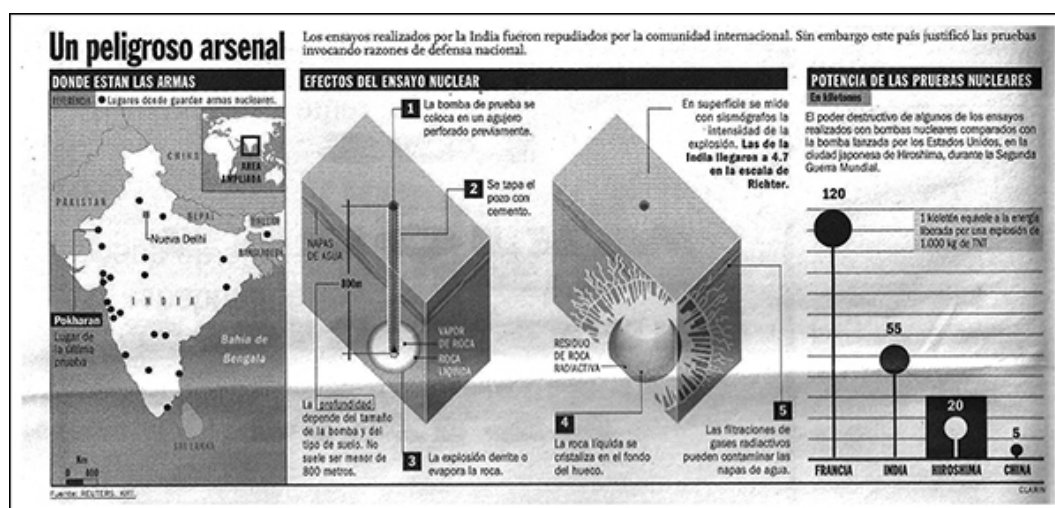


Figura 33. *Clarín*, 14 de mayo de 1998, p. 38

<sup>229</sup> Véase la infografía “El golpe de agua del Suquía”, *La Voz del Interior*, 14 de marzo de 2000, p. 19A.

Y se muestran otros dos recuadros. En el de la izquierda un subtítulo “El nacimiento de una tormenta”, muestra la secuencia del proceso mediante las indicaciones 1, 2, 3. El segundo recuadro, en el borde inferior de la página con un subtítulo invertido (tipografía blanca sobre fondo negro) “Ante el colapso”, sintetiza en dos columnas los “Daños”, las “Recomendaciones”, los “Datos Operativos” (suspensión de clases) y el “Clima”. Es decir, a través de los indicadores metatextuales (subtítulos, recuadros, flechas) la infografía va organizando el recorrido de la lectura. En otro ejemplo, la infografía titulada “Un peligroso arsenal” (figura 33)<sup>230</sup> está organizada en tres recuadros verticales, el del medio ocupa el espacio equivalente a dos columnas de textos, y los recuadros de los extremos a una columna. Cada uno de los recuadros tiene un subtítulo, el primero: “Dónde están las armas”; el segundo, “Efectos del ensayo nuclear”; el tercero “Potencia de las pruebas nucleares”.

---

<sup>230</sup> Véase la infografía “Un peligroso arsenal”, acompaña a la noticia “Desafío nuclear de India: detonó otras dos bombas”, *Clarín*, 14 de mayo de 1998, p. 38.



Figura 34. Clarín, 11 de marzo de 2001, Suplemento Zona, p. 4

Otro ejemplo donde abundan los indicadores metatextuales es en la infografía “2001: los argentinos y el mundo” (figura 34)<sup>231</sup>, aquí se muestra, a toda página, utilizando gráficos de torta, barras y tablas, además de fotografías, el resultado de una encuesta acerca de las autopercepciones y creencias de los argentinos. La infografía está dividida en tres columnas (al igual que la anterior) y organizada simétricamente simulando recuadros con doble línea de separación entre un tema y otro (una línea negra y por

<sup>231</sup> Véase la infografía “2001: los argentinos y el mundo”, acompaña el informe especial “La vida que tenemos el mundo que deseamos”, Clarín, 11 de marzo de 2001, Suplemento Zona, p. 4.

debajo una gris remiten a otro de los ítems de opinión de la encuesta). Cada subtítulo separa/divide los temas sobre los que opinan los argentinos: por ejemplo, “El país” (a su vez dentro de éste hay otros cinco intertítulos); “Calidad de vida”; “La globalización”; “El mundo”; “Las grandes empresas”; “Los consumidores”.

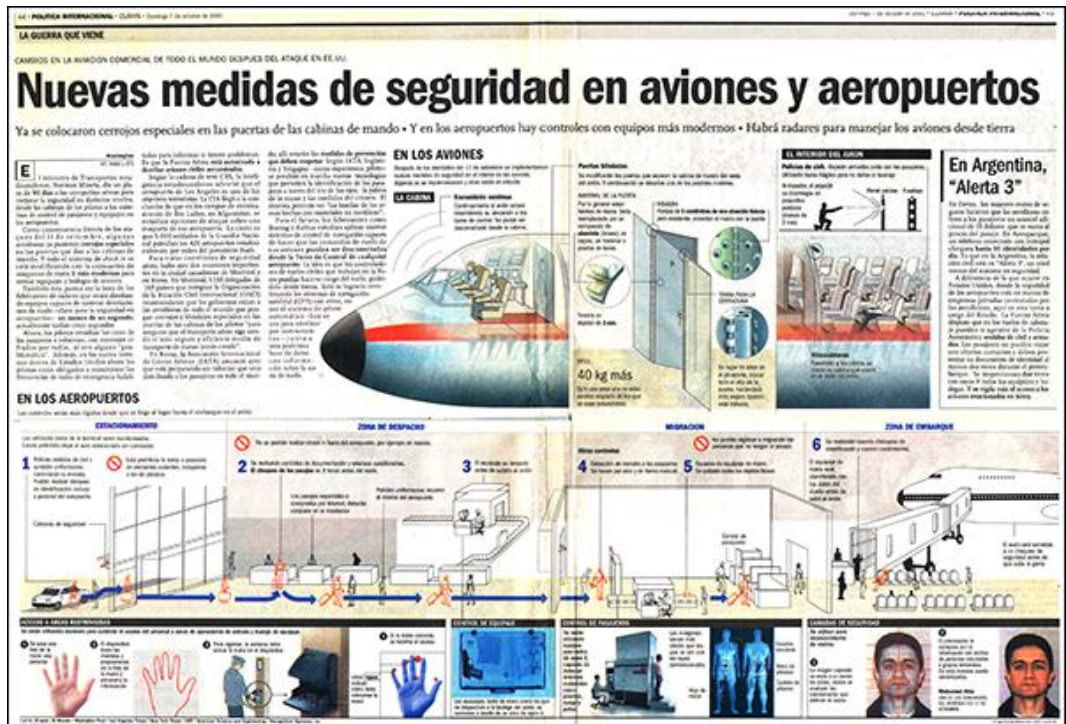


Figura 35. Clarín, 7 de octubre de 2001, p. 44 y 45

También resulta útil como ejemplo de uso de indicadores metatextuales la infografía que sigue, que ilustra la noticia “Nuevas medidas de seguridad en aviones y aeropuertos” (figura 35)<sup>232</sup>. La noticia está desarrollada en la página doble central de la edición dominical. La infografía ocupa más de las tres cuartas partes de ese espacio. Primero se advierten dos indicadores metatextuales que dividen la infografía en dos partes. Se trata de los títulos: “En los aviones” y “En los aeropuertos”, en letra mayúscula y negrita. La primera (ocupa la parte superior de la infografía) está subdividida en dos espacios que se diferencian no sólo por la imagen sino

<sup>232</sup> Véase la infografía que acompaña a la noticia “Nuevas medidas de seguridad en aviones y aeropuertos”, *Clarín*, 7 de octubre de 2001, p. 44 y 45.



por la presencia de dos subtítulos destacados en mayúscula en tipografía invertida blanca sobre fondo negro: “La cabina” y “El interior del avión”. A su vez, en la segunda parte: “En los aeropuertos” encontramos otros subtítulos, también en mayúscula en color celeste (“Estacionamiento”, “Zona de despacho”, “Migraciones”, “Zona de embarque”), cada uno de ellos remite a la gráfica de las etapas que debe cumplir el pasajero antes de subir a un avión, con sus respectivas medidas de seguridad. Por último, en la parte inferior, ocupando todo el ancho de ambas páginas, separada de la anterior por un filete negro grueso que contiene subtítulos en tipografía blanca mayúscula y que remiten cada uno de ellos a otras formas de control (“Acceso a áreas restringidas”, “Control de equipaje”, “Control de pasajeros”, “Cámaras de seguridad”)<sup>233</sup>.

- *Indicadores deícticos*: Es posible advertir en los gráficos (y también en el texto escrito) determinadas marcas que en el contexto de la infografía hacen alusión al tiempo, al espacio en el que se suceden los hechos y también, aunque no siempre, al autor. Se suele utilizar el color para indicar el lugar en el que ocurrió el hecho (el accidente, una explosión). Otras marcas gráficas como por ejemplo flechas, círculos, reemplazan el aquí, allí, ayer, etc. También los relojes para marcar el tiempo o la firma para dar cuenta del autor. En el corpus relevado se advierte una gran cantidad de estos indicadores que aparecen conjuntamente con los nombrados anteriormente. De alguna manera siempre se hace alusión al *aquí* y al *ahora*. Las infografías en las que siempre se encuentran indicadores deícticos de lugar, son, obviamente, los mapas. En ellos se puede señalar una zona de conflicto, un lugar donde ocurrió un accidente o un hecho de variadas características, un territorio donde vive o se desarrolla una especie, etc. Para determinar el aquí/allá, se

---

<sup>233</sup> Otros ejemplos de infografías con abundancia de indicadores metatextuales: “La celulitis”, acompaña la noticia “Los últimos tratamientos para luchar contra la celulitis” *Clarín*, 18 de setiembre de 2000, p. 50; “La aftosa, un flagelo que no se rinde”, *Clarín* 12 de agosto de 2000, p. 16; “El fenómeno de la despresurización”, *La Voz del Interior*, 5 de noviembre de 2000, p. 26A; “De residuos espaciales a peligro cósmico”, *La Voz del Interior*, 18 de noviembre de 2000, p. 17A; “El mapa de los migrantes” acompaña al informe periodístico “A cara de perro con visitantes indeseados”, *Clarín*, Suplemento Zona, 16 de junio de 2002, p. 3

utilizan flechas, círculos, y de manera reiterada gráficas que remiten a las onomatopeyas de las historietas (por ejemplo las explosiones en el caso de los atentados, zonas de conflicto, choques).



Figura 36. *La Voz del Interior*, 23 de noviembre de 2000, p. 3A

Algunos ejemplos con indicadores deícticos de lugar: la infografía “Atentado” (figura 36)<sup>234</sup> señala/indica en un mapa de Israel, el lugar donde se ubica Hedera. Además del nombre de la ciudad se utiliza un círculo negro (propio de la cartografía cuando señala una ciudad), rodeado

<sup>234</sup> Véase la infografía “Atentado”, acompaña a la noticia “La violencia castiga a palestinos e israelíes” *La Voz del Interior*, 23 de noviembre de 2000, p. 3A.

por una gráfica en rojo que remite a una explosión. En el mismo mapa se utilizan otras formas de señalar espacios/lugares. Para ello se recurre a un color que tiene una referencia en el margen superior izquierdo de la infografía, y que indica que toda la superficie coloreada con ese tono corresponde a los territorios ocupados por Israel. De modo que, no sólo la figura geométrica (círculo, punto) cumple una función deíctica de lugar, sino que también lo hace el color.

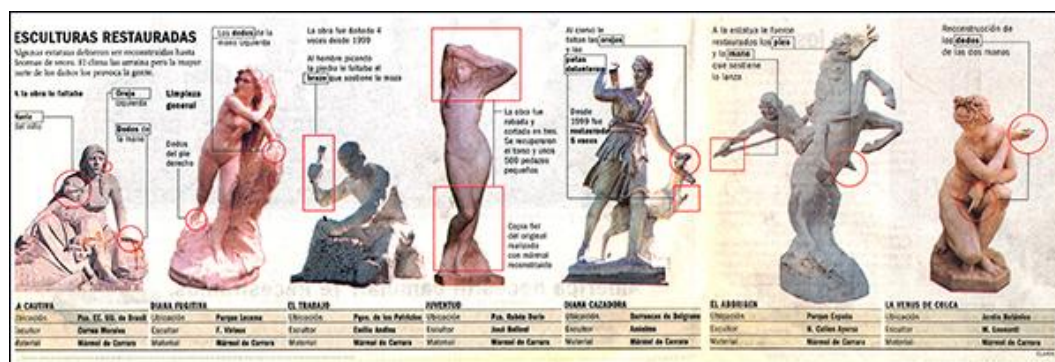


Figura 37. *Clarín*, 10 de diciembre de 2000, p. 54

Otro mapa (“Comportamiento de las aguas”<sup>235</sup>) utiliza un óvalo que encierra un espacio en el que se observan ocho círculos más pequeños destacados –gris sobre fondo blanco- para ubicar las ciudades (círculos pequeños) y la zona (óvalo) que padecen la inundación. La infografía “Estatuas restauradas” (figura 37)<sup>236</sup> utiliza distintas figuras geométricas (círculos, rectángulos, cuadrados) en color rojo para indicar las partes dañadas de las distintas estatuas. Además, esas figuras están conectadas mediante una línea continua con otros rectángulos más pequeños, en negro, que encierra un texto escrito en negrita –una o dos palabras- que aclaran (redunda) la parte de la estatua dañada, por ejemplo: nariz, oreja, los dedos, paras delanteras, etc.

La infografía que se muestra abajo contiene indicadores deícticos en el marco de la infografía, de lugar, de tiempo y que identifica al autor. Se

<sup>235</sup> Véase la infografía “El comportamiento de las aguas”, acompaña a la noticia “Incomunicación y aislamiento en el norte”, *La Voz del Interior*, 10 de mayo de 1999, p. 19A.

<sup>236</sup> Véase la infografía “Estatuas restauradas”, acompaña a la noticia “Buenos Aires, un hospital de estatuas”. *Clarín*, 10 de diciembre de 2000, p. 54.

trata de “Dos micros, de frente” (figura 38)<sup>237</sup>, ocupa más de la mitad de la página tabloide en sentido vertical y grafica el momento del choque entre dos ómnibus de transporte de pasajeros.



Figura 38. Clarín, 10 de diciembre de 2000, p. 51

Las indicaciones abundan en este caso. Por un lado el nombre de la ruta (Ruta Nacional 36), el sentido señalado con flechas (Hacia Río Cuarto; Hacia Córdoba); la dirección que toma el ómnibus que se sale de carril graficada con una flecha de 6 mm de ancho, y el momento del impacto,

<sup>237</sup> Véase la infografía “Dos micros de frente, acompaña a la noticia “Córdoba: 14 muertos en dos choques en una ruta”, Clarín, 10 de diciembre de 2000, p. 51.

simulando una explosión. Además, un reloj de agujas señala las 7,30, que se reitera en números. En un recuadro, en el margen superior izquierdo, se remite a la “Ubicación”, un mapa de la zona señala con una línea y una gráfica que simula una explosión el lugar del impacto, además del texto “Km 794,400”, se supone que de la ruta 36. Además, alrededor del sitio señalado hay una serie de referencias que actúan como indicadores de lugar (la ciudad de Córdoba y otras ciudades cercanas, la dirección hacia Río Cuarto y los números de las rutas de la zona). La referencia al autor se ubica en el borde inferior de la infografía con una tipografía pequeña: el nombre de los infografistas y la referencia a la fuente: Agencia Córdoba de *Clarín*<sup>238</sup>.

Resulta posible señalar, entonces, que el texto expositivo/explicativo en el discurso periodístico incluye explicaciones descripciones, clasificaciones, comparaciones, enumeraciones, hechos, fechas, especificaciones, generalizaciones, conclusiones, como parte de un todo informativo. También que el texto expositivo tiene la función de actuar como guía, es decir que presenta claves explícitas, tales como introducciones, títulos, subtítulos, resúmenes. Y que la manera de presentar los textos periodísticos en la prensa gráfica conduce al lector a través de títulos, subtítulos, bajadas, sumarios, intertítulos, etc. Es necesario reiterar además, que el texto expositivo nunca lo es puro, sino que se trata de una prevalencia en relación al tipo de texto que siempre va acompañado de segmentos narrativos, argumentativos, etc.

También se advierte que en las infografías se utilizan elementos gráficos, los *indicadores gráficos*, que remiten al texto expositivo, para sintetizar, resumir, ordenar la información. Se hace a través de imágenes, fotografías, siluetas humanas y de objetos, mapas, y textos (leyendas, títulos, subtítulos, números) para

---

<sup>238</sup> Otros ejemplos de infografías con abundancia de indicadores deícticos: infografía “Golpe de ETA”, acompaña la noticia “Las claves de un atentado”, *Clarín*, sección Internacionales, 22 de julio de 2000, p. 29; “Los efectos posibles de un volcán inestable”, acompaña a la noticia “Dicen que un maremoto podría destruir ciudades de los EE.UU.”, *Clarín*, sección Sociedad, 6 de octubre de 2000, p. 44 “El paseo de la discordia”, acompaña al informe especial “Siguen las quejas por los vuelos de los helicópteros”, *Clarín*, sección Información General, 29 de octubre de 2000, p. 50.; “Un herbívoro de peso”, *Clarín*, 12 de febrero de 2001, p. 35; “La técnica que salvó al pequeño”, acompaña a la noticia “Un bebé cordobés vive gracias a una operación única en el país”, *La Voz del Interior*, 25 de febrero, p. 17A.

guiar la lectura y facilitar el contacto del lector con la información. Además, el uso del color, que se instaura como elemento clave para indicar *cuál* es o *dónde* se ubica el dato clave.

**Los textos auxiliares**

También los textos auxiliares, breves leyendas que aportan datos acerca del fenómeno/acontecimiento infografiado, colaboran en el objetivo de hacer más comprensible la información. Como ya se señaló en un capítulo anterior, son los que Valero Sancho denomina “unidades gráficas elementales”, junto a los títulos, los créditos y las fuentes, y que resultan imprescindibles para una mejor comprensión del tema (2011: 9). De modo que su función aquí contribuye a la explicación, aportan datos, conceptos, descripciones, caracterizaciones, todo ello en un espacio muy acotado y en relación con el resto de los organizadores e indicadores que hacen a la infografía más comprensible.

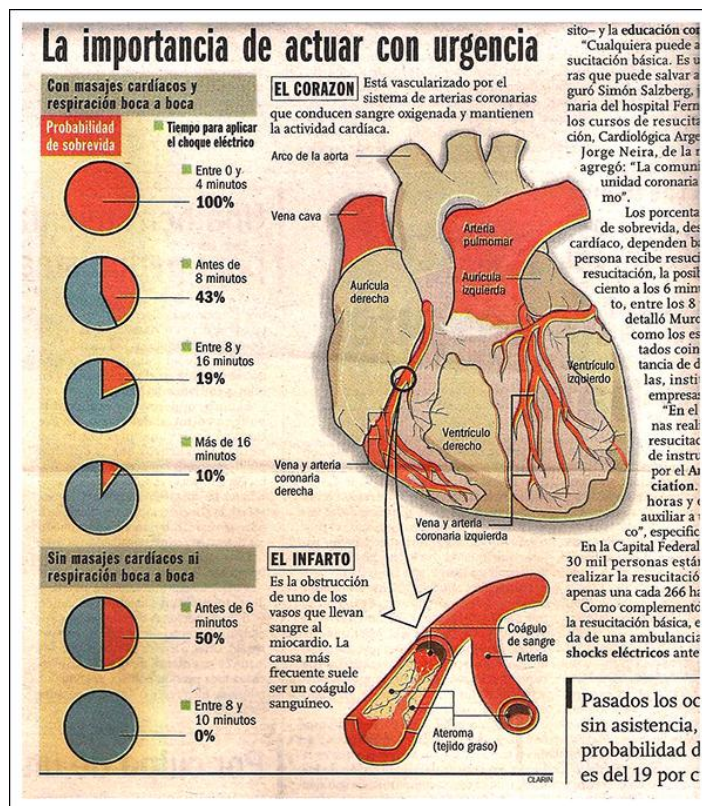


Figura 39. Clarín, 20 de abril de 1997, sección Información General, p. 52

Por ejemplo: la infografía titulada “La importancia de actuar con urgencia” (figura 39) que ilustra el informe especial “Dicen que Buenos Aires no está bien preparada para las emergencias cardíacas”<sup>239</sup>, muestra un título en mayúsculas encerrado en un recuadro e inmediatamente un texto auxiliar que brinda la *conceptualización* del infarto:

**EL INFARTO:**

Es la obstrucción  
de uno de los  
vasos que llevan  
sangre al  
miocardio. La  
causa más  
frecuente suele  
ser un coágulo  
sanguíneo.

El texto está a su vez graficado mediante un dibujo que recrea el vaso, la arteria y el coágulo. Es decir, se explica en dos oraciones breves y un gráfico de un detalle del corazón, una enfermedad compleja.

En otro ejemplo, una infografía titulada “Cómo se perciben los olores” (figura 40), que acompaña el informe periodístico “Aún no se sabe el origen del mal olor en la ciudad”<sup>240</sup> recrea el proceso de percepción de olores dividido en cuatro fases. La última fase, a su vez, está subdividida en dos momentos en los que se *explica*, mediante textos breves, la etapa en que

---

<sup>239</sup> Véase la infografía “La importancia de actuar con urgencia”, acompaña a la noticia “Dicen que Buenos Aires no está bien preparada para las emergencias cardíacas”, *Clarín*, 20 de abril de 1997, Información General, Informe Especial, p. 52

<sup>240</sup> Véase la infografía “Cómo se perciben los olores”, que acompaña a la noticia “Aún no se sabe el origen del mal olor en la ciudad”, *Clarín*, 15 de setiembre de 2000; Información General, Medio Ambiente, p. 32

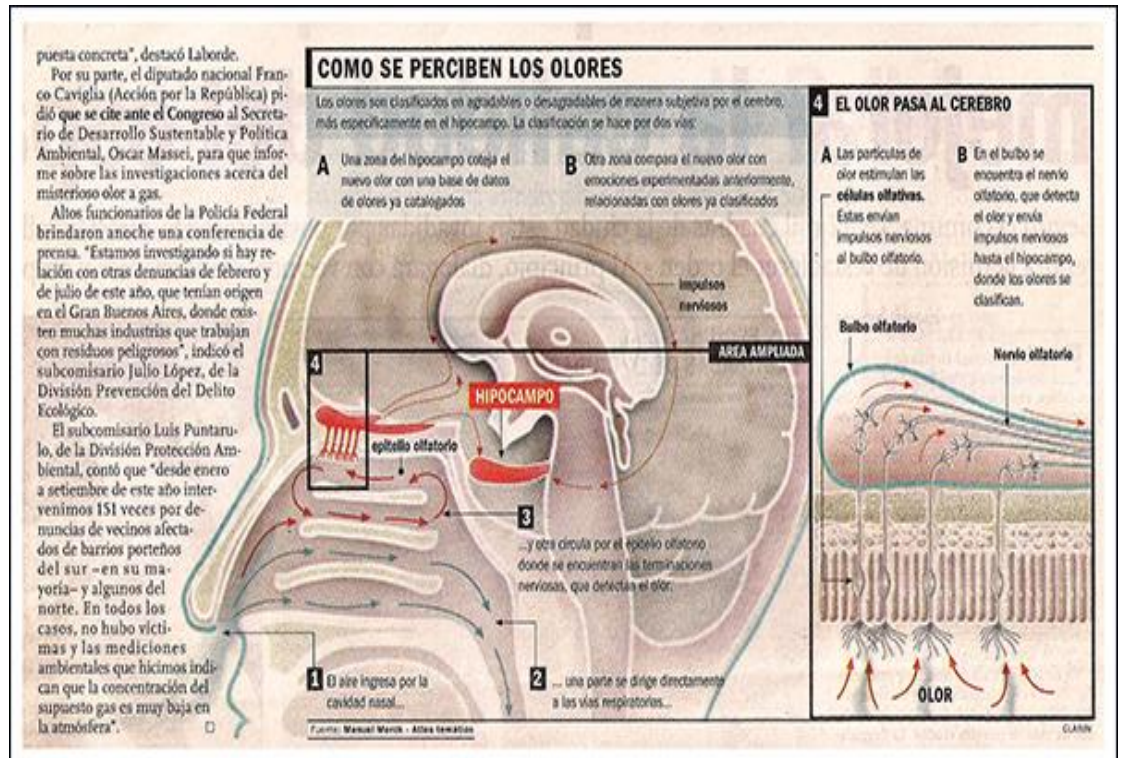


Figura 40. *Clarín*, 15 de setiembre de 2000, sección Información General, p. 33

### EL OLOR PASA AL CEREBRO

**A** Las partículas de olor estimulan las **células olfativas**. Éstas envían impulsos nerviosos al bulbo olfatorio.

**B** En el bulbo se encuentra el nervio olfatorio, que detecta el olor y envía impulsos nerviosos hasta el hipocampo, donde los olores se clasifican.



Es decir, un problema puntual relacionado con la calidad ambiental de una ciudad se convierte en motivo para **simplificar** la complejidad del sistema olfatorio. Al igual que el caso anterior, la enfermedad cardíaca, y los olores nauseabundos son temas/problemas que con frecuencia impregnan el discurso cotidiano. Lo que hace el medio periodístico es aportar datos para un mayor conocimiento del tema. Obviamente ambos aparatos/sistemas, el cardiorrespiratorio y el olfativo, por su complejidad, no pueden ser aprendidos en su totalidad; pero en este caso la infografía brinda una referencia técnico/científica que otorga una ilusión de competencia/conocimiento sobre el tema.

Dice Alcibar: “La cultura popular devora con fruición imágenes que proceden del dominio de la ciencia y la tecnología, proceso que, en menor medida, también ocurre a la inversa. Las aplicaciones tecnológicas en la ciencia han permitido a los científicos utilizar las imágenes como confirmación de una realidad que se pretende certificar, es decir, se utilizan con valor probatorio. A veces, estas imágenes no sólo sirven de soporte al razonamiento y al nacimiento de nuevas ideas (valor heurístico), sino que también representan la única prueba documental de un fenómeno (valor cognitivo)”. (2004:66)

Otros temas que también aparecen en las conversaciones cotidianas son los eclipses y la capa de ozono. En una infografía titulada “No se verá otro en el hemisferio occidental hasta el 2017” (figura 41), que acompaña la noticia “En América, hoy será el último día del milenio con dos noches”<sup>241</sup>, se resume en un pequeño texto escrito cómo se produce un eclipse solar:

---

<sup>241</sup> Véase la infografía “No se verá otro en el hemisferio occidental hasta el 2017”, acompaña a la noticia “En América, hoy será el último día del milenio con dos noches”, *La Voz del Interior*, 26 de febrero de 1998; Información General, p. 16A

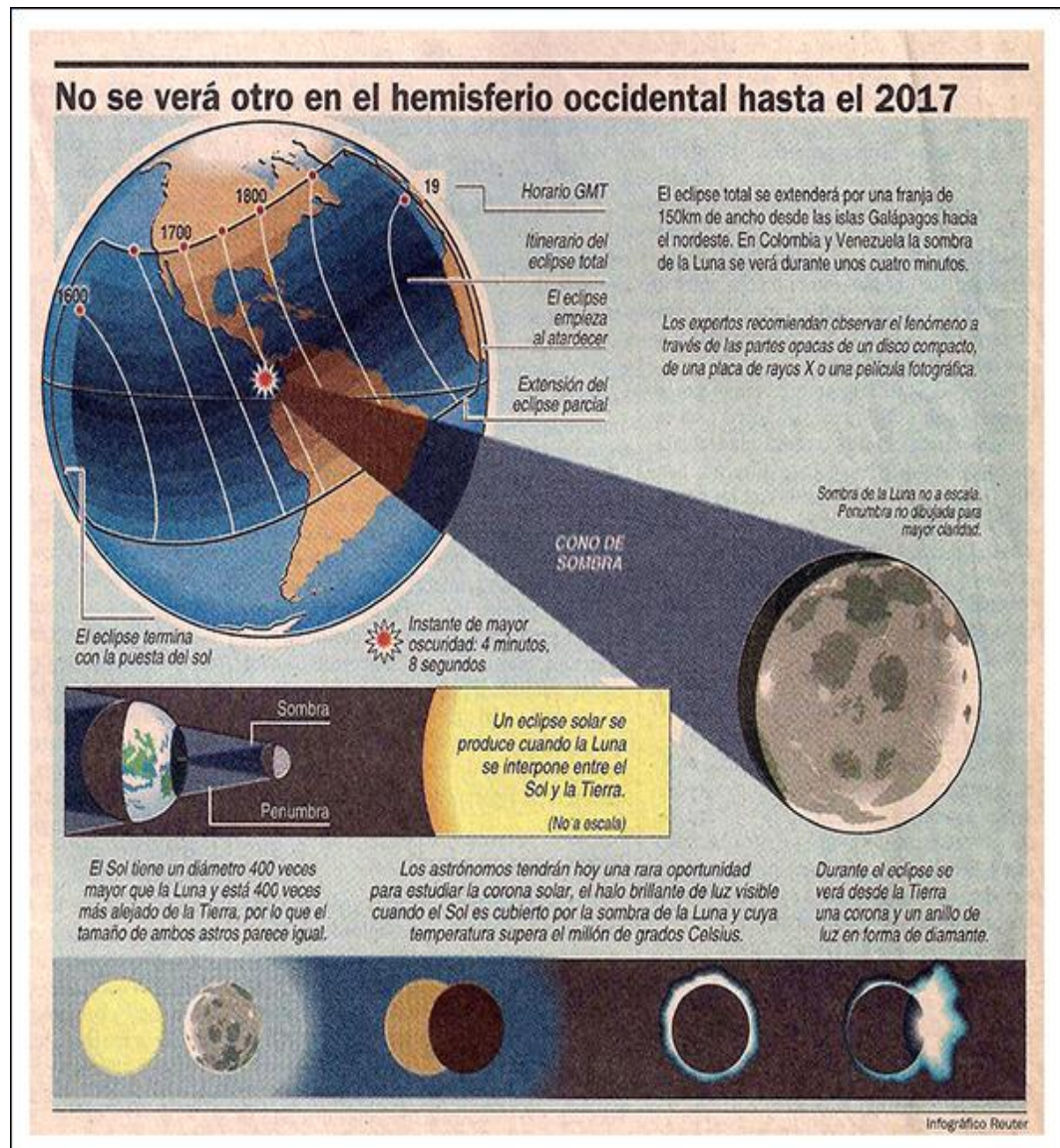


Figura 41. *La Voz del Interior*, 26 de febrero de 1998, sección Información General, p. 16A

Un eclipse solar se produce cuando la Luna se interpone entre el Sol y la Tierra. (No a escala)

y agrega datos técnicos de manera simplificada:

El Sol tiene un diámetro 400 veces mayor que la Luna y está 400 veces más alejado de la Tierra, por lo que el tamaño de ambos astros parece igual.

Del mismo modo, en la infografía “Una capa agobiada por sustancia dañinas” (figura 42)<sup>242</sup>, de 16 cm de ancho por 17,5 de alto, se grafica la evolución del tamaño del agujero de ozono en diez años y *caracteriza* en dos breves textos escritos el tamaño del agujero y la función de la capa de ozono:

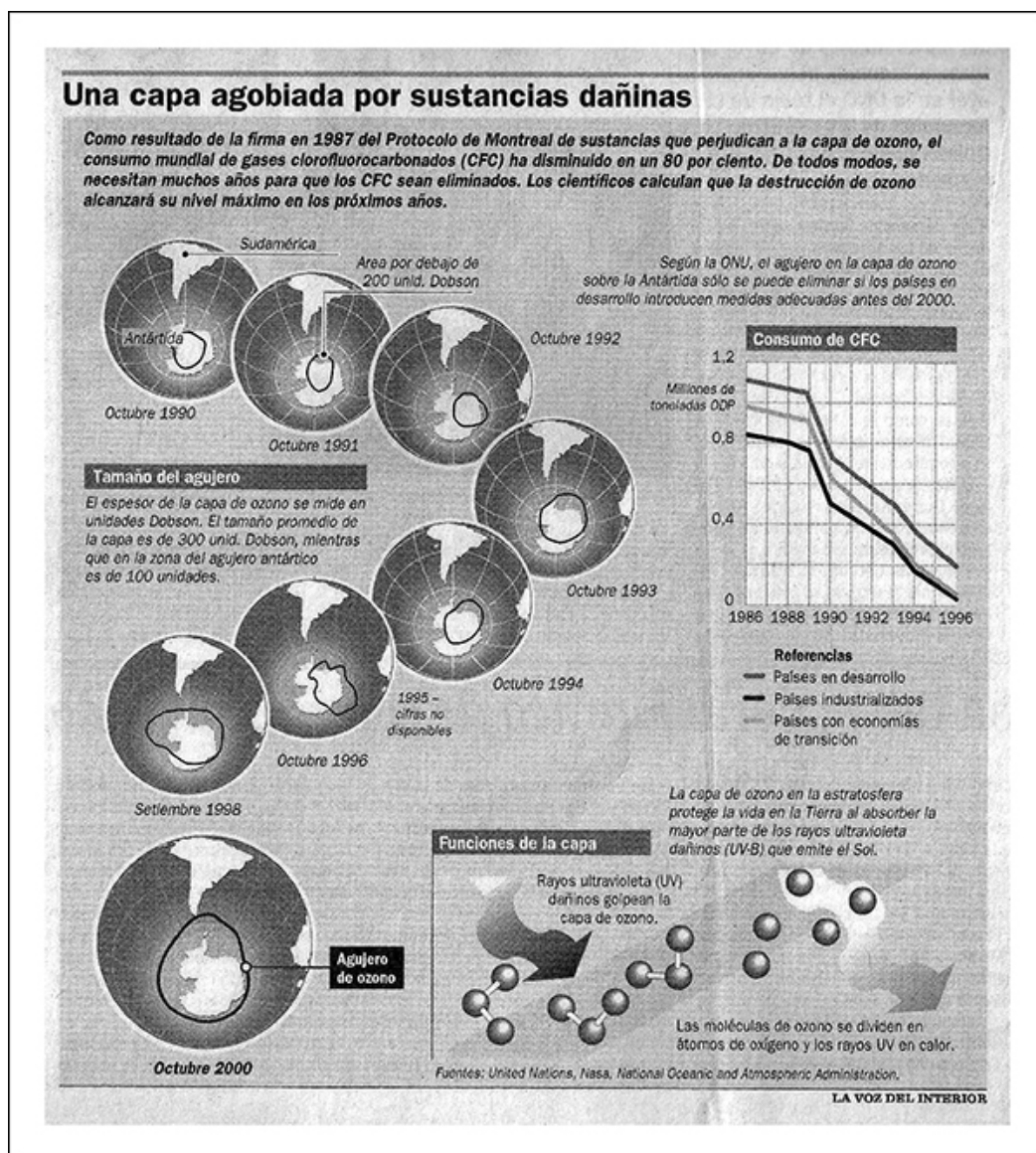


Figura 42. *La Voz del Interior*, 5 de octubre de 2000, Sociedad, p.19A

<sup>242</sup> Véase la infografía “Una capa agobiada por sustancia dañinas”, acompaña a la noticia *Advierten sobre el peligro de radiaciones*, *La Voz del Interior*, 5 de octubre de 2000, Sociedad, p.19A

### Tamaño del agujero

El espesor de la capa de ozono se mide en unidades Dobson. El tamaño promedio de la capa es de 300 unidades Dobson, mientras que en la zona del agujero antártico es de 100 unidades.

y

### Funciones de la capa.

La capa de ozono en la estratosfera protege la vida en la Tierra al absorber la mayor parte de los rayos ultravioletas dañinos (UV-B) que emite el Sol-

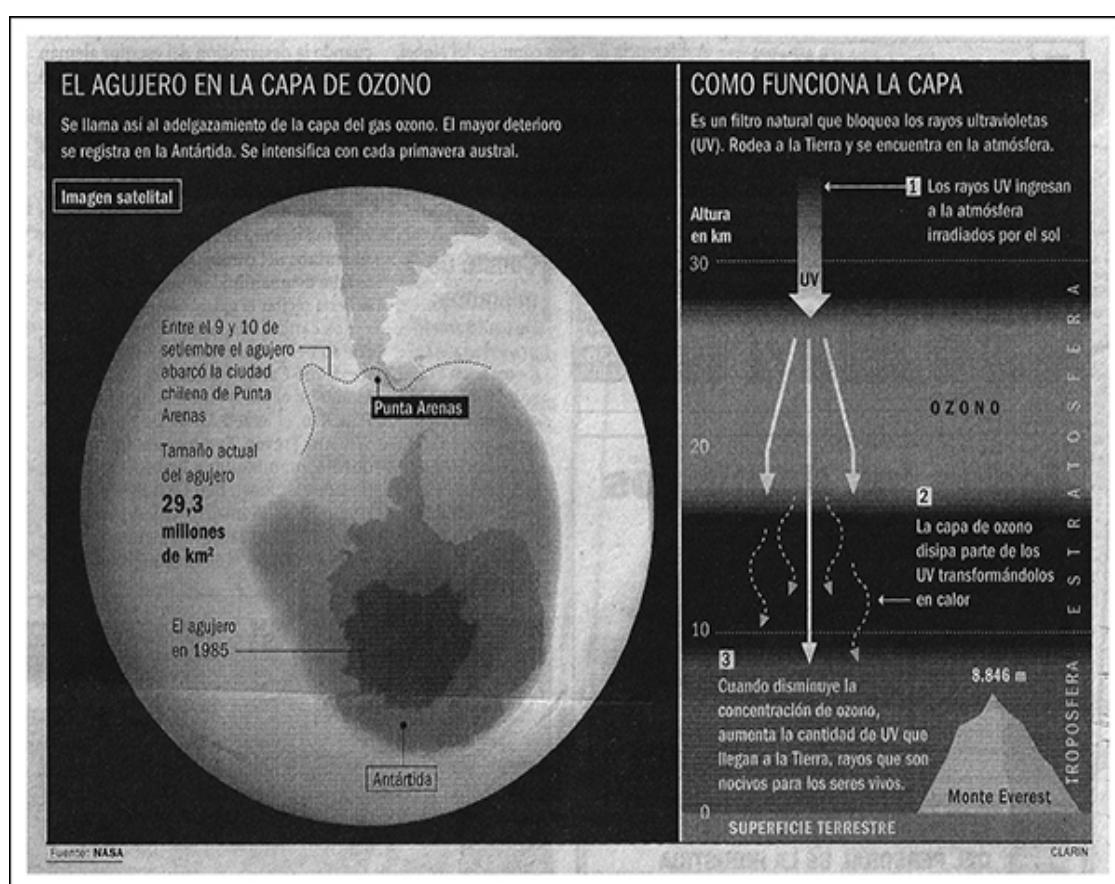


Figura 43. *Clarín*, 6 de octubre de 2000, Información General, p.45

La misma información, el deterioro de la capa de ozono, salió al día siguiente en el diario *Clarín* (figura 43)<sup>243</sup>. También aquí se incorpora una infografía de un tamaño importante para una página tabloide (18,5 cm de ancho por 12,5 de alto),

<sup>243</sup> Véase la infografía “El agujero en la capa de ozono”, acompaña a la noticia “La capa de ozono se deteriora más”, *Clarín*, 6 de octubre de 2000, Información General, p.45

y del mismo modo se hace alusión a la *conceptualización* y *caracterización*, *localización*, y *función* que cumple la capa de ozono:

#### EL AGUJERO EN LA CAPA DE OZONO

Se llama así al adelgazamiento de la capa del gas ozono (**definición**)<sup>244</sup>. El mayor deterioro se registra en la Antártica (**localización**). Se intensifica con cada primavera austral.

#### COMO FUNCIONA LA CAPA (**función**)

Es un filtro natural que bloque los rayos ultravioletas (UV). Rodea a la tierra y rodea ala atmósfera.

Si bien la infografía de *Clarín* aporta otros datos que remiten a una localización importante para los que viven en el hemisferio sur (“Entre el 9 y 10 de setiembre el agujero abarcó la ciudad chilena de Punta Arenas”), y datos comparativos de la troposfera y la estratosfera (donde se ubica la capa de ozono), ambas infografía brindan la información esencial para la comprensión de un fenómeno complejo por parte de un lector no experto: a qué se llama agujero en la capa de ozono (**concepto**), para qué sirve (**función**), y el tamaño del agujero (el **qué** de la noticia).

---

<sup>244</sup> Las palabras (**definición**); (**localización**); (**función**) son nuestras, no figuran en el original

### III.2. PROPUESTA DE UNA TIPOLOGÍA DE LAS INFOGRAFÍAS ENTRE 1996 Y 2002 A PARTIR DE SUS FUNCIONES

En las páginas que siguen proponemos nuevos agrupamientos, una más completa clasificación de las infografías relevadas en el corpus en la que se tiene en cuenta su *función*, en tanto categoría del paratexto. Entendemos que se trata de una propuesta superadora de la planteada por la bibliografía consultada que prioriza la forma y la cantidad de elementos que incluye una infografía, por sobre la función. Interesa aquí *para qué sirve* la inclusión de la infografía junto a la noticia. Se insiste en que se trata de un elemento del paratexto, clave en la época estudiada para estar “a tono” con la cultura visual; imprescindible para la rápida y más sencilla comprensión y para “*ver*” la noticia.

Cabe recordar que los Libros de Estilo de los diarios estudiados (*Clarín*; 1997; *La Voz del Interior*; 2006) incluyen, además de una definición de la infografía una suerte de agrupamiento, categorización o tipología en la que se tiene en cuenta el grado de complejidad de la elaboración de la infografía<sup>245</sup>. Es decir, estas tipologías o agrupamiento, no están relacionada ni con las funciones básicas (esclarecer, explicar, sintetizar, resumir), ni con el tema que abordan. Se reitera que la infografía es un elemento paratextual, una ilustración, una imagen cuya función está relacionada con la simplificación/explicación de datos complejos. De modo que, si bien es posible pensar en un agrupamiento como el que proponen los manuales de estilo de los diarios estudiados o los autores consultados, tal asociación no da cabalmente cuenta de la complejidad del proceso de **sintetizar/resumir/explicar** la información.

El diario *Clarín* en su Manual de Estilo establece una suerte de división entre infográficos simples y complejos. Los simples son aquellos que “llevan un título y, en general, una bajada” (1997: 128). Y entre ellos se ubican: los gráficos de

---

<sup>245</sup> Aunque no se trata de gráficos periodísticos, vale la pena recurrir una clasificación gráficos en cinco grandes familias que realiza Yves Deforge en el capítulo “La creación de gráficos” del libro *La Imagen Didáctica*, de Joan Costa y Abraham Moles. Deforge clasifica a los gráficos según: a) que han sido concebidos para expresar estados de un conjunto determinado en un momento dado; b) que han sido concebidos para expresar principalmente estructuras; c) que han sido concebidos para expresar principalmente relaciones; d) que han sido concebidos para expresar principalmente desarrollos y variaciones en el tiempo; e) que han sido concebidos para expresar específicamente para la obtención de resultados ( 1992: 136/7)

barras, de fiebre, de tortas, de tablas y los mapas de localización. El otro agrupamiento es el de los gráficos complejos, que son los “que desarrollan una acción, un proceso o dan cuenta del funcionamiento de un determinado mecanismo” (1997: 129)

Entre los gráficos simples, siempre de acuerdo al Manual de Estilo de *Clarín*, el de barras sirve para comparar cantidades de datos o cifras absolutas; el de fiebre para marcar oscilaciones o cambios de cantidades en un determinado período; el de tortas para comparar tamaños relativos; el de tablas para ordenar en forma de columnas verticales y horizontales un conjunto de datos complejos, y los mapas de localización que sirven para ubicar puntos geográficos, dar cuenta de un recorrido o mostrar distancias relativas. Mientras que los gráficos complejos, que pueden incluir en su interior gráficos simples, “suelen responder a las preguntas quién, cómo, dónde y por qué” (1997: 127/8/9). En relación a los primeros, los gráficos simples, a juzgar por la función que se les confiere (comparar, marcar oscilaciones, dimensionar) no parece tratarse de una complejidad baja o simple.

También el Manual de Estilo de *La Voz del Interior* propone una clasificación en función del “nivel de complejidad”, tampoco se señala aquí cómo se entiende la “complejidad”, aunque se podría inferir que está relacionada, del mismo modo que la propuesta de *Clarín*, con la cantidad de elementos que componen la infografía, es decir con la complejidad al momento de la elaboración de la misma. También aquí se incluyen en el nivel más bajo de complejidad los gráficos y tablas estadísticos destinados a simplificar datos abstractos y a comparar y dimensionar cantidades o tamaños relativos. Aunque ésta no parece una tarea fácil, sencilla, ni poco compleja para el receptor

*La Voz del Interior* agrupa las infografías en tres niveles, según su “complejidad”. Las del primer nivel incluyen a los gráficos estadísticos y tablas, en el segundo nivel se incluyen los mapas referenciales “y de tipo itinerario y los esquemas que describen un aspecto particular de la noticia”, y en el tercer nivel “las que combinan más de un nivel y utilizan varios elementos visuales para contar o describir los hechos informativos. (...) en muchos casos ocupan una o más páginas y pueden ser utilizadas sin el acompañamiento de artículos periodísticos, por lo que deben dar respuesta a los cinco interrogantes básicos del periodismo:

qué, quién, cuándo, dónde y cómo” (2006: 155/6). Los dos primeros niveles de complejidad se corresponden con las infografías que el Manual de Estilo de *Clarín* denomina “simples”, mientras que el tercer nivel, con las complejas<sup>246</sup>.

Por otra parte, los primeros estudios sobre infografía que se sitúan en España en la década de 1990 (Petzler, 1991; Valero, 2001; De Pablos, 1999) proponen agrupamientos de las infografías, que en general tienen que ver con las formas, es decir el modo material que se adopta para graficar la información, más que con la función dentro del diario o con el contenido. Así por ejemplo, De Pablos, en un texto de 1999, uno de los primeros relacionados con este tema, propone en un intento de asociación o de clasificación de las infografías, en gráficos de fiebre y de barras, que “comunican información cuantitativa de diferentes actores o ítems”. Y agrega que los “gráficos de fiebre (...) muestran el trazo o la línea de subidas y bajadas de cantidades”; mientras que los gráficos de barras, en “lugar de presentar la línea de oscilación de las cantidades, se muestra la misma idea con barras que llegan desde la línea de base hasta los topes de cada cantidad señalada” (1999: 31); los de queso o de pastel, gráficos cuya representación se basa en una circunferencia, pero también un semicírculo. (1999: 32). La tabla numérica, representa datos cuantitativos que no siempre tienen por qué tener relación entre sí; el sumario infográfico, ilustraciones o elementos gráficos relacionados con el tema que se le agregan al sumario clásico (1999: 34). Y el diagrama periodístico, o lo que De Pablos denomina *infografía periodística*, en el sentido de un gráfico con mayor cantidad de elementos, algunos de los cuáles pueden ser los gráficos antes nombrados, para *explicar* un suceso. Aquí, prima la forma, la cantidad de elementos gráficos que componen una infografía periodística, más que el status funcional en relación con el periódico. De modo que, cuando se intenta una clasificación o tipología se concluye en una enumeración de posibilidades que

---

<sup>246</sup> En un trabajo publicado en 2004 y que propone una revisión de las tipologías de infografía, Raymond Cole incluye en esa clasificación a las infografías de 1º y 2º nivel, tomando para ello el modo de inclusión del texto. Las infografías de 1º nivel incluyen título, texto de anclaje, además de la ilustración, pero se caracterizan, según el autor, por la ubicación del texto en los márgenes, sin contacto directo con la imagen principal. En el caso de las infografías de 2º nivel, Cole señala que el texto pasa a integrar la totalidad de la infografía. De modo que el texto “tal como ocurre en las historietas”, dice Cole, se transforma en una parte “dinámica” de la infografía, y no se mantiene en los márgenes, como en el caso de la primera. Cole además incluye en su propuesta de tipología a los Diagrama infográfico; el Infográfico iluminista; el Info-mapa; las Secuencias espacio-temporales; los Infográficos mixtos y los Megagráficos (Cole; 2004).



tienen que ver con la representación gráfica, más específicamente con la forma que adquiere sea representación.

También Valero Sancho, en un texto publicado en 2008, que recupera y revisa clasificaciones realizados en otras publicaciones (2001; 2003), propone una primera tipología a nivel general, que parte del número de elementos que contiene una infografía, así las denomina individuales y colectivas, estas últimas son las que combinan más de una infografía individual (2008: 632/3). Pero luego de esta amplia división, que coincide con la clasificación de simples y complejas del Manual de Estilo de *Clarín*, o la de primero/segundo y tercer nivel, del de *La Voz del Interior*, Valero Sancho propone una suerte de clasificación que va más allá de la cantidad de elementos gráficos que contiene cada infografía, y la acerca más a una posible función. En este sentido establece cuatro grandes grupos: las infografías comparativas, documentales, escénicas y ubicativas (2008: 633)

Para el autor español las **comparativas** cotejan tendencias generales o datos de forma visual, destacando las tendencias más sobresalientes y detallando los resultados más relevantes que permiten extraer conclusiones informativas. Se trata, dice, de “un conjunto de comparaciones, niveles, posiciones, áreas o conjuntos diversos de datos significativos”. Sobre las **documentales** dice que no necesariamente están relacionadas con la actualidad, que explican diversos fenómenos y para ello emplean documentación diversa, adicional al hecho. Aquí ubica las que se centran en la naturaleza o en los artefactos (árboles, casas, seres vivos, piezas de fruta, monumentos, esquemas de funcionamiento de máquinas, etc.). Las **escénicas** muestran los espacios pero también las acciones más significativas de los protagonistas del hecho, y pueden aparecer en una única viñeta de forma panorámica como si se tratara de una fotografía o en varias, a manera de una sucesión cronológica. Y la última clasificación que propone Valero tiene que ver con el lugar donde han ocurrido los hechos. Las denomina **ubicativas**. Dice que “los mapas, planos, recintos y microplanos, son los infogramas<sup>247</sup> de mayor uso” (2008: 633/635).

---

<sup>247</sup> Cabe recordar que Valero dice que los infogramas son unidades menores de la infografía que se componen igualmente de textos e imágenes, pero carecen de un sentido único y claro al emplearlas fuera de contexto como los mapas o gráficos etc. que no están titulados. (Valero 2011: 9)

Cabe insistir aquí que la infografía, en tanto elemento paratextual, no sólo acompaña a la noticia sino que cumple una *función*, que determina el *para qué* de su inclusión en la página. Si bien se ha podido avanzar en funciones generales, reconocidas en la bibliografía consultada, en los Manuales de Estilo de ambos diarios, y también en los discursos de los editores, se entiende que es posible ahondar más en ellas, para pensar en una clasificación más específica que ponga el acento en la función y que pueda vincularse con tipos particulares de noticias.

Ahora bien ¿resulta relevante para este trabajo, y en general para la investigación en prensa gráfica, pensar en una clasificación de las infografías, en una suerte de tipología o agrupamiento? La respuesta es sí, precisamente para poder poner en relación sus recurrencias, teniendo en cuenta que esas invariantes deben superar la limitación de la forma que adopta la infografía, tal como proponen las anteriores clasificaciones, y focalizarse en la función.

Cabe reiterar que para poder realizar esta sistematización se ha trabajado con más de 500 ejemplares por cada diario que incluyeron aproximadamente 1500 infografías, durante los años 1996 a 2002<sup>248</sup>. Para poder realizar este estudio se tomó una muestra que incluyó 406 infografías. Resulta necesario reiterar que si bien es posible advertir en el estudio del corpus ciertas recurrencias que tienen que ver con la forma, esto es el elemento gráfico elegido, colores, tipografía utilizada y con la temática representada, se insiste en la pregunta ¿para qué?; ¿para qué se incluye la infografía en el diario en cada caso?, ¿es posible realizar un agrupamiento relacionado con su función?, ¿cuáles serían las funciones recurrentes de este elemento del paratexto en el corpus estudiado?

Es necesario aclarar que en el intento de **resumir, esclarecer, explicar, sintetizar**, en tanto funciones generales, y teniendo en cuenta el tema que ilustra la infografía, es posible advertir recurrencias que permiten pensar en un agrupamiento, clasificación o tipología de las infografías basadas en el estatus funcional de las mismas. A partir de una primera aproximación, es posible señalar que las infografías que refieren a acontecimientos en su mayoría hacen hincapié

---

<sup>248</sup> El promedio de infografías publicadas por semana por el diario *Clarín* es mayor que el de *La Voz del Interior* en una proporción de 3 a 2 (30 por ciento más). Ya se hizo alusión en la Primera Parte a las condiciones de producción de ambos medios, y a la constitución de áreas o departamentos de infografía.

en la **secuencia** de los mismos; las que ilustran tendencias o datos abstractos, ponen el acento en la **comparación** y en la posibilidad de **dimensionar**; en aquellas que se detienen en objetos o procesos que muchas veces escapan al ojo humano, prevalece la **descripción**; y cuando la necesidad es la ubicación geográfica, se pone el acento en la **localización**. Estas funciones no se dan en estado puro, y además, se han encontrado infografías que las reúnen por completo con la misma o similar preponderancia. Sí se han advertido recurrencias, similitudes, que no sólo abarcan la función, sino también la temática y la forma de la infografía. A partir del corpus y la bibliografía estudiada, ya se está en condiciones de proponer una nueva clasificación que reúna a las infografías periodísticas según la función que cumplen.

Así es que se proponen **cuatro** agrupamientos que se desarrollarán en las páginas que siguen, los que se derivan de las funciones más generales **resumir/esclarecer/explicar/sintetizar**, y recuperan algunos de los subtipos de la estructura del texto expositivo/expositivo que trabajamos en la *Segunda Parte* de esta tesis. Ellos son: a) las infografías en las que prevalece la función de **dimensionar/comparar**; b) las infografías en las que prevalece la función de **localizar/ubicar**; c) las infografías en las que prevalece la función de **secuenciar**; d) las infografías en las que prevalece la función de **describir/caracterizar**.

### III.2. 1. Dimensionar/comparar

Para poder realizar esta suerte de ordenamiento o clasificación para los casos que los manuales de estilo de los diarios estudiados denominan gráficos simples y, en consecuencia, poder observar sus recurrencias y características comunes, así como sus diferencias, se realizó una selección del total relevado y se estudiaron aproximadamente 90 infografías que presentan distintos tipos de datos, en su mayoría abstractos, referidos a tendencias de un elemento y proporcionan información cuantitativa de diferentes actores o ítems.

Hay un común denominador en este tipo de gráficos que los medios estudiados llaman simples o de primer nivel, se trata de la mostración/comparación de diversas dimensiones, de su cotejo o de su tendencia en un período de tiempo.

Una dimensión es un aspecto o faceta de algo, una medida, y **dimensionar** es establecer las dimensiones (medidas) de algo, que generalmente es inmaterial<sup>249</sup>. ¿Cómo resulta posible *dimensionar* algo tan inmaterial como lo es un índice de inflación, el riesgo país, la tendencia en el nivel de empleo, etc.? Evidentemente requiere de un proceso de abstracción complejo; por un lado se sabe que el índice mayor se grafica con el mayor volumen o con la mayor altura, y viceversa el menor.

También hay una recurrencia en la presentación de estos gráficos, la mayoría adopta formas geométricas, como por ejemplo círculos, semi-círculos, rectángulos, líneas, etc. y tablas que permiten comparar datos. Aquí es posible establecer una relación con los gráficos simples que proponen los manuales de estilo de los diarios estudiados (de **fiebre**, de **torta**, de **barras** y **tablas**), aunque vale aclarar que la información que proporcionan es compleja de abordar y la propuesta de dimensionar o comparar los datos requiere de un elevado nivel de abstracción que los aleja rápidamente de una actividad simple o sencilla.

Los gráficos ubicados en este grupo cumplen con la función de **comparar** cantidades de datos o cifras absolutas, **dimensionar** tendencias o **cotejar** variables o información, expresar estados, mostrar desarrollos o variaciones en un período de tiempo, etc. En su mayoría aparecen en las secciones dedicadas a la Economía y Finanzas, aunque no de manera excluyente. ¿Y para qué comparar y dimensionar cantidades o tendencias? Sin duda para hacer más sencillos, asequibles y comprensibles para un lector común los datos abstractos, en su mayoría cuantitativos y complejos, de orden económico, o provenientes de la sociología o de la medicina, etc.

Señalábamos más arriba que se utilizaban en estos casos distintas figuras geométricas para dar cuenta de lo que se quiere graficar. En la bibliografía consultada y en los manuales de estilo estas formas toman los nombres de gráficos de fiebre, torta o pastel, barras y tablas.

En el caso del gráfico de curvas (o fiebre), se trata de una línea (o varias) que conectan puntos (refiere a cantidades) de un/os proceso/s que tienen lugar durante un período continuado de tiempo. Ese/os trazo/s señala/n las oscilaciones (ascenso

---

<sup>249</sup> Véase diccionario de la RAE 22ª edición, 2001.

y descenso) o tendencias de una variable. Su uso en el periodismo gráfico es muy similar al de los histogramas de barras (gráficos de barras); ambos pueden representar una sola categoría/índice o más de una. También tienen la función de establecer comparaciones o dimensionar cifras los gráficos que se presentan con formas circulares (de torta) o bien como una tabla, organizada en columnas de doble entrada, en la que se sintetiza información a partir de varias categorías. Por ejemplo:

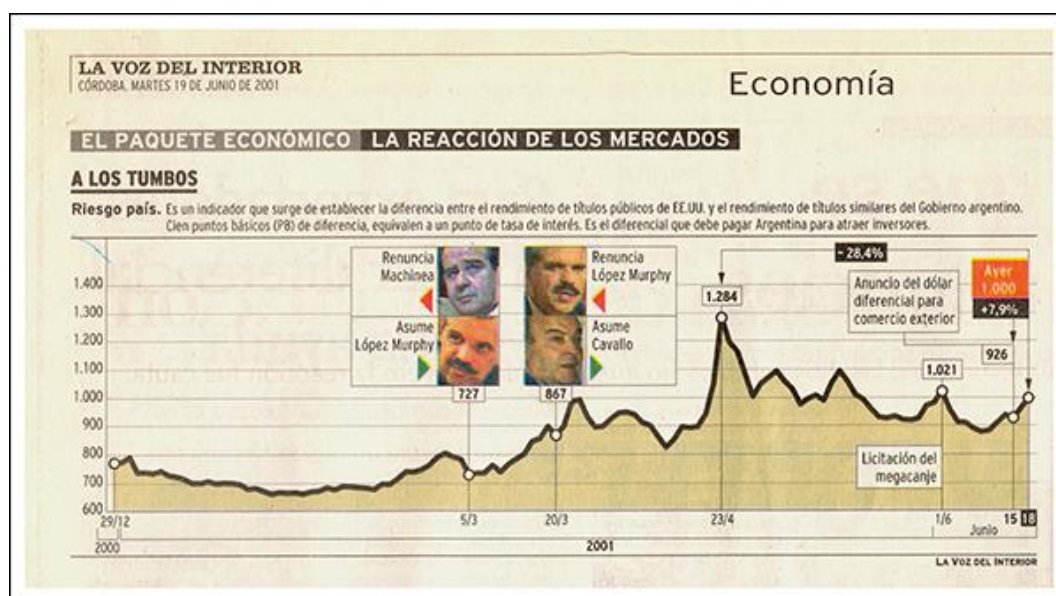


Figura 44. *La Voz del Interior*, 19 de junio de 2001. p.7A

El 19 de junio de 2001, *La Voz del Interior* grafica la noticia “Las medidas fueron mal recibidas y el riesgo país trepó a mil puntos” con una infografía que se ubica en la cabecera de la página y ocupa más de la mitad de su ancho (cuatro de las seis columnas)<sup>250</sup>. El título es “A los tumbos” (figura 44) y muestra la evolución, a través de una línea continua (gráfico de fiebre) del indicador del “Riesgo país” entre el 29 de diciembre de 2000 y el 18 de junio de 2001. La coordenada horizontal refiere al tiempo y señala sólo los días claves en relación a decisiones políticas (por ejemplo los cambios en el Ministerio de Economía del 5 y el 20 de marzo de 2001); la fecha del pico máximo en ese índice (23 de abril) y luego dos

<sup>250</sup> Véase la infografía “A los tumbos”, acompaña la noticia “Las medidas fueron mal recibidas y el riesgo país trepó a mil puntos”, *La Voz del Interior*, sección Economía, 19 de junio de 2001. p.7A

fechas más, ambas en las que se tomaron medidas económicas que repercutieron en el índice que se grafica (1 y 15 de junio). La coordenada vertical refiere a un valor numérico que se ubica entre 600 y 1400, avanzando de a 100 puntos.

Hay varios aspectos interesantes en esta infografía. Por un lado, en un texto auxiliar, se conceptualiza el índice que se denomina “riesgo país”<sup>251</sup>, y por el otro se resume la evolución de dicho indicador en un período breve de tiempo, señalando mediante recuadros y flechas los momentos claves y, en rojo, el índice que es noticia, el que se quiere destacar. Aquí es posible **comparar** por fechas y medidas económicas/políticas la evolución del índice de que se trata, como así también **dimensionar** (más/menos que...; mayor/menor que...) un dato abstracto, inmaterial, y establecer posibles **causas** político/económicas de la evaluación de dicho índice.

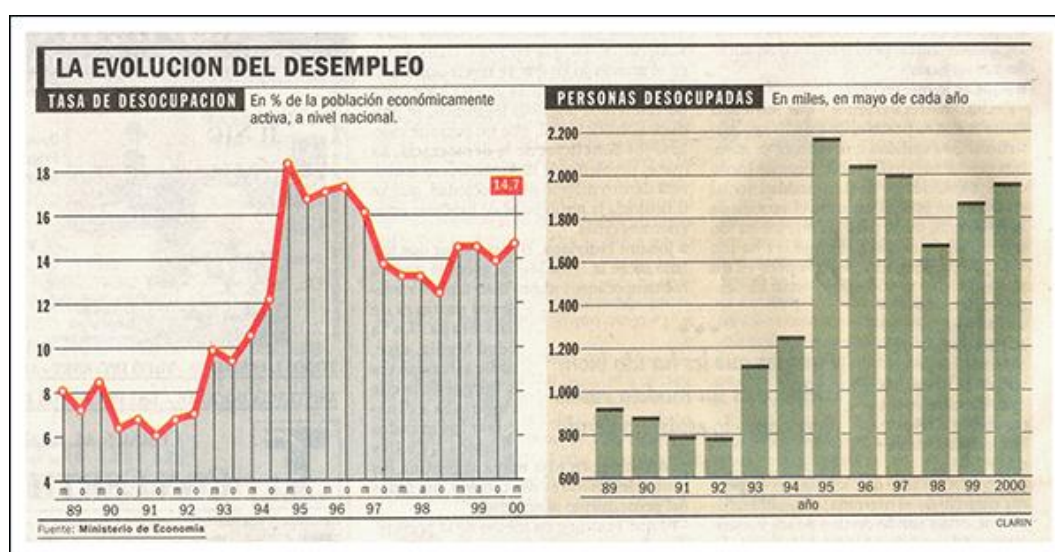


Figura 45. *Clarín*, Sección Economía, 25 de junio de 2000, p. 22

Otros dos ejemplos, esta vez del diario *Clarín*, combinan dos formas para exponer índices económicos relacionados con el empleo. En el primero, fiebre y barras (figura 45) y en el segundo fiebre y tablas (figura 46). En lo que hace a la forma,

<sup>251</sup> La infografía sintetiza el complejo procedimiento para calcular el índice económico: “Es un indicador que surge de establecer la diferencia entre el rendimiento de títulos públicos de EE.UU. y el rendimiento de títulos similares del Gobierno argentino. Cien puntos básicos de diferencia, equivalen un punto de tasa de interés. Es el diferencial que debe pagar Argentina para atraer inversores”.

ambas infografías<sup>252</sup>, se muestran muy similares, no sólo en el tamaño y la forma que toman (rectangular, inmediatamente después de la bajada del título, ocupando un ancho de tres de las cuatro columnas de la página), sino también en su ubicación en el diario (ambas en la página 22, sección Economía), en los títulos, subtítulos y colores empleados.

La infografía “La evolución del desempleo” (figura 45), ilustra la noticia “La desocupación no cede: subió al 14,7%”<sup>253</sup>. Se presenta dividida en dos gráficos casi de igual tamaño, que se ubican uno al lado del otro. En el primero se muestra la evolución porcentual de un índice (el de desocupación), entre mayo de 1989 a mayo de 2000. El gráfico muestra en el eje horizontal la línea de tiempo en una doble versión, por un lado los años (solo indicado con los dos últimos números), y por encima el mes o los meses del año que registran un índice al que se desea hacer referencia. Así por ejemplo figuran años (por ejemplo 98 a 99) en que se toman como referencia más cantidad de meses (cuatro, sobre dos, en el resto de los años).

La coordenada vertical indica el porcentual que determinará la tasa de desocupación de la población económicamente activa. Se trata de una línea de tiempo oscilante, en color rojo, sobre fondo gris, con subas y bajas que están señaladas con un pequeño punto blanco para referenciar el porcentual aproximado. El único dato que está remarcado, en un pequeño recuadro en fondo rojo con letras blancas, corresponde al título: 14,7% de desocupación en mayo del año 2000. Un solo dato para retener. El resto de los índices, los que permiten la **comparación**, están expuestos sin resaltar, de manera general. Hay que detenerse en la línea para advertir que en mayo de 1995 la desocupación llegó al 18 por ciento, el índice más alto que muestra el gráfico (sin destacarlo); el resto, oscilaciones, períodos de mayor o menor desocupación. La noticia, el dato nuevo, se muestra con el color rojo.

La otra parte de la infografía, la que se ubica sobre la derecha, se resuelve utilizando barras. La coordenada horizontal refiere a los años (también desde 1989

---

<sup>252</sup> Ambas infografía fueron publicadas con una diferencia de casi dos años, aunque las dos son posteriores al rediseño de 1998.

<sup>253</sup> Véase la infografía “La evolución del desempleo”, acompaña la noticia “La desocupación no cede: subió al 14,7%”, *Clarín*, sección Economía, 25 de junio de 2000, p. 22

a 2000, esta vez el índice refiere a mayo de cada año). La coordenada vertical, yo no refiere a un porcentaje sino a una cantidad, un número de personas (expresadas en miles). Aquí los tonos son azulados y grises. No hay ninguna referencia que se destaque, aunque la noticia (no sólo en el texto, sino también en la bajada), dice que hay “casi dos millones de desocupados”.

Se observan indicadores metatextuales que van guiando la lectura de la infografía. Por un lado un título general en mayúscula sostenida, en letras negras sobre fondo blanco, con filetes por encima y debajo que lo enmarcan (“La evolución del desempleo”), y luego, por debajo del segundo filete, dos subtítulos que corresponden a cada uno de los gráficos, esta vez en tipografía menor, blanca, sobre fondo negro, también en mayúscula sostenida (“Tasa de desocupación” y “Personas desocupadas”). Un espacio en blanco de 0,5 cm. separa y diferencia cada uno de los gráficos. También hay referencia a la fuente (Ministerio de Economía) y al autor (de manera genérica *Clarín*). El color rojo indica/señala la tendencia y el dato que es noticia.



Figura 46. *Clarín*, sección Economía, 6 de diciembre de 1998, p.22



La infografía que se muestra arriba ilustra la noticia “Hay más empleados sin aportes jubilatorios” (título)<sup>254</sup>. Fue publicada casi dos años antes que la anterior, es más grande, ocupa 2,7 cm más a lo alto, y el primer gráfico se corresponde con una de las columnas de texto, mientras que la tabla comparativa, ocupa las dos restantes. Esta vez se muestra la información apelando a dos formas distintas, por un lado un gráfico de fiebre o curvas y por el otro una tabla que compara períodos, lugares y sectores productivos (figura 46).

En el primer gráfico, del mismo modo que la anterior, la coordenada horizontal refiere a una línea de tiempo que va entre mayo de 1995 e igual mes de 1998 (dentro de ese período a su vez se señalan específicamente algunos meses), y la vertical da cuenta de una barra porcentual que se ubica entre el 31 y el 38 por ciento. La noticia, 37,2 por ciento de desocupados en mayo de 1998, se advierte resaltada. La línea vertical que corresponde a mayo de 1998 continúa el trazo grueso que determina la tendencia hasta llegar a un círculo rojo, que contiene en letras blancas el índice que es noticia. De esta manera es posible **dimensionar** una tendencia a lo largo de un período de tiempo<sup>255</sup>.

El otro gráfico, el que se muestra a la derecha, se resuelve mediante una tabla. La primera barra horizontal establece una primera división (un filete los separa) entre Capital Federal y Conurbano, y a su vez una segunda segmentación en cada uno de esos espacios que refiere a tiempos (mayo de 1995/mayo de 1998), mientras que se ubica en la columna de la izquierda los distintos sectores de asalariados a

---

<sup>254</sup> Véase la infografía “Asalariados sin descuentos jubilatorios”, acompaña la noticia “Hay más empleados sin aportes jubilatorios”, *Clarín*, sección Economía, 6 de diciembre de 1998, p.22

<sup>255</sup> Véase también las siguientes infografías: “Un mundo de libros, películas, teatro y música”, acompaña al informe periodístico “Artistas e intelectuales, a pesar de todo”, *Clarín*, suplemento Zona, 1 de agosto de 1999, p. 8 y 9; “La despedida”, acompaña la noticia “El mundo del revés: la Bolsa subió 17,5%”, *La Voz del Interior*, sección Economía, 21 de diciembre de 2001, p. 18A; “La caída de los precios del agro”, acompaña la noticia “Hubo 40 cortes de rutas por el paro del campo”, *Clarín*, sección Economía, 7 de junio de 1999, p. 14; “La plata en juego”, acompaña la noticia “Lo que mueven y valen los depósitos y el free shop”, *Clarín* 12 de febrero de 1997, sección Economía, p. 20; “Merval vs Dow Jones”, acompaña la noticia “La Bolsa local, cada vez más atada a Nueva York”, *Clarín*, sección Economía, 24 de febrero de 1997, p. 18; “Estadística que crece”, acompaña la noticia “Habrán un 60 por ciento más de policías en la calle”, *Clarín*, sección Información General, 16 de junio de 2002, p. 36

los que hace alusión la noticia. La **comparación** aquí, se puede establecer por sector, por período o por lugar<sup>256</sup>.

También aquí se observan indicadores metatextuales y vuelve a resaltar el rojo. Hay títulos, subtítulos, filetes y blancos que separan y ordenan la lectura, y referencias a la fuente y al autor.

El ejemplo es muy similar al anterior<sup>257</sup>. Ya se ha mencionado en la primera parte de esta tesis, que las innovaciones tecnológicas permiten, en la época estudiada, hacer un acopio importante de figuras, gráficos e infografías. Ya no son los tiempos en que cada dibujo/gráfico que se publicaba era único, realizado en el momento y archivado en papel. En el período estudiado la posibilidad de contar con un archivo digital para todo tipo de imágenes (fotografías, dibujos, esquemas, siluetas, mapas) posibilita un acceso rápido y una mejora en el tiempo de producción, lo que deriva en una mayor cantidad de infografías publicadas, pero también en un alto grado de estandarización de las mismas

### Tablas y tortas aquí y allá

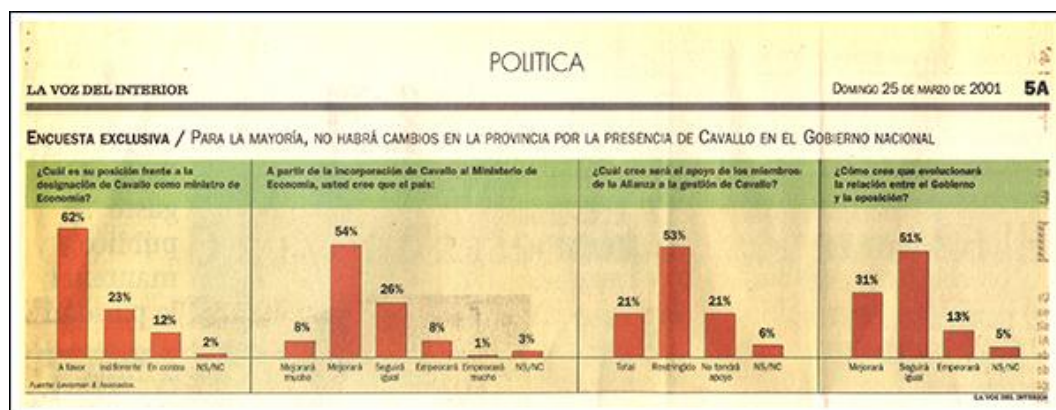


Figura 47. *La Voz del Interior*, 25 de marzo de 2001, p. 5A

Las tablas se utilizan para **ordenar** una serie de datos (realizar un listado, que siempre es un resumen en relación con la noticia), y también para establecer

<sup>256</sup> Véase también la infografía “Inversiones extranjeras”, ilustra la noticia “El 50% de las ventas, en manos de multinacionales”, *Clarín*, 25 de junio de 1997, sección Economía, p. 22, combina barras y tablas y abundan los indicadores metatextuales.

<sup>257</sup> Véase también la infografía “Los recursos del Pami en 1998”, *Clarín*, 10 de julio de 1999, sección Economía, p. 17, organizada de manera muy similar a las dos que se refieren en el texto, combinando fiebre y tablas.

**comparaciones.** El gráfico de fiebre remite o una o más **tendencias**, función que también pueden tener los gráficos de barra (expresar la evolución de un indicador en el tiempo) además la de **comparar** variables o categorías en un momento dado. Este último es el caso de la infografía que sigue: “Encuesta exclusiva/Para la mayoría, no habrá cambios en la provincia por la presencia de Cavallo en el Gobierno Nacional” (figura 47)<sup>258</sup>.

Aquí se grafica un estado de situación, la opinión de los cordobeses en un momento determinado<sup>259</sup>. La infografía está subdividida en cuatro gráficos, todos ellos encabezados por una pregunta (en tipografía negra, mayúscula/minúscula sobre fondo verde), y las barras **comparan** el resultado porcentual de las respuestas (cuatro o seis según el caso) y que oscilan entre bueno/malo; mejor/peor; apoyo/no apoyo, etc.

Así como en los ejemplos anteriores las infografías permitían **dimensionar** tendencias de indicadores económicos en un amplio período de tiempo, aquí es posible **dimensionar** un estado de opinión, en un momento determinado. También se observan los indicadores metatextuales para ordenar la lectura. Los filetes entre uno y otro gráfico separan claramente los temas que aborda la encuesta. Además, una línea muy fina se ubica por debajo de las barras y se ofrece como soporte a las mismas, a la par de diferenciar la gráfica de la referencia escrita. También la fuente, hacia el margen inferior izquierdo y el autor (de manera general *La Voz del Interior*) en el margen inferior derecho.

---

<sup>258</sup> Véase la infografía “Encuesta exclusiva/Para la mayoría, no habrá cambios en la provincia por la presencia de Cavallo en el Gobierno Nacional”, *La Voz del Interior* sección Política, 25 de marzo de 2001, p. 5A.

<sup>259</sup> Véanse también las siguientes infografías: “Frente al momento de la decisión”, acompaña la noticia “Hay voluntad de donar, pero también temores”, *La Voz del Interior*, 30 de mayo de 2000, sección Información General, p. 14A; “La opinión de los cordobeses”, *La Voz del Interior*, acompaña el informe especial “Los cordobeses se quejan del desempleo”, 10 de diciembre de 2000, sección Política, p.6A.



Figura 48. *Clarín*, 2 de julio de 2002, sección Economía, p. 17

También las barras suelen tomar otras formas que están relacionadas con el tema que se grafica. Por ejemplo, en la infografía “Frente a frente” (figura 48)<sup>260</sup>, que acompaña la noticia “Se exportarían dos autos por cada uno importado” las barras que grafican la propuesta de exportación/importación de autos con Brasil, han sido reemplazadas por una sucesión de pequeños autos, cada uno de ellos equivalente a un millón<sup>261</sup>.

Los gráficos de torta muestran una unidad distribuida por secciones. En su mayoría se trata de círculos que representan la totalidad y luego se parten para dar cuenta de los tamaños relativos (porcentuales) a los que se quiere aludir. También su función es **dimensionar** y **comparar** un estado de situación.

En los diarios consultados se utilizan, por lo general, para graficar datos coyunturales. Es decir, no se trata del seguimiento (evolución) de una variable,

<sup>260</sup> Véase la infografía “Frente a frente”, acompaña la noticia “Se exportarían dos autos por cada uno importado”, *Clarín*, 2 de julio de 2002, sección Economía, p. 17

<sup>261</sup> Véase también la infografía “Los chicos y el tabaco”, acompaña la noticia “Es muy alto el número de secundarios que fuma”, *Clarín*, sección Información General, 6 de marzo de 2001, p. 34. Del mismo modo, la infografía “Una gran fuente de proteínas”, que ilustra la noticia “Sugieren más consumo de pescado para prevenir muchas enfermedades”, *Clarín*, 11 de diciembre de 2000, sección Información General, p. 48, las barras para graficar los valores promedio de Omega 3 en las latas de atún y caballa, han sido reemplazadas por latas apiladas de caballa y atún.

sino de mostrar un estado, una situación fija en un momento determinado. Al igual que en los ejemplos anteriores, su uso es muy frecuente en las secciones de economía y finanzas, pero también en política, sobre todo para reflejar encuestas de opinión, valoración de candidatos ante alguna elección, etc.

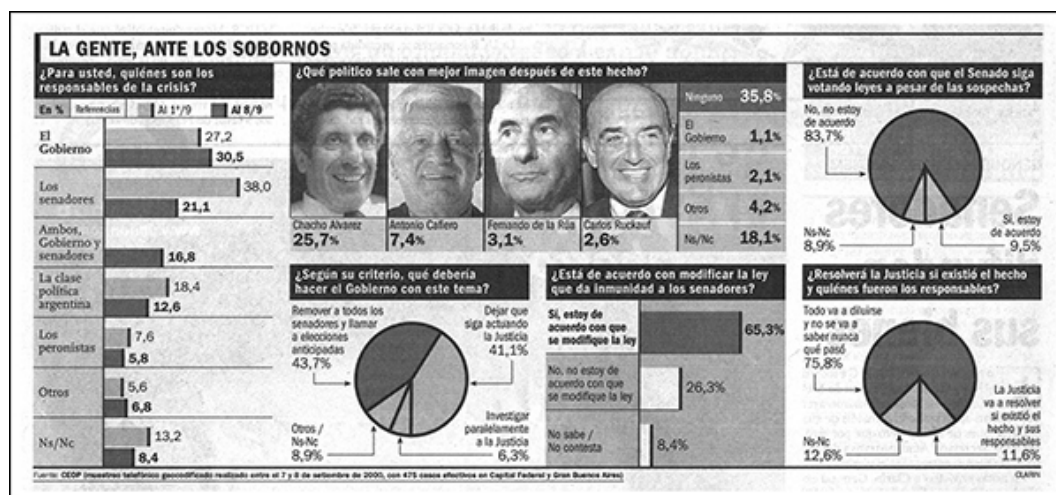


Figura 49. *Clarín*, sección Política, 10 de diciembre de 2000, p. 12

Por ejemplo, la infografía “La gente, ante los sobornos” (figura 49)<sup>262</sup>. Se trata de una gráfica que se extiende a todo lo ancho de la página y mide 11 cm. de alto. En ese espacio se **muestra/resume** el resultado de una encuesta que se propone conocer la opinión de los habitantes de Capital Federal y Gran Buenos Aires acerca de un tema de política actual<sup>263</sup>.

La infografía se divide en 6 gráficos que responden a otras tantas preguntas, que se resuelven con el formato de las barras o de las tortas (la lectura de la noticia indica que la encuesta incluye más preguntas de las que se grafican). El primer gráfico que aparece a la izquierda de la página muestra las barras ubicadas de manera horizontal y **compara** los resultados de esta encuesta con otra realizada la semana anterior. Toda la infografía, y cada uno de los gráficos individuales que incluye, se propone **dimensionar** un estado de opinión de un sector de la población en

<sup>262</sup> Véase la infografía “La gente ante los sobornos”, acompaña a la noticia “Coimas: crece el escepticismo” *Clarín*, sección Política, 10 de setiembre de 2000, p. 12.

<sup>263</sup> Se trata del escándalo por las coimas en el Senado de la Nación que derivó en la renuncia del vicepresidente Carlos Álvarez.

relación a un tema político, y además **comparar** opiniones y las consecuencias en la imagen de los políticos que se deriva de la situación planteada.

La propuesta es compleja porque incluye varios de los ítems/preguntas que abarca la encuesta, y cada uno de ellos está graficado por separado (hay seis gráficos), con distintos formatos (barras, torta), y contiene además las fotografías de cuatro de los políticos (incluido el presidente y el vice) a los que salpica el escándalo y sobre los que los encuestados opinan. En todos los casos se trata de cifras porcentuales. Y las cantidades más altas se encuentran graficadas con una trama más oscura (por ejemplo, la respuesta más elegida a la pregunta “¿Según su criterio, que debería hacer el Gobierno con este tema?”, fue “Remover a todos los senadores y llamar a elecciones anticipadas” -43,7%-, y esa parte es la que aparece más oscura en la gráfica).

Al incluir tantos datos, resulta imprescindible el ordenamiento gráfico a través de los indicadores metatextuales para hacer más asequible la lectura. Aquí, cada uno de los gráficos que integra la infografía tiene un subtítulo, letras blancas, mayúsculas/minúsculas, sobre fondo negro, a la inversa del título de la infografía (letras negras, mayúscula sostenida, sobre fondo blanco). Hay abundancia de filetes, líneas y flechas que separan y ordenan la gran cantidad de cifras que incluye la infografía. Cinco de los seis gráficos siguen el ordenamiento de las columnas y cada uno de ellos ocupa una a lo ancho. Mientras que el restante, se ubica en el centro de la página (y la infografía) es el que lleva el título “¿Qué político sale con mejor imagen después de este hecho?”, que incluye las fotografías de los rostros de Chacho Álvarez, Antonio Cafiero, Fernando de la Rúa y Carlos Ruckauf y ocupa, a lo ancho, el espacio que corresponde a dos columnas. En la infografía también se lee la fuente (sobre el margen inferior derecho, por debajo del último filete que encierra toda la información) y los datos del autor (*Clarín*, sobre el margen inferior derecho, también por fuera del recuadro que limita la infografía).

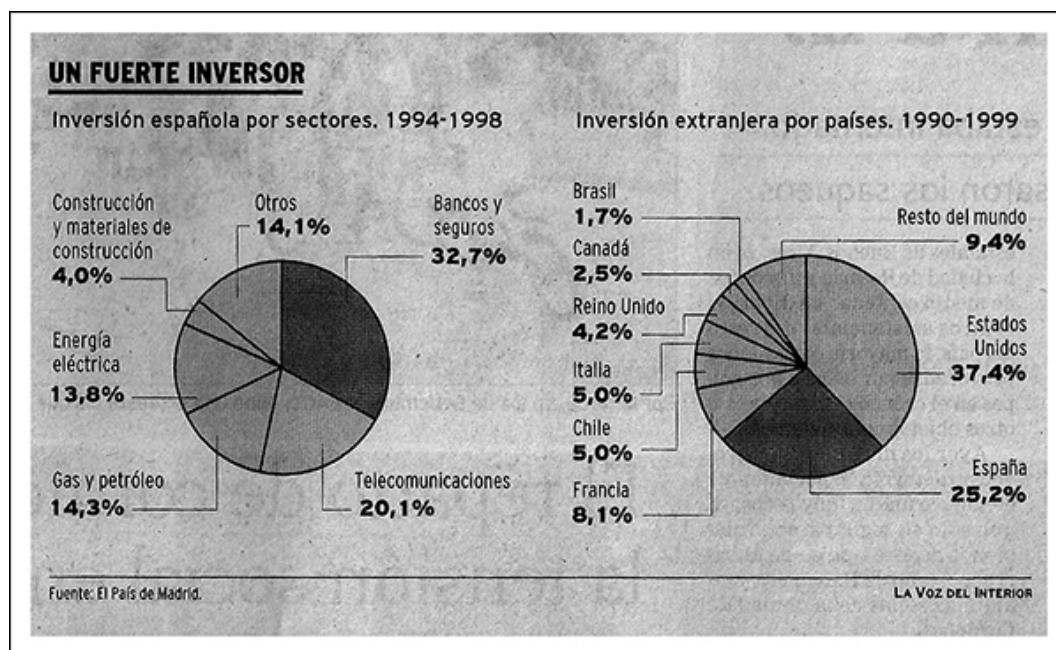


Figura 50. *La Voz del Interior*, sección Política, el 23 de diciembre de 2001, p. 8A.

En otro ejemplo, la infografía “Un fuerte inversor” (figura 50)<sup>264</sup>, se ubica en el centro de la noticia, inmediatamente después del título, muestra dos gráficos de torta que representan, el primero, la inversión española por sectores entre 1994 y 1998, y el otro, la inversión extranjera por países en el período 1990/99. No se trata de una evolución de ese índice<sup>265</sup> (de inversión española, por rubro, y extranjera en general), sino de un **promedio** que permite dar cuenta de una situación en un período dado. Ese promedio constituirá la totalidad (100%) que luego se partirá por sectores o países según el caso. Así, se puede observar en el primer gráfico, que la inversión española en bancos y seguros es la mayor en este período; o que en relación a la inversión extranjera por países, la española alcanza al 25,2%<sup>266</sup>. Ese dato está destacado en un tono más oscuro. Aquí también

<sup>264</sup> Véase la infografía “Un fuerte inversor, acompaña la noticia “En España buscan las causas del desastre”, *La Voz del Interior*, sección Política, 23 de diciembre de 2001, p. 8A.

<sup>265</sup> Si éste hubiera sido el caso, se debería haber optado por un gráfico de fiebre con tantas líneas como sectores de inversión se quisieran cotejar, o bien uno de barras, también con tantas barras como sectores se quisiera cotejar.

<sup>266</sup> Véanse también las siguientes infografías: “Los ejes del plan del nuevo presidente”, *La Voz del Interior*, 23 de diciembre de 2001, sección Economía, p. 12A; “En qué invierten las AFJP”, *Clarín*, 19 de junio de 2002, sección Economía, p. 7; “Frente al momento de decisión”, *La Voz del Interior*, 30 de mayo de 2000, sección Información General, p. 14A; “La opinión de los cordobeses”, *La Voz del Interior*, 10 de diciembre de 2000, sección Política, p. 6A.

abundan los indicadores metatextuales: títulos, subtítulos, filetes, leyendas auxiliares.

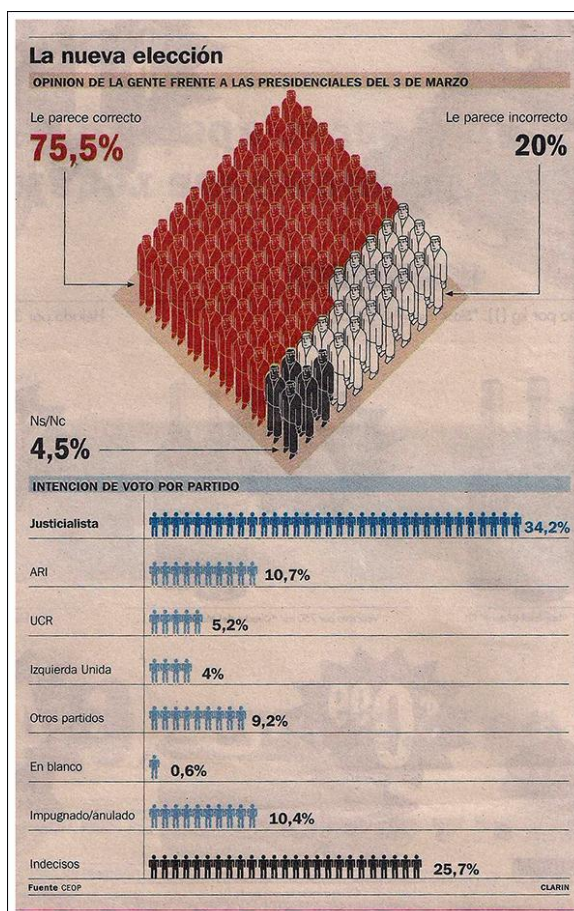


Figura 51. *Clarín*, 23 de diciembre de 2001, sección Política, p. 12

Se han advertido también, en el recorrido del corpus, distintas maneras de presentar estos gráficos de torta. Por ejemplo, el diario *Clarín* utiliza un cuadrado en lugar de un círculo en el que incluye 10 filas de 10 siluetas humanas cada una, y a partir de ese total de 100 establece la partición. El ejemplo que se incluye a continuación (figura 51)<sup>267</sup>, también grafica los resultados de una encuesta de opinión realizada inmediatamente después de la caída del gobierno de la Alianza, en diciembre de 2001, que consulta acerca de las medidas “urgentes” que debería tomar el gobierno de transición. Se organiza en dos gráficos, pero esta vez en

<sup>267</sup> Véase la infografía “La nueva elección”, que ilustra la noticia “Amplio sí a una nueva elección y reclamo para retirar dinero” *Clarín*, sección Política, 23 de diciembre de 2001, p. 12.



sentido vertical, en la parte superior se utiliza el cuadrado con siluetas humanas, en la inferior las barras (también con figuras humanas)<sup>268</sup>.

En la parte inferior, el gráfico está organizado de manera tal que las barras se muestran horizontales y las categorías (los partidos), en una columna que se ubica en el margen izquierdo. Si bien la estética es diferente, la lógica de construcción del gráfico es la misma que la de los casos anteriores. El color resalta la noticia: rojo en el gráfico que se ubica en la parte superior (el 75% dice que es correcto ir a otra votación”) y celeste oscuro para el dato más relevante del otro gráfico (34,2% de intención de voto para el Partido Justicialista).

También se observan los indicadores metatextuales que organizan y guían la lectura (títulos, subtítulos, leyenda, filetes, tipografías destacadas para los datos relevantes, el uso del color, fuente y autor)<sup>269</sup>. Además es posible señalar una constante en la función: por un lado, se **comparan** posibilidades de los partidos políticos según la opinión de los encuestados, y además es posible **dimensionar** un estado de opinión de una parte de la ciudadanía, en una situación de crisis política. Así, la infografía resulta una **síntesis**, un **resumen**, de los datos más importantes que se incluyen en la noticia.

---

<sup>268</sup> También en los gráficos de barras se utiliza esta modalidad, reemplazar la figura geométrica por un conjunto de figuras humanas estandarizadas, que se ubican de manera horizontal. Ver la infografía “Refugiados”, *Clarín*, 28 de marzo de 1999, sección Internacionales, p. 38: grafica la cantidad de desplazados kosovares en países de Europa y en países vecinos; también ver la infografía “¿Una droga no tan peligrosa?”, acompaña la noticia “Vía libre para los fumadores de marihuana en Gran Bretaña”, *Clarín*, 11 de julio de 2002, sección Información General, p. 40, en el gráfico que se muestra el uso de la marihuana, la barra que refiere a porcentaje de jóvenes británicos entre 16 y 29 años, ha sido reemplazada por una sucesión de figuras humanas que se ubican de manera horizontal. También se reemplaza la barra por una secuencia estandarizadas de figuras de autos en “Frente a frente” (figura 48 en este mismo escrito), una infografía que da cuenta de las propuestas de flexibilización del régimen automotor del Mercosur para el período 2002-2005; acompaña la noticia “Se exportarían dos autos por cada uno importado”, *Clarín*, sección Economía, 2 de julio de 2002, p. 17.

<sup>269</sup> Otros ejemplos similares: Infografía: “Los argentinos frente a la crisis”, *Clarín*, sección Economía, 30 de agosto de 1998, p. 20; infografía: “La tendencia en Capital Federal”, acompaña la noticia “Avanzó Bravo, y Terragno lleva ahora una mínima ventaja”, *Clarín*, sección Política, 30 de setiembre de 2001, p. 3; infografía “La situación actual de la economía según la gente”, que ilustra la noticia “Los hábitos de consumo cambiaron con la crisis”, *Clarín*, sección Economía, 28 de setiembre de 1998, p. 14 (esta infografía combina tortas y barras con figuras humanas); infografía “La opinión de la gente”, que ilustra la noticia “Los argentinos y la ilusión perdida por el campeonato mundial”, *Clarín*, sección Información General, jueves 13 de junio de 2002, p. 26; infografía “Los problemas del empleo en mayo de 2000, que ilustra la noticia “Hay cuatro millones con problemas de empleo”, *Clarín*, jueves 21 de julio de 2000, sección Economía, p. 3 (combina fiebre y torta con figuras humanas).

## No sólo cuantificar

Y en este grupo de infografías, en el que prevalece la función de **comparar/dimensionar**, en el marco de funciones más generales como  **sintetizar, resumir, esclarecer**, la tabla muestra, en los diarios estudiados, ejemplos interesantes a tener en cuenta. En general se presentan datos que tienen o no relación entre sí, en su mayoría ordenados de manera horizontal y vertical. En algunos casos se comparan o simplemente se muestra un listado de los mismos.

En el corpus relevado se ha advertido que aparecen en distintas secciones, graficando información de todo tipo: deportiva, de espectáculos, las secciones política, economía, etc., mostrando datos cuantitativos o no, e incluyendo imágenes auxiliares que apoyan el contenido o simplemente un texto escrito ordenado.

Se presentarán aquí tres ejemplos que permiten insistir en una clasificación relacionada con las funciones, y no con la división simple/compleja que adoptan los manuales de estilo y buena parte de la bibliografía consultada.

CASOS QUE DESATARON LA POLEMICA																
<b>Guillermo José FERNÁNDEZ VALDIZ</b> Receptado	<b>Walter David LOBOS GALVÁN</b> Deltos	<b>Rafael Valentín CEPEDA ZAMORA</b> Deltos	<b>Gerardo Omar ACEVEDO</b> Deltos	<b>Rubén Carlos BARRIENTOS BURAN</b> Deltos	<b>Óscar Eloya CEJAS ROSAS</b> Deltos	<b>Sergio Pablo PRADO WITELMANZ</b> Deltos	<b>Carlos Alberto SESA CASTRO</b> Deltos	<b>Salvador Antonio RAINERI GAITAN</b> Deltos	<b>Luis Carlos ROST</b> Deltos	<b>Walter Daniel ROMERO PIÑAZ</b> Deltos	<b>Juan José ENTINOLA GARRIBOLDI</b> Deltos	<b>Hugo Palomá COLASANO SANCHEZ</b> Deltos	<b>Guillermo Ariel FABRIZO PIRELLO</b> Deltos	<b>Juan Eduardo ACCOSTA GOMEZ</b> Deltos	<b>Rafael Adolfo REYES</b> Deltos	<b>Mariano Humberto ESPINOSA SPARTELLO</b> Deltos
Homicidio simple	Cabecho activo	Robo calificado	Robo retenido	Robo calificado	Robo calificado y homicidio	Tortura de robo calificado	Robo calificado de automotor	Robo calificado y homicidio	Robo calificado	Robo calificado	Robo calificado	Tentativa de robo	Robo calificado	Robo calificado	Homicidio simple y tentativa de homicidio	Robo calificado, resistencia a la autoridad y escape homicidio instantáneo
9 años de prisión	6 meses de prisión	6 años y 6 meses de prisión	15 años de prisión	11 años y 8 meses	11 años y 8 meses	7 años de prisión	25 años de prisión	12 años de prisión por homicidio y 3 años y 6 meses por robo calificado	8 años de prisión	15 años de prisión	15/3/2000	29/12/99 gozaba de atenuación en la prisión preventiva	20/1/99	9/11/99	9/11/99	15/7/99
Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido	Evadido
Dictamen Servicio Penitenciario Negativo	Dictamen Servicio Penitenciario Negativo	Dictamen Servicio Penitenciario Negativo	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Negativo	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Negativo	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Negativo	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable	Dictamen Servicio Penitenciario Favourable

Figura 52. *Clarín*, 12 de marzo de 2000, sección Policía, p. 52

La infografía “Casos que desataron la polémica” (figura 52)<sup>270</sup>, ocupa todo el ancho de la página por 18,5 cm. de alto. Se trata de una tabla que  **resume, ordena**

<sup>270</sup> Véase la infografía “Casos que desataron la polémica”, acompaña la noticia “Los 17 presos que salieron con permiso de la cárcel y no volvieron”, *Clarín*, sección Política, de marzo de 2000, p. 32.

y **compara** la situación de los 17 prófugos que señala el título. La infografía se resuelve gráficamente en ocho columnas de 2,5 cm. que ubica a 16 de los delincuentes (muestra su fotografía, nombre y su situación procesal, sobre cada rostro sellos que dicen “Buscado”, Recapturado” o “Muerto”). La columna restante se ubica en el margen izquierdo y es de 4 cm. ancho. Allí se observa, en tamaño mayor, la fotografía de un hombre con el sello “Muerto” en color rojo. Según la noticia, se trata del “hombre que, después de poner en jaque la seguridad de la ciudad de Buenos Aires, se transformó en la piedra de la discordia entre el Gobierno bonaerense y la justicia”.

En síntesis, la tabla muestra en nueve columnas a los 17 prófugos. Los rostros de cada uno de ellos, y con un sello  **sintetiza/esclarece** su situación. Además, por debajo de cada fotografía incluye los nombres en tipografía blanca sobre fondo negro, y luego cuatro ítems que se reiteran en todos los casos (delito, situación, evasión y dictamen del servicio penitenciario), que  **resume** la situación procesal de cada uno y la  **compara** con el resto.

Sistema actual	Sistema proyectado
<b>1. Es mixto</b> ■ Un sistema de reparto y otro de capitalización.	■ Sólo quedará el sistema privado de capitalización. Las Fuerzas Armadas y de Seguridad también se incorporarán a este régimen. ■ Este cambio comenzaría a regir el 1º de enero del 2001.
<b>2. Edad jubilatoria</b> ■ 60 años para la mujer. ■ 65 años para los hombres.	■ 65 años para la mujer en un esquema progresivo que se inicia en el 2002 hasta el 2010. ■ 65 años para los hombres.
<b>3. Haber jubilatorio</b> Tiene tres componentes: ■ La prestación básica universal (PBU) ■ La prestación compensatoria (PC), en reconocimiento a lo aportado al Estado antes de la reforma de 1994. ■ Prestación adicional por lo ahorrado a partir del '94, ya sea en el reparto o en la capitalización.	■ Se elimina la PBU, los nuevos jubilados sólo cobrarán lo que logren ahorrar en una AFJP. También por unos años más se pagará la PC hasta que se agote la gente que alguna vez estuvo en el reparto. El Estado aportará dinero para los casos en que el haber no llegue a \$ 300. ■ Se crea la prestación suplementaria que garantizará que ningún futuro jubilado con 30 años de aportas cobre menos de \$ 300. El estado pagará la diferencia.
<b>4. Otros cambios</b> ■ Desde el 1º de enero ningún jubilado mayor de 60 años cobrará menos de \$ 200. ■ En el 2002, esa garantía se extiende a los mayores de 75 años. ■ Habrá un haber básico de \$ 100 para quienes estén fuera del sistema pensional y tengan más de 75 años. A partir del 2004, ese beneficio abarcará a los mayores de 72 años y en el 2007 a los mayores de 70 años.	
<b>5. Cambios en el sistema de capitalización</b> ■ Las AFJP sólo podrán cobrar como comisión un porcentaje variable del salario del trabajador. Se elimina la comisión fija. ■ Quienes no elijan AFJP serán derivados a aquellas que cobren las comisiones más bajas. ■ Limitarán el número de afiliados que pueda tener cada AFJP. ■ Las AFJP podrán tener dos fondos diferenciados de donde invertir el dinero de sus afiliados. Así, quienes estén más cerca del retiro podrán optar por inversiones más conservadoras en prevención de eventuales bajas en los valores.	

Figura 53. *La Voz del Interior*, sección Economía, el 16 de noviembre de 2000, p. 8A

Del mismo modo, la infografía “Los cambios en las jubilaciones” (figura 53)<sup>271</sup> **ordena, resume y compara** los aspectos destacados del sistema jubilatorio vigente y la reforma previsional propuesta por el gobierno de la Alianza. Ocupa dos columnas de ancho por 23 cm. de alto y está organizada en dos partes, la que se ubica en la parte superior es la más pequeña (3,5 cm. de alto) y refiere, mediante un gráfico de torta, a la cantidad en millones de afiliados que tienen cada uno de los sistemas, de capitalización y de reparto. Mientras que la otra parte que se ubica inmediatamente por debajo y que alcanza los 18,5 cm. de alto, se resuelve mediante una tabla que se organiza en dos columnas para **comparar** tres aspectos de ambos sistemas (su característica –mixto o no-, la edad y el haber jubilatorio), y **sintetizar/resumir** las nuevas medidas de la propuesta previsional. En el texto que **resume/compara** ambos sistemas, se observan viñetas que lo **ordenan**. La infografía tiene una trama grisada de fondo, y en tono más oscuro se proyecta la figura de un hombre con gorra y bastón que evoca a un jubilado.

Aquí también una serie de indicadores metatextuales **organizan** y **guían** la lectura: títulos, subtítulos, leyendas, números que marcan cinco puntos relevantes y un orden de lectura (de 1 a 5), filetes, viñetas, tipografías en negrita, datos del autor (de manera genérica *La Voz del Interior*).

---

<sup>271</sup> Véase la infografía “Los cambios en las jubilaciones”, acompaña la noticia “De la Rúa firma hoy adiós al reparto”, *La Voz del Interior*, sección Economía, el 16 de noviembre de 2000, p. 8A.

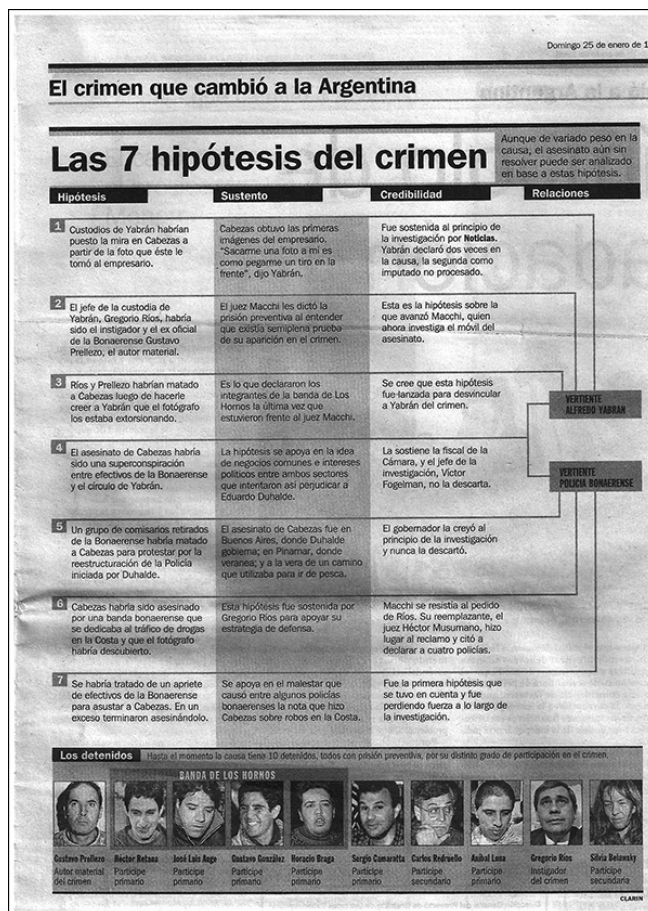


Figura 54. *Clarín* el 28 de enero de 1998, en el suplemento Segunda Sección, p. 11

La última infografía elegida para dar cuenta de este **resumen/ordenamiento/comparación** de la información es “La 7 hipótesis del crimen” (figura 54)<sup>272</sup>; sobre la investigación del crimen del fotógrafo José Luis Cabezas. La infografía ocupa tres columnas por 24 centímetros. Está organizada en dos partes, la primera (la de mayor tamaño, mide 19,5 cm de alto) muestra cuatro columnas, la segunda con fondo de trama grisado para diferenciarla de la primera y la tercera. La primera columna enumera y sintetiza las siete hipótesis, la segunda resume el “sustento” de las mismas, la tercer la “credibilidad”, y la cuarta las “relaciones”, representadas mediante líneas que vinculan una hipótesis con otra/s. La segunda parte de la infografía, que se ubica en el sector inferior de la

<sup>272</sup> Véase la infografía “Las 7 hipótesis del crimen”, acompaña el informe periodístico sobre el crimen de José Luis Cabezas, “Una causa de 11 metros de altura. El crimen que cambió a la Argentina”, *Clarín*, suplemento Segunda Sección, 28 de enero de 1998, p. 11.

misma, incluye las fotografías de los 10 detenidos, nombres y participación en el hecho.

Los **indicadores metatextuales** son numerosos: títulos, subtítulos, leyendas, tramados negros y grisados, viñetas, enumeraciones, filetes. La infografía **sintetiza/resume y compara** 7 hipótesis sobre el crimen de Cabezas. Cada una de esas hipótesis está **resumida/esbozada** en no más de 20 palabras del mismo modo que su sustento (en una causa que tiene “más de 40 mil hojas” y que mide “11 metros de altura” según señala el texto periodístico), y cada hipótesis puede ser **comparada** (en su sustento, credibilidad y relaciones) con la/s otra/s. También el gráfico que muestra a los detenidos **coteja** la participación de cada uno en relación al resto<sup>273</sup>.

De los gráficos relevados, la gran mayoría incluye un título, también una bajada y textos auxiliares. Por lo general la bajada ofrece datos complementarios al título, pero también se la utiliza como referencia, ya sea para indicar la muestra tomada o la unidad de medida. Suelen estar enriquecidos visualmente con diferentes íconos, dibujos pequeños, de formas estandarizadas, o fotografías relacionados con la temática que tratan<sup>274</sup>.

---

<sup>273</sup> Véanse otros ejemplos de infografías resueltas mediante tablas, con distintas temáticas: “Para tener en cuenta” acompaña la noticia “Guía para planificar las compras y conservar los alimentos en el verano”, *Clarín*, 29 de diciembre de 2001, sección Información General, p. 52; “Si festeja con pirotecnia, sea responsable”, acompaña la noticia Este año, las fiestas serán menos ruidosas”, *La Voz del Interior*, 11 de diciembre de 2000, sección Sociedad, p. 16A.

<sup>274</sup> Por ejemplo, la infografía “Dudas y Certezas” sobre el crimen de José Luis Cabezas, publicada en *Clarín*, sección Política, el 17 de enero de 2000, p.4, se resuelve mediante una tabla en dos columnas una reservada para Dudas y la otra para Certezas. En el caso de la primera columna se presentan un total de ocho preguntas, y en el espacio de la respuesta, que nunca es afirmativa, se muestran pequeñas fotografías de los implicados (Prellezo, Braga, Río y Yabrán); una fotografía de un revolver similar al que se utilizó en el asesinato, y otra de la cámara fotografía (supuestamente de Cabezas). En la columna donde se presentan siete “Certezas”, también se incluyen dos fotografías (de Camaratta y Luna); un esquema del cuerpo humano, señalado en rojo los dos lugares de los disparos; y el facsimil de las llamadas telefónicas. También, la infografía “Los ocho métodos que se pueden utilizar”, que ilustra la noticia “La anticoncepción más natural”, *Clarín*, sección Información General, 27 de noviembre de 2000, p. 46, se resuelve mediante una tabla que compara los ocho métodos anticonceptivos. La columna de la izquierda refiere a cada uno de ellos, por debajo de un subtítulo que los nomina, se muestra una imagen que representa cada método. Del mismo modo, en la infografía “Un mes con antecedentes” (*La Voz del Interior*, 15 de noviembre de 2000, sección Sociedad, p. 18A) que grafica el régimen pluviométrico de Córdoba, se resuelve mediante el uso de barras, y tienen como fondo una imagen estandarizada de la lluvia (líneas punteadas inclinadas y nubes).

En relación a los colores, el rojo es el más utilizado para señalar el dato nuevo; el espacio de la variación entre los ejes que se comparan se muestran en tonos pasteles o grises o bien con una retícula que precisa el punto de intersección. Cabe aclarar que cuando se utilizan otros colores para el trazo, el rojo se reserva para indicar la cantidad en números.



Figura 55. Clarín, 7 de junio de 1999, sección Economía, p. 14

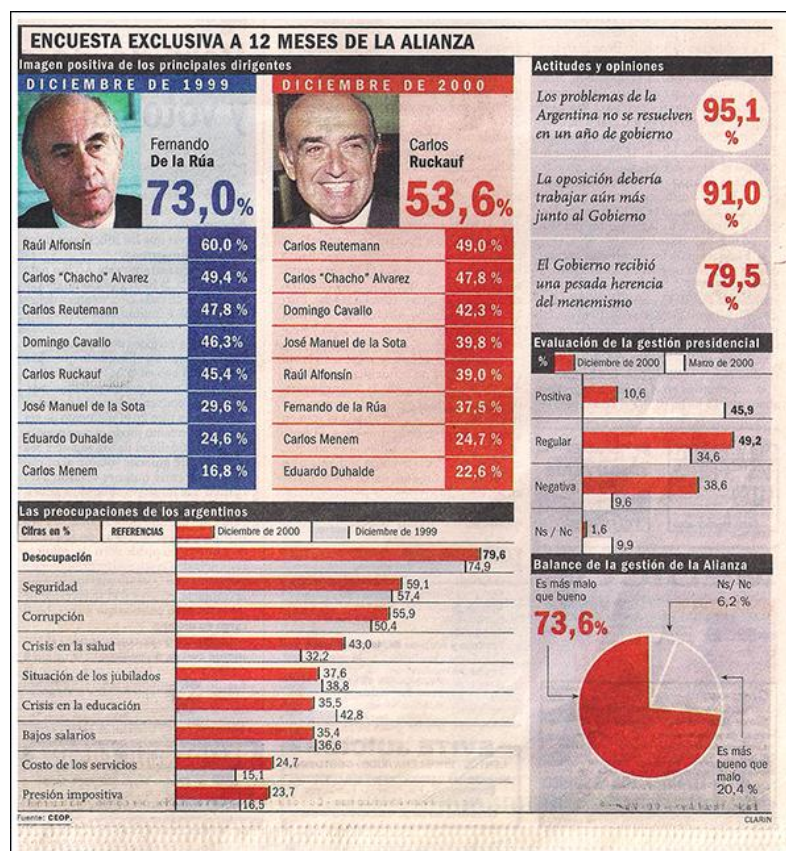


Figura 56. Clarín, 10 de diciembre de 2000, sección Política, p.3

Por ejemplos: en el gráfico sobre la caída de los precios del agro (figura 55)<sup>275</sup> se utilizó el rojo para pintar las barras correspondientes al año 1999 de cada grano y para señalar en números la estimación de la pérdida del sector para ese año. En el caso de un gráfico con los vencimientos de la deuda externa entre junio y diciembre de 2002<sup>276</sup> se colorea con rojo la barra correspondiente a setiembre, mes de mayor monto; también se utiliza el rojo para incluir en números el total de la deuda de esos siete meses. Otro ejemplo muestra los resultados de una encuesta de opinión a un año del gobierno de la Alianza (figura 56)<sup>277</sup>. Los resultados, de diciembre de 2000 son los que se destacan en rojo, y son comparados con los del mismo mes del año anterior.

Sobre el color dice Jaime Serra (1998: 2) que debe usarse como información. Y agrega: “Si reservamos el color rojo sólo para destacar un dato, captaremos la atención del lector”. También lo dice Canga Larequi: “El rojo puede ser uno de los colores más agresivos y activos visualmente (...) se resalta más cuando va rodeado de negro blanco o gris o colocado sobre una trama de estos colores”(1994: 161). Cuando el gráfico es publicado en blanco y negro, la trama más oscura tiene la misma función que el rojo en las que se publican a color.

### Salirse del molde

Se han encontrado también algunas infografías cuya función es **comparar**, que aparentan una tabla pero su estructura se muestra más flexible, como así también su contenido, aunque siempre están sujetos y dependen de la noticia.

Las *transgresiones* al patrón que se han señalando hasta aquí (infografías mayormente ligadas a figuras geométricas) probablemente tenga su explicación en las palabras de Alejandro Lo Celso que caracteriza los años de innovación gráfica en el periodismo como una etapa de creación e experimentación en un terreno

<sup>275</sup> Véase la infografía “La caída de los precios del agro”, acompaña la noticia “Hubo 40 cortes de rutas por el paro del campo”, *Clarín*, sección Economía, 7 de junio de 1999.p. 14

<sup>276</sup> Véase la infografía “Argentina: los vencimientos que vienen”, acompaña la noticia “El FMI volvió a presionar por el recorte de la ayuda a los bancos”, *Clarín*, 19 de junio de 2002

<sup>277</sup> Véase la infografía “Encuesta exclusiva a 12 meses de la Alianza”, acompaña la noticia “Balance del primer año: malestar con el Gobierno y comprensión por la crisis”, *Clarín*, sección Política, 10 de diciembre de 2000, p.3



muy fértil y proclive a esos cambios, se trata, dice, de una “carrera de la audacia. Todos los temas son infografiables” (1999: 12)<sup>278</sup>.



Figura 57. *Clarín*, sección Política, 24 de octubre de 1999, p. 18

Por ejemplo, el 24 de octubre de 1999, a días de la elección para presidente de la Nación, el diario *Clarín* realiza una infografía que responde a las características de una tabla, pero que no compara datos cuantitativos sino “el look de los dos candidatos” con más posibilidades electorales (Eduardo Duhalde y Fernando de la Rúa). Aquí, utilizando las fotografías de ambos políticos se despliegan dos columnas laterales que comparan dos estados (look laboral y look informal) y también hobbies, entretenimientos y hábitos (figura 57).

<sup>278</sup> El subrayado es nuestro.

Es decir, a partir de una información que no es central, no atañe al programa político ni al contexto sociohistórico, sino a una circunstancia casi banal como lo es el modo de vestir, se publica una infografía a toda página más ligada a lo que en el periodismo gráfico se denominan “notas de color”<sup>279</sup>. Ya se advertía en las páginas que siguen que no sólo se infografía el “dato duro” de la noticia, sino que es posible encontrar infografías que se alejan del dato informativo y que se centran en aspectos secundarios, desde el punto de vista periodístico.

La infografía en cuestión utiliza una fotografía de ambos candidatos como imagen principal y la ubica en el centro la página sobre fondo rojo. A ambos lados, dos columnas como modo de establecer la comparación, una para cada uno de los candidatos enumeran los detalles de la vestimenta. La que se sitúa en el lado izquierdo para Duhalde la otra para De la Rúa. Aquí también se incluyen fotografías menores, como por ejemplo de pantalones o camperas y zapatos. Se advierten numerosos indicadores metatextuales como por ejemplos subtítulos, líneas que separan textos, leyendas, franjas grises que dividen, etc.

La infografía es novedosa, propone un modo de comparar que no se había registrado hasta aquí. Se comparan tendencias, cifras, políticas, leyes, pero no el

---

<sup>279</sup> Mitchell Charnley en su clásico libro *Periodismo Informativo* dice: «El color en la noticia (...), es su vitalidad, sino su vida, sus matices, sus resonancias su regusto, su aspecto. Es el estado de ánimo de la concurrencia que asistió al discurso inaugural; la escena de las regatas; la batahola en el salón de la convención política. A menudo (aunque no siempre) es la noticia secundaria –no los hechos más importantes, los qué-quién-por qué-, el trasfondo humano y emotivo que asigna a los hechos principales un relieve que ayuda a la comprensión. (...) El objeto del color en la noticia es transportar al lector a la escena del suceso, ofrecerle los estimulantes sensorios que hubiera percibido de haber estado junto al cronista. Su herramienta es la reproducción verbal precisa de los elementos que habrían excitado los sentidos del observador: lo que habría visto, oído, olido, tocado, y, en algunos casos, gustado si hubiera estado presente” (1971: ). Para Sibila Camps y Luis Pazos, la nota de color o nota color “es la que cuenta una historia o describe una situación poniendo el acento en el modo como se desarrolla o plantea, antes que en la información. Los recursos de la redacción, por lo tanto, son más literarios que periodísticos, ya que pasan fundamentalmente por la utilización de imágenes sensoriales y por la transmisión de emociones y sentimientos. También por el punto de vista que elige el periodista para combinarlos: por ejemplo, la saga de una familia puede estar narrada a través de la casa o del pueblo donde vive; la historia de ese pueblo, a su vez, puede ser contada a través del edificio más viejo o de un personaje popular; una situación dramática puede ser planteada a través de un objeto que la simboliza. Si el tema de la nota es una persona o un grupo de personas, se estructura a partir de aquellos aspectos del protagonista que lo hacen un ser humano único, de quienes lo rodean y del ambiente en el que se desenvuelve. (...) Crónica periodística atractiva, con estilo, que por lo común incluye comentarios agudos del redactor acerca del referente.” (Camps y Pazos; 1994)

modo de vestir de dos candidatos<sup>280</sup>. No obstante la propuesta se presenta clara y es posible la **comparación/contrastación**.

---

<sup>280</sup> Si se habían encontrado este tipo de infografía para dar cuentas de las características físicas, modo de vestir de una persona, o atributos profesionales por ejemplo del tenista David Nalbandian. A partir de una fotografía de cuerpo entero la infografía se propone “un análisis mental, físico, técnico y táctico del deportista” (véase la infografía “Radiografía”, acompaña la noticia “La calma cordobesa”, *Clarín*, sección Deportes, 2 de julio de 2002, p. 39). También en el caso del cantante Alejandro Sanz, a partir de una fotografía de cuerpo entero se brindan, con la ayuda de textos auxiliares, las características físicas del artista (véase la infografía “Radiografía de cuerpo entero”, acompaña la noticia “Sanz: un romántico distinto”, *La Voz del Interior*, sección Artes y Espectáculos, 1 de abril de 2001, p. 2C.

### III.2.2. Localizar: ubicar/situar el escenario

La representación del espacio mediante cartas y mapas es muy antigua, y se encuentra presente en los primeros intentos de conquistas de territorios o en las primeras teorías astronómicas acerca de la forma de la tierra y de su ubicación en el universo<sup>281</sup>. La cartografía “utiliza el lenguaje gráfico con la finalidad de lograr una representación lógicamente ordenada del espacio terrestre, con base en información previamente recogida, analizada y reducida a sus relaciones espaciales” (Molina Mercado; 2009: 109)<sup>282</sup>. Los mapas son representaciones geométricas planas, simplificadas y convencionales, de toda o parte de la superficie terrestre, con una relación de similitud proporcional, a la que se llama escala. Y más específicamente, el mapa geográfico es una representación reducida, generalizada y matemáticamente determinada de la superficie terrestre sobre un plano, que se utiliza para el conocimiento geográfico, así como los fenómenos socioeconómicos o poblacionales, según el tipo de mapa. Es necesario aclarar que dichas representaciones se muestran a partir de un conjunto de convenciones (escala, proyección, símbolos), que proyectan en un plano bidimensional la complejidad del mundo exterior. Los mapas no se limitan a mostrar un punto en el espacio terrestre, sino que también son capaces de dar cuentas de hechos y procesos tanto del pasado como del presente.

En este sentido, Torricelli dice que un mapa es un “acto de interpretación del mundo y de las relaciones que el fenómeno mantiene con este mundo (representado en un momento histórico, en una sociedad, en una organización)”, y agrega que dicha interpretación “no puede escindirse de las relaciones sociales dominantes que hacen nacer la necesidad de representar el mundo, pues aún, con el pasar del tiempo, el mundo representado es ‘puesto en escena’, por una posición

---

<sup>281</sup> “Los mapas actuales se basan en la cartografía matemática que se inició en Grecia. Se atribuye a Tales de Mileto (siglos VII-VI a. C.) la idea de la esfericidad de la tierra. A comienzos del siglo IV a. C. Pitágoras apoya esta afirmación con razonamientos astronómicos y matemáticos. Aristóteles (siglo IV a. C.) desarrolló seis argumentos físicos y lógicos que apoyan la idea de que la Tierra tiene forma de esfera (Molina Mercado, 2009: 107/8). Una muy accesible historia de la cartografía es la propuesta por el Dr. Gian Paolo Torricelli (2000), véase especialmente la Primera Parte: “Epistemología, Historia y Naturaleza del modelo cartográfico” (pp. 5-34)

<sup>282</sup> Molina Mercado recurre a Joly para definir *cartografía*. Dice que se trata de un conjunto de estudios y operaciones científicas, artísticas y técnicas que intervienen (a partir de los resultados de las observaciones directas o del análisis de información disponible) en el establecimiento de mapas, planos y otras formas de expresión geográficas, así como en su utilización (2009: 108)

social o económica particular”: Asimismo, plantea que “cartografiar presupone, entonces, una lectura y una interpretación de un paisaje, de un fenómeno como la meteorología, la urbanización o la tasa de desarrollo de la población, o también de previsiones de tendencia económica”, a partir de cánones de la geometría, de la teoría de la proyección, de la puesta en escala, (2000: 37). Así, remarca que “el espacio del mapa es en el fondo el producto de un conjunto de formas que se disponen sobre un plano euclidiano (...): el punto, la línea y la superficie se unen y lo transforman en un espacio simbólico, compuesto de signos que adquieren un sentido” (2000: 38), y que se asocian a la forma, el tamaño, la orientación, la textura, el tono y el valor<sup>283</sup>.

Por ejemplo, el punto, asociado a las variables visuales puede variar en tamaño, lo que permite una mejor diferenciación y/o comparación, y, además, las variaciones en la forma, o de color, pueden transmitir otro tipo de información. También la línea puede variar en forma, en textura, en tamaño o en orientación (en este caso representando movimiento), en color, en valor, del mismo modo que la superficie. Esta última puede mostrar variantes en el tamaño, la forma, en el color, en el valor, en la textura<sup>284</sup>.

Estas asociaciones gráficas se encuentran muy convencionalizadas, de modo que el lector de mapas conoce, por experiencia de lectura, qué ciudad tiene más población, por ejemplo, en función del tamaño del punto que la localiza. O cuál es la capital, o qué representa el color celeste/azul, o qué diferencia hay en la representación topográfica cuando se colorea el espacio de marrón o de amarillo, cuál es la línea que se utiliza para la determinación de límites, departamentales, provinciales, nacionales. Es decir, hay una convención en el uso de los signos en

---

<sup>283</sup> Se trata de las variables visuales que propone Jacques Bertin en su clásico libro "Semiologie graphique" (1969). El cartógrafo estadounidense Mark Monmonier (1993) dice que “Bertin reconoció dos tipos de variables visuales: las retinianas y las de localización. Sus dos variables de localización son las conocidas coordenadas horizontal y vertical del diagrama de dispersión y de otros gráficos de datos bidimensionales; en los mapas basados en una proyección rectangular, estas coordenadas corresponden a la latitud y la longitud. (...) Al separar sus seis variables retinianas de las dos variables de localización, Bertin traza una clara distinción entre las relaciones espaciales de los símbolos gráficos de un mapa y las propiedades perceptibles de los símbolos mismos. (...) En la conceptualización de Bertin, las variables de localización fijan una marca gráfica en un punto del plano y las variables retinianas “elevan” esa marca por encima del plano gráfico al mostrarle al ojo un patrón de luminosidad diferente de aquel del plano del fondo o del papel no impreso”. Disponible en <http://edicionenlauba.files.wordpress.com/2012/03/monmonier-variables-visuales-y-sc3admbolos-cartogrc3a1ficos.pdf>.

<sup>284</sup> ibid

cartografía que es muy estricta para el mapa topográfico y más flexible para los temáticos<sup>285</sup>. Por ejemplo, en relación a los colores, se utiliza distintas variedades de tonos para mostrar las alturas o profundidades del terreno: celeste y azules para las profundidades, verdes para las llanuras, amarillos amarronados o sepias para las mesetas, marrones para las montañas; el negro para la planimetría, el rojo para rutas y caminos pavimentados, el violeta para caminos consolidados, y el verde para la vegetación.

También se emplean con frecuencia, sobre todo en los mapas temáticos, una serie de isotipos/pictogramas, muy estandarizados y convencionalizados en las distintas culturas, para dar cuenta de localizaciones o de temas, objetos o actores; por ejemplo, las gráficas que representan a hombres y mujeres, las que refieren a escuelas, restaurantes, autos, aviones (para indicar el lugar del aeropuerto), etc. Y en relación al texto que se incluye en los mapas, se nombran los países, ciudades, accidentes naturales o artificiales. También se suelen incluir leyendas con títulos, referencias o indicaciones según la temática del mapa y, por lo general una marca que indica dónde está el norte, a veces representado por una letra N mayúscula, otra con una flecha.

Otra de las características de los mapas, es su representación a escala. Esto significa que el mapa muestra un espacio geográfico reducido en miles o en millones de veces. La escala, entonces, establece la relación entre el tamaño real de la superficie terrestre y su representación en el mapa. Es el modo de hacer asequible un territorio, que por su inmensidad es imposible mostrar en su tamaño real. Los geógrafos señalan que hay dos maneras de representar la escala. Una es *numérica*. Ésta establece una relación entre el valor de la unidad y el valor de la realidad y se expresa en dos secciones separadas de dos puntos. Es decir, la escala 1:100.000 indica que una unidad en el plano (por ejemplo 1 cm.) equivale a 100.000 (cm.) en la realidad. La otra forma es la escala *gráfica*, que es una representación dibujada de esa relación. Se muestra, por lo general en uno de los bordes del mapa o en la zona de referencia, mediante una línea recta o barra que

---

<sup>285</sup> Estas convenciones, sobre todo para los mapas topográficos, suele estar recopilada en manuales que establecen los usos posibles de los signos cartográficos. En la Argentina, el Instituto Geográfico Nacional, dependiente del Ministerio de Defensa, publica un manual de signos cartográficos para unificar su uso en el dibujo de mapas en todo el territorio nacional. Disponible en <http://www.ign.gob.ar/NuestrasActividades/ManualDeSignosCartograficos>

se subdivide en segmentos para indicar la relación entre la longitud de la representación y la real. Así resulta fácil calcular las distancias con sólo el empleo de una regla (por ejemplo, 1 cm. en el mapa puede equivaler a 100 km.)<sup>286</sup>.

Cabe agregar que la cartografía científica muestra dos tendencias: la *topográfica* y la *temática*. La primera es general, propia de los atlas, es habitual que presenten referencias locacionales de fenómenos y se muestran con un alto grado de convencionalidad. Por ejemplo, los relieves tienen siempre la misma gama de colores, al igual que los cursos de agua, las escalas están generalizadas (por lo general por países), del mismo modo que el uso de las tipografías. Este tipo de mapas, sirven de base para la construcción de la carta temática. Aquí se ubican todos aquellos que, sobre un fondo de referencia, mediante distinto tipo de recursos (simbólicos y numéricos) representan fenómenos de variada naturaleza, así como también comparaciones y correlaciones de uno o distintos hechos. Son los mapas que se publican en la prensa. En su mayoría responden a estas características. Aún cuando se trate de localizar un punto (un lugar) en el espacio geográfico, primero se delimita la zona que interesa y luego se establecen las referencias y los puntos a ubicar. Además hay otra serie de mapas que se muestran con mucha frecuencia en los medios gráficos, por ejemplo los meteorológicos, los que muestran escenarios de guerra y comparan, por ejemplo, armamentos, soldados, etc. La carta temática plantea en forma gráfica una serie de datos (una estadística, el resultado de una encuesta), usando la retícula de la carta topográfica. Y aquí el rol de la imagen es más relevante que en el caso de la carta topográfica. “La carta temática permite entonces una gama muy vasta de posibilidades para presentar una misma serie de datos (y) la combinación, la correlación entre diversos fenómenos distribuidos sobre un mismo territorio” (Torricelli; 2000:49)

---

<sup>286</sup> La bibliografía consultada señala que existen las siguientes categorías de escalas para los mapas:

-Las escalas grandes que van de 1: 2 000 a 1: 25 000; abarcan poca superficie, sobre todo se la utiliza para planos o croquis; -Las escalas medianas que van de 1: 50 000 a 1: 250 000; -Las escalas pequeñas que van de 1: 250 000 a 1: 2 500 000, abarcan mucha superficie y tienen bajo nivel de detalle, por ejemplo los planisferios o mapas de continentes. Véase Manual de Signos Cartográficos. Instituto Geográfico Nacional (2010); Molina Mercado (2009), Torricelli (2000).

Por último, es necesario señalar que el uso de mapas está muy extendido en la sociedad para realizar distintas tareas, aún las cotidianas. Los mapas están presentes en la escuela, en el recorrido de un transporte, en el turismo, en la economía, en las actividades relacionadas con la estadística, etc. Y como tal, el público deposita la confianza, la seguridad, en esa carta terrestre que determina cuál es el camino más acertado. También el lector de diarios deposita su confianza en la graficación de la localización del hecho, aún de un pequeño mapa de un lugar remoto que con algunas referencias más conocidas indique dónde pasó, cerca de qué lugar, distante de qué otro.

### III.2.2.1. Aquí ocurrió: reconociendo el espacio geográfico

Para poder encontrar recurrencias y discontinuidades en los infográficos cuya función principal es **ubicar/localizar** el hecho o acontecimiento mediante un mapa o un plano, se seleccionó una muestra de 110 mapas y croquis aparecidos en el período de estudio.

Dice Valero Sancho que “las infografías ubicativas se elaboran con el objeto de situar o repartir la información en un espacio, geográfico o no. Por ello la noción de espacio es muy importante y mientras en los mapas es el territorio (de tierra), en los planos puede ser un espacio distinto del propio de la tierra [por ejemplo, el cemento de una calle o el piso de una casa], todo depende de la escala en la que nos situemos” (2008: 634/5).

Si se retoma el esquema del texto expositivo-explicativo al que se hizo mención en páginas anteriores<sup>287</sup>, en las descripciones que se advierten en los textos periodísticos siempre (o casi siempre) se incluye una localización, una ubicación, que remite al lector a un espacio físico. Es la respuesta al *dónde* del esquema tradicional de la noticia. Por ejemplo, en la noticia que narra y describe una accidente aéreo, además de los datos y características de los aviones que chocaron en pleno vuelo, de la cantidad de personas que iban en cada uno, del recorrido que tenían previsto, se ubica el lugar y se agregan referencias para facilitar la localización: “La terrible tragedia aérea ocurrió en el sudoeste de

---

<sup>287</sup> Véase *Segunda Parte* en esta misma tesis.



Alemania, muy cerca de la ciudad de Ueberlingen, 220 kilómetros al sur de Francfort” (figura 58)<sup>288</sup>. En otro ejemplo, éste relacionado con un plan preventivo de vacunación contra la aftosa, también, además de caracterizar el plan oficial, se ubica en la noticia (y en un infográfico) el espacio geográfico más vulnerable a esta enfermedad: “Según el informe, los departamentos del sur provincial son los más afectados. En Roque Sáenz Peña, General Roca, Río Cuarto y Juárez Celman, se aplicaron cerca de 2,4 millones de dosis (...)” (figura 60)<sup>289</sup>.

Aún en una rápida mirada, tanto de los diarios que forman parte de nuestro estudio como así también de otros del mismo período o más cercanos en el tiempo, se advierte que la localización en un espacio o la ubicación de los actores o elementos que forman parte de una escena se traducen en gráficos (infogramas según Valero Sancho), o infografías completas muy frecuentes en la prensa gráfica. Mapas, planos, habitaciones, croquis, se publican con frecuencia casi diaria (el mapa meteorológico aparece todos los días) para ubicar, decir aquí fue, en este lugar, cercano a este sitio, lejos de aquel, a medio camino de ese. Y esa necesidad de señalar el lugar deriva en la utilización de una serie de indicadores deícticos en el marco de la infografía, que facilitan la tarea del lector, encontrar rápida y fácilmente el lugar, el sitio donde ocurrió el hecho.

Dice Valero Sancho que el periodismo no necesita de gráficos que localicen con tanta precisión como por ejemplo los mapas geográficos. Y señala que en el caso de los primeros se puede “deformar la naturaleza e incorporar elementos que en ella no existen y sólo son fruto de la imaginación. Así se recortan territorios, se quitan otros o se les deforma la escala para resaltar determinados lugares que por alguna razón pueden ser significativos” (2008: 634/5).

Se trata de un modo de conocimiento, una posibilidad de acercamiento a geografías y espacios remotos. Esa proximidad a una realidad que escapa a la visión humana se hace posible a través de fotografías (aéreas y también satelitales) y también mediante esquemas, mapas, que permiten convertir en

---

<sup>288</sup> Véase la infografía que acompaña la noticia “Chocan dos aviones en pleno vuelo: hay unos 70 muertos”, *Clarín*, martes 2 de julio de 2002, p. 33.

<sup>289</sup> Véase la infografía “Ataque contra la aftosa, acompaña la noticia “Se vacunaron ya dos millones de bovinos”, *La Voz del Interior*, miércoles 21 de febrero de 2001, p. 9A

“visible” un espacio (también cosas o fenómenos) que están fuera del alcance de nuestra vista<sup>290</sup>.

Las variaciones de los mapas que aparecen en el corpus, es muy amplia. Los hay en color, también en blanco y negro, de variados tamaños, algunos sólo aportan el dato que localiza el hecho con unas pocas referencias, otros más completos y complejos, agregan dibujos que simulan topografías y una visión bidimensional, otros elementos gráficos que complejizan la información agregando referencias urbanísticas o siluetas (humanas, de autos, ciclistas), además de leyendas que agregan nombres (de países, ciudades, calles), indicaciones viales, niveles, altitudes, etc. Pero hay una recurrencia, un aspecto que está presente en todas las infografías de este tipo y se trata de la *función* que tienen en el marco de la página. ¿Para qué incluir un mapa o un plano junto a un texto periodístico? Evidentemente para **localizar**, **ubicar** el lugar del hecho. Y cumpliendo esta función, se incluyen mapas o planos que se muestran como la parte más importante de la infografía y otros en los que la necesidad de localizar no es la prioritaria y en ese caso el mapa o plano se ubica en menor tamaño en alguno de los márgenes de la imagen principal.

Los planos, por lo general, muestran el espacio urbano y también el cotidiano, e incluyen elementos gráficos que permiten identificar la figura humana o estructuras arquitectónicas. Los que muestran espacios cerrados se suelen presentar con cortes, transparencias, mobiliarios, etc. que aportan más referencias al lector. Valero Sancho los llama microplanos (2008: 634/5). También se advierten retículas que simulan la organización en manzanas de barrios o ciudades. En todos los casos los textos resultan imprescindibles para localizar y aportar referencias.

---

<sup>290</sup> Dice Mandelbrot: “La visión directa –la mirada humana- no puede abarcar más que aquello que está determinado, limitado por el programa del sistema sensorial ocular. Las demás dimensiones de la realidad –aquellas que no son asequibles por nosotros- permanecen fuera de nuestra conciencia. Si lo que llamamos ‘la realidad’ *es lo que percibimos*, se comprende que ‘visualizar’ es un medio de ampliar el mundo de lo perceptible es decir, de *generar y transmitir conocimientos* que en principio no están a nuestro alcance” (1998: 14). La itálica está en el original.

## Casi el mundo

El corpus estudiado muestra una gran variedad de mapas, algunos de ellos de formas austeras que sólo informan acerca de un lugar. En estos casos, la mayoría se presenta a una columna, en medio de la noticia (no la encabezan), pueden ser en color o blanco y negro y tienen una serie de características comunes que se señalan a continuación.

Uno de los ejemplos, al que se hacía referencia más arriba<sup>291</sup>, corresponde al diario *Clarín*, en su edición del 2 de julio de 2002. Allí se muestra una infografía que ubica el lugar en el que se produjo un accidente de aviación (figura 58). La infografía está publicada en color, se presenta en la parte inferior de la página, y ocupa una columna por 8 cm. de alto.

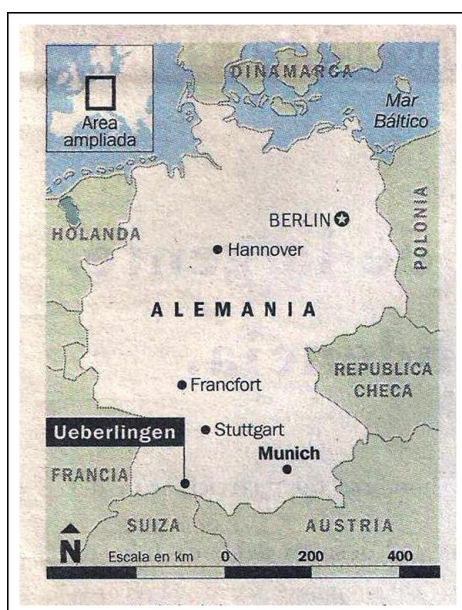


Figura 58. *Clarín*, 2 de julio de 2002. p. 33

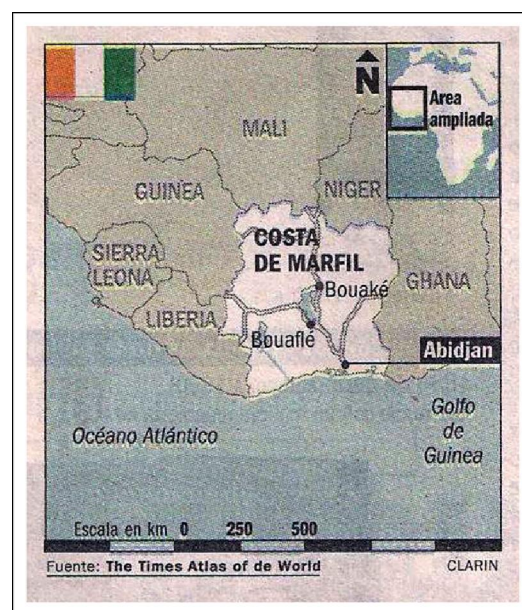


Figura 59. *Clarín*, el 26 de octubre de 2000, p. 35

En el diseño de la página se presenta como segunda imagen (la principal es una fotografía de un avión similar al siniestrado<sup>292</sup>). Está resuelta en tonos pasteles que contrastan con el blanco que se utiliza para pintar el espacio que ocupa Alemania. El mar se muestra celeste y los países limítrofes de un color grisáceo/verdoso.

<sup>291</sup> Véase la infografía que acompaña la noticia “Chocan dos aviones en pleno vuelo: hay unos 70 muertos”, *Clarín*, sección Información General, 2 de julio de 2002, p. 33.

<sup>292</sup> La noticia se resuelve a toda página y la ilustración principal –tres columnas de ancho por 12 centímetros de alto) es una fotografía de avión Tupolev 154 similar al involucrado en el accidente.

Además, en un recuadro pequeño (1,5 cm. por 1,5 cm), que se ubica en la parte superior izquierda de la infografía, se advierte el mapa de Europa y remarcado, mediante filetes negros gruesos, el área que se amplía en la infografía. Este es un recurso que se utiliza de manera recurrente en los mapas: aumentar la zona que se quiere mostrar, pero señalando la referencia más general (a veces un continente, un país, una zona). El ojo focaliza, tal como si contara con un lente que le permitiera encuadrar el detalle (la zona) y percibirlo con nitidez. En este caso el recuadro pequeño remite al espacio más general, y la mayor parte de la infografía se detiene en el espacio demarcado por los límites geográficos de un país (Alemania). Cabe señalar que no incluye título. Sí se especifica en el borde inferior la escala gráfica y el Norte (representado por una N). Y es el uso de la tipografía y de indicadores deícticos y metatextuales los que resultan claves para comprender su función: **localizar**.

La tipografía que se utiliza es sin serif, blanca y mayúscula sostenida para nombrar los países limítrofes; la misma tipografía y tamaño, pero expandida y en negrita, para referir al país en el que se produjo el accidente. Las ciudades, también en tipografía blanca, de menor tamaño, en mayúscula/minúscula, excepto la capital (Berlín). Cada una de las ciudades a las que se hace referencia (seis en total), están señaladas mediante un pequeño punto negro, excepto Berlín. En este caso se utilizan dos indicadores metatextuales para indicar que se trata de una ciudad con un status diferencial en relación a las otras: su nombre está en tipografía mayúscula sostenida, y la referencia a la ciudad (el punto negro), es más grande, y contiene en blanco una estrella de cinco puntas. Aquí, claramente el punto, asociado a las variables visuales tamaño/valor determina la importancia de las ciudades que se ubican en el mapa.

El otro indicador que aporta una información diferencial es el que da cuenta del lugar en donde ocurrió el hecho: la ciudad de Ueberlingen, casi en el límite con Suiza: el nombre de la ciudad recuadrado en tipografía blanca sobre un fondo negro. Un filete que se ubica sobre el extremo derecho del recuadro que contiene el nombre de la ciudad, baja hacia el punto negro que remite a la ubicación exacta: *aquí* ocurrió. El indicador deíctico, *aquí fue*, esta vez trabajado en colores negros

y blancos, mediante recuadros y líneas que conducen y remarcan el punto exacto del accidente.

Es decir, a partir de la gráfica de un mapa, siguiendo criterios generales de la cartografía (modo de remarcar las ciudades, los mares, etc.), con el uso de indicadores metatextuales y deícticos (diferentes tipografías, puntos negros, líneas y recuadros de distinto tamaño, grano y color) se resuelve la **localización**, la **ubicación** del hecho.

La infografía muy similar<sup>293</sup>, que se muestra a la par de la anterior, y que se resuelve con muy pocas variantes, es la publicada, también en el diario *Clarín*, el 26 de octubre de 2000 (figura 59). La noticia ocupa tres de las cuatro columnas de la página y todo su largo y da cuenta de la caída de la dictadura militar en el país africano Costa de Marfil.

Tampoco en este caso la infografía se presenta como la imagen principal, espacio que está reservado para una fotografía que muestra los festejos en las calles de Abidjan, el lugar donde se produjo la revuelta. Se trata de la ciudad más importante del país. Del mismo modo que el anterior ejemplo, la infografía se ubica en la parte inferior del diario. Esta resuelta a una columna por 6,5 cm. y con las mismas características que el anterior ejemplo: color grisáceo/verdoso para la tierra; celeste para el mar; tipografías blancas mayúsculas para nombrar los países limítrofes; itálica para el Océano Atlántico y el Golfo de Guinea; mayúscula negrita condensada para el nombre del país; mayúsculas/minúsculas para los nombres de las tres ciudades más importantes, una de ellas Abidjan, el centro económico y financiero del país, lugar donde se produjo la rebelión popular que refiere la noticia. Aquí se utiliza el mismo recurso que en el anterior ejemplo: tipografía blanca sobre fondo negro, y un fino filete conecta el nombre con el lugar en el mapa. La escala también se ubica en el borde inferior de la infografía.

Las únicas diferencias con respecto a la anterior es que se agrega en el margen superior izquierdo la bandera de Costa Marfil y se desplaza hacia la derecha la ubicación del país en África, remarcada en un recuadro como “zona ampliada”. Además, la señalización del Norte, antes en la base de la infografía, ahora se encuentra en la parte superior. Es decir, los mismos elementos gráficos, los

<sup>293</sup> Véase la infografía que acompaña la noticia “Cayó la dictadura militar en Costa de Marfil”, *Clarín*, sección Internacionales, 26 de octubre de 2000, p. 35.

mismos indicadores metatextuales y deícticos para la misma función: **ubicar/ localizar**.

Ambos mapas se proponen una **localización** rápida, que el lector se ubique geográficamente y sitúe el escenario del que se quiere dar cuenta. Responden al *dónde* de los elementos básicos de una noticia.

El mismo criterio, con algunas pequeñas variantes, es el que usa *La Voz del Interior* para ubicar las ciudades afganas que fueron blanco del ataque de Estados Unidos. Se trata de la infografía “Ciudades bajo fuego”, publicada el 8 de octubre de 2001 en tapa a una columna por 7,5 cm. de alto<sup>294</sup>. También la función es la localización rápida por parte del lector. Así se ubica Afganistán, en un color diferenciado al de los países limítrofes. También el nombre del país se distingue en relación a los otros (mayúscula sostenida, expandida en negrita), y las ciudades atacadas aparecen en tipografía blanca sobre fondo negro. En mayor tamaño la capital Kabul. Pero aquí se elige otro indicador deíctico cuyo origen se remonta a la historieta. Se trata de una gráfica que remite a una explosión en cada una de las ciudades víctima de los ataques. Todas del mismo tamaño y color, pero Kabul se diferencia. La capital afgana se muestra con un punto negro en el centro del símbolo de la explosión<sup>295</sup>.

Hasta aquí se trata de una cartografía más general (no obstante temática), que involucra la identificación de un punto geográfico en una zona/país y su ubicación en un continente y a los países que rodean la zona del hecho. Se trata de una identificación más amplia, no específica

---

<sup>294</sup> Véase la infografía “Ciudades bajo fuego”, acompaña a la noticia “Con bombas y misiles, EE.UU. y sus aliados atacan Afganistán”, *La Voz del Interior*, 8 de octubre de 2001, tapa.

<sup>295</sup> Véase también la infografía “El mapa de los migrantes” acompaña al informe periodístico “A cara de perro con visitantes indeseados”, *Clarín*, Suplemento Zona, 16 de junio de 2002, p. 3; la infografía “El sitios de Afganistán”, que acompaña la noticia “La Décima División de Montaña de EE.UU. ya aterrizó en Uzbekistán”, *Clarín*, sección Política Internacional, 7 de octubre de 2001, p. 32; infografía “La Nueva UE”, que acompaña la noticia “La Unión Europea se agranda e incorpora a otras diez naciones”, *Clarín*, sección Política Internacional, 22 de junio de 2002, p. 25; infografía “Atentado”, acompaña a la noticia “La violencia castiga a palestinos e israelíes”, *La Voz del Interior*, 23 de noviembre de 2000, p. 3A

## Acercando el ojo a un país/región

Pero también se ha advertido en el corpus analizado una **ubicación/localización** más definida, más concreta, que remite a una zona, aunque amplia, mucho más acotada, por ejemplo un país, una provincia o una región. Esta aproximación visual a una zona más delimitada remite a un lector provisto de una lupa o teleobjetivo que acerca su ojo a un territorio más próximo, aunque no pueda ser percibido a simple vista.

Aquí ya la cartografía claramente deviene temática<sup>296</sup>, porque se trata de la localización de una zona o punto geográfico que está determinada por el tema que trata la noticia.



Figura 60. *La Voz del Interior*, miércoles 21 de febrero de 2001, p. 9A

<sup>296</sup> Blanco García cita a Joly (1979) para dar cuenta de la cartografía temática: “El objeto de los mapas temáticos es dar, sobre un fondo de referencia, mediante símbolos cualitativos o cuantitativos, una representación convencional de los fenómenos localizables de cualquier naturaleza, y de sus correlaciones”. Y agrega: “Es importante señalar que un buen mapa temático no es sólo una ilustración (...), sino un medio para almacenar y tratar una cierta documentación sobre el espacio por lo que para su realización debe utilizar como fondo un buen mapa topográfico o base” (s/f; 4).

Por ejemplo, la infografía “Ataque contra la aftosa” (figura 60), que acompaña la noticia “Se vacunaron ya dos millones de bovinos”<sup>297</sup>, ocupa cuatro de las seis columnas de la página del diario y tiene 15 cm. de alto. Muestra dos mapas, uno de Argentina (el de mayor tamaño) y otro de Córdoba (en la última columna sobre la derecha de la página) ambos con variadas referencias, todas tendientes a la localización y a la caracterización de esa zona que se demarca.

La infografía se resuelve en blanco y negro y es la gama de los grises la que va imprimiendo la diferenciación de tonos para dar cuenta de distintas “zonas” en relación a la vacunación contra la aftosa. En este caso es la variable visual “tono” la que establece esta diferenciación. Al igual que la infografía, la noticia plantea dos problemáticas: la situación de las “regiones contiguas a las zonas fronterizas”, y por otro lado la situación en los distintos departamentos de la provincia de Córdoba. En la gráfica se resuelve otorgando la mayor cantidad de espacio a la primera (3 columnas a lo ancho).

Y aquí se observan algunas características que resultan interesantes: el primer recurso que se destaca es el uso de la leyenda. Dice Molina Mercado que “La leyenda es indispensable para la comprensión del documento y de su simbolismo; su objetivo es facilitar la lectura del mapa y ayudar al lector a percibir rápidamente los objetos y los hechos, a apreciar sus variaciones y reconocer sus correlaciones.” Y agrega que dicho recurso “tiene una estructura lógica y jerárquica, determinada por los niveles de información, los cuales permiten guiar el orden de la lectura del mapa a partir del nivel superior, es decir, la primera información que se percibe visualmente, para continuar hasta llegar a leer la información que está en la parte inferior del mapa” (2008: 113).

Y en este caso, la leyenda es ubicativa, refiere al lugar que está señalando, y por otro lado, tal como dice Molina guían el orden de lectura y establecen una estructura jerárquica. Ese orden y esa estructura están dados por los números del 1 al 4 que se ubican en esa disposición desde la parte superior a la inferior, cada uno de ellos en tipografía blanca sobre fondo negro.

Con respecto al mapa de Argentina, si bien se muestra completo el país (en un color de base gris, en blanco los países limítrofes), la zona que se demarca en gris

---

<sup>297</sup> Véase la infografía “Ataque contra la aftosa, acompaña la noticia “Se vacunaron ya dos millones de bovinos”, *La Voz del Interior*, miércoles 21 de febrero de 2001, p. 9A.



más oscuro es la que está por encima del río Colorado, y las cuatro leyendas que se destacan y que están enumeradas, se refieren a esa mitad norte del país. Hay una quinta leyenda, en la base del mapa, por debajo de las islas Malvinas, con una tipografía se diferencia del resto: blanca, de mayor cuerpo e inclinada. Esta leyenda hace alusión “al resto del país”, el que se ubica por debajo de la zona demarcada.

La principal función de las cuatro leyendas enumeradas es, sin duda, la de **localizar**. La primera palabra de cada una de ellas hace referencia a un espacio físico: *zona*, *área*, *buffer*<sup>298</sup>, y luego de la denominación de cada espacio (“Zona de vigilancia fronteriza”; “Buffer de frontera”; “Zona de vigilancia”; Área de restricción”), aparece una segunda función, la caracterización de esa zona. En la leyenda esa caracterización no es homogénea. Tres de ellas insisten en la idea de espacio, de lugar, es decir plantean un refuerzo a la ubicación más detallada, más precisa, incorporando fronteras y límites (“Formada por la franja fronteriza de las provincias que limitan con Bolivia, Paraguay y Brasil”; “Zona de contención contigua a la vigilancia fronteriza”; “Es continua al buffer de frontera y rodea la zona de restricción”). En la cuarta leyenda (“4 Área de restricción”), si bien se continúa con la idea de espacio, de zona (“Es la zona...”), se incorpora otra idea que está relacionada con la utilidad que se le da a ese espacio geográfico: “Es la zona tradicional de invernada. Es receptora del 90% de los terneros de la zona buffer”. Es decir que aquí la leyenda se convierte en un elemento fundamental y facilita la lectura del mapa. En primera instancia para *localizar* y conocer la denominación de esa localización, y luego las *características* de la misma o bien su relación con otras localizaciones. Cada una de las cuatro leyendas principales, aquellas que además están enumeradas y se destacan por su ubicación en la infografía, tiene tres partes: La primera corresponde al título que identifica la zona y se presenta en una tipografía más grande y negrita (1 Zona de Vigilancia fronteriza; 2 Buffer de frontera, etc); la segunda a la frase que, como ya se señaló, refuerza la identificación/ubicación del espacio geográfico y agrega alguna caracterización (“Formada por la franja...”; “Es continua al buffer...”, etc.); y la tercera parte, que se visualiza rápidamente porque esta inicialada con un asterisco

---

<sup>298</sup> En un Sistema de Información Geográfica, la palabra *buffer* remite a un área de influencia, que resulta de determinar una distancia en trono a un punto o una línea.

cuadrado de la altura de la letra mayúscula en color gris, corresponde al resumen/síntesis de las medidas que el programa de prevención contra la aftosa llevará a cabo en la zona (“Se instrumentará...”)

La leyenda es acompañada por filetes finos que ubican en el mapa la zona que se nombra, que, a su vez, se diferencia por la gama de colores grises (más claros, más oscuros) de las otras lo que permite distinguirlas a primera vista. Al igual que los asteriscos, todos ellos indicadores metatextuales.

La columna de la derecha muestra un mapa de Córdoba. Aquí cambia el fondo (en este caso es blanco), y la identificación de las zonas no está relacionada con la caracterización de las mismas sino con un dato cuantitativo: cantidad de cabezas y de dosis de vacunas aplicadas. La leyenda advierte que se trata de un subtema, en relación al anterior. Aquí importa la “Vacunación antiaftosa desde agosto de 2000”. Y las referencias cambian el formato, ahora se presentan en tipografía negra rodeadas de un fino círculo, pero sobre fondo blanco, y remiten a la ubicación de la zona (en algunos casos conformada por varios departamentos). Se trata de la división de la parte sur y este de la provincia en cinco zonas, que están claramente identificados y en la parte inferior de la infografía las referencias en un cuadro comparativo remiten a la cantidad de cabezas de ganado por zona y de dosis aplicadas. Al finalizar el cuadro los totales (de cabezas y de dosis, no de superficie). El mapa incluye la fuente y la firma, aunque no la escala ni el símbolo que indica el norte.

En otro ejemplo, el publicado en el diario *Clarín* 19 de noviembre de 2000<sup>299</sup>, bajo el título “Torres de luz” (figura 61), acerca aún más la vista del lector a un espacio territorial que se detiene en la costa atlántica del país, y muestra las ubicaciones de los faros con torres y controlados a distancia que existen en toda esa área. Ya se trata de una porción del territorio, no el país en su totalidad o una provincia (como el caso anterior).

La infografía **localiza** 53 faros, 13 de ellos con torre y el resto controlados a distancia. Una imagen simplificada de los faros da cuenta del lugar en el que se

---

<sup>299</sup> Véase la infografía “Torres de Luz”, acompaña a la noticia “Faros Marítimos una nueva atracción turística del país”, *Clarín*, Sección Información General, 19 de noviembre de 2000. p, 50/1. La noticia también incluye otra infografía en tamaño mayor, que ocupa prácticamente toda la página 50, y que muestras las características del faro de Punta Mogotes.

ubica cada uno. Hay además otros recursos para una **localización** más aproximada.

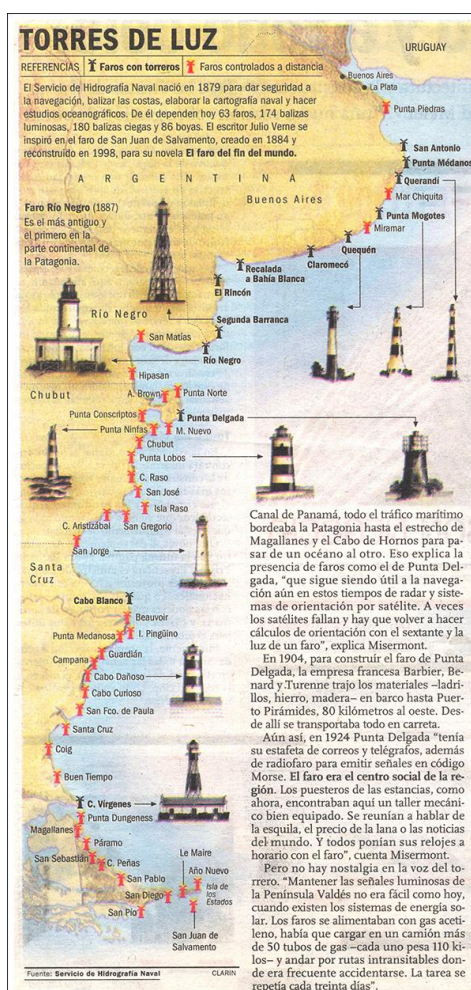


Figura 61. *Clarín*, 19 de noviembre de 2000, p. 51

Por un lado el nombre de las provincias, en letra blanca, mayúscula/minúscula (los países Argentina y Uruguay en mayúscula sostenida), y además, en tipografía negra, que contraste con el celeste del mar, el nombre de los faros, en blanca los controlados a distancia, y en negrita los que tienen torre. También se agrega la fotografía de 11 faros con torre, y una indicación: una delgada línea en forma de flecha conecta el nombre con la imagen del faro.

Las variantes son estéticas en relación a los ejemplos anteriores. En lugar de un punto negro que indica el lugar donde se enclava el faro, se utiliza la imagen simplificada del mismo para señalar su **ubicación** (sólo hay dos ciudades que se nombran y que se referencian con un punto negro: Buenos Aires y La Plata). En

relación a la leyenda, se destacan dos (además de los nombres de los faros), una más amplia que ofrece datos históricos sobre el Servicio de Hidrografía Naval<sup>300</sup>, y el otro que aporta información sobre el faro más antiguo (“Faro Río Negro (1887) Es el más antiguo y el primero en la parte continental de la Patagonia”). Los indicadores metatextuales y deícticos en el marco de la infografía, son los que abundan. Entre los primeros los pequeños íconos de faros, unos negros y otros rojos; entre los segundos, líneas, flechas, leyendas, nombres de los faros.

La infografía incluye fuente y firma, aunque no escala ni tampoco indicación del norte. Las referencias se ubican en el borde superior de la infografía, por debajo del título<sup>301</sup>.

Se ha visto hasta aquí que los puntos y las líneas, con diferentes aplicaciones de tamaño, color y textura, se convierten en indicadores deícticos y/o metatextuales que dan cuenta de una **localización/ubicación** en un espacio geográfico. Pero la línea, devenida en flecha, es decir agregada la variable orientación, además de localizar, da cuenta de un trayecto, de un itinerario, de un camino. Ese trazo, obviamente, está asociado a una superficie/lugares de tránsito. Se verá en el punto siguiente que también puede estar relacionado con etapas (dimensión temporal) que se van cumpliendo en ese trayecto.

Se presenta ahora un ejemplo en el que el indicador metatextual línea/flecha muestra un recorrido, un camino. Se trata de la infografía “El paseo de la discordia”, publicada en el diario *Clarín* el 29 de octubre de 2000 (figura 62). El mapa muestra la línea de frontera entre Argentina y Brasil en torno a las cataratas del Iguazú, y grafica mediante una delgada línea roja, el recorrido de los helicópteros que salen desde territorio brasilero y vuelan sobre las cataratas. La infografía ocupa dos columnas por 13 centímetros. Se ubica en el centro de la

---

<sup>300</sup> Ubicada inmediatamente por debajo del título y de las referencias, dice: “El servicio de Hidrografía Naval nació en 1879 para dar seguridad a la navegación, balizar las costas, elaborar la cartografía naval y hacer estudios oceanográficos. De él dependen hoy 63 faros, 174 balizas luminosas, 180 balizas ciegas y 86 boyas. El escritor Julio Verne se inspiró en el faro de San Juan de Salvamento, creado en 1884 y reconstruido en 1998, para su novela **El faro del fin del mundo**”. La negrita es del original.

<sup>301</sup> Véanse también las siguientes infografías con las mismas características: “Resultados de los trece departamentos que eligieron senadores”, que acompaña la noticia “La Alianza con mayoría en el Senado”, *La Voz del Interior*, 11 de octubre de 1999, p. 12A; infografía “En Venta”, que acompaña la noticia “Ofrecen u\$s 19,7 millones por usinas cuya construcción costó más de 1000 millones”, *Clarín*, sección Economía, 29 de abril de 1997, p. 18.

página sin otra imagen que compita con ella<sup>302</sup>. A su vez, la infografía se encuentra dividida, a lo largo, en dos partes. La de mayor tamaño corresponde al mapa, y la más pequeña a datos relacionados con los acuerdos internacionales y “los números”.



Figura 62. *Clarín*. Sección Información General, 29 de octubre de 2000, p. 50

<sup>302</sup> Véase la infografía “El paseo de la discordia”, acompaña al informe especial “Siguen las quejas por los vuelos de los helicópteros”, *Clarín*. sección Información General, 29 de octubre de 2000, p. 50. El informe se desarrolla en dos páginas. La página 51 muestra una fotografía y otras tres notas asociadas.

El mapa muestra un territorio mucho más delimitado que los ejemplos anteriores. En tonos verdes, el más oscuro se ha reservado para representar el lado argentino, el río Iguazú, en azul/celeste y en rojo el itinerario de los helicópteros. La segunda columna sintetiza los datos que están desarrollados en el informe periodístico y para ello divide la información en dos partes, por un lado, el primer subtítulo resume los puntos fundamentales del acuerdo binacional del 9 de mayo de 1997 (“Un acuerdo que se cumple a medias”), y la segunda parte de esta columna muestra datos cuantitativos tales como cantidad de turistas que visitan las Cataratas año a año, las que contratan los vuelos, la duración, el costo y la cantidad de personas por vuelo. Este modo de presentar la información es de rápida y fácil lectura

De modo que, para **simplificar** la información se la ha dividido en dos partes, una el itinerario de los helicópteros, con los datos básicos que permiten una ubicación casi inmediata; la otra con datos cualitativos y cuantitativos. En este último caso, ambos resumidos, pero separados en dos categorías diferenciadas. Además de los indicadores metatextuales (títulos, bajadas, subtítulos, leyendas), la línea roja aparece aquí como un indicador deíctico, en el marco de la infografía, que señala un recorrido. También lo es el señalamiento del Helipuerto viejo, en tipografía blanca sobre un recuadro negro, que resalta y se diferencia de las otras nominaciones (Hotel Das Cataratas, Hotel Sheraton). La infografía incluye la escala gráfica y la firma.

Un caso similar es el que grafica una infografía que reproduce el camino realizado por tres mujeres protagonistas de la noticia. Se trata de mapa publicado por *La Voz del Interior* (figura 63), que no tiene título y que se presenta a una columna por 6,5 cm., ubicándose en un lugar secundario, en relación a las imágenes, por debajo de una fotografía de gran tamaño (4 columnas por 15 cm.)<sup>303</sup>.

---

<sup>303</sup>Véase la infografía que acompaña a la noticia “El FBI ya no espera encontrarlas con vida”, *La Voz del Interior*, sección Policiales/Judiciales, 12 de marzo de 1999, p. 24A.



Figura 63. *La Voz del Interior*, 12 de marzo de 1999, p. 24A

Un indicador deíctico ubica el lugar exacto donde se localiza la noticia, el color rojo lo resalta, además de la leyenda en letras blancas: “Zona de la búsqueda”. “El Portal”, la zona de búsqueda, se presenta en una tipografía mayor que la utilizada para nombrar el resto de las ciudades. Se reitera el recuadro “Área ampliada”, en uno de los bordes superiores de la infografía. Hasta aquí, se **localiza**, se **sitúa**, se brindan referencias en relación a las distancias relativas entre un punto y otro,

también acerca de la ubicación de la zona en un territorio más amplio, o en la importancia de las ciudades (ya sea en número de pobladores, o porque son capitales, de países o departamentos, provincias o estados, etc.). A la función primordial, la **localización**, se agrega el **recorrido**, el **camino** realizado<sup>304</sup>.

### **La ciudad, o unas pocas manzanas**

El mapa que sigue tiene una mayor complejidad en el sentido de cantidad de datos que proporciona (figura 64)<sup>305</sup>. Se plantearán aquí algunas diferencias y otras recurrencias en relación a las infografías anteriores. Por un lado el territorio representado se achica, se limita a las zonas de acceso a la Capital Federal, es decir que, se trata del plano de una ciudad y sus zonas limítrofes.

El color blanco diferencia el territorio de la ciudad del área colindante, que se muestra en un color terroso, y el Río de la Plata, celeste. Se utiliza el rojo para señalar las rutas principales de acceso a la Capital Federal, y en este sentido, se siguen las convenciones de la cartografía general. Si bien no hay flechas que asignen un recorrido, el título y la bajada de la infografía (“Los embudos de Buenos Aires. Casi la mitad de los vehículos que ingresan a la ciudad atraviesan un nudo conflictivo. Los demás entran por calles y avenidas secundarias”), dan cuenta, a partir de la elección de los verbos ingresar (“ingresan”) y entrar (“entran”), de un trayecto que comienza en las afueras de la Capital Federal y que culmina en algún punto de la ciudad.

---

<sup>304</sup> Véase también la infografía “La odisea de un cetáceo desorientado”, *La Voz del Interior*, Sección Sociedad, 19 de octubre de 2000, p. 17A, que ya hemos trabajado en la Segunda Parte de esta tesis (figura 23, p. 107); también la infografía “La Trayectoria del iceberg”, acompaña la noticia “Alerta por un enorme témpano a la deriva en el Atlántico Sur”. *Clarín*, Sección Información General, 21 de agosto de 1999, p. 38. Otras infografías que también dan cuenta de itinerarios/recorridos/trayectorias y también planos, son las publicadas por *La Voz del Interior* en dos informes publicados el día previo y posterior al dictamen de la Unesco para declarar patrimonio de la Humanidad a la Manzana y las Estancias Jesuíticas de Córdoba. Las infografías son: “Para conocerlos mejor”, sección Gran Córdoba, 28 de noviembre de 2000, p. 12A; “El mapa jesuítico de Córdoba”, sección Gran Córdoba, 29 de noviembre de 2000, p. 11A, y “Bajo el signo de San Ignacio de Loyola”, sección Gan Córdoba, 30 de noviembre de 2000, p. 15A. También la infografía “Comportamiento de las aguas”, acompaña la noticia “Incomunicación y aislamiento en el norte”, *La Voz del Interior*, sección información General, 10 de mayo de 1999, p. 19A.g

<sup>305</sup> Véase la infografía “Los embudos de Buenos Aires”, que acompaña la noticia “El tránsito en los accesos a la Capital, una pesadilla cotidiana”, *Clarín*, Sección Información General, 20 de setiembre de 2000. p. 41





Figura 64. *Clarín*, Sección Sociedad, 20 de setiembre de 2000

La infografía ocupa tres de las cuatro columnas de la página tabloide, y se ubica sobre el margen superior derecho de la página impar. Mide 18,5 cm. de alto. Es decir que se ubica en la página y en relación a el informe periodístico (que ocupa la doble central), es relevante. Está dividida, a lo ancho, en dos partes, la más pequeña se ubica en la parte superior. Se trata de un fila, separada del título por un filete delgado, que a su vez está subdividida en seis columnas de distinto ancho que aportan datos cuantitativos a través de leyendas (contienen números destacados en rojo y en tipografía mayor), y de un gráfico de torta que se ubica al centro de esa primera franja. El gráfico muestra la composición de los medios más usados por las personas que ingresan a Capital Federal, y concluye que más del 80 por ciento de esos ingresos se realiza a través de avenidas y rutas (el porcentaje menor lo hace en trenes). Abundan los indicadores metatextuales, líneas que separan, flechas, gráficos, números, y el color rojo para la cifra destacada. Aquí la

variable color se presenta como indiciador metatextual para llamar la atención del lector, para que se detenga en el dato nuevo.

La segunda parte de la infografía comienza con un subtítulo (“Las zonas conflictivas”), y en la misma línea las referencias que permiten entender el mapa.

La novedad aquí está dada por el uso de fotografías: son cuatro, que se ubican en los bordes laterales de la infografía, y también por el uso generalizado del rojo que ya no se limita a la ubicación de un lugar, sino que se utiliza tanto para situar rutas/caminos/trayectos como para destacar los datos significativos que incluye la noticia. Entonces, rojo para las rutas principales de acceso, aquellas en las que se ubican las zonas de “nudos vehiculares”. También el rojo para los datos acerca del promedio de vehículos diarios que transita por cada una de esas rutas principales de acceso y para el promedio de vehículos que ingresan al microcentro en las horas picos. El color negro para señalar, mediante un circunferencia, dónde se ubica cada uno de esos “nudos” con la **localización** exacta, reforzado por una frase que precisa la ubicación (por ejemplo, “Panamericana y Márquez”; “Avda Lugones. Embotellamiento a la altura de River y hasta la autopista Illia. Bajada lenta hasta el Obelisco”, etc.); y para las leyendas que incluyen importante cantidad de referencias de **localización**, por ejemplo identificación de rutas (con el símbolo correspondiente en cartografía a las rutas nacionales y provinciales), nombres de localidades, de avenidas, de autopistas, localización del “nudo” y una breve caracterización del mismo (por ejemplo: “Punte Avellaneda. El puente es angosto y desemboca en calles estrechas”). Se agrega la fuente y la firma, aunque no la escala ni el signo que indica el norte.

No se trata aquí de un mapa breve, resumido, escueto, sino más bien de un mapa temático (sólo se aboca al tema tránsito en el ingreso a Capital Federal) que muestra cierta complejidad en función de la cantidad de información que presenta. A la par que ubica lo que el título denomina “embudos”, con sus respectivas leyendas de localización, le agrega, recurriendo a textos breves, datos sobre vehículos, personas, medios de transporte y franjas horarias picos, todas ellas en sus diferentes combinaciones. De modo que aquí, si bien la función principal es la de **localizar** (de otra manera no se hubiera recurrido a un mapa), y para ello se utilizan líneas, puntos, círculos, colores; también aparecen otra función que

intenta **describir** un estado de situación, aquella que se deriva del acceso a la ciudad en días hábiles y horas pico<sup>306</sup>.

Entonces, como se dijo anteriormente, las opciones para **localizar** de las que se vale el periodismo gráfico son variadas. Cuando se pregunta por el *dónde*, las posibilidades de respuestas graficadas varían en relación a la mayor o menor exactitud de la localización. Así, dicha ubicación puede ser más general, relacionada con una región que abarca a uno o más países; pero también es posible localizar una zona dentro de un país, o lograr una ubicación aún más precisa, ya dentro mismo de una ciudad, limitando la representación a un distrito o a pocas cuadras para referenciar el lugar del hecho.

El corpus analizado, también dio cuenta de otras localizaciones, retículas de ciudades o barrios para ubicar un escenario micro, un espacio más pequeño con límites más próximos. En las líneas que siguen se abordará el modo en que se muestran estas ubicaciones.

Para dar cuenta de esta forma de localizar se han elegido dos infografías de *Clarín*. Una de ellas muestra un espacio físico de aproximadamente mil metros lineales, y la otra reproduce un área de cuatro manzanas del microcentro porteño que rodean al Obelisco. Como se advierte, se trata de una delimitación más precisa, una demarcación del territorio posible de ser reconocida por el lector en razón de su cercanía, pero también de su corto recorrido.

---

<sup>306</sup> Una infografía muy similar en las formas, tamaño y espacio geográfico que representa es “Los focos de la violencia”, que acompaña a la noticia “La trama oculta de las jornadas más violentas de los últimos años”, *Clarín*, sección Política, 23 de diciembre de 2001, p. 14. Aquí se localiza mediante puntos en color rojo los lugares en donde hubo saqueos (30 en total). El uso del color rojo tiene la misma función que en el ejemplo que se ha analizado: se instaura como indicador deíctico a los fines de localizar cada uno de los lugares. La diferencia en la forma es la ubicación en la base de la infografía de datos complementarios. Con el subtítulo “Los números” se da cuenta de los resultados de las jornadas de violencia que comenzaron el 20 de diciembre (29 muertos y 4500 detenidos en todo el país). Estas cifras también se muestran en rojo. La misma lógica se reitera en la infografía “Descontrol en la ciudad de Córdoba”, que acompaña la noticia “Constantes saqueos desbordaron a la Policía”, *La Voz del Interior*, Sección Política, 21 de diciembre de 2001, p. 14A. Ocupa la mitad superior de la página y también utiliza la fotografía (esta vez con sus respectivos epígrafes). La base de la infografía es muy similar a la anterior, aunque ésta se presenta en blanco y negro. Los puntos rojos, en tanto indicadores deícticos, son reemplazados por un símbolo de explosión en negro, que según las referencias corresponden a los saqueos, cada uno de ellos nombrado (identificado) en un recuadro en fondo blanco, con letras blancas, mayúsculas/minúsculas (por ejemplo: Supermercado B° 1° de Mayo; Supermercado B° Dean Funes; etc.). El círculo negro refiere a los intentos de saqueos. Las leyendas indican las avenidas principales y los barrios de la ciudad, y una línea gris más ancha muestra el recorrido de la Avda. de Circunvalación.

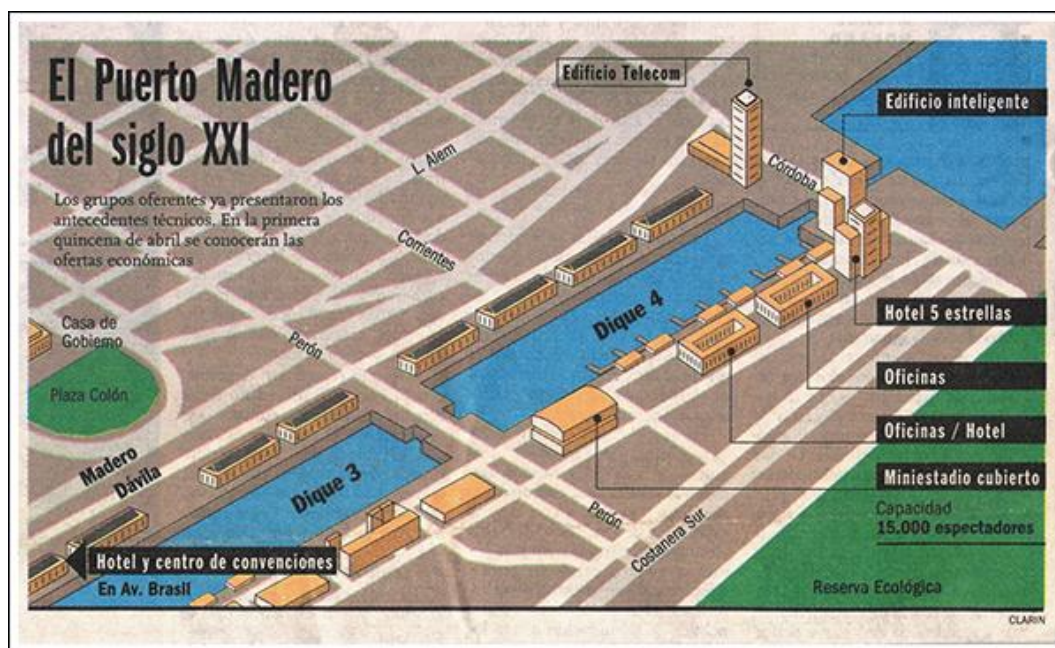


Figura 65. *Clarín*, Sección Economía, 3 de marzo de 1997, p. 16

La primera es la infografía “El Puerto Madero del siglo XXI” (figura 65)<sup>307</sup>. Muestra un plano que abarca los diques 3 y 4 de Puerto Madero, y la proyección de varios edificios cuya construcción se prevé, según el diario, para los meses siguientes.

A medida que se avanza en los ejemplos relacionados con la **localización**, se ha realizado un ejercicio de acercamiento del ojo a la zona que se quiere demarcar. En este caso, ya no se trata de una ciudad, sino de unas pocas cuadras alrededor de un lugar<sup>308</sup>. En el ejemplo anterior se mostraban los nombres de calles y avenidas. En este, además de ello se grafican las manzanas y es posible advertir las

<sup>307</sup> Véase la infografía “El Puerto Madero del siglo XXI”, acompaña la noticia “Puerto Madero: invertirán más de u\$s 200 millones”, *Clarín*, Sección Economía, 3 de marzo de 1997, p. 16.

<sup>308</sup> Véanse también las infografías “Crónica de los desbordes”, que acompaña la noticia “La Municipalidad fue un campo de batalla”, *La Voz del Interior*, sección Política, 22 de noviembre de 2000, p. 4A; “Una protesta que congrega a la mayoría de los gremios”, *La Voz del Interior*, sección Política, 23 de noviembre de 2000, p. 5<sup>a</sup>; “Terror en 49 hectáreas”, que acompaña la noticia “Muerte y caos en los Bosques de Palermo”, *La Voz del Interior*, sección Sucesos, 3 de octubre de 2000, p. 22A; “Tres proyectos en danza”, que acompaña la noticia “Discuten tres propuestas sobre el futuro del Aeroparque porteño”, *Clarín*, sección Información General, 9 de marzo de 2001, p. 44; infografía sin título, acompaña la noticia “Villa Itatí: la vida en un laberinto con pocas salidas”, *Clarín*, sección Información General, 19 de agosto de 2001, p. 42; “El enfrentamiento”, acompaña la noticia “Los familiares de las víctimas culparon a la Gendarmería”, *La Voz del Interior*, sección Política, 19 de junio de 2001, p. 3A; “Predios apetecibles”, acompaña la noticia “Nuevo intento municipal para vender ex terrenos de Coincar”, *La Voz del Interior*, Sección Información General, 13 de agosto de 2000, p. 21A.

intersecciones de las calles para definir con más certeza el lugar que interesa localizar (por ejemplo, por detrás de la Casa de Gobierno, frente a la Plaza Colón; frente a las avenidas Madero y Dávila, en el cruce con Perón). Puntos negros, líneas, leyendas en tipografías blancas sobre fondo negro, son todos indicadores metatextuales que ayudan a la localización. Pero aquí se agregan una serie de íconos, muy simplificados y estandarizados, más grandes o pequeños, más altos o más bajos, para indicar la envergadura de la construcción. Entonces, cuanto más se delimita el terreno, más detalles aparecen (nombres de calles, de edificios, de plazas).

La siguiente infografía es más concreta todavía. Ahora se muestran sólo cuatro manzanas del microcentro de Buenos Aires, las que se ubican entre Suipacha, Lavalle, Libertad y Sarmiento. Las referencias que **ubican** al lector son aún más precisas, y las representaciones de los espacios, aunque abstractas, guardan mayor similitud con los que existen en el espacio real. Se trata de “Destrozos alrededor del Obelisco” (figura 66)<sup>309</sup>, una infografía que ocupa toda la página del diario tabloide.

La infografía muestra en un plano, las cuatro manzanas del microcentro ubicadas en el centro de la página sobre una base gris que simula cemento y que adquiere la forma de un rombo, apenas desplazado hacia la derecha. Un delgado filete oficia de eje vertical mostrando en primera instancia dos sectores bien definidos en la infografía: el izquierdo y el derecho. Pero una mirada más atenta advierte que la infografía se presenta dividida en cuatro espacios menores, cada uno de ellos corresponde a cada una de las manzanas que se representan. Además, esos espacios están identificados por un color<sup>310</sup> que se reitera en la franja del subtítulo, en las referencias de los lugares y en la marcación de la manzana en un plano simplificado que repite las formas del plano principal. Al igual que en el ejemplo anterior, se replica el uso de la fotografía, cuatro, una por cada manzana.

---

<sup>309</sup> Véase la infografía “Destrozos alrededor del Obelisco”, acompaña a la noticia “La resaca de la violencia en una zona casi arrasada”, *Clarín*, sección Información General, 22 de diciembre de 2001, p. 43.

<sup>310</sup> Rojo para la zona comprendida entre Diagonal Norte, Pellegrini y Sarmiento; bordó para Cerrito, Sarmiento, Libertad y Corrientes; azul para Suipacha, Corrientes, Pellegrini y Lavalle; y verde para Diagonal Norte, Cerrito y Lavalle.



Figura 66. *Clarín*, sección Información General, 22 de diciembre de 2001, p. 43.

Abundan en esta infografía los indicadores metatextuales (líneas, puntos, números, nombres, leyendas) y deícticos (círculos de colores que indican el lugar exacto) para **localizar/situar** un microespacio dentro de un espacio mayor.

En la imagen principal letras blancas mayúsculas para el nombre de las calles; números blancos encerrados en círculos con colores rojo, bordó, azul y verde; en las referencias, letras mayúscula/minúscula para identificar el lugar/objeto dañado que se combinan con minúsculas blancas para **resumir/simplificar** en una o dos palabras el tipo de daño.

Aquí la **localización** es precisa, ya no se trata de una zona, ni de un barrio, ni tampoco de una manzana, aunque la infografía incluya cuatro: se **ubica/localiza** con exactitud, con el nombre de la casa afectada, en la mayoría de las veces (Casa de Salta, Perfumería Avón, Banco Francés, Mc Donald's, Bar Petit República) y con la calle donde se sitúa.

### **También en espacios cerrados**

Por último, se han encontrado en el corpus, otras infografías que también utilizan como base mapas (en este caso planos) y cuya función primordial es la **localización**<sup>311</sup>. Se trata de planos que dan cuenta de las características de espacios cerrados, que muestran cortes, transparencias, mobiliarios, etc. Dice Valero Sancho que el plano “es de un tamaño familiar, caminable e identificable en detalle, que necesita un alto grado de precisión, puesto que para el lector medio tiene una función de identificación” (2001: 149). Las infografías que se han elegido para ejemplificar esta manera de localizar representan espacios cerrados públicos y privados.

El primer ejemplo es la infografía “Intrusos en la Jefatura de Gobierno” (figura 67)<sup>312</sup>. Ocupa el centro de la página, dos columnas por 22 cm. y está resuelta con el uso de un plano de las oficinas de Aníbal Ibarra y con fotografías que

---

<sup>311</sup> Se verá en el apartado que sigue que también hay otras infografías que utilizan planos y mapas como base y que presentan además de la localización, otras funciones, como por ejemplo la secuenciación o la explicación, que a veces se convierten en prioritarias.

<sup>312</sup> Véase la infografía “Intrusos en la Jefatura de Gobierno”, acompaña a la noticia “Descubren espionaje en el despacho de Ibarra”, *Clarín*, sección Política, 19 de noviembre de 2000, p. 3. A este tipo de infografía que se reducen a un recinto o a una habitación, Valero Sancho las denomina “microplanos”, dice de ellos que “tienen un sentido distinto a los mapas o planos, entre ellos podemos destacar los de recintos, lugares o artefactos conocidos en los que se tiene la pretensión de mostrar la distribución de espacios en su interior y por ello se suelen presentar con cortes, transparencias, esquemas, rutas, etc.(...)” (2008: 634/5). Se prefiere conservar la clasificación general de “planos” para referir a espacios cerrados, ya sean públicos y privados, no importa su tamaño, ya que no se justifica otra subdivisión para dar cuenta de espacios más pequeños.

amplifican detalles del escritorio en donde se encontraron los micrófonos que espían al funcionario. Este plano representa el despacho del jefe de gobierno porteño, allí se muestra la ubicación del escritorio (el dibujo muestra a un hombre sentado) y el living, la oficina colindante, en la que se ubican las secretarías (hay dos escritorios con computadoras y dos mujeres sentadas) y el lugar de descanso (una cama y una repisa o biblioteca).

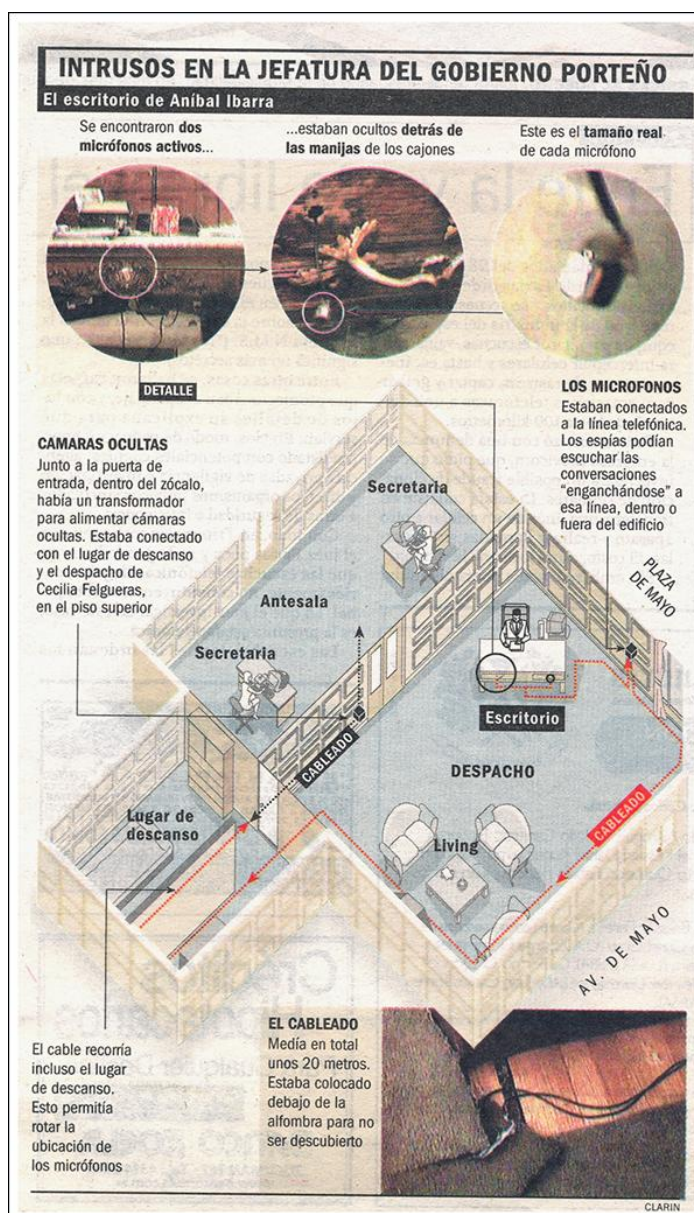


Figura 67. *Clarín*, sección Política, 19 de noviembre de 2000, p. 3.



Todo este croquis se resuelve en blancos y tonos pasteles, y en rojo el tendido de los cables que posibilitaban las escuchas (sobre fondo rojo y con letras blancas, la palabra “cableado” en mayúscula sostenida). Si bien las leyendas avanzan en la descripción y caracterización de los objetos que permitían las escuchas (cables, micrófonos, cámaras ocultas) la función primordial continúa siendo la **localización**. Se trata de mostrar los lugares exactos (escritorio, sala de descanso), los que se ubican en el mismo centro del espacio de trabajo al que sólo se accede luego de atravesar una sala en la que realizan sus tareas dos personas (aunque se trata de un funcionario público, su oficina no deja de ser un lugar privado). De modo que esta **localización** es más minuciosa, detallista (se muestra que los micrófonos estaban detrás de las manijas de los cajones del escritorio), más allá de las características de la conexión, la medida del cableado o el tamaño de los micrófonos.



Figura 68. *La Voz del Interior*, sección Política. 20 de diciembre de 2001, p. 10A.

La segunda infografía seleccionada, corresponde al plano de la Municipalidad de Córdoba, más específicamente a la planta baja. Se titula “El saldo de los desmanes” (figura 68) y acompaña la noticia “Exigen que el Suoem pague por los destrozos”<sup>313</sup>. La infografía se ubica sobre el borde superior derecho y ocupa tres de las seis columnas de la página, por 16 cm. de alto. El rectángulo que muestra la planta baja del edificio se observa inclinado. Su representación es bastante esquemática, y lo que sobresale, para indicar el destrozo, es la utilización de símbolos de explosión muy convencionalizados, cuyo primer uso se halla en la historieta. Esa grafica (la de explosión) que se encuentra en el límite exterior del edificio y también en el interior, cumple la misma función de los puntos rojos usados en otras infografías a las que ya hemos hecho alusión. Las leyendas aportan el detalle de los destrozos y la oficina/repartición en la que se produjo. Al igual que en el ejemplo anterior, esta ampliación de datos que incluye la noticia en su desarrollo, no desvía la principal función de esta infografía, que es **localizar/ubicar** uno o más lugares en un espacio cerrado (la planta baja de un edificio).

Otro plano muestra la casa donde murió una adolescente. Se trata de la infografía “Los misterios que guarda la casa” (figura 69)<sup>314</sup> que se ubica en la mitad superior de la página ocupando tres columnas por 18,5 cm. de alto. Se muestra la casa en perspectiva, lo que permite recrear de manera simplificada las características de los ambientes y el mobiliario existente. Se trata de un recurso gráfico que pretende aproximar el esquema a la vivienda real. La infografía **localiza** cuatro espacios en la planta alta de la casa familiar: la terraza, el balcón terraza, la habitación de Natalia y la habitación de Franco. Cada una de ellas está señalizada con números blancos sobre fondo rojo. Y a su vez, en cada uno de esos espacios hay algún elemento en rojo que refuerza la ubicación (en el caso de los dos primeros las puertas que vinculan las habitaciones, en el caso de la habitación de Natalia un

---

<sup>313</sup> Véase la infografía “El saldo de los desmanes”, acompaña la noticia “Exigen que el Suoem pague por los destrozos”, *La Voz del Interior*, sección Política. 20 de diciembre de 2001, p. 10A.

<sup>314</sup> Véase la infografía “Los misterios que guarda la casa”, acompaña a la noticia “Una marcha de 200 vecinos para apoyar al juez Fratecelli”, *Clarín* Sección Policía, 4 de junio de 2000, pp 50/1

pañuelo y una bolsa en el piso, al lado de la cama, y en la habitación de Franco es el cuerpo de Natalia que se delimita en rojo). Se trata de indicadores deícticos, que sumados a las leyendas, nombre de la calle, líneas y flechas, aportan a la **ubicación**.



Figura 69. Clarín Sección Policia, 4 de junio de 2000, pp 50/1

La localización puede ser tan general que abarque un punto en algún lugar remoto del planisferio, o tan específica que se ubique dentro de una habitación. A mayor detalle, mayor necesidad de indicadores metatextuales. A mayor detalle, mayor inclusión de dibujos/gráficos que caracterizan el espacio seleccionado.

### III.2.2.2. El mapa meteorológico

El mapa meteorológico merece un párrafo aparte. Los datos del tiempo, en su mayoría representados sobre la base de un mapa, son una constante en casi la totalidad de los medios impresos. La información siempre es aportada por los servicios meteorológicos y se presentan en una carta que está muy consensuada entre los lectores.

Es el caso de los dos diarios estudiados, cada uno cuenta con una página dedicada a este tema en la que se despliega un mapa a todo color. La inclusión masiva de este tipo de gráficos también tuvo su punto de partida en la salida al mercado del *Usa Today*. Desde el primer número incorporó un mapa del tiempo en la contratapa de uno de sus suplementos<sup>315</sup>. Los colores utilizados indicaban la variación de la temperatura en las distintas regiones: los tonos más cercanos al rojo fuego para las más altas y los colores más azulados para el frío, acompañados con otras gráficas en números y viñetas: hora de salida y puesta del sol, fases de la luna, lluvia caída, estado de los embalses o lagos, estado del mar u horarios de las mareas, etc.

Se trata de un mapa temático. Tal como señala Torricelli, aquí opera un desplazamiento desde un primer sentido asociado a una carta puramente topográfica e instrumental (el mapa del territorio) hacia otro relacionado con la temática o la problemática a tratar (en este caso el tiempo) (2000: 50).

La inclusión del tiempo en los periódicos estudiados, es diaria. Todos los días, aproximadamente en la misma página y en la misma sección, aparece un espacio dedicado al tiempo, que se grafica a partir de un mapa territorial, con divisiones político- administrativas, provincias para el caso del mapa del territorio nacional y departamentos para el caso de el mapa provincial. ,

Esta es una manera de graficar que se reitera en la mayoría de los diarios. En este sentido, los geógrafos cuestionan esa fijación de límites territoriales que muchas veces no coincide con la información meteorológica. De hecho, dicha información, y el mismo estado del tiempo en un espacio geográfico, no cambia o

---

<sup>315</sup> Según refiere De Pablos fue tal el éxito de este mapa que la idea fue “copiada por numerosos periódicos del exterior de Estados Unidos, como *Diario 16*, de Madrid, *La Voz del Galicia*, el diario lisboeta *Diario as Noticias* o el diario *La Nación* de Costa Rica (...) (1999: 135)

termina cuando se traspasa una frontera. Son otros parámetros topográficos los que tendrán más relación con la información meteorológica. Al respecto Doiny se pregunta si “las relaciones espaciales que comúnmente permiten visualizar las líneas de frontera en un mapa son fundamentales a la legibilidad de la información meteorológica del pronóstico en el mismo”. Y agrega que la respuesta parecería ser “no, en particular cuando el mapa incluye toponimia que cumple la función de localizar espacialmente al lector en el mapa. Por otra parte, en general la división del territorio según estos límites no coincide con la división territorial de la información meteorológica, lo que pone en duda entonces el recurso visual a estos contornos como requisito previo de la legibilidad del mapa meteorológico” (2009: 5).

Aún con los reparos de los especialistas, el mapa del tiempo en los medios de comunicación se ha convertido en espacio fijo e inamovible que se muestra con variados recursos gráficos para hacer más atractiva y sencilla la lectura.

La función del mapa meteorológico es, sin duda, pronosticar o prever los cambios en las condiciones atmosféricas, pero ese pronóstico es **localizado**. Aquí hay una **dimensión territorial**, el espacio geográfico, y también **temporal**, que se advierte en los pronósticos extendidos. La misma palabra, encierra la idea de anuncio, de conjetura o adivinanza del futuro, y en este caso de los fenómenos atmosféricos y meteorológicos. Esta dimensión temporal, que es posible de ser superada en una transmisión televisiva en vivo o en un soporte digital, permanece estática en la prensa gráfica, y sólo es posible de sortear mediante la inclusión del “pronóstico extendido” que abarca la tendencia de los próximos tres o cuatro días. Pero las variaciones que se producen entre los puntos mínimos y máximos de temperatura, por ejemplo, escapan a la gráfica que se publica.

Se abordará este punto con un ejemplo de cada uno de los diarios estudiados para reconocer el modo en que se propone la función principal (la **localización**) en un mapa general sobre el tiempo. Ambos pretenden responder a la pregunta “¿Cómo estará el tiempo en... (lugar)?”. Los dos mapas corresponden a la misma semana, es decir que abarcan un rango común de temperaturas. Este punto es importante ya que, como veremos, el color del mapa cambia según la temperatura del día.

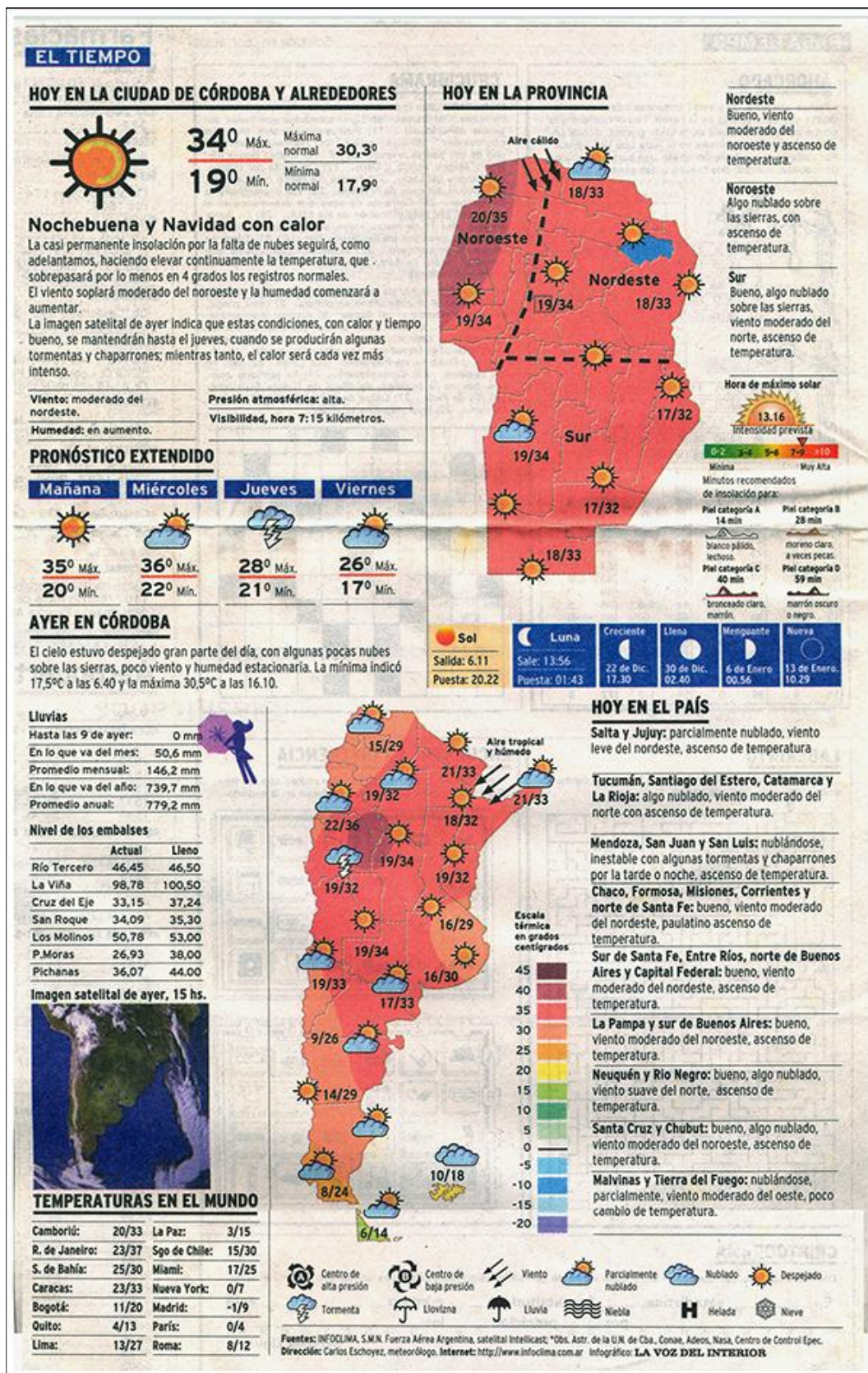


Figura 70. La Voz del Interior, Sección Humor y Servicios, 24 de diciembre de 2001, p. 10B.

*La Voz del Interior* ubica El Tiempo, en la contratapa del suplemento B, que contiene los clasificados<sup>316</sup>. La sección se denomina Humor y Servicios y allí se incluyen, además, tiras cómicas de Peiró, Maitena y Quino, el horóscopo y crucigrama. El Tiempo se ubica en el centro de la página sobre el margen derecho, se trata de un recuadro de 18 cm. de ancho por 30 de alto.

La infografía está dividida en dos partes. La primera ocupa exactamente la mitad superior, y a su vez, se encuentra subdividida en dos columnas. La de la izquierda da cuenta de las condiciones meteorológicas en la **ciudad de Córdoba** y alrededores (localiza). Para ello se utiliza una gráfica de sol a pleno y números para indicar temperaturas máximas y mínimas. Por debajo, un texto breve explica cómo se desarrollarán las condiciones climáticas a lo largo del día. Más abajo, distintas gráficas (sol pleno, nubes, nubes con tormentas) dan cuenta del pronóstico extendido, finalmente en esta primera columna, nuevamente se ubica al lector en la ciudad, pero se lo traslada al día anterior (“Ayer en Córdoba”).

La columna que se ubica a la derecha, también en la parte superior, muestra un mapa de la **provincia de Córdoba**. Aquí la **localización** es general. Si bien se observa la división por departamentos, hay otra partición con una línea de puntos negra, que parcela el territorio en tres zonas: noroeste, nordeste y sur. Las referencias, que se ubican sobre el margen derecho, también focalizan en esta localización más amplia. Y la gráfica sobre el mapa de la provincia de Córdoba, tampoco es específica. Si bien un conocimiento previo puede dar cuenta del departamento en el que se ubica la gráfica del sol, o del sol y nubes, no se trata de una ciudad ni de todos los departamentos. El color del mapa es rojo, más oscuro amarronado para la zona noroeste (en ese sector la temperatura es más alta).

La segunda mitad de la infografía, muestra en el centro el mapa de la Argentina. Mide 12 cm. de alto (el de la provincia de Córdoba 9,3 cm). También se presenta en colores rojos amarronados, los más oscuros en el noroeste de Córdoba, este de San Juan y la Rioja. Aquí si se incluyen las referencias que relacionan el color con la temperatura, y cobra sentido la coloración de ambos mapas. Los tonos rojos marrones se reservan para las temperaturas más altas, mientras que los

---

<sup>316</sup> Véase “El Tiempo”, *La Voz del Interior*, Sección Humor y Servicios, 24 de diciembre de 2001, p. 10B.

celeste/azules para las más frías<sup>317</sup>. La **localización** está planteada no sólo en la delimitación del espacio geográfico, sino también en el subtítulo “Hoy en el país”. En el mapa se advierte la división política, y las gráficas para indicar la característica del tiempo (despejado con sol, nublado, parcialmente nublado, tormentas) se distribuyen a lo largo de la carta temática, pero no necesariamente señalando un lugar en particular. Por ejemplo, se incluye una gráfica con un sol que se ubica en el límite entre Chaco, Santa Fe y Entre Ríos. Y en otro caso, el mismo símbolo “parcialmente nublado” (mitad sol mitad nube), se encuentra repetido en dos zonas, una sobre la cordillera y otra sobre el Atlántico en la misma provincia (Santa Cruz). En la segunda columna, las leyendas que hacen alusión al tiempo, toma nueve regiones, agrupando en ellas dos o más provincias. De modo que se repite el criterio de una **localización** más amplia en el caso de los dos mapas (el de Córdoba y el de Argentina). Y la **ubicación** más específica está dada por los subtítulos (“Hoy en la ciudad de Córdoba y alrededores”; “Ayer en Córdoba”; “Hoy en el país”). Aún así, el diario local focaliza en su territorio, en la zona próxima a su lugar de edición, y en segunda instancia al territorio nacional. Evidentemente, se trata, de una simplificación y una generalización de la información meteorológica. “La visualización de las variables meteorológicas – temperatura, presión, humedad, masas de aire, frentes, etc. – que integran los pronósticos cuando ellos se expresan en la forma de mapa meteorológico apela a diferentes recursos visuales – simbolización cartográfica – incluido el uso de diferentes subregistros al interior del propio registro visual. (...) Parte de la simbolización de los fenómenos meteorológicos aplicada a la confección de mapas para su divulgación en medios de comunicación tiende a recuperar figuras descriptivas que apelan a un sentido común estrechamente ligado a la experiencia sensorial en general y visual en particular de los cambios estacionales y diarios en las condiciones meteorológicas, que puede resultar familiar para un público lego amplio. En realidad el conjunto de símbolos – simplificado en ‘soles’ y ‘nubes’ o ‘símbolos puntuales pictóricos’ (...) apelan a sólo uno de los elementos que hace a

---

<sup>317</sup> Dice Doiny: “Esta correspondencia entre los colores y la experiencia de la temperatura, “contigüidad” valorativa entre la graduación de colores y la sensación corporal (experiencia sensorial) de los rangos de temperatura pronosticados redundan en una lectura “transparente” que no exige decodificación alguna por parte del lector que en realidad ya tiene incorporado esos códigos” (2009: 8).



la observación meteorológica, el denominado ‘informe de cielo’” (Doiny; 2009: 7).

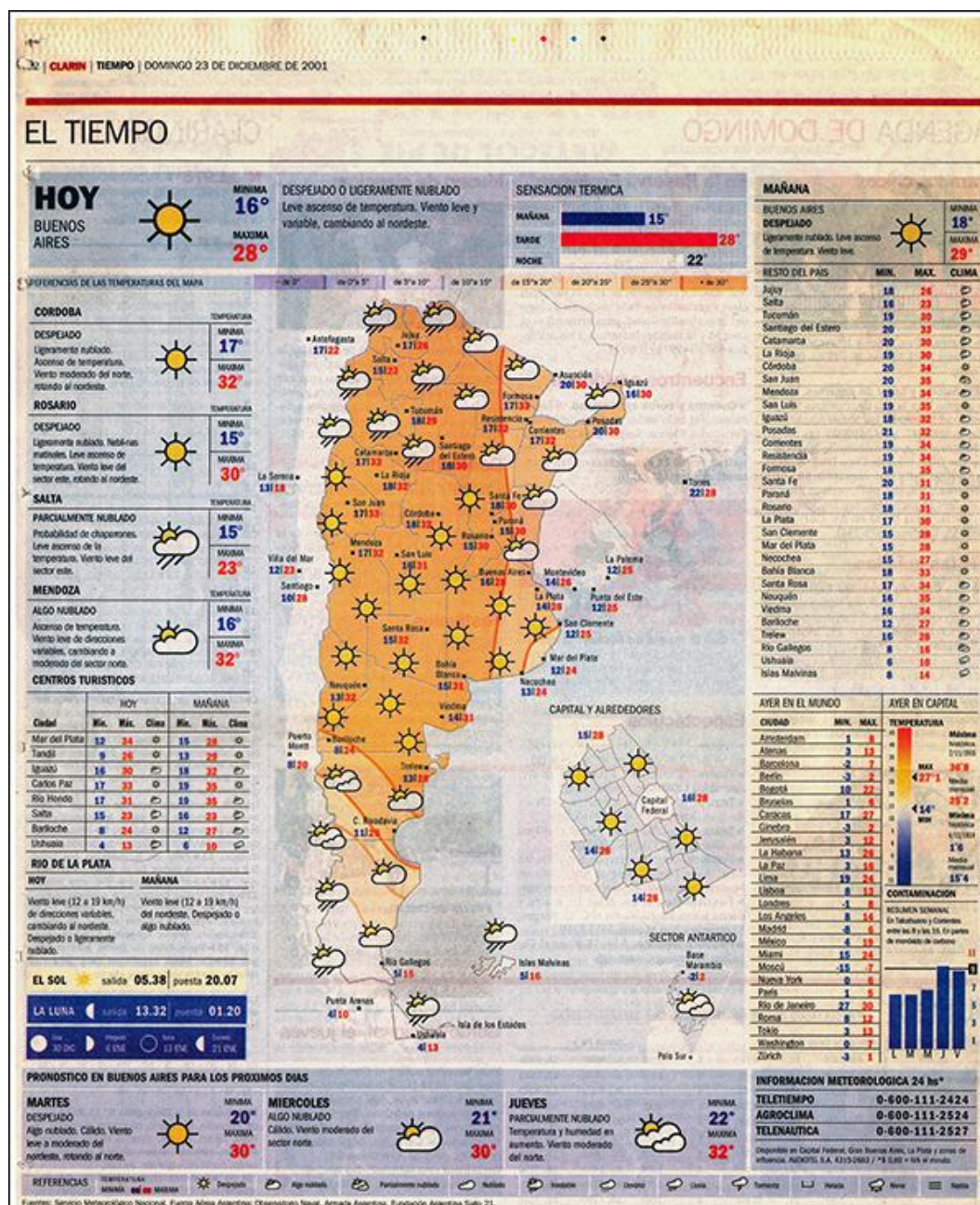


Figura 71. Clarín, 23 de diciembre de 2001, p. 82

En el diario *Clarín*, El Tiempo se ubica en la anteúltima página. Ocupa casi la totalidad del espacio, excepto los últimos 5,5 cm. reservados a publicidad. El diario que se eligió corresponde al 23 de diciembre de 2001, es decir que es de la misma semana (igual estación climática) que el de *La Voz del Interior*. Se

advierten muchas coincidencias en estos dos mapas, pero también algunas particularidades.

La infografía<sup>318</sup> está resuelta en cuatro columnas, las dos centrales corresponden a un mapa de la Argentina, y hacia la derecha, a la altura de la Patagonia, la Capital Federal y alrededores. Hacia el final del mapa, el sector antártico.

Pero en la franja superior, la que se ubica después del título (“El Tiempo”), aparece la primera **localización** “Hoy. Buenos Aires”. Aquí, al igual que en el caso anterior, hay una referencia espacial y temporal. En el mismo espacio, la gráfica de día despejado más las temperaturas mínimas y máximas (esta en color rojo). En la primera columna, la de la izquierda, las leyendas dan cuenta de la situación meteorológica en cuatro ciudades del interior del país, y de los centros turísticos más importantes. En la última columna, la de la derecha, nuevas localizaciones. Allí se muestra un listado de 31 ciudades argentinas a las que se denomina “Resto del país”, con datos del clima (a través de gráficas), y temperaturas mínimas y máximas (estas últimas también en rojo). Por debajo, con el subtítulo “Ayer en el mundo”, se da cuenta del registro de temperaturas de 26 ciudades de América, Europa y Asia.

El rojo es el color que se destaca. Se lo utiliza para dar cuenta de todas las temperaturas máximas, ya sea las que se muestran en el/los mapas, como así también en cada uno de los cuadros y tablas que incluyen esa información.

Este mapa contiene más registros que el anterior. Hay en él 41 puntos que se grafican de distinta manera para mostrar cielo, despejado o con lluvia. También se incluye el registro, aunque no la gráfica, de la temperatura de cuatro ciudades chilenas, una paraguaya, una brasilera y tres uruguayas<sup>319</sup>, y los valores de los “Centros turísticos” que se incluyen en la primera columna. Es necesario tener en cuenta que este mapa meteorológico fue publicado a fines de diciembre, tiempo en el que ya comienza la actividad turística. De modo que en este caso, si bien hay una restricción a una zona de interés, el territorio nacional (incluida la Antártida más el detalle de la Capital) también se puede observar una traspaso de las

<sup>318</sup> Véase “El Tiempo”, *Clarín*, 23 de diciembre de 2001, p. 82

<sup>319</sup> Dice Doiny: “Es relativamente frecuente que los contornos de la capa temática meteorológica se extiendan más allá de los límites del territorio nacional y que incluyan algunos datos predictivos para ciudades limítrofes (...) de los países vecinos, aunque suele mantenerse ese énfasis gráfico que permite visualizar fácil y prioritariamente el ‘territorio de interés’” (2009: 5)

fronteras hacia los países limítrofes. Esta situación no se daba en el caso anterior, en el que por ejemplo, el mapa de Argentina aparecía separado de los países vecinos.

En el caso de *Clarín* hay una reiteración en la localización. En el mapa aparece el punto donde se ubica la ciudad, a ello se agrega el nombre y el rango de temperatura. Además, en el listado de la derecha se reitera el nombre y el registro climático para el día siguiente, y en la columna de la izquierda se vuelven a reiterar los nombres de algunas ciudades y se incorporan otros (Carlos Paz, Río Hondo y Tandil). Córdoba, Rosario y Mendoza son nombradas dos veces para dar la condición meteorológica del día: (en el mapa y en la columna de la izquierda), y una vez para el pronóstico del día siguiente, y Salta nombrada tres veces (en la columna de la izquierda, en Centros Turísticos y en el mapa), y una vez para el pronóstico del día siguiente.

Entonces, es posible señalar que hay una **localización** primera: Hoy Buenos Aires (que es el lugar donde se edita el diario), y otras **localizaciones** en el mapa y en los textos que se reiteran. Aquí hay similitudes con el ejemplo de *La Voz del Interior*.

Los tonos del mapa se ubican en la gama de los rojos amarronados, excepto el sur del país (Chubut, Río Gallegos, Tierra del Fuego). La referencia de la temperatura, que se muestra por debajo de la primera franja, ubica esos colores para el rango de temperatura que se ubica por encima de los 25 grados. El mapa separado de Capital y alrededores, destaca en color blanco la ciudad de Buenos Aires. Aquí no se aplica el uso del color en relación a la temperatura. Además, fuera de la Capital Federal, y a pesar de que se advierte la división de los partidos del conurbano bonaerense, la **localización** es más general: seis soles (cielo despejado) se distribuyen en ese espacio, y se muestran cuatro rangos de temperaturas.

En la base de la infografía el pronóstico extendido para los tres días posteriores y más abajo, al final, las referencias de las gráficas empleadas, todo ello con un fondo de color grisáceo/azulado.

En ambas infografías los indicadores metatextuales son numerosos: títulos, subtítulos, leyenda, líneas que separan textos, tablas comparativas, etc. También

los indicadores deícticos, estos en mayor medida en la infografía de *Clarín*: puntos que ubican ciudades.

### III.2.2.3. Localizar y algo más

Hasta aquí los mapas, o planos o croquis se han trabajado con la convicción que la función que tienen al acompañar la noticia es **ubicar/localizar** el hecho o fenómeno de que se trate (esto último fundamentalmente en los mapas meteorológicos).

Pero ya se advirtió que el uso de los mapas es muy común como soporte o base en las infografías, es decir, que la función de localizar se torna secundaria y que prevalece otro tipo de funciones tales como secuenciar o describir/caracterizar/explicar un hecho, acontecimiento o fenómeno de la naturaleza. Sin duda que este tipo de infografías son más elaboradas y complejas, en el sentido de la cantidad de información que aportan.

Se tomarán dos clases de ejemplos para dar cuenta de este tipo de infografías que utilizan los mapas, croquis o planos, para algo más que ubicar al lector.

Por ejemplo, en la revista *Viva* del 16 de mayo de 1999, la nota de tapa hace referencia a la deforestación de la cuenca amazónica. El informe periodístico, el más importante de esa edición se despliega en trece páginas e incluye textos, fotografías y seis infografías relacionadas aunque publicadas en distintas páginas, que pueden leerse de manera conjunta o en forma separada, es decir, cada una de ellas como una unidad independiente. Una de esas seis infografías, y la principal<sup>320</sup>, es “La cuenca amazónica” (figura 72)<sup>321</sup>, ocupa toda la página 31 de la revista, y su imagen central es un mapa de la mitad norte de América del Sur, cuya función principal es **localizar** (en rojo) las áreas deforestadas de Brasil, específicamente, en la cuenca del río Amazonas, y complementar esta información con otros datos tales como superficie de la selva, población, tribus, etc. Pero, si esta infografía se lee asociada a las otras cinco, ya esa función de

<sup>320</sup> Véase infografía “La cuenca amazónica”, acompaña al informe especial “Viaje al fin del Amazonas, Revista *Viva*; 16 de mayo de 1999, p. 31.

<sup>321</sup> Las otras infografías son: “Selva de tierra firme”, pp32/33; “Selva de tierra firme” (especies), p. 34; “El río Amazonas”, p. 36; “La selva varzea”, p. 37; “Deforestación” p.39.

localización pasa a ser una más, prevaleciendo otras que tienen que ver con la explicación del funcionamiento del ecosistema.

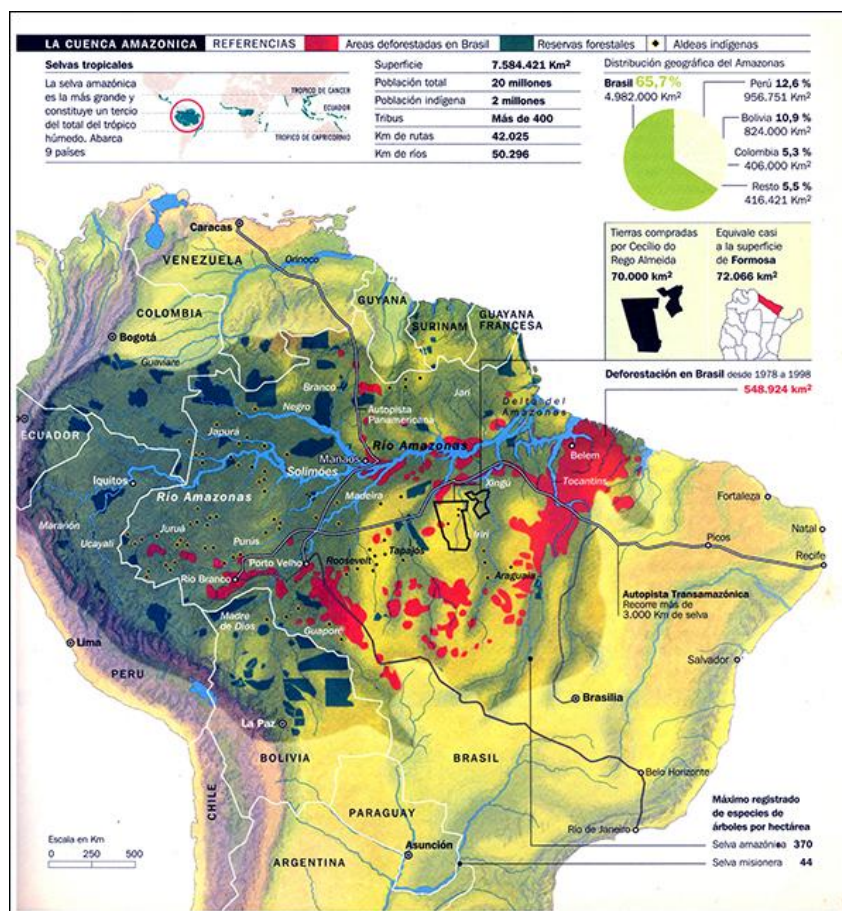


Figura 72. Revista *Viva*, 16 de mayo de 1999, p. 31

El mapa utiliza los colores clásicos de la cartografía: distintos tonos de verde para las llanuras (más claro), las zonas selváticas (más oscuros), marrones y ocre para la cordillera, celeste para ríos y lagos, y en rojo se marcan (indican) todas las zonas deforestadas de Brasil. En verde más oscuro se destacan las reservas forestales y con pequeños rombos negros se ubican las aldeas indígenas. Los límites entre los países en finas líneas blancas.

En general, la simbología para referenciar ciudades, caminos, autopista, responde a las de la cartografía. Sin embargo, el mapa es escueto, en el sentido que sólo referencia las localidades y ríos principales. El foco está puesto en la zona selvática. En este espacio, el nombre de las ciudades aparece en blanco, mientras que en el resto, en negro. Y destacado con un filete negro grueso, la zona en

riesgo de deforestación (que se compara con la superficie total de una provincia argentina), comprada por un empresario brasilero. Como se observa hay numerosos indicadores metatextuales, y las zonas rojas, al igual que en otras infografías, se convierten en indicadores deícticos en el marco de la infografía.

Sin duda, el mapa permite **localizar/acercar/referir** espacios que se encuentran muy lejanos a la vida cotidiana de los lectores, y también posibilita ver/acercar a la vista y conocimiento un problema real que aqueja a todos por igual, además de resumir y sintetizar su complejidad.

El tema ambiental aparece con frecuencia, durante el período estudiado, tanto en la revista *Viva* como en páginas relacionadas con ecología y el cuidado del ambiente<sup>322</sup>. En este sentido, la geógrafa Hollman publicó un artículo acerca de la visualización de la cuestión ambiental, precisamente en *Viva*, cuyas ideas resultan pertinentes para el caso que nos ocupa. Dice que la revista “apela a la elocuencia del mapa para hacer ver que el cambio climático también tendrá incidencia en Argentina (...) La función de este mapa (...) no se limita a la localización: los posibles efectos del cambio climático se inscriben en círculos indicando precisión, exactitud y autoridad. En efecto, registrar en un mapa los hipotéticos efectos del cambio climático los reviste de un carácter científico y los convierte en un hecho real. (...) mapear los efectos del cambio climático nos hace ver algo que también excede nuestra visión desde la escala geográfica -efectos locales y regionales de un fenómeno global- y la escala temporal -efectos en un tiempo futuro que todavía no podemos visualizar-. El mapa nos persuade, nos hace ver algo que no podríamos ver en forma directa: los efectos del cambio climático en el tiempo presente y en el territorio nacional” (2013:10).

El mapa de la cuenca amazónica resulta atractivo, contiene mucha información, permite dimensionar y comparar espacios, y delimita claramente la zona afectada (en rojo, en peligro).

Infografías como ésta (si se toman las seis en conjunto), más complejas por la cantidad de información y funciones que incluye (también con una intencionalidad pedagógica) irán adquiriendo en esta revista autonomía de la

---

<sup>322</sup> Véase también la infografía “Argentina, ¿un país tropical?”, *Viva*, 9 de setiembre de 2001.



habitaciones y el mobiliario con el que contaba la familia, así como las formas de acceso al espacio de aislamiento. Cada detalle de la casa está explicado mediante una leyenda (quien ocupaba esa habitación, cuál era su utilidad, cómo estaba dispuesto el mobiliario, etc.), y luego los datos de la casa hoy, los campos de concentración, la cantidad de judíos asesinados, el mapa que reconstruye el traslado de Anna y su hermana, una fotografía de Anna y también de su diario, y las fotografías de las dos familias que compartieron el encierro.

De modo que, si bien la imagen más importante refiere a la casa y sus características, no se trata sólo de eso. La infografía avanza más en la historia de la pequeña y su familia por lo que no es posible señalar que sólo se trata de la ubicación de la habitación de Anna. La dimensión espacial se advierte claramente, pero también hay una alusión al tiempo (secuencia cronológica), que comienza en 1929 año del nacimiento de Anna y culmina en 1945, año de su muerte. Asimismo hay una travesía en el espacio geográfico, indicado con líneas y flechas sobre un mapa, es el camino hacia la muerte, hacia Auschwitz primero y finalmente hacia Bergen-Belsen.

Otro ejemplo: el domingo 21 de mayo de 2000, en la página 20 y 21, la infografía “Bien porteño” (figura 74) incluye datos históricos, de construcción y de **localización** del Obelisco<sup>325</sup>. Al igual que en el caso anterior fue publicada en la sección **i** de la Revista *Viva*.

La imagen principal, ubicada en el centro de la infografía, muestra al Obelisco con un corte transversal que permite al lector ver cómo es el monumento por dentro, transparentar sus paredes y encontrarlo al desnudo. Y una ampliación del vértice, punta, del Obelisco que muestra las formas por dentro y la comparación con la altura de un hombre, además de algunas características técnicas. También se compara la altura con otros edificios de Buenos Aires y las leyendas refieren a particularidades, anécdotas y los cambios sufridos con el paso del tiempo.

---

<sup>325</sup> Véase la infografía “Bien porteño”, Revista *Viva*, 21 de mayo de 2000, pp.20/1.



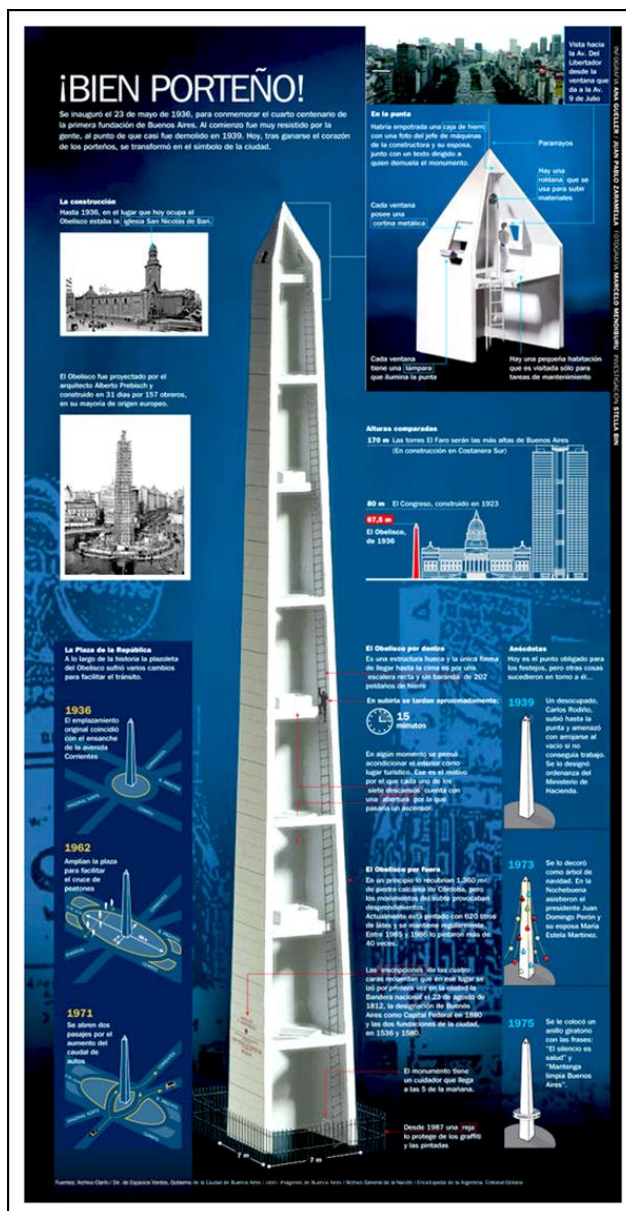


Figura 74. Revista *Viva*, 21 de mayo de 2000, pp.20/1

La infografía, con muy pocas variantes, fue publicada nuevamente en 2001 en Guías Visuales de la Argentina, con el título “El símbolo porteño”<sup>326</sup>, en el cuadernillo correspondiente a Buenos Aires, Centro Histórico, un producto de compra opcional que comenzó a salir ese año (figura 75).

<sup>326</sup> Véase la infografía “El símbolo porteño”, Guías Visuales de la Argentina Clarín. Buenos Aires Centro Histórico, 2001, p. 87

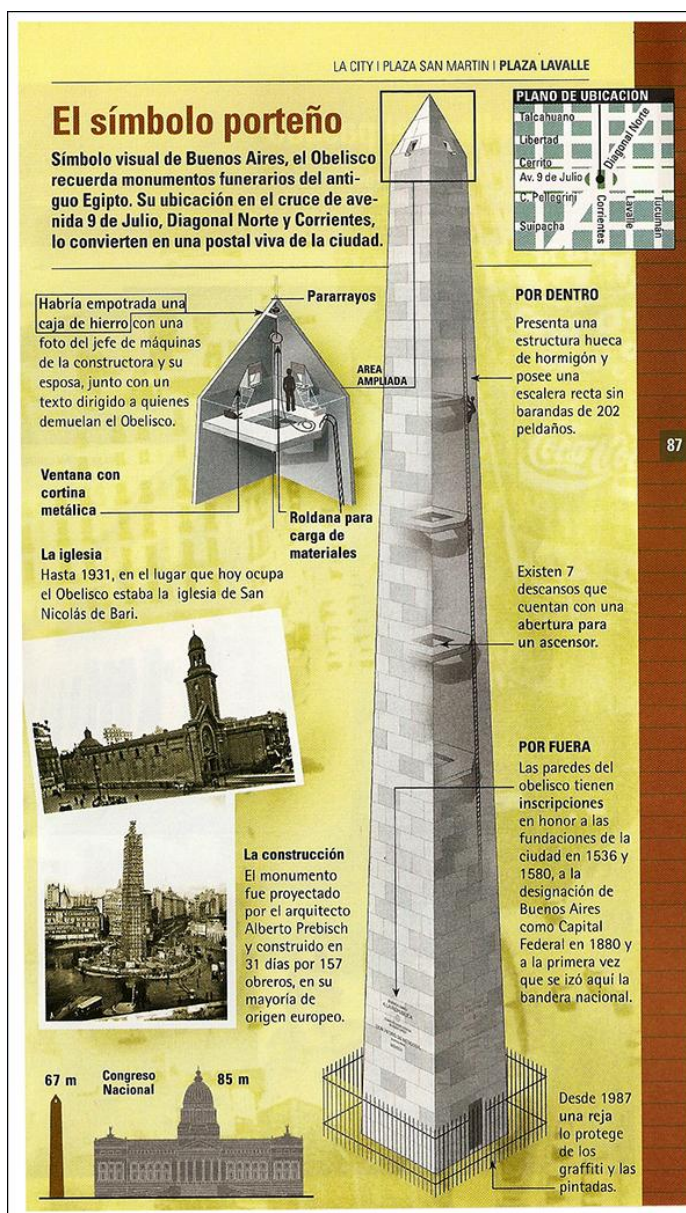


Figura 75. Guías Visuales de la Argentina Clarín. Buenos Aires Centro Histórico, 2001, p. 87

Un caso similar es el del Teatro Colón. En esa misma guía visual turística se muestra un corte transversal del mayor teatro argentino que permite ver algunos detalles de la sala principal (figura 76)<sup>327</sup>.

Otras referencias destacadas se sacan fuera de la imagen principal y mediante flechas se las ubica en el edificio. Esto permite darle un nombre a ese detalle (por ejemplo El salón Dorado) y mostrarlo mediante una pequeña fotografía. La

<sup>327</sup> Véase la infografía “Teatro Colón”, Guías visuales de la Argentina Clarín. Buenos Aires Centro Histórico, 2001, p. 82/83

infografía cuenta con numerosas referencias de localización (“La marquesina de la calle Libertad...”; “La cúpula se alza sobre el centro de la sala principal...”; “El escenario ocupa un área de...”), y datos técnicos.

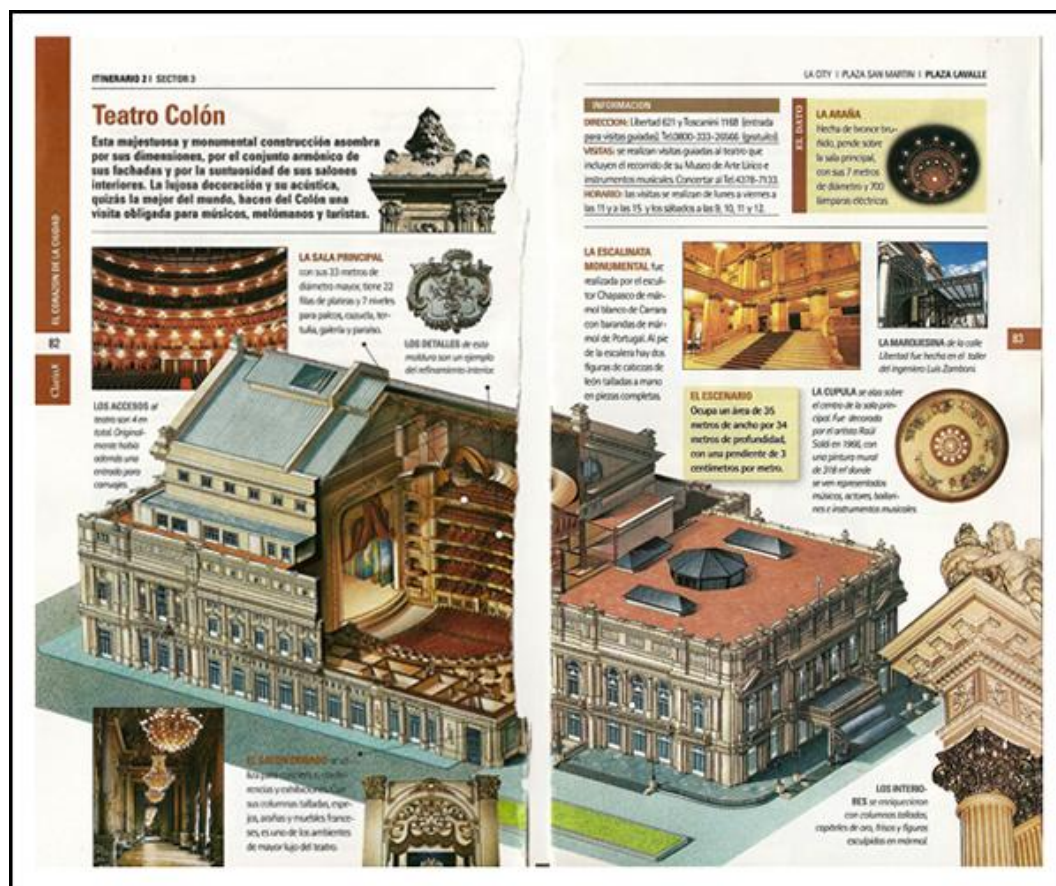


Figura 76. Guías visuales de la Argentina Clarín. Buenos Aires Centro Histórico, 2001, p. 82/83

La misma infografía, pero sólo con la estructura arquitectónica y el corte transversal, sin las leyendas y explicaciones, forma parte del almanaque 2002 (el mes de enero), y con muy pocas variantes, fue publicada nuevamente en otras notas acerca de las remodelaciones del teatro<sup>328</sup>.

<sup>328</sup> Véase la infografía “Teatro Colón: confirman que en tres meses comienzan a remodelar la sala”, *Clarín*, Sección Ciudad, 27 de julio de 2006; también “Teatro Colón: secretos de una restauración histórica”, *Clarín*, sección La Ciudad, 16 de mayo de 2010, pp. 54/5.

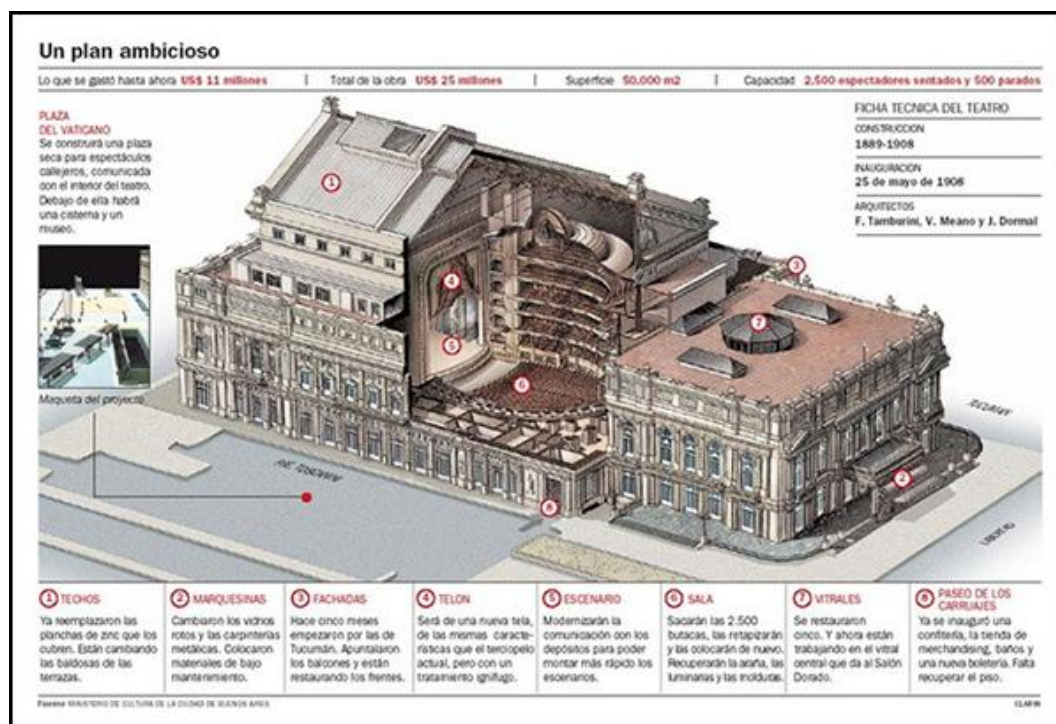


Figura 77. *Clarín*, 27 de julio de 2006, p. 19

Si bien el último dato al que se hace alusión se ubica fuera del corpus estudiado (2006 y 2010) resulta útil para advertir la reutilización y redirección de infografías de un producto gráfico a otro, dentro de la oferta del mismo grupo *Clarín*. Esta decisión, que se intuye como amortización de la inversión y economía de recursos, posible a partir de las facilidades de archivos de tecnología digital, se reitera en los dos diarios estudiados. Se retomará en la *Cuarta Parte* de esta tesis, el análisis de infografías con estas características, aquellas que se independizan de la noticia y que hacia el final del período que estudia esta tesis se presentan en otros productos no periodísticos de las mismas empresas editoras de ambos diarios.

### III.2.3. Secuenciar/ordenar por etapas

En el estudio del corpus se ha encontrado otro tipo infografía que focaliza en la **dimensión temporal** más que en la espacial, por lo que su función primordial es dar cuenta de una **secuencia**, de un orden cronológico, de las etapas que acontecen en el transcurso de un lapso determinado, y ello muchas veces, aunque no necesariamente, está anclado en un espacio. Se trata entonces de infografías que se centran en el período de tiempo en el que transcurren los hechos. Esta sucesión de acontecimientos da cuenta de la acción, de lo que ha ocurrido, discriminado en fases, períodos, momentos.

Esta secuencia puede ser causal y cronológica, pero no necesariamente debe dar cuenta de todas y cada una de las etapas de un proceso o de un acontecimiento. La noticia seleccionará los momentos más relevantes y serán esas etapas las que se verán gráficas en las infografías de este tipo<sup>329</sup>. Para poder observar sus recurrencia se tomaron 84 infografías de las relevadas en el período estudiado. Aquí fue posible advertir que se detienen en las distintas secuencias o etapas del acontecimiento.

A los fines de ordenar este escrito, se establecerá una subdivisión dentro de este tipo de infografías. Primero se abordarán aquellas en las que están involucrados personas: se trata de las que dan cuenta de un hecho/acción, discriminado en etapas, de la que es/son protagonista/s uno o varios sujetos y que se enmarcan en un escenario, que, al igual que se señaló en el apartado anterior, puede ser un espacio ampliado (barrio, manzanas, predio) o bien muy restringido (casas, habitaciones). En estos casos, por lo general, se ubican las noticias relacionadas con hechos policiales, catástrofes o accidentes. Entonces, aquí se combinan la **dimensión temporal y espacial**, aunque prevalece la primera. Los períodos de

---

<sup>329</sup> Dice Valero Sancho al respecto: “A menudo cuando se da en un escenario la sucesión cronológica, se numera por medio de leyendas que permiten poderla leer ordenadamente, puesto que los grafismos se encuentran distribuidos de manera fortuita sobre el plano dado que se quiere emular a lo que ocurrió y los sucesos no tienen el orden de lectura de los textos. Por otro lado, también infografías presentadas de forma secuenciada como si se tratara de varias fotografías que permiten narrar por medio de una serie cronológica próxima, comienzan normalmente con una viñeta o infograma de carácter descriptivo, como el plano de ubicación u otros similares, y luego presentar la sucesión de tres o cuatro actos significativos que permiten conocer los sucesos por medio de dibujos” (2008: 634).

tiempo que se seleccionan para graficar son cortos, a veces no superan el día, o incluso la hora.

En una segunda subdivisión, se presentan infografías que grafican las etapas/momentos de objetos, procesos científicos y también procesos históricos en las que la acción del sujeto individual se desdibuja y la noción del tiempo se amplía. En las dos primeras se prescinde de la dimensión espacial, pero continúa siendo necesaria en la última.

Si se pretende relacionar este tipo de infografías con las preguntas clásicas de la noticia es evidente que responderían al *cuándo*, pero también al *cómo* en la sucesión temporal. El *cuándo* determinará, en combinación con el desarrollo de la noticia, el momento exacto (en períodos de tiempo, día, hora, etc.), pero la aparición aquí del *cómo* se vinculará con el modo (las fases/etapas) en que se han presentado los hechos.

Sin duda esta dimensión temporal forma parte del relato de lo que pasó y en este caso se convierte en una dimensión clave para comprender el acontecimiento. Aunque vale aclarar, que en este tipo de reconstrucción de los eventos, esta mirada sobre las acciones no es la única que se observa, también aparecen espacios dedicados a trazar minuciosamente las características de los escenarios, personajes y objetos conectados con el hecho<sup>330</sup>.

Dice Genette, refiriéndose al texto literario: “Todo relato conlleva (...) íntimamente mezcladas y en proporciones muy variables, por una parte, representaciones de acciones y de acontecimientos que constituyen la narración propiamente dicha y, por otra parte, representaciones de objetos o de personajes que constituyen lo que hoy se llama la *descripción*” (1982: 198)<sup>331</sup>.

---

<sup>330</sup> En el relato de estos acontecimientos la noticia deviene crónica, pero, se reitera, no se hará aquí esta diferenciación en los llamados géneros periodísticos. Se abordará un elemento del paratexto (la infografía) que acompaña a la noticia, más allá de la forma que ésta adopte para hacer conocer lo que pasó.

<sup>331</sup> Dice Genette en “Fronteras del relato”: “En principio, es posible, evidentemente, concebir textos puramente descriptivos que tiendan a, representar objetos sólo en su existencia espacial, fiera de todo acontecimiento: y aun de toda dimensión temporal. (...) Se puede, pues, decir que la descripción es más indispensable que la narración ya que es más fácil describir sin contar que contar sin describir (quizá porque los objetos pueden existir sin movimiento, pero no el movimiento sin objetos). Pero esta situación de principio indica, de hecho, la naturaleza de la relación que une a las dos funciones en la inmensa mayoría de los textos literarios: la descripción podría concebirse independientemente de la narración, pero de hecho no la encontramos nunca, por así decirlo, en estado puro; la narración no puede existir sin descripción, pero esta dependencia no le impide representar constantemente el primer papel”. (1982:199)

### III.2.3.1. Las marcas temporales de lo inesperado

Las infografías que se ubican en este grupo se publican en su gran mayoría en las páginas de Sucesos o Policiales y menos veces en Sociedad o Información General. Forman parte de un grupo de noticias que deben ser reconstruidas para aproximarse a lo que efectivamente ocurrió en el mundo real, de modo que en esta etapa resulta necesario validar la información, esto es probar la *autenticidad*, la *verosimilitud* o la *explicación*<sup>332</sup> de la información (Charaudeau; 2003: 65)

Este tipo de infografía, que por lo general tienen como soporte un mapa o plano para aportar datos acerca del *dónde* ocurrieron los hechos. En el material relevado casi siempre acompañan a una crónica y ocupan un lugar destacado en las páginas, tanto por su ubicación -en las más de las veces en la parte superior-, como el tamaño; por lo general se las encuentra acompañando a alguna fotografía que otorga mayor verosimilitud al hecho. En una importante cantidad de infografías resulta claro desde el comienzo, la intención de dar cuenta de las etapas/momentos del acontecimiento. Ya en el título se advierten palabras tales como *secuencia*, *crónica*, *cronología*, *paso a paso*, que reflejan que es la dimensión temporal la que resulta relevante en el gráfico<sup>333</sup>.

Ya se está en condiciones de señalar que en la infografía el *estado inicial* siempre está señalado con un número 1, a veces acompañado por un reloj digital o de agujas, y el suceso perturbador o complicación está destacado mediante el color

<sup>332</sup> Dice Charaudeau que la autenticidad “se caracteriza por el hecho de que se puede atestiguar la existencia misma de los seres del mundo, sin artificio, sin ningún filtro entre lo que sería el mundo empírico y la percepción del hombre. (...). La verosimilitud se caracteriza por el hecho de que, al no estar presente el mundo y al haberse producido ya los acontecimientos, se puede reconstruir analógicamente la existencia posible de lo que ha sido o será. (...) La explicación se caracteriza por el hecho de que pueda determinarse el porqué de los acontecimientos, lo que los ha motivado, las intenciones y la finalidad de quienes han sido sus protagonistas (...)” (2003: 65/6)

<sup>333</sup> Véase por ejemplo: infografía “La secuencia de una tragedia”, acompaña a la noticia “Cinco muerto durante un intento de asalto en Palermo”, *Clarín*, 3 de octubre de 2000, sección Información General, p. 35; infografía “La secuencia”, acompaña a la noticia “Terror bajo el agua: tres buceadores mueren ahogados”, *Clarín*, 20 de junio de 2000, sección Información General, p. 33; infografía “Los crímenes, paso a paso”, acompaña la noticia “Bronca y dolor en el entierro de los jóvenes asesinados”, *Clarín*, 31 de diciembre de 2001, sección Información General, p. 33; infografía “230 kilómetros de persecución”, acompaña la noticia “Sangriento final de una fuga con rehenes”, *La Voz del Interior*, 14 de abril de 2000, sección Policiales/Judiciales, p. 20A; infografía “Crónica de los desbordes”, acompaña a la noticia “La Municipalidad fue un campo de batalla”, *La Voz del Interior*, 22 de noviembre de 2000. Sección Política, p. 4A; infografía “La intervención paso a paso”, acompaña a la noticia “Evoluciona bien la mujer a la que se le reimplantó la mano izquierda”, *La Voz del Interior*, 9 de marzo de 1999, sección Información General, p. 16A; entre otros.

(por lo general el rojo o negro con trazos gruesos en el caso de la edición en blanco y negro), un círculo, una estrella que indica el estallido, etc.; las etapas posteriores al suceso perturbador también están señaladas en **orden cronológico**. Otras veces las etapas posteriores se muestran a través de pequeños gráficos complementarios, para los que se utilizan figuras estandarizadas que dan cuenta de las consecuencias (por ejemplo siluetas humanas para mostrar la cantidad de muertos, detenidos, calidad del material secuestrado, etc.). Se reitera aquí que en relación a este punto la tecnología disponible permite el almacenamiento de una serie de ilustraciones y gráficos que rápidamente ponen a disposición del infografista figuras, autos, planos de calles, etc. Es así que es posible observar una homogenización en relación, por ejemplo, al conteo de las víctimas de un hecho violento, que, en la mayoría de las veces, pierden su identidad y pasan a mostrarse como un número, una sucesión de siluetas que conforman una cantidad, por lo general expresada en rojo o negro. En muy pocos casos las víctimas aparecen con nombre y apellido.

Con respecto a las secuencias descriptivas que siempre están presentes en la crónica, aquí no se observan de manera general, podrían remitir a ella algunos gráficos complementarios que dan datos acerca de las características del sujeto/objeto/estado que participa en el hecho; pero hay ausencia de adjetivos, en el sentido de dotar de expresividad al objeto/sujeto/estado que se describe. Sí suelen aparecer los testigos, a través del modo indirecto en algunos casos se hace alusión a las fuentes.

En relación a los pequeños textos que se incluyen dentro de toda infografía, son muy breves y precisos en el dato que aportan. La valoración del hecho, que siempre está presente en las crónicas a través de adjetivos, por ejemplo, se desplaza al título del gráfico (*El trágico desenlace de una imprudencia*<sup>334</sup>; *La secuencia de una tragedia*<sup>335</sup>; *Dispuestos a todo*<sup>336</sup>).

---

<sup>334</sup> Véase la infografía “El trágico desenlace de la imprudencia”, acompaña a la noticia “Trampa fatal para seis niños y tres adultos”, *La Voz del Interior*, sección Sucesos, 20 de noviembre de 2000, p. 22A.

<sup>335</sup> Véase la infografía “La secuencia de una tragedia”, acompaña a la noticia “cinco muertos durante un intento de asalto en Palermo”, *Clarín*, sección Información General, 3 de octubre de 2000, p. 35.

<sup>336</sup> Véase la infografía “Dispuestos a todo”, acompaña a la noticia “Armados como para una guerra, atacan un blindado”, *Clarín*, sección Información General, 11 de octubre de 2000, p. 49



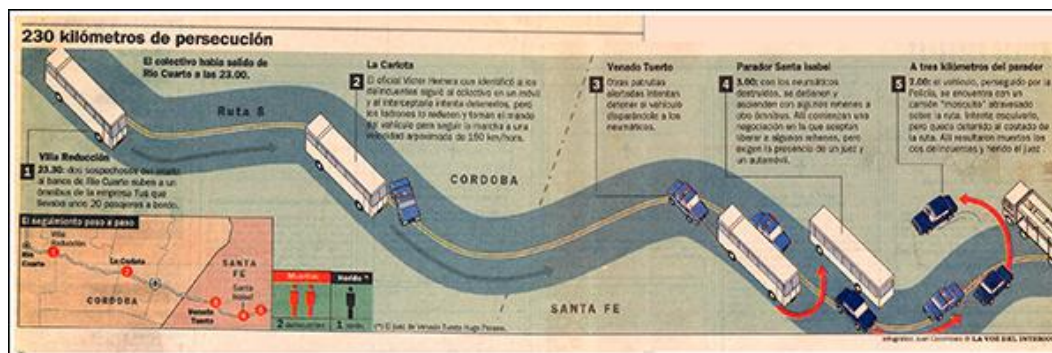


Figura 78. *La Voz del Interior*, 14 de abril de 2000, sección Policiales/Judiciales, p. 20A

El ejemplo que se ha elegido para trabajar este punto es una infografía publicada el 14 de abril de 2000 en el diario *La Voz del Interior*, a seis columnas, todo el ancho de la página, por 9 cm. de alto, ubicada en la parte superior de la página (figura 78)<sup>337</sup>. Da cuenta de un hecho policial: la persecución de dos sospechosos de haber robado un banco y que abordan un ómnibus de larga distancia. El texto periodístico relata este hecho, ocupa toda la página sábana con dos fotografías, una del ómnibus y otra del auto en el que intentaron escapar, además de tres noticias asociadas. Su título remite a un itinerario (“230 kilómetros de persecución”) que resume el hecho en cinco momentos/etapas, señalizada cada una de ellas con un número en tipografía blanca sobre fondo negro, cada uno de esos momentos está anclado a un espacio físico e identificado con el nombre de la localidad o paraje (Villa Reducción, La Carlota, Venado Tuerto, etc.) y con referencias que permiten conocer la duración del hecho (entre las 23,30 horas y las 7.00 del día siguiente). Aquí aparecen indicadores de conexión lógico-temporal (la enumeración del 1 al 5, la indicación del horario), así como señalamientos varios que nos ubican en un espacio.

En relación a la localización en el espacio, se advierten dos formas. Una de ellas se observa en el margen inferior izquierdo de la infografía: un mapa parcial de la ruta 8, que tiene su punto de inicio en la ciudad de Río Cuarto y que reitera en rojo las distintas estaciones marcadas en el gráfico principal. Aquí la variable

<sup>337</sup> Véase la infografía “230 kilómetros de persecución”, acompaña la noticia “Sangriento final de una fuga con rehenes”, *La Voz del Interior*, 14 de abril de 2000, sección Policiales/Judiciales, p. 20A.

visual tono permite diferenciar dos provincias (Córdoba, más claro, y Santa Fé, más oscuro).

La gráfica que se realiza de la ruta en la imagen principal no es una representación exacta de la ruta real. Si bien hay una relación de espacio lineal/distancia entre un punto y el otro (es menor el espacio que se grafica entre, por ejemplo, el Parador Santa Isabel y el lugar donde se produce la culminación del hecho –tres kilómetros-, que el espacio graficado entre Villa Reducción y La Carlota –vinculación entre puntos 1 y 2-), la infografía sintetiza/resume el recorrido estableciendo sólo una referencia general: la línea punteada que separa la provincia de Córdoba de Santa Fe. Esta división refuerza lo dicho en el sentido de la representación de las distancias. Si se observa el mapa, la distancia que hay entre el ingreso a la provincia de Santa Fe y el lugar de culminación del hecho (punto 5) corresponde, aproximadamente, a la mitad de la que hay entre Río Cuarto y el ingreso a Santa Fe. En el dibujo principal de la infografía esa distancia se iguala: la mitad izquierda para Córdoba, la mitad derecha para Santa Fe. Seguramente se trata de una estrategia del infografista, ya que debe incluir muchos más elementos en la mitad derecha del gráfico que en la izquierda. Pero esto refuerza la idea acerca de la aproximación en la reconstrucción de los hechos, que en la simplificación muchos de los datos se abrevian y se tornan relativos y generales en beneficio de la economía de la información. Esa **simplificación/resumen** no altera la mostración de la resolución del acontecimiento, aunque sólo una parte del mismo es la que adquiere relevancia: la **secuencia**.

Resulta interesante advertir cómo la gráfica da cuenta de esa **sucesión lógica** como así también de una relación de causa-consecuencia, utilizando para ello indicadores de conexión temporal, metatextuales o espaciales.

En primera instancia aparece claramente el trazado de la ruta, que es nombrada e identificada como 8, que se presenta en tonos grises oscuros (similares a los del asfalto) con una doble línea amarilla, que se corresponden con las convenciones del señalamiento vial. Los vehículos que se distinguen son los ómnibus en blanco, la mitad delantera de un camión en el borde derecho de la infografía, los

patrulleros (se reconocen las balizas en el techo) y un auto, más oscuro, el que intentan utilizar los delincuentes.

Los textos que se incluyen cobran importancia en la localización<sup>338</sup>. Todos ellos contienen palabras en negrita (a modo de título) que se corresponde con un espacio en esa ruta. Es decir, aquí se complementan etapa/momento (dimensión temporal) con lugar/zona geográfica (dimensión espacial) mediante indicadores metatextuales (los textos breves que aparecen en cada una de las estaciones con sus diferencias tipográficas; los filetes que vinculan esos textos y números de cada una de las etapas con un lugar en la ruta; las flechas que van mostrando el trayecto –rojas en el momento de la resolución–); e indicadores de conexión lógico-temporal (1, 2, 3...; 23.00; 23.30, 3.00; 7.00).

Al igual que en otras infografías analizadas, el rojo se comporta como indicador deíctico en el marco de la infografía. Ubica al lector en el lugar de la resolución del hecho (en las etapas 4 y 5, las últimas cuatro horas que culminan el acontecimiento, las flechas, grises hasta ese momento, se tornan rojas). También aquí se muestran figuras humanas para referenciar la cantidad de muertos. Aquí aparece una novedad, el herido es identificado mediante un asterisco. En la gráfica se lo representa en negro. A los muertos (los delincuentes) se los identifica en la noticia, en la infografía están referidos con un número.

Es interesante advertir el trazo de la ruta en la infografía: comienza en el borde superior izquierdo, se muestra como una línea ondulante y culmina en el borde inferior derecho. El recorrido visual se presenta de arriba hacia abajo y de izquierda a derecha, al igual que el orden de lectura.

---

<sup>338</sup> Los textos auxiliares dicen: “**1. Villa Reducción 23.30:** dos sospechosos del asalto al banco de Río Cuarto suben a un ómnibus de la empresa Tus que llevaba unos 20 pasajeros a bordo. **2. La Carlota:** El oficial Víctor Herrera que identificó a los delincuentes siguió al colectivo en un móvil y al interceptarlo intenta detenerlos, pero los ladrones lo reducen y toman el mando del vehículo para seguir la marcha a una velocidad aproximada de 150 km/hora. **3. Venado Tuerto:** Otras patrullas alertadas intentan detener el vehículo disparándole a los neumáticos **4. Parador Santa Isabel 3.00:** Con los neumáticos destruidos se detienen y ascienden con algunos rehenes a otro ómnibus. Allí comienzan una negociación en la que aceptan liberar a algunos rehenes, pero exigen la presencia de un juez y un automóvil. **5. A tres kilómetros del parador 7.00:** el vehículo perseguido por la policía, se encuentra con un camión “mosquito” atravesado sobre la ruta, intenta esquivarlo pero queda detenido al costado de la ruta. Allí resultaron muertos los dos delincuentes y herido el juez”. Las negritas son del original.

Esta reconstrucción del evento, al igual que la misma noticia es aproximada y surge de lo que dicen los testigos. Las catástrofes así como los accidentes son eventos que interrumpen la rutina periodística y tienen un grado de imprevisibilidad que no hace posible al periodista ubicarse en el lugar al momento de ocurrir el hecho.

Dice Valero Sancho que se trata de noticias “bastante imprevisibles aunque dependiendo de sus características también pueden prepararse”<sup>339</sup>, y agrega que por ejemplo en el caso de accidentes como el del Concorde o el submarino nuclear Kurks “las infografías son el producto más propio para relatar como ocurrieron los hechos y que características descriptivas tenían los artefactos o las consecuencias catastróficas a que dieron lugar” (2008: 634/5)<sup>340</sup>.

En el “cómo ocurrieron los hechos” se advierte que la recurrencia es mostrar de manera destacada las **etapas** del acontecimiento. Pero, como ya se ha dicho anteriormente, nunca se trata de toda la **secuencia**, sino sólo aquellas etapas que se consideran más relevantes. En este sentido, aquí se advierte claramente la conceptualización de la infografía en tanto síntesis/resumen de lo acontecido.

Y para profundizar la vinculación entre la infografía y el acontecimiento (la noticia), se trabajará el caso siguiente, la caída del avión Concorde, en una permanente relación entre el desarrollo de la información y la graficación de la noticia, con el objetivo de hacer hincapié en esta función que aparece como prioritaria en todas las infografías: la necesidad de sintetizar, resumir, esclarecer. Aquí se mostrará cómo esa necesidad de resumir se orienta hacia la focalización de la **secuencia** en que han ocurrido los hechos.

En términos de Genette, aparece claramente el “tiempo del relato”, diferente al “tiempo de la historia”, este último el tiempo *real* en que sucedió el hecho/la historia, a diferencia del primero que refiere al orden que el autor elige a la hora de

---

<sup>339</sup> Esto ocurre por ejemplo en el caso de la graficación de fenómenos meteorológicos que pueden anticiparse o en su continuidad pueden advertirse los próximos pasos o consecuencias (tornados, tsunamis, incendios, etc.)

<sup>340</sup> También dice Valero Sancho que “la infografía participó con gran profusión de presentaciones en las últimas grandes catástrofes naturales inesperadas, como en el caso del tsunami del Océano Índico y sus tan dramáticas e inesperadas consecuencias en el Sudeste Asiático, en Indonesia y otras tierras adyacentes. El niño y la niña, volcanes en erupción, grandes riadas de fango y lodo en concentraciones de población, grandes sequías o lluvias, siempre tienen infografías del día, ocupando las más importantes páginas de las publicaciones impresas, aunque pocas veces aparecen sustituyendo a las fotográficas portadas. (2008: 634/5)

narrar dicha “historia” (1989: 90/1). Y a su vez, se insiste aquí: ese tiempo sufre otras variaciones al graficarse el hecho<sup>341</sup>.

Uno de los hechos más dramáticos que ocurrieron en el período que se estudia fue la caída del Concorde<sup>342</sup>, un avión que hasta ese momento era considerado como “el más seguro del mundo” (figura 79)<sup>343</sup>. Se toma este ejemplo relacionado con la noticia que enuncia el siniestro, para mostrar el resumen o síntesis del hecho que realiza la infografía, por un lado, y su focalización casi exclusiva (para precisamente resumir/sintetizar) en la **secuencia** de los hechos.

La noticia indica que un avión Concorde de la empresa Air France cayó, envuelto en llamas, a poco de despegar del aeropuerto de Conesse, cerca del aeropuerto parisino de Roissy. Agrega que en el accidente murieron 113 personas: 96 turistas alemanes que viajaban a Nueva York donde se embarcarían en un crucero para recorrer el Caribe, nueve tripulantes franceses y 4 personas que estaban en tierra (una turista alemana y tres empleados del hotel sobre el que cayó el avión)<sup>344</sup>.

La noticia es título principal en tapa del diario *Clarín* del miércoles 26 de julio de 2000<sup>345</sup>. Ocupa tres de las cuatro columnas destinadas a la tapa. Por lo general ese espacio es utilizado para incluir dos noticias importantes. En este caso una gran

---

<sup>341</sup> Genette, desde la narratología, aborda este tema en *Figuras III* (1989), que es retomado con frecuencia para el análisis de la crónica periodística. Por ejemplo, Ana Atorresi, aborda el estudio de la crónica como relato y su relación con la historia que cuenta. Cuando refiere a la trama cronológica del acontecimiento dice: “Otra relación temporal interesante desde el punto de vista de las modulaciones del relato es la de la **duración**, que consiste en comparar el tiempo que presuntamente dura la ‘historia’ con el tiempo que se necesita para leer el relato que evoca. Las variaciones en la duración relativa de los segmentos del relato respecto de la ‘historia’, a menudo están asociadas con fenómenos de *focalización* (por focalización entendemos la relación entre un sujeto focalizador, punto desde el que se ve, y un objeto focalizado, elemento percibido). Pueden distinguirse varios casos: -La *pausa* o suspensión del tiempo (...); -La *elipsis* u omisión de todo un período de la ‘historia’ (...); -La *escena* o coincidencia entre el tiempo de la ‘historia’ y del relato (...); -Dos casos intermedios: aquel en el que el tiempo del relato es más largo que el de la ‘historia’ y aquel en el que es más corto. La primera variante nos remite a otras dos posibilidades (...): *la descripción o las anacronías*. La segunda variante es el *resumen o la síntesis*, presentes en general en el sumario o en el primer párrafo del relato periodístico.” (1996: 76/7)

<sup>342</sup> Junto a otro tipo de siniestros como la caída del avión de Lapa en Buenos Aires (31 de agosto de 1999); o la caída de las Torres Gemelas (11 de setiembre de 2001), entre otros.

<sup>343</sup> Véase la infografía “Así fue la tragedia”, acompaña a la noticia “Cayó en París un Concorde, hasta ayer el avión más seguro del mundo”, *Clarín*, 26 de julio de 2000, Información General, p. 38.

<sup>344</sup> El Concorde, el primer y único avión comercial supersónico, era considerado como un aparato muy seguro, nunca había tenido problemas de importancia, aunque un día antes de la tragedia tanto la compañía inglesa British Airway como la francesa Air France (las dos únicas aerolíneas que contaban con Concorde en su flota) admitieron problemas de microfisuras en las alas.

<sup>345</sup> Ver “Cayó el avión más seguro del mundo. Ciento trece muertos al estrellarse un Concorde de Air France en París”. *Clarín*, 26 de julio de 2000. Tapa. también en <http://edant.clarin.com/diario/2000/07/26/s-03801.htm>

foto color se ubica por encima del titular. Es la de un aficionado que circunstancialmente pasaba cerca del aeropuerto. Allí se observa la figura del avión seguida de una columna de fuego entremedio de lo que aparenta ser un bosque<sup>346</sup>. Las características tipográficas del título principal y la bola de fuego que se extiende por detrás del avión concentran la mirada del lector. Por debajo del título principal se ubica una bajada que resume los aspectos más importantes del acontecimiento e intenta brindar “pistas” acerca del porqué de la tragedia<sup>347</sup>. Seguidamente, en negrita destacada mayúscula se remite al desarrollo de la información en el interior del diario. Inmediatamente por debajo del sumario aparece una infografía de 5 cm por tres columnas, aunque no es habitual que se incluyan gráficos en la tapa.

Pero es preciso aquí detenerse en la noticia y la infografía que se publican en el interior del diario, en cuatro páginas a partir de la 38 y hasta la 41. La doble central (38 y 39) es ocupada en su totalidad por el acontecimiento. La noticia se despliega en varios títulos que incluyen una pluralidad de discursos (declaraciones del presidente de la empresa, estudios realizados sobre los aparatos, etc.). En las siguientes se incluyen opiniones de los expertos en aviación, características técnicas del avión, etc.

El título central se despliega en la mayor parte de la doble central, ocupando seis de las ocho columnas destinadas al tratamiento de la información. Los tres títulos que incluyen ambas páginas se encuentran muy relacionados y ninguno de ellos podría comprenderse sin la lectura anterior del artículo principal. En todos los

---

<sup>346</sup> La fotografía no es nítida, pero tiene un gran valor documental. Fue distribuida por la agencia Reuters. El epígrafe dice: “En llamas. A poco de despegar, como se ve, se incendió la turbina. El impresionante testimonio fotográfico es de un aficionado”. Inmediatamente por debajo de la foto se ubica la volanta (“Ciento trece muertos al estrellarse un Concorde de Air France en París”), que especifica las consecuencias de la tragedia y el título principal: “Cayó el avión más seguro del mundo”.

<sup>347</sup> La bajada dice: “En el pasaje eran mayoría los turistas alemanes- Iban a Nueva York para empalmar un crucero por el Caribe. –La seguridad absoluta de este avión era el slogan del fabricante.- Pero el lunes denunciaron que tenía fallas. -Lanzado hace 31 años, es el primer Concorde que cae”.

casos se señalan las fuentes, las agencias de noticias<sup>348</sup> y el origen de las mismas<sup>349</sup>.

Texto y paratexto conforman una unidad de sentido. El título principal remite a la noticia y completa el sentido del título de tapa. El título principal de las páginas interiores completa el sentido del anterior (“Cayó en París un Concorde, hasta ayer el avión más seguro del mundo”), el cintillo (“Tragedia aérea en Francia”) se repite en las páginas 40 y 41 y vincula las noticias de las cuatro páginas (la doble central –38 y 39- y las subsiguientes). La volanta (“Los peritos investigan los motivos por los que se incendió una de las turbinas del aparato”) señala las causas como así también las medidas tomadas. La bajada (“Se estrelló en llamas poco después de despegar. Murieron 113 personas entre pasajero, tripulantes y empleados del restaurante sobre el que se desplomó”) focaliza en la tragedia (*estrelló, murieron, desplomó*).

Como ya se dijo, la crónica se desplaza gráficamente a lo largo de seis columnas. El título, texto y fotografía completan las cuatro columnas de la página 38 y avanzan sobre dos más de la 39. Si se toma esta doble central como una sola página (de hecho el diseño así lo indica), se advierte la jerarquización planteada por la diagramación del diario y que imponen un orden de lectura<sup>350</sup>. La página presenta una fotografía de gran tamaño (3 columnas por 18 cm) que muestra el humo negro que contrasta con el rojo de dos autobombas.

La infografía (figura 79) ocupa el centro de la página 38, en dos columnas por 18 cm, la misma altura que la fotografía y pegada a ella. El trazo rojo que sale de la cola del avión simulando una estela de fuego contrasta con los tonos grises verdosos que imperan en el gráfico.

Gráficamente se observa que la noticia está dividida en tres partes, separada por dos intertítulos. En la primera se habla del hecho, la caída y las posibles causas,

---

<sup>348</sup> La agencia Agence France Press (AFP) es de origen francesa; la agencia Associated Press (AP) es norteamericana; la agencia EFE es española y la DPA alemana. Las dos primeras junto a la inglesa Reuters son las más importantes del mundo, en relación al caudal de información que transmiten y a la cantidad de abonados.

<sup>349</sup> París y Londres, en el caso de la crónica principal; Londres, Washington y Gonesse, en el caso de las declaraciones del titular de Air France, y París y Londres en el caso de las investigaciones sobre los aparatos.

<sup>350</sup> Dice el Manual de Estilo de *Clarín*: “(...) el orden de lectura siempre se inicia en la parte superior izquierda de la página y termina en la parte inferior derecha” (1997: 135).

pero no se cuenta cómo fue el acontecimiento. Se hace alusión a las víctimas, su origen, su destino, a los inconvenientes que se habían detectado en aparatos similares y a la suspensión de los vuelos. La segunda parte, incluye un intertítulo: “Dos minutos de terror”; es la que relata el acontecimiento y se sitúa en el momento del despegue hasta el hallazgo de las cajas negras. La tercera parte se identifica con el intertítulo “Ola de condolencias” y se refiere a repercusiones en el mundo político y económico y también a decisiones oficiales en torno a la tragedia.



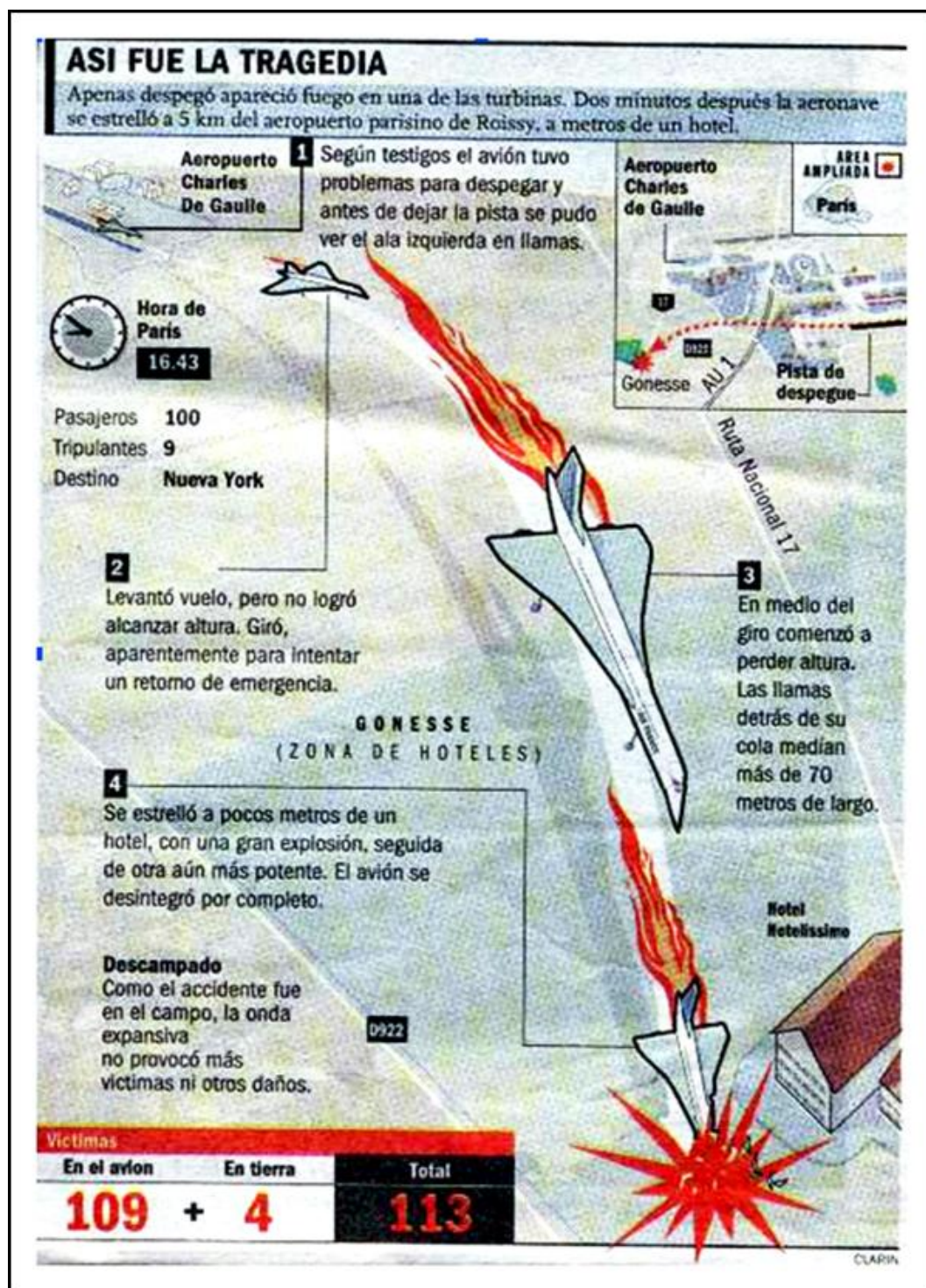


Figura 79. Clarín, 26 de julio de 2000, sección Información General, p.38

Lo que se ignora debe ser reconstruido. Nadie ha sobrevivido para decir exactamente lo que pasó. Aquí se produce un vacío que el periodista debe llenar; se trata de cubrir ese hueco con las palabras de otros. Y para acercarse a la “verdad de lo ocurrido” la repetición se torna esencial. No es uno el que habla, son

varios que reiteran lo que saben. La reiteración hace que el discurso se torne creíble, al punto de ser adoptado por el periodista, que no estuvo allí<sup>351</sup>.

En la repetición el periodista otorga mayor dramatismo al discurso. El acontecimiento es tematizado como tragedia. Se instala en el cintillo, en la parte superior de la página (“Tragedia área en Francia”); se reitera en el título de la infografía (“Así fue la tragedia”) y en el cuerpo de la noticia (*Un día antes de la tragedia...; la tragedia habría sido aún pero...; estar conmocionado por la tragedia...; el distrito donde ocurrió la tragedia...*). Pero no sólo esa idea se reitera, apelando a metáforas de la vida cotidiana el periodista conecta el discurso con las experiencias más cercanas de los lectores que se asocian al daño ocasionado<sup>352</sup>. En ese listado aparece el fuego de manera insistente. Está presente, a lo largo de todo el tratamiento de la noticia, en los títulos, en el texto, en las imágenes fotográficas (de tapa y en el interior del diario), en las infografías.

El punto más alto de dramatismo aparece en los intentos desesperados del piloto. Se verá más adelante que en la infografía este instante está indicado con un avión de mayor tamaño. En el texto, ese momento es relatado por las fuentes y retomado por el periodista<sup>353</sup>

Amar Sánchez señala, en relación a los textos de no ficción, y en especial al relato policial, que el “sistema de repeticiones lexicales, sintácticas y narrativas (...) aunque se ocupa de cubrir un vacío, nunca tiene por objeto agregar datos sobre lo silenciado. Se puede decir que la repetición simplemente *insiste*, vale por sí misma, por su condición de escritura, pero no añade información” (1992: 112).

En el caso que aquí se toma como ejemplo se plantea algo similar. Las repeticiones no agregan información, sólo insisten en torno a un mismo dato, que

<sup>351</sup> Dice el texto periodístico: “...El avión accidentado despegó en llamas (de pasajeros de otro avión de Air France); “...gran ola de humo... (de fuentes cercanas al presidente Chirac); “...Iba arrastrando llamas... (del piloto estadounidense Sid Hare); “...enorme bola de fuego... (del piloto estadounidense Sid Hare); “...estrelló incendiado... (empresario Stephane Prévost); “...La máquina se desplomó en llamas... (del periodista)

<sup>352</sup> Dice el texto periodístico: “se desplomó en llamas... (...); una gran ola de humo... (...); iba arrastrando llamas... (...); enorme bola de fuego, como una minibomba atómica...(...); dos minutos de terror...(...); dramático zigzag...(...); amasijo de metales ennegrecidos...(...)”

<sup>353</sup> Dice el texto periodístico: “El comandante pelaba por mantener la trompa y ascender. “Finalmente no pudo controlarlo (...) El avión comenzó a girar se dio vuelta y cayó (...) (de Sid Hare); “(El avión) intentó ganar altura con dificultad. Sobrevoló la autopista y se estrelló incendiado (...) (de Stephane Prévost); “Fueron dos minutos de terror, en los que los pilotos realizaron un viraje para intentar regresar al aeropuerto y aterrizar. Pero fue inútil. Y tras un dramático zigzag, el Concorde se estrelló en un maizal (...)” (del periodista)

se torna verídico en relación a la cantidad de veces que aparece y a las fuentes que lo señalan.

El accidente ya ha pasado y es irreversible. La tercera parte de la crónica decrece en tensión. Está encabezada por el intertítulo “Ola de condolencias”. Aquí también el periodista acude a una metáfora para hacer notar la amplia repercusión del hecho. Se desarrolla en cuatro párrafos en los que también se acude a las repeticiones: los vocablos *condolencias*, *conmoción*, *drama*, *pésame*, *capilla ardiente*, *luto*, conforman un campo de sentido que hace alusión al momento posterior a la tragedia. En palabras de Verón, “consecuencias humanas del orden de las pasiones” (1987: 116).

Resulta interesante reparar en palabras y frases en negrita que se utilizan a lo largo de la crónica. Según el Libro de Estilo de *Clarín* las negritas se utilizan a modo de “guía de lectura” del texto y para sintetizar “la sucesión narrativa” (1997: 42).

Las negritas se suceden de esta manera:

- motor
- en llamas
- un hotel
- el primero
- 109 ocupantes
- 4 personas
- turistas alemanes
- un crucero
- una turista británica y tres empleados
- microfisuras
- no tenían ninguna clase de grietas
- suspender
- canceló
- despegó en llamas
- el presidente francés
- una gran ola de humo
- piloto
- parada
- arrastrando llamas
- tratando de subir
- no pudo controlarlo
- a muy poca altura
- intenso tránsito
- un viraje
- un maizal
- se desintegró
- ruinas humeantes
- bueno
- 400 bomberos
- mutilados
- carbonizados

- intenso calor
- cajas negras
- condolencias
- equipo de crisis
- mensaje de pésame
- con solidaridad

Esta manera de “sintetizar la sucesión temporal” funciona como guía para la lectura del texto, y es retomada por la infografía que a su vez las abrevia más aún y se vale de otros elementos para señalar esta secuencia.

Por ejemplo, la segunda parte de la crónica, encabezada por el intertítulo “Dos minutos de terror” es la que muestra la secuencia de la tragedia a través del uso de las negritas en el texto. Si bien es cierto que la sucesión temporal es interrumpida en algunos párrafos por la aparición de los testigos y especialistas que cuentan lo que vieron y tratan de explicar desde su calidad de expertos el acontecimiento, también sus dichos sirven a los diferentes momentos del acontecimiento.

Ya se hizo alusión a que la infografía se ubica al centro de la página 38 y que ocupa dos columnas por 18 centímetros. Está rodeada por el título de la nota, en su parte superior, la noticia, en el lado izquierdo e inferior y por la derecha, la fotografía que acompaña la nota. Está realizada a color en tonos grises-verdosos que claramente contrastan con el rojo (la estela de fuego, el punto que indica el lugar de la tragedia y los números en rojo que señalan la cantidad de víctimas).

El título (“Así fue la tragedia”) está compuesto en mayúscula y negrita sobre un fondo blanco que lo despega y diferencia del texto que sigue: una bajada que sintetiza el hecho en una tipografía menor y sobre fondo gris verdoso. Ambos elementos se ubican entre finas líneas que diferencian el título del resto de la infografía y despegan la imagen del resto del material periodístico, ya que el borde inferior también está delimitado por una delgada línea negra. El título le señala al lector que encontrará en lo que sigue, la infografía, respuestas a la pregunta *cómo fue*.

Sobre el margen superior izquierdo un reloj que indica la hora del accidente. Sobre el margen superior derecho un recuadro que muestra el recorrido del avión en un escenario mayor (el aeropuerto Charles De Gaulle) y otro más pequeño que referencia el área del hecho en relación a la capital francesa. Se trata de las localizaciones espaciales (*dónde*) y temporales (*cuándo*) que siempre están

presentes en el discurso periodístico. En el caso de la localización espacial, los dos lugares claves (el aeropuerto Charles de Gaulle y Gonesse) se señalan de manera reiterada, tanto en la imagen principal como en la que está en la parte superior derecha. Entonces, las repuestas a las preguntas *cuándo* y *dónde*, se ubican en la parte superior de la infografía. Al igual que en la noticia, apenas el lector toma contacto con ella sabe cuándo y dónde ha ocurrido el hecho.

Sobre el margen inferior izquierdo otro recuadro en el que se destaca el color rojo hace alusión al número de víctimas. En tipografía grande y roja (en el caso del total de muertos invertida sobre fondo negro) se remite al saldo del accidente.

La gráfica del avión Concorde responde a sus características: las alas delta en forma de triángulo y la nariz que se inclina cuando el avión emprende el vuelo. Hay una relación de semejanza entre la imagen y el referente, en este caso se recuperan ciertas cualidades del objeto, las relacionadas con su forma. El recorrido de la gráfica está organizado desde el ángulo superior izquierdo hacia el inferior derecho, similar al recorrido de lectura que se realiza en occidente.

El trayecto final, cinco kilómetros, está graficado mediante la diferenciación de tamaños. Apenas salido del aeropuerto el avión se observa muy pequeño, con una pequeña estela de fuego. A medida que avanza su tamaño se agranda y también la llama que lo acompaña. El momento de mayor tensión es el que muestra al avión de mayor tamaño y con la estela de fuego más grande.

El infografista recupera la trama cronológica de la historia efectivamente ocurrida, aunque la resume en cuatro momentos. Los señalamientos (1, 2, 3, 4), a manera de indicadores lógico-temporales, están ubicados en posición de **sucesión cronológica**, de manera causal, aparentando un **encadenamiento lógico** (después del 1 viene el 2 y así sucesivamente). Este señalamiento gráfico impone un orden de lectura (desde el 1 al 4).

Si se retoman las negritas que aparecen en el texto periodístico a partir del intertítulo “Dos minutos de terror”, y si se dejan de lado algunas de ellas (aparecen tachadas en el ejemplo), que en su mayoría hacen alusión al contexto y a los momentos posteriores a la caída, fácilmente es posible reconstruir las etapas de la tragedia, y que coinciden básicamente con la enumeración propuesta en la infografía.

Palabras en negrita en la noticia a partir del intertítulo “Dos minutos de terror”	Identificación de las etapas en la Infografía (1 a 4)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- despegó en llamas</li> <li>- <del>el presidente francés</del></li> <li>- una gran ola de humo</li> <li>- <del>piloto</del></li> <li>- <del>parada</del></li> <li>- arrastrando llamas</li> </ul>	<p><b>1.-</b> En la infografía este punto ubica el avión en el momento del despegue, en el aeropuerto Charles de Gaulle. La pequeña silueta del Concorde aparece con un trazo rojo, que simula fuego (“despegó en llamas”; “arrastrando llamas”). Un reloj ubicado en el cuadrante izquierdo de la infografía remite al horario de la partida: 16.43 hora de París. La bajada de la infografía hace alusión al tiempo en el que se desarrolla la acción: “despegó (...) dos minutos después (...) se estrelló”</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- tratando de subir</li> <li>- no pudo controlarlo</li> <li>- a muy poca altura</li> <li>- <del>intenso tránsito</del></li> <li>- un viraje</li> <li>- <del>un maizal</del></li> </ul>	<p><b>2.-</b> Este punto muestra una silueta del avión más grande y más notoriamente el trazo rojo que representa el fuego. La leyenda hace alusión a los intentos por controlar el avión</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- se desintegró</li> <li>- ruinas humeantes</li> <li>- <del>bueno</del></li> <li>- <del>400 bomberos</del></li> <li>- mutilados</li> <li>- carbonizados</li> <li>- intenso calor</li> <li>- cajas negras</li> </ul>	<p><b>3. y 4.-</b> Es el comienzo de la caída. El instante más dramático. En la sucesión temporal el momento graficado como <b>3</b> muestra al avión en su mayor tamaño de modo que resulta posible visualizar el tren de aterrizaje, las ventanillas y el nombre de la línea aérea. También el fuego que se desprende de una de sus turbinas, la ubicada debajo del ala izquierda. El avión se muestra en caída, con la trompa hacia abajo. La leyenda incluye frases que anticipan el final “perder altura”, “llamas detrás de su cola”. El punto <b>4</b> de la infografía grafica el final. Solo se advierte la parte trasera del avión. La cabina tapada por una figura que simula una explosión. Por detrás del avión la cola de fuego. La leyenda incluye al menos tres palabras que dan cuenta del siniestro: <i>estrelló, explosión, desintegró.</i></p>

En la infografía, una línea blanca que se curva y engrosa a medida que avanza y que se ubica por debajo del avión, orienta el recorrido. Este camino está a su vez reforzado por la estela de fuego que sale del avión desde el mismo momento que despegó. Es la que atrae la vista del lector y la que lo conduce al momento final. El infografista ha tomado los dichos de los testigos (“despegó en llamas”; “iba

*arrastrando llamas*”). El momento final, el de la caída es tomado en la gráfica con un avión que no se observa en su totalidad y que presenta un ala resquebrajada. Aquí se toman elementos de la historieta para señalar el momento del estallido, y que también se observan en el ángulo superior derecho para indicar el lugar exacto de la tragedia. Se trata de indicadores deícticos en el marco de la infografía, remiten al *aquí fue, ahí fue*.

El “*así fue la tragedia*”, entonces, remite exclusivamente a una **sucesión de cuatro momentos**. Las voces de los otros están generalizadas en una frase que da inicio a la sucesión temporal: “*según testigos*”; de las víctimas sólo se conoce cuántos fueron y el destino que tenían.

El infografista utiliza recursos gráficos para imprimir dramatismo a la imagen. Hay tres que sobresalen: uno, la estela de fuego, en color rojo y amarillo, el mismo que tienen las llamas en la realidad y el que asociamos culturalmente al peligro; el otro elemento es el estallido, también representado en rojo y para el cuál se toma la gráfica de la historieta; el último, los números que contabilizan los muertos, también en rojo, el color de la sangre, del fuego, del peligro.

Resulta necesario reiterar que en la infografía prevalece la **trama temporal**, y los sujetos pierden protagonismo. Solo los números remiten a los ocupantes del aparato<sup>354</sup>.

En el texto periodístico abundan las expresiones de tono valorativo que tienen que ver con la magnitud del desastre; en la infografía aparecen sólo unas pocas: *tragedia* (en el título), *estrelló*, *gran explosión*, *más potente*, *se desintegró*. La valoración se reserva para la imagen del avión envuelto en llamas y la explosión.

En síntesis, si bien en términos generales la infografía se corresponde en un todo con lo redactado por el periodista, la función que cumple aquí es la recuperación (identifica/ enumera de manera lógica y causal) de los pasos que condujeron al desastre. En este sentido la trama cronológica se ve perfectamente señalada, a partir de la enumeración de los momentos que funcionan como indicadores

---

<sup>354</sup> El texto periodístico incluye más datos acerca de los pasajeros, se señala que eran turistas alemanes que tomarían un crucero por el Caribe luego de una escala en Nueva York. También se hace referencia a las personas que murieron en tierra: “...Una turista británica y tres empleados del hotel: una mujer francesa, encargada de la limpieza del lugar, y dos estudiantes polacos que estaban haciendo una pasantía”.

temporales. La infografía muestra una síntesis narrativa del hecho. El tiempo es lineal, no existen anacronías ni elipsis, si se trata de un **resumen** (en cuatro puntos) de los infinitos momentos que se incluyen en “dos minutos de terror”.

Otro ejemplo en el que se focaliza en la dimensión temporal, también de un hecho policial (aunque se trata de un crimen político), pero esta vez con una localización más acotada, reducida a una calle de una ciudad. El título de la infografía es “Un preciso golpe comando” (figura 80) y está compuesto en mayúscula sostenida con una altura (cuerpo) de la tipografía de 1 cm., tamaño que duplica a la mayoría de los titulados<sup>355</sup>.

La infografía acompaña a la noticia “Conmoción en Paraguay: asesinan al vicepresidente Luis María Argaña”, se ubica en el centro de la página y ocupa tres de las cuatro columnas de destinadas a la información por 21,5 cm. de alto.

Se trata de una gráfica compleja en relación a la cantidad de información que incluye: localiza en un mapa los lugares principales en los que se desarrollaron los acontecimientos (el del atentado, el hospital donde fue trasladado el herido, y donde se encontró una camioneta quemada, presuntamente la utilizada para realizar la acción); la hora del atentado; una fotografía del vicepresidente Argaña con datos breves sobre su persona; una silueta humana para indicar los balazos que recibió; un dibujo que se asienta en una calle para dar cuenta de las etapas del atentado; en la parte inferior la fotografía del auto quemado y los dibujos de las armas utilizadas. En resumen: se localiza (*dónde*), se ubica en el tiempo (*cuándo*), se identifica (*quién*), se representan las etapas del atentado (*cómo*) y se aportan otros datos secundarios. En relación a esta cantidad de información que se **resume/sintetiza** en una infografía, cabe destacar que el mayor espacio dentro de ella, está destinado a la **secuencia** del atentado.

---

<sup>355</sup> Véase la infografía “Un preciso golpe comando”, acompaña a la noticia “Conmoción en Paraguay: asesinan al vicepresidente Luis María Argaña”, *Clarín* 24 de marzo de 1999, sección Internacionales, p. 23.



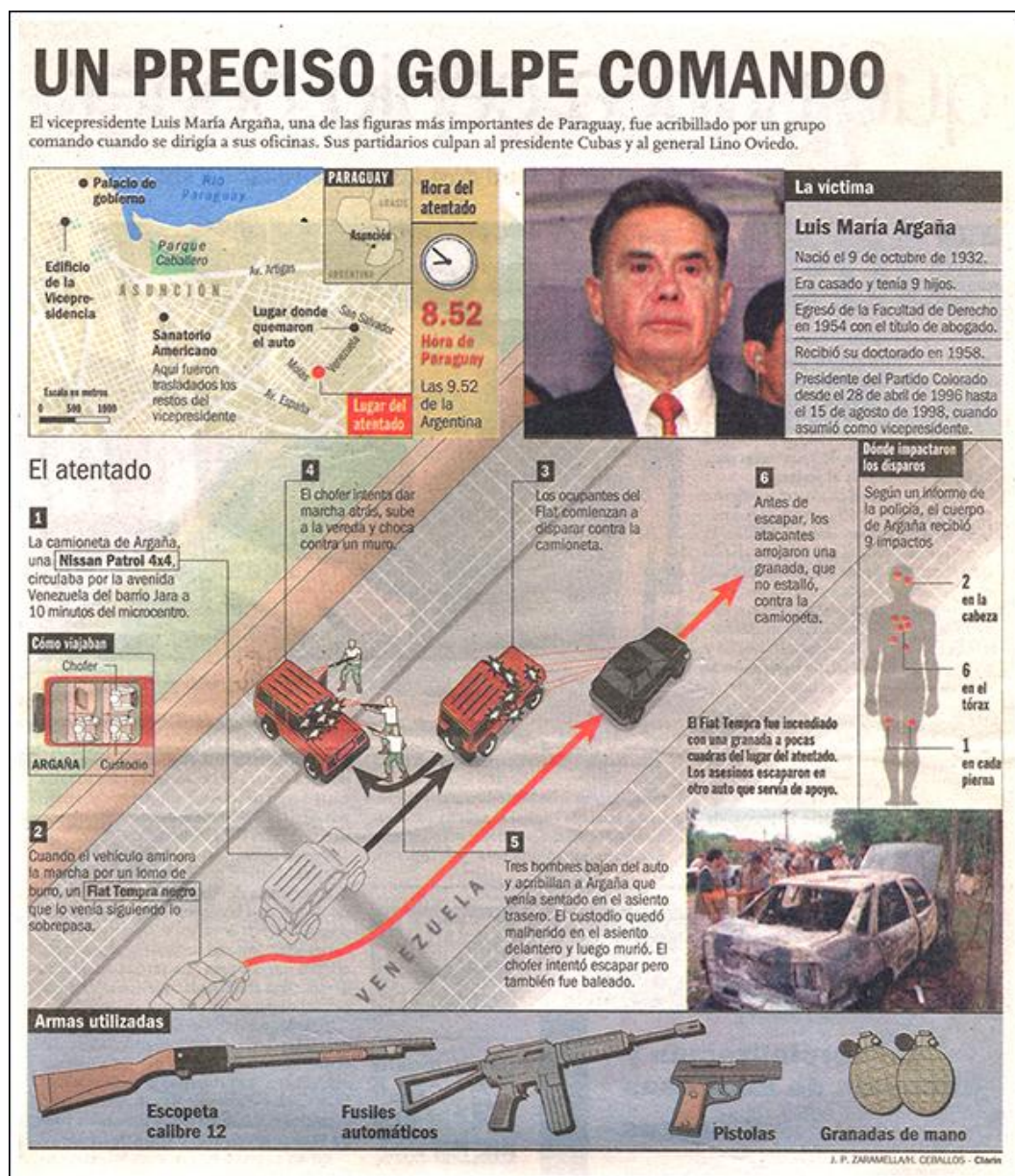


Figura 80. *Clarín*, 24 de marzo de 1999, sección Internacionales, p. 23

Si se observa detalladamente, la infografía aparece dividida en tres partes mediante delgados filetes (indicadores metatextuales). En la primera, la que se encuentra en la parte superior a todo el ancho de la infografía por 5,2 cm. se ubica el mapa, la hora del atentado, la fotografía y datos de la víctima. En relación al mapa, se utiliza una cuadrícula que identifica vagamente manzanas y algunas avenidas principales, pero que notoriamente muestran en rojo (indicador deíctico) el lugar del atentado y en negro otras referencias que hacen al hecho y a la ubicación espacial. En el borde superior derecho del espacio destinado a mostrar

el lugar, se observa un pequeño mapa de Paraguay<sup>356</sup>. En relación al horario del hecho se reitera el dato. Por un lado se incluye un reloj de agujas que indica la hora, también en número (8.52) y en tipografía menor la referencia al horario en Argentina.

La tercera parte se ubica sobre el borde inferior de la infografía, ocupa todo el ancho por 2,7 cm. de alto, está separada de la parte central por un línea delgada que atraviesa todo el gráfico. En este sector, sobre un fondo en la gama de los grises se representan mediante dibujos que guardan relación con el referente, cuatro tipo de armas. No se especifica la cantidad de cada una que intervino en el atentado.

Y en la parte central, la más importante a juzgar por el tamaño que se le otorga (11 cm. de alto, es decir más de la mitad del tamaño en el que se presenta la infografía), el atentado se reconstruye gráficamente en seis etapas.

Esta parte central a la que se hace referencia tiene un subtítulo (“El atentado”) que delimita temáticamente el *qué* se muestra aquí. Sobre un fondo en tonos grisáceos que simulan la calle (está identificada como Venezuela) se desarrolla el hecho cuya secuencia está resumida en seis pasos. Se muestran las siluetas de los autos involucrados con algunas diferencias en las formas pero fundamentalmente en el color, que responde al que en la realidad tienen. La infografía se detiene, justo en el centro, en tres vehículos (dos de ellos, en color rojo, dan cuenta de las maniobras del auto en el que viajaba el vicepresidente Argaña) en el momento de mayor dramatismo del hecho que está representado en las etapas 3 a 5. En esta etapa se muestran los estallidos de las balas (al igual que en la gráfica de la historieta), ráfagas de fuego que se representan mediante líneas rojas punteadas que salen del auto negro y también de las armas de tres siluetas humanas que representan a los atacantes. Además una flecha roja que marca el recorrido del auto en el que viajan los agresores y una negra que representa las maniobras del otro auto. Este espacio, ubicado en el centro de la página y de la infografía, con colores que resaltan (negros y rojos) da cuenta del momento más álgido de la secuencia.

---

<sup>356</sup> Aquí se repite el modo de utilizar la cartografía que ya se ha visto en el punto anterior. Además del lugar preciso, una referencia de localización más amplia.

Lo que hace la mostración por etapas del acontecimiento es identificar los itinerarios de cada auto, de dónde salió el vehículo en el que viajaba Argaña, por dónde se desplazaba (aquí se utiliza un recurso de transparentar la figura de los autos cuando aun no se hallan ubicados en el lugar o momento de mayor tensión), cómo se encuentran ambos vehículos, y el resultado final. Para la comprensión del hecho son imprescindibles los textos auxiliares que se presentan en cada una de las etapas y que están inicialados con números blancos sobre pequeños cuadrados negros. Las leyendas describen cada momento y dan pie para la ubicación del lector y el paso a la siguiente etapa (después de 1 viene 2 y así sucesivamente)<sup>357</sup>. Se agregan a la infografía otros tres espacios de menor tamaño, dentro del que corresponde a esta segunda parte que se está analizando. Una pequeña gráfica de la camioneta, en un recuadro sobre el borde izquierdo de la infografía, con un subtítulo en tipografía blanca mayúscula/minúscula sobre fondo negro: “Cómo viajaban”, muestra el vehículo desde arriba, atravesando el techo, con las posiciones de cada uno de sus ocupantes. Otro espacio, sobre el borde lateral derecho, también diferenciado de la secuencia por una fina línea, con un subtítulo que tiene las mismas características que el anterior (igual tamaño de letra, tipografía blanca sobre fondo negro, mayúscula/minúscula), mediante una silueta humana muestra la cantidad y lugares de impactos de balas que recibió Argaña. Finalmente, una fotografía con epígrafe, del auto quemado en el que viajaban los agresores.

De modo que, si bien la infografía aporta numerosos datos informativos, focaliza en la **secuencia** del acontecimiento, utilizando para ello distintos indicadores metatextuales, de orden lógico temporal, y deícticos (el rojo continúa siendo el color elegido para indicar el lugar: *aquí* fue, *éste* es el recorrido, *aquí* impactó la bala).

---

<sup>357</sup> Las leyendas de la secuencia dicen: “**1** La camioneta de Argaña, una **Nissan Patrol 4x4**, circulaba por la avenida Venezuela del barrio Jara a 10 minutos del microcentro. **2** Cuando el vehículo aminora la marcha por un lomo de burro, en **Fiat Tempra negro** que lo venía siguiendo lo sobrepasa. **3** Los ocupantes del Fiat comienzan a disparar contra la camioneta. **4** El chofer intenta dar marcha atrás, sube a la vereda y choca contra un muro. **5** Tres hombres bajan del auto y acribillan a Argaña que venía sentado en el asiento trasero. El custodio quedó malherido en el asiento delantero y luego murió. El chofer intentó escapar pero también fue baleado. **6** Antes de escapar, los atacantes arrojaron una granada, que no estalló, contra la camioneta.”

Y cabe remarcar que sólo se representa el hecho. No hay aquí, más que una breve referencia en la bajada al vicepresidente asesinado<sup>358</sup>, ni interpretaciones ni especulaciones acerca de las causas/motivos del hecho. Tampoco evaluaciones en relación a las consecuencias políticas de este asesinato. De modo que, se trata de un resumen/síntesis que focaliza en la **secuencia** del hecho criminal, y que, por supuesto ayuda al conocimiento del modo en que se consumó el asesinato<sup>359</sup>.

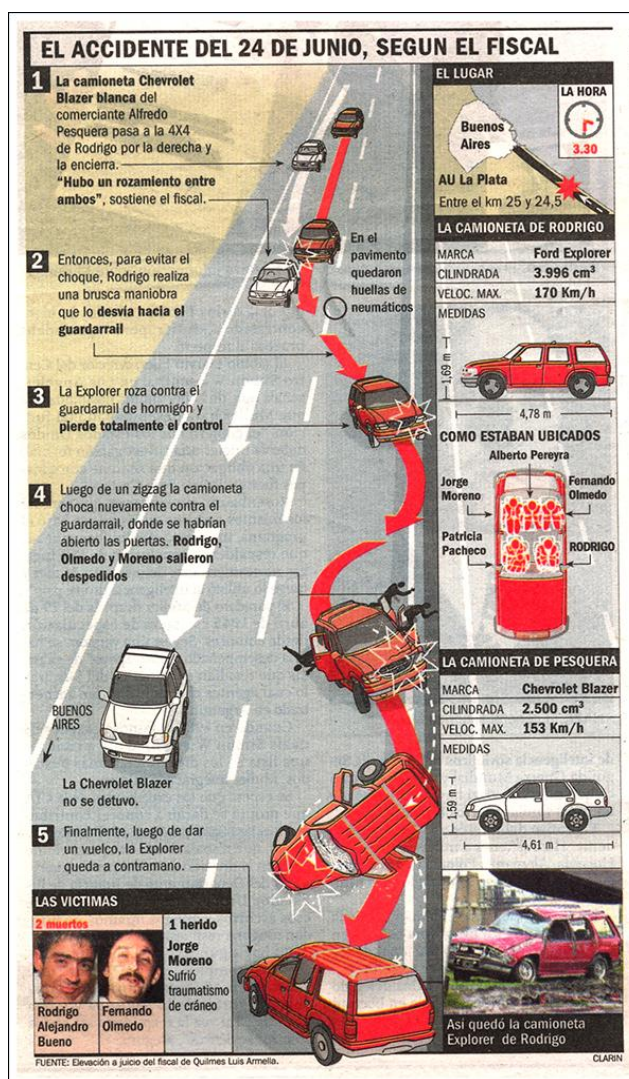


Figura 81. *Clarín*, 5 de marzo de 2001, sección Información General, p. 38

<sup>358</sup> La bajada dice: "El vicepresidente Luis María Argaña, una de las figuras más importantes del Paraguay, fue acribillado por un grupo comando cuando se dirigía a sus oficinas. **Sus partidarios culpan al presidente Cubas y al general Lino Oviedo**". Las negritas son nuestras.

<sup>359</sup> Véase también "El fracaso de un robo bien planeado", acompaña a la noticia "Un golpe comando que se quedó sin botín", *La Voz del Interior*, 23 de agosto de 2000, sección Sucesos, p. 22A.

Se trabajará ahora otra noticia policial, pero esta vez se trata de un accidente en el que está involucrado un personaje del espectáculo. Del mismo modo que la anterior, el hecho se produjo en una ruta y en él estuvieron involucrados dos vehículos. Se advertirá cómo hay elementos que se reiteran en una y otra infografía y, además, cómo continúa siendo la variable visual color (rojo) y la línea (en relación con el tamaño) las que se tornan determinante para otorgar dinamicidad a la imagen y representar el movimiento en el espacio y también en el tiempo, en tanto está explícita una sucesión cronológica que se describe en cinco etapas.

La infografía se ubica en el centro de la página, ocupa dos de las cuatro columnas destinadas a la información y mide 21,8 cm. de alto. El título “El accidente del 24 de junio, según el fiscal” (figura 81)<sup>360</sup>, está compuesto en mayúscula sostenida, acompaña a la noticia “Acusan a un conductor de la muerte de Rodrigo”. Se trata de la reconstrucción, a partir de la investigación judicial, de un accidente ocurrido ocho meses atrás, en el que perdieron la vida el cantante Rodrigo y Fernando Olmedo.

Sobre el margen derecho se ubica una columna que se extiende hasta el borde inferior y que mide aproximadamente un tercio (3,7 cm.) del ancho total de la infografía. Ese es el espacio destinado a dar más información sobre el hecho. Lo primero, el lugar y la hora en la que se produjo el accidente (al igual que en la infografía anterior), marcado en rojo, a manera de explosión, el sitio del siniestro (en la Autopista La Plata, entre el kilómetro 25 y 24,5). Otro dato que se grafica de manera similar al caso anterior, es la ubicación de los ocupantes de la camioneta de Rodrigo: a partir de una silueta del vehículo, que atraviesa el techo, se muestra la disposición de los pasajeros, todos ellos nombrados y señalizados mediante flechas. Y la última gráfica que se reitera en relación al anterior ejemplo es la fotografía de la camioneta siniestrada. Los datos que se agregan, también mediante dibujos que representan a cada uno de los vehículos, son sus características técnicas (marca, medidas, cilindrada, velocidad máxima). Toda esta información graficada está perfectamente diferenciada con subtítulos en

---

<sup>360</sup> Véase la infografía “El accidente del 24 de junio, según el fiscal”, acompaña a la noticia “Acusan a un conductor por la muerte de Rodrigo”, *Clarín*, 5 de marzo de 2001, sección Información General, p. 38.

tipografías blancas con fondo negro, todas en mayúscula sostenida. Otra recurrencia es la inclusión de las fotografías de las víctimas. Al igual que el caso anterior, aquí se trata de personalidades públicas ligadas al espectáculo, de modo que además del número en rojo (2 muertos), se agrega una pequeña imagen en primer plano de Rodrigo y Olmedo. La tercera víctima es un integrante de la banda del músico. Aquí solo se incluye el nombre a la par de “1 herido”, no se agrega en este caso su fotografía. En los casos policiales (accidentes, crímenes, catástrofes) siempre se suelen agregar en las infografías, a manera de recuadro, en la parte inferior de las mismas, la cantidad de víctimas. En general, en rojo los muertos. Además, excepto si se trata de un personaje conocido, ese dato se transforma en un número anónimo, a veces sólo identificado por el rol que tenía en ese evento (por ejemplo: chofer, delincuente, pasajero, etc.).

La parte más importante de la infografía (por su tamaño y porque reconstruye el hecho) es la que se ubica en los restantes dos tercios, sobre el borde lateral izquierdo. Aquí se muestra una ruta en perspectiva, más angosta a lo lejos, más ancha cuando se acerca al lector, y del mismo modo los vehículos que protagonizan la tragedia, más pequeños antes y durante el choque (etapas 1 y 2), y se agrandan a medida que se llega al momento más crítico (el 4) cuando la camioneta de Rodrigo se estrella y despide a tres de sus ocupantes. La imagen es casi cinematográfica, Los vehículos avanzan, cada vez se los ve más grandes, también las flechas que indican el recorrido se engrosan. Tal como si una cámara ubicada en el borde inferior de la infografía estuviera filmando el trayecto en el que se produce el accidente.

Las etapas también aquí están marcadas con números. Del mismo modo que en el caso anterior, aparecen de modo creciente en tipografía blanca sobre fondo negro. El punto 1 coincide con el momento del inicio, cuando los autos se ven más pequeños, en una posición más lejana. A medida que se avanza en las etapas la visión es más nítida (los autos se acercan) al punto que se pueden advertir características de los vehículos que en la primera imagen (la que corresponde a la etapa 1) aparecen desapercibidos: gomas, puertas, techo acanalado de la camioneta roja, portaequipajes.

Del mismo modo que en el ejemplo anterior, los textos que describen cada una de las etapas hacen avanzar la trama encadenando uno y otro momento<sup>361</sup> en una sucesión lógica que está reforzada por el uso de conectores: *entonces, luego, finalmente*. En este caso también se focaliza en la **secuencia del hecho**, en los pasos desde el encuentro de ambos vehículos hasta el desenlace fatal. Los datos que se agregan en la columna de la derecha aportan más información, aunque no resulta imprescindible para conocer el encadenamiento del suceso. También aquí abundan los indicadores metatextuales (títulos, subtítulos, líneas, flechas), lógico/temporales (hora, etapas enumerados de 1 a 5) y deícticos en el marco de la infografía (un estallido tojo en el mapa que indica *aquí* fue).

En otro ejemplo que refiere a la explosión de un destructor estadounidense en el puerto de Yemen<sup>362</sup>, que en la secuencia está perfectamente identificada y se ubica por debajo de un intertítulo que remite a las etapas del suceso (“Cómo fueron los hechos”), además de localizar, muestra las consecuencias (cantidad de víctimas) y las características de la nave siniestrada a partir de distintos gráficos auxiliares que acompañan al principal. Aunque el lector no leyera la crónica podría enterarse de lo ocurrido en sus aspectos más generales, es decir aquellos que remiten al *qué* de la noticia y al *cómo* en tanto **secuencia lógico-temporal**, sin ahondar en los antecedentes, en la descripción de la situación ni en las voces de los testigos.

Por último, en esta primera subdivisión relacionada con el modo de mostrar la **secuencia** de los hechos, se toma como ejemplo otro hecho policial, esta vez un asesinato, que ocurre dentro de un espacio cerrado.

---

<sup>361</sup> Las leyendas que apoyan la secuencia dicen: “**1 La camioneta Chevrolet Blazer Blanca** del comerciante Alfredo Pesquera pasa a la 4x4 de Rodrigo por la derecha y la encierra “**Hubo un rozamiento entre ambos**”, sostiene el fiscal. **2** Entonces, para evitar el choque, Rodrigo realiza una brusca maniobra que lo **desvía hacia el guardarrail**. **3** la Explorer roza contra el guardarrail de hormigón y **pierde totalmente el control**. **4** Luego de un zigzag la camioneta choca nuevamente contra el guardarrail, donde se habrían abierto las puertas. **Rodrigo, Olmedo y Moreno salieron despedidos**. **5** Finalmente, luego de dar un vuelco, la Explorer queda a contramano.” Las negritas son del original

<sup>362</sup> Véase la infografía “El estallido en un acorazado”, acompaña a la noticia “Explosión en un destructor de EE.UU.: sospechan que fue un acto terrorista”, *Clarín*, sección Internacionales, 13 de octubre de 2000, pp. 48/9.

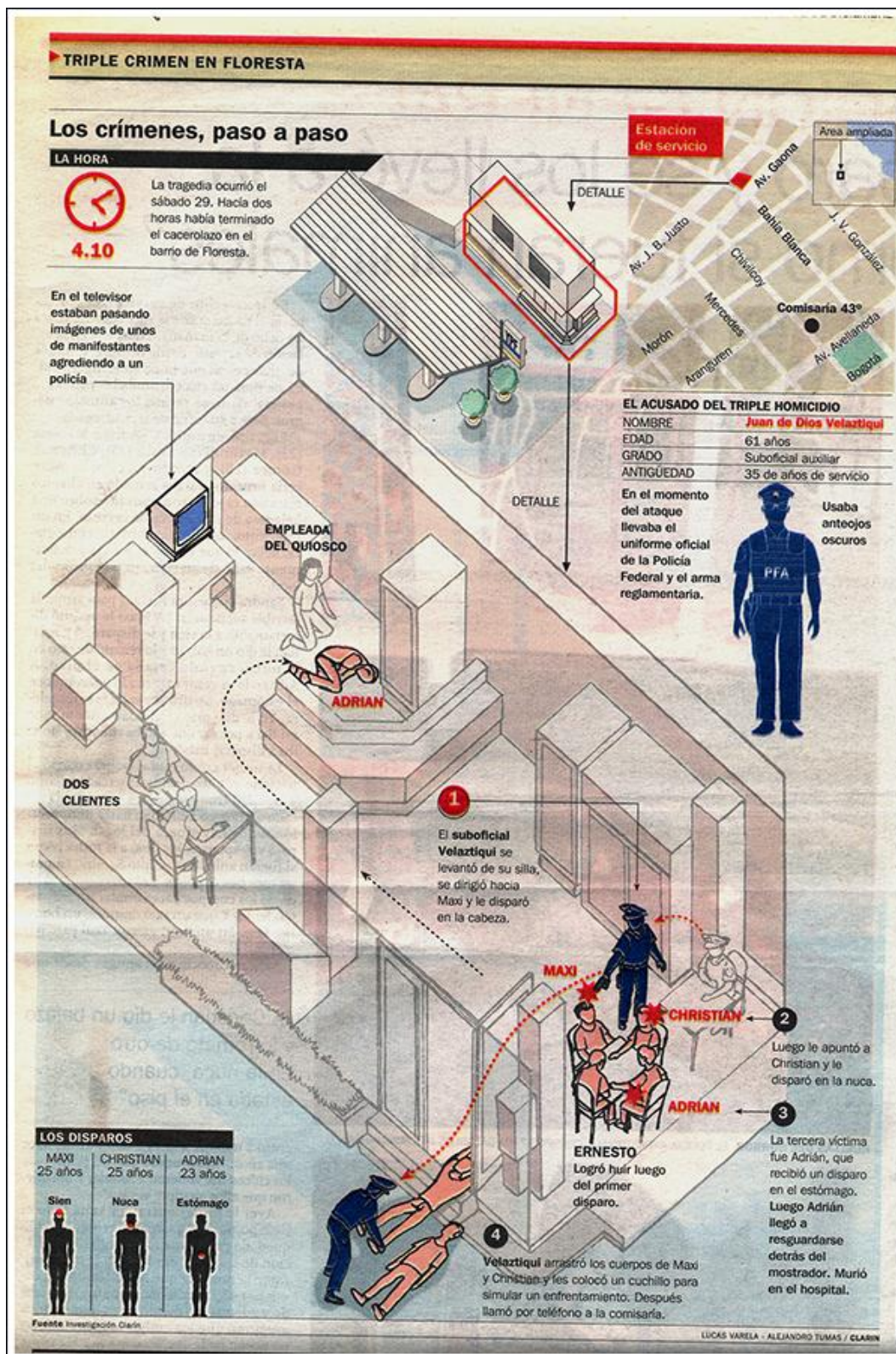


Figura 82. *Clarín*, 31 de diciembre de 2001, sección Información General, p. 33.



Ya no se trata de una extensa ruta que vincula provincias, tampoco de un trayecto de escasa cantidad de kilómetros, ni el ámbito abierto de una calle o autopista. Se trata del interior de un comercio, de modo que la gráfica se asienta sobre un croquis/plano de ese espacio cerrado, con referencias relacionadas con el mobiliario y la posición que ocupaban cada uno de los involucrados en la tragedia. La infografía se titula “Los crímenes, paso a paso” (figura 82)<sup>363</sup>, y da cuenta de la **cronología** (“paso a paso”) de un hecho violento en el que son asesinados tres jóvenes en la confitería de una estación de servicios de combustibles. La infografía ocupa casi toda la página tabloide: tres de las cuatro columnas dedicadas a la información. Se ubica sobre el margen izquierdo de la página y desde el borde superior, mide 27 cm. de alto<sup>364</sup>.

En la parte superior de la infografía, al igual que en las anteriores, sobre el margen izquierdo se advierte la hora en la que ocurrieron los hechos en un reloj de agujas (color rojo) y en números. Sobre el margen derecho la localización espacial: en un mapa que reproduce las manzanas cercanas al lugar del hecho, en rojo la ubicación de la estación de servicio y en un círculo negro destacado la de la comisaría 43. Se agregan además algunas referencias de localización como por ejemplo el nombre de avenidas y calles. En el borde superior derecho de ese mapa, una referencia más general: la localización del área ampliada en un mapa de la Capital Federal. Es interesante el modo de resolver la visualización del área del conflicto mediante el uso de dibujos auxiliares que permiten la ampliación, a manera de una cámara con zoom, cada vez más detallada de los espacios. Primero el mapa de la ciudad de Buenos Aires con una estrella blanca sobre un recuadro negro para señalar el lugar; esa indicación se amplía al situar el sitio en un marco más restringido (el de las manzanas vecinas) señalizando el lugar del acontecimiento en color rojo. De allí se desprende una flecha para mostrar la silueta de las construcciones de la estación de servicio, remarcada en rojo el área de la confitería. Y por último, en esta escala de ampliaciones, se abre y

---

<sup>363</sup> Véase la infografía “Los crímenes, paso a paso”, acompaña la noticia “Bronca y dolor en el entierro de los jóvenes asesinados”, *Clarín*, 31 de diciembre de 2001, sección Información General, p. 33.

<sup>364</sup> La altura total reservada al espacio periodístico del diario *Clarín* es de 35 cm.

transparenta el local donde ocurrió el siniestro, con el detalle del mobiliario, la ubicación de las víctimas y el victimario y la secuencia de la acción.

Nuevamente aquí, al igual que en las anteriores infografías, números, flechas, líneas punteadas, van dando cuenta de un orden en la **sucesión temporal**. La gráfica estampa el momento más dramático de la acción, el que el policía balea y mata a los tres amigos. La **secuencia** se extiende del 1 al 4, y la etapa 1 está diferenciada del resto porque se muestra en color rojo: es el momento del primer asesinato. Los minutos previos no están reflejados en la gráfica, si en el desarrollo de la noticia.

Las etapas cruciales se identifican con los números del 1 al 3, los tres momentos que se corresponden con los tres asesinatos, y las leyendas que acompañan la enumeración colaboran con la ampliación de los datos informativos<sup>365</sup> además de reforzar la cronología de los hechos.

Otros dos elementos aparecen en la infografía, ya fuera del espacio que representa el local comercial: uno de ellos es la silueta de un policía, rodeándola se agregan los datos personales del suboficial autor de las muertes y las características de su vestimenta al momento del hecho; la otra, sobre el margen inferior izquierdo, en tres siluetas humanas se marca en rojo el lugar de los impactos de bala. Aquí, cada una de las siluetas está identificada con el nombre de pila de los jóvenes asesinados.

Prevalece entonces en este caso, mediante indicadores metatextuales, de secuenciación lógica, deícticos, la identificación de los pasos/etapas de un triple asesinato. Desde el mismo título (“Los crímenes, paso a paso”) se determina la función que prevalece en esta infografía: clarificar la **secuencia**. Los hechos se resumen, sintetizan, se focalizan en la **secuencia lógica del acontecimiento** (el asesino primero hizo esto, después esto otro y finalmente...)<sup>366</sup>.

---

<sup>365</sup> Las leyendas que acompañan la enumeración de las etapas dicen: “**1** El **suboficial Velaztqui** se levantó de su silla, se dirigió hacia Maxi y le disparó en la cabeza. **2** Luego le apuntó a Christian y le disparó en la nuca. **3** La tercera víctima fue Adrián, que recibió un disparo en el estómago. **Luego Adrián llegó a resguardarse detrás del mostrador. Murió en el hospital. 4 Velaztqui** arrastró los cuerpos de Maxi y Christian y les colocó un cuchillo para simular un enfrentamiento. Después llamó por teléfono a la comisaría.” Las negritas son del original.

<sup>366</sup> Véase también la infografía “Crónica de los desbordes”, acompaña a la noticia La Municipalidad fue un campo de batalla”, *La Voz del Interior*, 22 de noviembre de 2000, sección Política, p. 4A.; infografía “La secuencia de una tragedia”, acompaña a la noticia “Cinco muertos durante un intento de asalto en Palermo”, *Clarín*, 3 de octubre de 2000, sección Información

### III.2.3.2 Caminos/trayectos/cronologías/instrucciones para armar

Se señalaba anteriormente que en una segunda subdivisión de las infografías cuya principal función es la de hacer explícita una secuencia, se ubicaban algunas que grafican las etapas/momentos de procesos científicos, objetos y también procesos históricos en las que la acción del sujeto individual se desdibuja y la noción del tiempo se amplía. Esta mostración de la secuencia ya no está asentada, en la mayoría de los casos, en un espacio físico/geográfico sino más bien anclada a un dispositivo, y se encuentran relacionadas con noticias sobre ciencia, salud, ecología, también en procesos judiciales complejos, que comienzan a tener un espacio diferenciado en los diarios casi al final del período que estamos estudiando.



Figura 83. *Clarín*, 7 de agosto de 2000, sección Información General, pp.28/9

El primer ejemplo que se toma para trabajar este plano de las funciones de la infografía, es “El camino de la basura” (figura 83) que acompaña al informe especial “Cuatro municipios unidos contra el cordón ecológico”<sup>367</sup>. El informe se publica en la doble central, tiene otras tres noticias asociadas y una fotografía que

General, p. 35; infografía “La secuencia”, acompaña a la noticia “Terror bajo el agua: tres buceadores mueren ahogados”, *Clarín*, 20 de junio de 2000, sección Información general, p. 33; infografía “Impacto mortal”, acompaña a la noticia “Mueren peregrinos en un choque”, *Clarín*, 26 de setiembre de 1999, sección Información General, p. 49; infografía “Así lo vieron los testigos”, acompaña a la noticia “Dicen que a la joven madre la mató la Policía”, *Clarín*, 9 de marzo de 2001, sección Información general, p. 37; infografía “Una tragedia anunciada”, acompaña a la noticia “Los familiares se quejan del desprecio de las autoridades”, *Clarín*, 22 de agosto de 2000, Sección Información General, p. 31; infografía “Operación Kursk”, acompaña la noticia “Se complicó el rescate del submarino”, *Clarín*, sección Información general, 16 de agosto de 2000, p. 41; infografía “Golpe de ETA”, acompaña la noticia “Las claves de un atentado”, *Clarín*, sección Internacionales, 22 de julio de 2000, p. 29; infografía “El trágico desenlace de la imprudencia”, acompaña a la noticia “Trampa fatal para seis niños y tres adultos”, *La Voz del Interior*, sección Sucesos, 20 de noviembre de 2000, p. 22A; infografía “El fracaso de un robo bien planeado”, *La Voz del Interior*, sección Sucesos, 23 de agosto de 2000, p. 22A; etc.

<sup>367</sup> Véase la infografía “El camino de la basura”, acompaña al informe especial “Cuatro municipios unidos contra el cordón ecológico”, *Clarín*, 7 de agosto de 2000, sección Información General, pp.28/9

ocupa el centro de la página. La infografía se sitúa en el borde inferior de la página, casi a todo el ancho de la doble central (ocupa siete de las ocho columnas destinadas a la información), por 7,5 cm. de alto.

El título de la infografía, “El camino de la basura”, refiere a un trayecto, un itinerario con estaciones, aunque el conjunto aporte otros datos más que son relevantes para comprender el tema, por ejemplo las empresas que recogen la basura en la ciudad de Buenos Aires, la composición de los residuos, o el destino final de los mismos. Sin embargo, el recorrido, el camino con sus respectivas paradas imponen una **secuencia** lógica que ocupa el espacio mayor en la infografía (a lo ancho, seis de las siete columnas que incluye su diseño).

Este camino, trayecto, está resumido en tres etapas, y cada una de ellas está desglosada y avanza en una somera descripción del proceso. Los momentos que destaca la infografía son tres: “1 Recolección”; “2 Transferencia” y “3 Centro de disposición Final”. Cada una de estas etapas está destacada con números en tipografía blanca sobre fondo rojo y los nombres del proceso de recolección en negrita y además se complementan con textos auxiliares<sup>368</sup>. Y si se observa con detenimiento y por un momento se separa el gráfico de torta que complementa la infografía y que se ubica en el borde derecho de la misma, es posible advertir que las etapas señaladas también posibilitan una suerte de división de la infografía en tres partes. Entre la primera y segunda etapa hay un blanco que establece el comienzo de una nueva fase, en ambos sectores se avanza en una descripción somera del proceso. Por ejemplo en la primera, de recolección, se aportan datos sobre las empresas recolectoras, la cantidad de toneladas de basura que se genera por día y lo que tarda un camión recolector en llenarse. En la segunda se grafica el paso de la basura desde un camión recolector a otro de mayor tamaño en que la basura entra compactada y se agregan datos acerca del tiempo que demora la traspaso y el modo de pago por parte del municipio. Además aquí un mapa localiza los centros de transferencia y de destino final. La última fase del proceso, la identificada como 3 en “el camino de la basura”, está separa de la anterior por

---

<sup>368</sup> Las leyendas que acompañan la enumeración de las etapas dicen: “**1 Recolección.** En capital levantan la basura en los barrios cuatro empresas. **2 Transferencia.** La basura se pesa y se traspasa a camiones mayores donde se compacta. **3 Centro de disposición final.** Así se llama el lugar donde se almacenan los residuos compactados. CEAMSE cobra 26 pesos por cada tonelada recibida”. Las negritas son del original

un delgado filete y muestra otro proceso, que está diferenciado en etapas mediante el uso de textos auxiliares ubicados en orden lógico, uno a la par del otro, de izquierda a derecha (primero la carga que trae el camión, luego la descarga, el trabajo de las máquinas que trituran los desechos y finalmente el enterramiento). Estas cuatro subfases en ese camino de la basura, no están enumeradas, pero sin duda siguen un orden lógico que está reforzado en la ubicación de las leyendas.

La última parte de la infografía, que podría haber sido independiente, muestra, mediante un gráfico de torta, la composición de la basura, y en rojo destaca los desechos de alimentos, el mayor porcentaje de residuos.

Aquí el rojo solo cumple una función deíctica en el marco de la infografía en el señalamiento en el mapa de los tres centros de disposición final, aquellos que en el desarrollo de la noticia cuestionan intendentes del conurbano bonaerense. Sí hay indicadores metatextuales (títulos, subtítulos, leyendas, líneas, flechas), y obviamente, aquellos que indican una secuencia lógica en el tratamiento de la basura (las tres etapas a las que ya se hizo alusión). Si bien la infografía es lo suficientemente descriptiva como para comprender rápidamente las etapas en el tratamiento de la basura, desde el título (“camino”) se focaliza en la identificación de esos tres momentos, y en ese sentido es que se advierte la prevalencia de la función de **secuenciar**.



Figura 84. *Clarín* 24 de noviembre de 2000, sección Información General, p. 39

La infografía que se observa arriba se titula “Cronología de una infección” (figura 84), también se sitúa en una doble central acompañando al informe periodístico “Nueva estrategia terapéutica contra el virus del sida”<sup>369</sup>. Del mismo modo que la anterior, enmarcada en la sección Información General, pero esta vez bajo un cintillo que la contiene y que se denomina “Salud”. Este dato es relevante porque una cantidad importante de estas infografías, y en especial las que serán trabajadas en el apartado siguiente, se incluyen en secciones o páginas fijas que aparecen a la vista del lector avanzada la década de 1990, como Salud, Ciencia y Tecnología, Ecología, etc.

La infografía se ubica al centro de ambas páginas, en el borde superior, luego de la zona de referencia del diario. También integran el informe otras tres notas

<sup>369</sup> Véase la infografía “Cronología de una infección”, acompaña al informe periodístico “Nueva estrategia terapéutica contra el virus del sida”, *Clarín* 24 de noviembre de 2000, sección Información General, pp. 38/9

asociadas y una fotografía que se ubica sobre el margen derecho de la página impar. Mide dos columnas de ancho por 23 cm. de alto.

El título de la infografía, compuesto en tipografía negra, en mayúscula sostenida, ya remite a una **sucesión en el tiempo** (“Cronología”) que va desde 1930 al 2000, aunque saltando etapas. Es interesante señalar que la infografía está dividida en dos partes, la primera, la que ocupa mayor espacio, refiere a la cronología, es decir responde al título; y la segunda, que incluye un intertítulo (“La nueva investigación”), menor en tamaño, es la que resume la noticia (“Nueva estrategia terapéutica...”). Es decir que, en la toma de decisiones al interior del diario, se ha elegido, para graficar la información, realizar un recorrido histórico sobre la evolución de la enfermedad, con referencias espaciales en relación al lugar donde surgió y hacia dónde se propagó, y relegar a un segundo plano los temas relacionados con la noticia.

En relación a la **cronología**, las referencias a los años se hacen en tipografía roja y arranca en 1930, y en ese período de 70 años para arribar a la última etapa (2000), sólo se destacan siete fechas, incluidas la primera y la última. Se trata de un **resumen** del desarrollo de la investigación científica en relación al virus del sida que se muestra mediante una **sucesión de fechas** significativas. Cada uno de esos momentos incluye una leyenda que da cuenta de un hallazgo/prueba científica, etc. La infografía incorpora como fuente la revista Science, que, según la noticia, es la que ha publicado el avance científico que en el diario se convierte en noticia. Es el último segmento de la infografía el que da cuenta de este avance en la medicina, y se resuelve mediante una comparación de los tratamientos médicos. En el centro de esta parte, en verde, se destaca la nueva información producto de las investigaciones.

Sobre el borde derecho de la infografía, otros datos completan el tema, mediante dos intertítulos “Los números del sida” y “Transmisión”, en tipografías blancas sobre fondo rojo, se da cuenta de la cantidad de infectados, de muertos, y de nuevos infectados por día, así como distintos porcentajes relacionados con las vías de transmisión.

## Paso a paso, etapa por etapa

También se ubican en esta subdivisión aquellas infografías que dan cuenta de un proceso sociohistórico, una **secuencia de hechos que se dan en un tiempo y en un espacio**, por ejemplo, los pasos para aprobar una ley, el proceso en la realización de un periódico, etc.

La infografía que se ha elegido aquí muestra un **encadenamiento** en una serie de hechos que deben comprenderse en relación. Se trata de “Cronología de un escándalo” (figura 85)<sup>370</sup>, que remite a la causa judicial que en ese momento investigaba la venta ilegal de armas a Croacia y Ecuador entre 1991 y 1995.

La noticia más la infografía (también se incluye una fotografía) ocupan toda la página sábana de *La Voz del Interior*, y la infografía ocupa la totalidad de la mitad inferior de la página (seis columnas por 25 cm.).

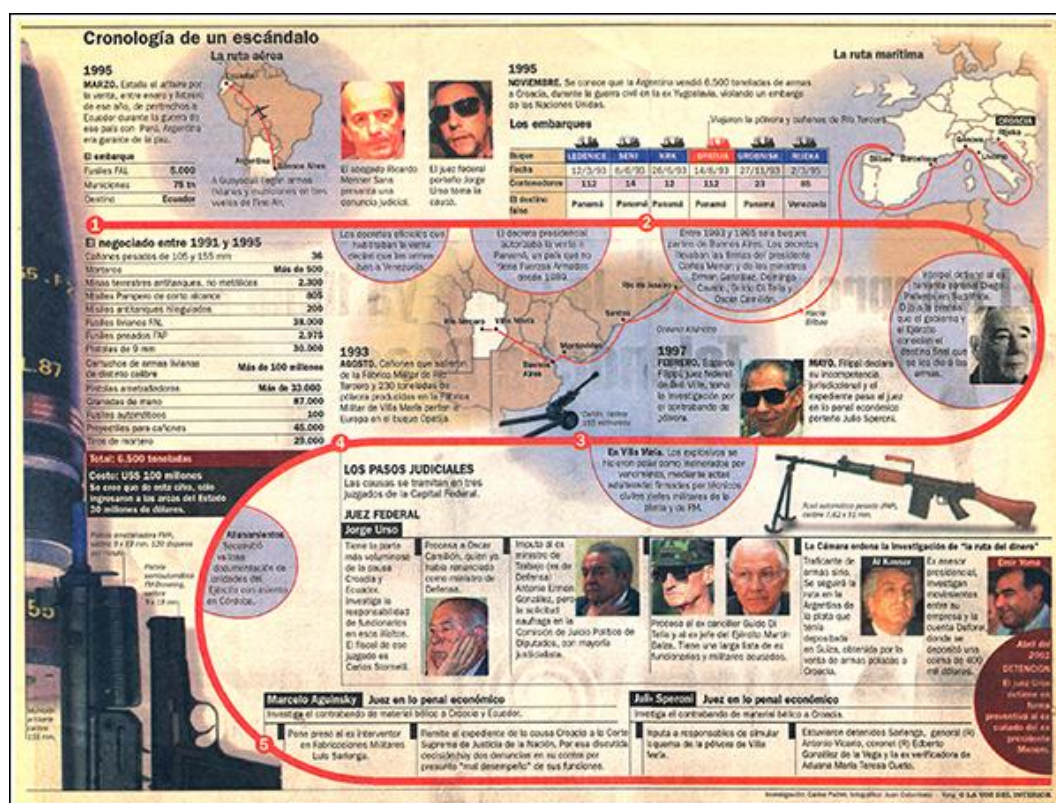


Figura 85. *La Voz del Interior*, 8 de abril de 2001, p. 5A.

<sup>370</sup> Véase la infografía “Cronología de un escándalo”, *La Voz del Interior*, 8 de abril de 2001, 5A. Ya se había trabajado esta infografía como ejemplo al plantear los distintos indicadores gráficos que organizan el texto/infografía periodística. Ver figura 31, en la *Segunda Parte*.



La infografía abunda en datos para construir una **cronología relacionada**. Para ello se vale de una línea gruesa roja y de la señalización de etapas que se observan en números blancos sobre círculos rojos, en esa misma línea de continuidad. En los espacios que aparecen entre esa línea que se curva dos veces, se muestran listados, tablas comparativas, fotografías de los implicados, imágenes de las armas supuestamente vendidas de manera ilegal, mapas indicando el trayecto de los cargamentos y una importante cantidad de textos auxiliares que intentan **resumir** y **simplificar** un proceso muy complejo por sus implicancias políticas y judiciales.

Cabe aclarar que esta no fue la primera infografía sobre el tema, sino que ambos diarios fueron publicando junto a las notas investigativas gráficos que pretendían resumir las características de las operatorias más las vinculaciones entre los protagonistas y los hechos<sup>371</sup>. La que se ha tomado para el análisis reúne tantos datos que resulta difícil advertir su trama sin la lectura del texto periodístico.

Para una mejor comprensión, es posible pensar en una subdivisión de esta infografía en tres partes, teniendo como guía la línea roja que vincula etapas. La primera parte, desde el borde superior hasta el comienzo del grueso filete rojo, muestra datos del año 1995: el estallido del escándalo, con un mapa de la ruta aérea al Ecuador, las fotografías del denunciante y del primer juez de la causa, un cuadro comparativo con los embarques de armas a Croacia y un mapa, que comienza en el segundo sector, y que muestra la ruta aérea en Europa (también con una línea roja más fina que indica el itinerario).

---

<sup>371</sup> Por ejemplo, la noticia “Armas: un duro fallo agravó la situación de Di Tella y Erman”, publicada por *Clarín* el 5 de abril de 2001, p. 3, incluye la infografía “Acusados por la Cámara Federal”, con fotos, recuadros y textos auxiliares se resume la situación de cada uno de los imputados y se muestra sobre un mapa, el itinerario de las ventas ilegales a Ecuador y Croacia. También la noticia “Me llamó Emir para hacer la operación con Ecuador”, publicada por *Clarín* el 20 de abril de 2001, p. 15, incluye una infografía titulada “La organización, según el juez”, que, mediante el uso de flechas muestra el cuadro de responsabilidades. Por su parte, en *La Voz del Interior* La infografía “Las tres causas”, acompaña a la noticia “Erman dijo que su detención es injusta”. 24 de mayo de 2001, p. 4A. Cabe mencionar que Carlos Paillet, periodista de *La Voz del Interior*, comenzó indagando las explosiones en la Fábrica Militar de Río tercero en 1995 que luego se las vinculó con el escándalo de la venta de armas en una serie de textos periodísticos que se publicaron desde entonces.

Si se toma la línea roja que vincula etapas como una ruta con una doble curva, el espacio comprendido entre las dos primeras rectas puede conformar la segunda parte de la infografía. Un intertítulo (“El negociado entre 1991 y 1995”) oficia como punto de partida de este trayecto (se identifica con el número 1). Y luego, en esa recta, mediante el recurso de semicírculos limitados por un delgado filete rojo, sobre un fondo celeste se presentan textos que vinculan las operatorias (ubicadas en la parte superior en el primer segmento) con las disposiciones legales que las autorizaban (decretos oficiales); y con la primera detención (ya en el formato de la primera curva) que da paso a la investigación judicial.

El tercer espacio que se ubica entre la segunda y tercera línea roja y que gráficamente queda encerrado en la segunda curva sintetiza “Los pasos judiciales” que llevaron a cabo tres jueces (aquí se incluyen las fotos de los implicados). El remate de esta infografía se observa en el ángulo inferior izquierdo con otro semicírculo, esta vez sobre un fondo en tonos marrones y letras blancas, que da cuenta de la última actuación judicial: la detención del ex cuñado del presidente Menem.

Se trata de una infografía compleja por la cantidad de datos que aporta, con numerosos indicadores metatextuales (títulos, subtítulos, fotografías, líneas y filetes que separan y conectan textos) y de secuenciación lógica: aquí el rojo y los números (1 a 5) resultan claves en la marcación del itinerario. A pesar de su complejidad y de que resulta posible avanzar en un análisis más cercano a la descripción (se trabajará este aspecto en el próximo punto) se insiste en que la función principal en este caso -no la única- es identificar una **trama de relaciones**, y en ese sentido una **secuencia de hechos** que se desarrollan en aproximadamente 10 años.

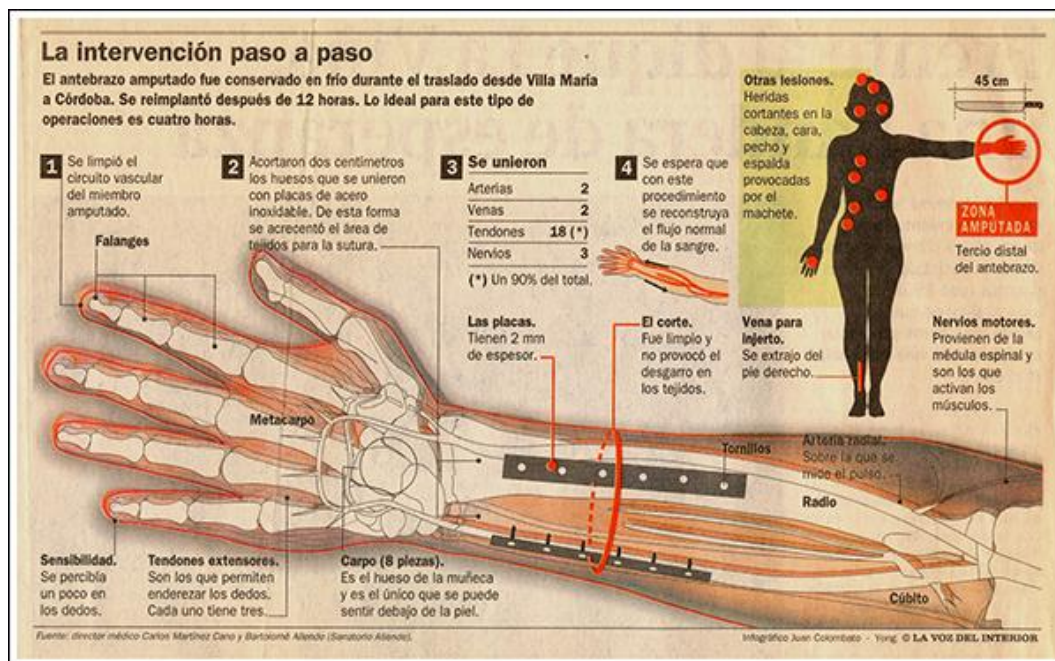


Figura 86. *La Voz del Interior*, 9 de marzo de 1999. Sección Información General, p. 16A

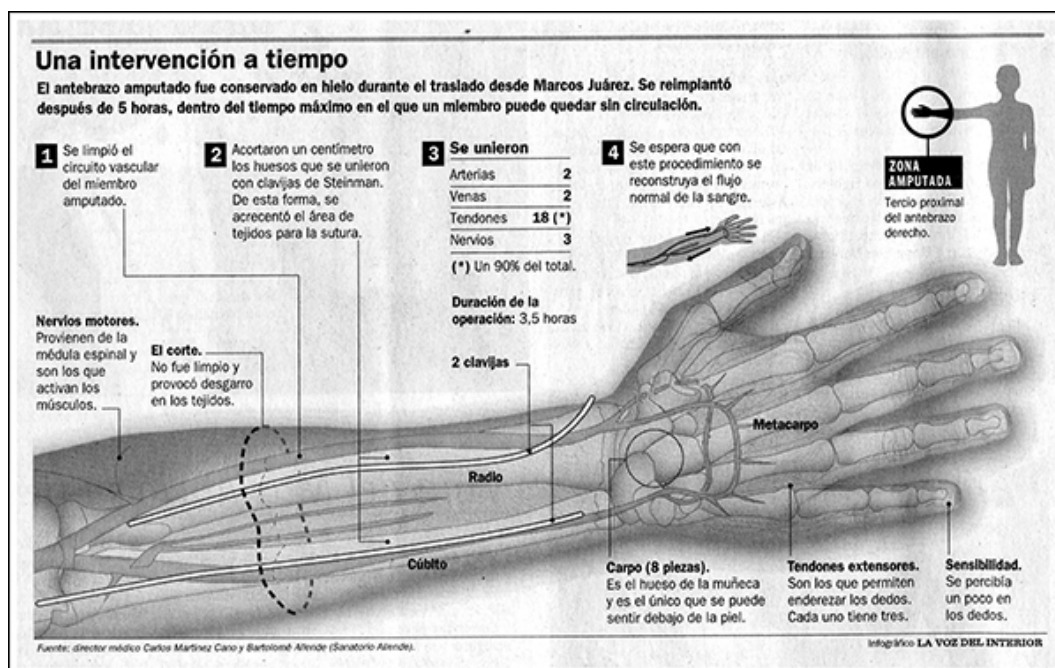


Figura 87. *La Voz del Interior*, 22 de febrero de 2001, Sección Información General, p. 15A

Otra infografía relacionada con la salud, muestra paso a paso (es lo que se señala en el título) las distintas etapas en el reimplante de la mano izquierda de una

mujer (figura 86)<sup>372</sup>. Aquí también prevalece la **secuencia**, aunque se aporten otros datos explicativos acerca de las características anatómicas del antebrazo y la mano.

La infografía ocupa cuatro de las seis columnas dedicadas a la información, se presenta en la parte superior de la página recostada sobre el lado derecho y mide 13 cm. de alto.

En las primeras infografías que se analizaron en este apartado, se advertía que la secuencia estaba localiza en algún espacio geográfico (ruta, barrio, ambiente cerrado), en este caso la secuencia está anclada al dibujo del brazo, que se muestra en gran tamaño y ocupa todo el centro de la página. De modo que las etapas en la intervención quirúrgica remiten a un lugar/espacio específico del cuerpo humano proponiendo así una localización diferente de las anteriores.

Los **pasos** que se destacan son 4, y están organizados en una secuencia que comienza en el lado izquierdo de la infografía y se traslada lógicamente hacia la derecha. La numeración se presenta en blanco sobre fondo negro, y está conectada con el dibujo del antebrazo y mano con la utilización de delgadas líneas que ubican el lugar exacto de la intervención. Aquí se incluyen textos auxiliares que permiten una mejor comprensión de la acción<sup>373</sup>.

Sobre el margen derecho superior, la silueta en negro de una mujer, en ella se destaca en un círculo rojo la zona amputada. El rojo también se utiliza para señalar el lugar del corte, como así también la indicación de las placas que se le injertaron a la mujer. En este sentido, el color vuelve a tener una función deíctica, señala/determina el lugar exacto de la amputación. Pero también se utiliza el rojo, ya no con ese criterio, para mostrar en el dibujo del brazo el circuito vascular.

Hay en la infografía abundancia de líneas que conectan textos con algún lugar de la imagen, un título y una bajada que amplía información (indicadores metatextuales), y por supuesto la **secuencia** de la operación (indicadores de

---

<sup>372</sup> Véase la infografía “La intervención paso a paso”, acompaña a la noticia “Evoluciona bien la mujer a la que se le reimplantó la mano izquierda”, *La Voz del Interior*, 9 de marzo de 1999, sección Información General, p. 16A.

<sup>373</sup> Las leyendas que acompañan la enumeración de las etapas dicen: “1 Se limpió el circuito vascular del miembro amputado. 2 Acortaron dos centímetros los huesos que se unieron con placas de acero inoxidable. De esta forma se acrecentó el área de tejidos para la sutura. 3 Se unieron Arterias 2. Venas 2. Tendones 18. Nervios 3. 4 Se espera que con este procedimiento se reconstruya el flujo normal de la sangre.”

conexión lógica) que se centra en los puntos 1 y 2, el resto aporta datos sobre los resultados de la intervención (etapa 3) y las expectativas futuras (etapa 4)<sup>374</sup>.

Casi dos años después, *La Voz del Interior*, publica una infografía con poquísimas variantes para dar cuenta de la reimplantación de la mano derecha de un niño de dos años. El título de la infografía es “Una intervención a tiempo” (figura 87)<sup>375</sup>, y en esta ocasión se recuperan todos los pasos con la sola excepción de una característica de esta operación, se utilizaron clavijas en lugar de placas de acero para unir la zona amputada. La otra diferencia es la silueta de un niño (en la anterior, una mujer), y la disposición del brazo, mirando hacia la derecha, la anterior hacia la izquierda. Ya se había advertido este tipo de reiteración con, por ejemplo, las infografías del teatro Colón<sup>376</sup> y también del Obelisco. Aquí el archivo digital resulta clave, ya no sólo en el uso reiterado de elementos tales como siluetas, mapas, símbolos, sino en el empleo de infografías casi completas para ilustrar noticias con algún grado de conexión. Esta situación resulta bastante común, y se ha advertido a lo largo de la revisión del corpus: hay una reutilización constante de las infografías<sup>377</sup>. Esta reiteración da cuenta de un momento de

<sup>374</sup> Véase también la infografía “Cómo se hizo la implosión”, *Clarín*, 3 de noviembre de 2000, sección Información General, p. 43; infografía “Navegantes ilegales”, acompaña la noticia “El pentágono fue invadido por piratas informáticos”, *Clarín*, 26 de febrero de 1998, sección Internacionales, p. 30; infografía “Para prevenir inundaciones”, *La Voz del interior*, 21 de febrero de 2001, sección Gran Córdoba, p. 13A; infografía “Vigilando la gestación”, acompaña a la noticia “Todo lo que se puede saber del bebé antes de que nazca y qué cosas se pueden curar”, *Clarín*, sección Información General (Salud), 12 de junio de 2002, p. 27; infografía “El procedimiento que se realizó para inmunizar a los animales de laboratorio comenzó hace dos años”, acompaña a la noticia “Lograron inmunizar a animales contra dos tipos de cáncer”, *Clarín*, sección Información general (Ciencia), 30 de noviembre de 2000, p. 46; infografía “Un año de hechos”, acompaña a la noticia “Balance en cuatro áreas sensibles”, *Clarín*, sección Política, 10 de diciembre de 2000, p. 8; infografía “La técnica que salvó al pequeño”, acompaña a la noticia “Exitosa cirugía a un recién nacido”, *La Voz del Interior*, sección Sociedad, 3 de octubre de 2000, p. 17A; infografía “Cómo será la caída”, acompaña a la noticia “La estación espacial Mir será arrojada al Pacífico en febrero”, *Clarín*, sección Información General, 17 de noviembre de 2000, p. 28; infografía “Tormenta fatal” acompaña a la noticia “Un rayo fulminó a un avión chino con 42 personas a bordo”, *La Voz del Interior*, sección Sucesos, 23 de junio de 2000, p. 20A; infografía “Las tres formas de obtener células madres”, acompaña a la noticia “En Inglaterra clonarán células embrionarias”, *Clarín*, sección Información General, 17 de agosto de 2000, p. 34; etc.

<sup>375</sup> Véase la infografía “Una intervención a tiempo”, acompaña a la noticia “Reimplantan el brazo a un niño de 2 años”. *La Voz del Interior*, 22 de febrero de 2001, p. 15A.

<sup>376</sup> Véanse las figuras 74, 75, 76 y 77, en esta misma *Tercera Parte*.

<sup>377</sup> Véase por ejemplo la infografía “El negocio inmobiliario”, acompaña la noticia “El escándalo de Tandanor, un dilema para el Gobierno Porteño”, *Clarín*, 29 de octubre de 2000, p. 14, es exactamente igual a la publicada con el mismo título el 30 de diciembre de 2000, p. 12, acompañando la noticia “Procesaron a Erman y le trabaron embargo por cinco millones”, esta infografía se publica en color, la anterior en blanco y negro. También la infografía “El escenario del juicio oral y público”, acompaña a la noticia “AMIA: preparan una sala de audiencias de alta

explosión de la infografía que se ubica en el período analizado, especialmente entre 1999 y 2001, y que coincide con la intención de gerentes y directivos de los diarios estudiados de proponer “modos de presentación de la información que **faciliten** la lectura” (Jornet: 2001: 3).

En síntesis, es posible señalar que en este tipo de infografía, las que se analizan en este capítulo, se recupera la **secuencia**, la **cronología** de los hechos, de manera clara, precisa, casi aséptica. Por lo general no aparecen alusiones a las causas del fenómeno, ni tampoco a las consecuencias. Sobre todo se centra en la **sucesión de hechos**, y su **encadenamiento** y relacionamiento aparece graficado, en la mayoría de los casos, a través de líneas o flechas que remiten al movimiento y en las que se utiliza el color rojo, o un trazo grueso más oscuro, en el caso de los gráficos en blanco y negro.

---

seguridad”, *Clarín* 31 de agosto de 2000, es prácticamente igual a la publicada con el mismo título el 30 de setiembre de 2001, p. 10, acompañando a la noticia “Telledín será mudo y Ribeli duda, pero hablarán los otros policías”. También la infografía “El nacimiento de una moneda fuerte”, que acompaña la noticia “Con orgullo y temor los europeos ponen el euro en sus bolsillos”, *Clarín*, 23 de diciembre de 2001, es prácticamente igual con una pequeña variante en la organización de sus elementos a la infografía “Radiografía de Eurolandia”, que acompaña a la noticia “Una transformación gigantesca”, 31 de diciembre de 2001, p. 25. También infografía “La discordia sobre dos ruedas” acompaña a la noticia “Las motos enduro no preocupan a la policía”, *La Voz del Interior*, 25 de setiembre de 2000, p. 20A es prácticamente igual a la infografía “Las nuevas restricciones”, publicada el 23 de noviembre de 2000, p. 14A, acompañando a la noticia “Polémica por el freno a las motos enduro”; infografía “Cómo comienza la enfermedad”, acompaña a la noticia “Frutas, verduras y cereales ayudan a prevenir el cáncer”, *Clarín*, 19 de junio de 2000, sección Información General (Salud), p. 36, es reutilizada en su totalidad para formar parte de otra más amplia que se publicó bajo el título “El desarrollo de la enfermedad, los métodos de prevención y las estadísticas al día” el día 2 de julio de 2002, acompañando a la noticia “Dos de cada tres casos de cáncer pueden ser evitados o curados”, sección Información general (Salud), p. 28/9.

### III.2.4. Describir/caracterizar

Para abordar este último punto se comenzará por recordar algunas de las características del **texto expositivo/explicativo**, que se desarrollaron en páginas anteriores de esta tesis, y que se vinculan con el modo de presentar de información. Se hacía hincapié en que la categoría **descripción** se interesa por definir términos, describir rasgos o establecer relaciones con otros objetos; describir o caracterizar objetos o sujetos y luego relacionarlos según sus características similares; y comparar y contrastar, es decir establecer similitudes o diferencias entre sujetos u objetos. Es decir, a la par que se aporta información, se establecen relaciones, comparaciones, aglutinan características similares, contrastan.

De modo que, resulta necesario volver a Alvarez Angulo para reiterar la caracterización de este tipo de textos en relación a su **intención/objetivo**: dar a conocer información o ideas (nuevas o no), es decir aportar conocimiento, transmitir saberes; brindar definiciones de términos, descripción y caracterización de rasgos, relaciones con otros objetos; también describir y caracterizar objetos o sujetos y luego relacionarlos según sus similitudes o diferencias (1996: 34). Asimismo, la enunciación de un problema/tema puede aportar soluciones, generar preguntas con sus consecuentes respuestas o ubicar el asunto en una cadena causal que sitúa las situaciones previas y las posteriores a la solución del problema, es decir pone en evidencia una serie de acontecimientos de una secuencia lógico/temporal. Y en la explicación aparecen analogías, ejemplos, y reiteraciones.

Ya se ha observado en análisis previos, que las infografías toman algunos o varios de estos aspectos para focalizar en sus objetivos básicos de resumir/sintetizar/esclarecer. Además, en los diferentes textos periodísticos, se incluyen descripciones, ilustraciones, clasificaciones, secuencias lógicas que dan cuenta de las distintas etapas del acontecimiento, etc. Y también en aquellos textos más vinculados con la ciencia o la tecnología, se observan explicaciones y simplificaciones de las teorías/experimentos, predicciones, posibles consecuencias, etc. de temas/ asuntos que se ubican muy lejos de las urgencias

cotidianas de los lectores. Del mismo modo, en la *Primera Parte* de esta tesis, se hizo alusión a la tendencia a la incorporación en la agenda temática de los medios gráficos de contenidos relacionados con la ciencia, la tecnología, el medio ambiente, la salud, que a partir de la década de 1990 comienzan a aparecer de manera cada vez más sostenida en páginas como sección o como suplemento semanal.

En estas temáticas la infografía obra como un elemento que pretende reducir la complejidad, mostrando esquemas, dibujos, fotografías, mapas, que se vinculan con leyendas que describen, definen, clasifican, comparan, localizan, etc. Aquí resultan oportunas las palabras de Verón en el caso del accidente en la central nuclear de Three Mile Island cuando refiere a las imágenes que acompañan las explicaciones de especialistas y periodistas: “La descripción se basa en un dibujo. El dibujo o el diagrama son parte integrante del discurso didáctico en televisión. Participa de la ilusión que se encuentra en las modernas enciclopedias ‘ilustradas’, ‘la de la ciencia del sentido común’. Hay que provocar en el receptor la impresión de que se efectúan los gestos de una investigación, de un descubrimiento” (1987: 139), es decir, una suerte de *ilusión de conocimiento*.

También Ives Deforge, cuando hace alusión a las imágenes didácticas de los manuales escolares, dice que la combinación imagen y texto constituye un claro ejemplo de una propuesta didáctica y señala que es posible encontrar distintos lenguajes icónicos (fotografías, dibujos al trazo y esquemas) que en relación con breves descripciones o explicaciones, conforman lo que denomina “un tejido conjuntivo” que permite relacionar entre sí a las ilustraciones que, por lo general, “conforman el esqueleto de la obra” (1992: 209)<sup>378</sup>.

---

<sup>378</sup> Deforge explica esta combinación de imagen + texto, en relación a una propuesta didáctica, tomando como ejemplo una imagen de un libro escolar que explica la transmisión de una enfermedad: “Una imagen fotográfica utilizada como fondo de esta composición exclusivamente icónica, reproduce el contexto real en el que se genera la enfermedad llamada ‘bilharziosis’ o ‘schistosoniasis’. Su causa son las sanguijuelas que viven en los vasos sanguíneos del enfermo, y cuya reproducción se debe al contacto del hombre con el agua contaminada (...) Los dibujos de línea, superpuestos en círculos a la ilustración fotográfica, muestran esquemáticamente el proceso microbiológico que interviene en la infección. La secuencia circular marcada con el movimiento de las flechas expresa el proceso fatal de la enfermedad, (...) Desde el punto de vista gráfico de esta información visual tan notablemente rica, se combinan aquí tres clases de lenguajes icónicos; la imagen fotográfica realista, situando el problema en el marco verdadero (...). Los dibujos al trazo ofrecen una evocación de la visión microscópica, y al mismo tiempo una mostración metamorfósica del microbio portador de la enfermedad. La posición de estos dibujos formando un círculo, y el enlace de estos círculos por medio de las flechas constituyen un recurso



### III.2.4.1. ¿Cómo es el objeto/acontecimiento? ¿Cuáles son sus partes?

Ahora bien, ¿cuáles son las infografías que más se acercan al tipo de función **describir/caracterizar**? A partir del relevamiento realizado se incluyen aquí las infografías que intentan dar cuenta, por ejemplo, del funcionamiento de un **sistema**, un **objeto**, un **órgano** animal/humano, un procedimiento, una teoría científica, etc.

Para poder señalar las características de este tipo de gráficos y sus recurrencias se seleccionaron 84 infografías de las aparecidas en el periodo estudiado. Se trata de aquellas que se proponen **describir/caracterizar/explicar** objetos o sistemas complejos, identificar claramente sus componentes y las relaciones que se dan entre ellos. Por ejemplo: como se obtienen las células madres, las características de las ballenas francas, cómo es un globo aerostático, cómo se origina una tormenta, etc; y que, en el relevamiento realizado, aparecen en las secciones Sociedad o Información General, pero también en Ciencia, Salud, Tecnología, Turismo.

La estructura recurrente de este tipo de gráficos es mostrar en gran tamaño el objeto/fenómeno a describir y utilizar gráficos auxiliares que rodean la imagen principal para dar mayor información (mapas de localización, tablas, gráficos de fiebre o torta). También se distinguen, por el lugar destacado en el que aparecen y el tamaño asignado en la página.

Por ejemplo, la noticia acerca de la habilitación de una estación espacial para que tres astronautas (uno estadounidense y dos rusos) convivan durante cuatro meses y realicen distinto tipo de actividades científicas, es propicia para describir esta estación espacial y aportar datos acerca de su construcción y funcionamiento.

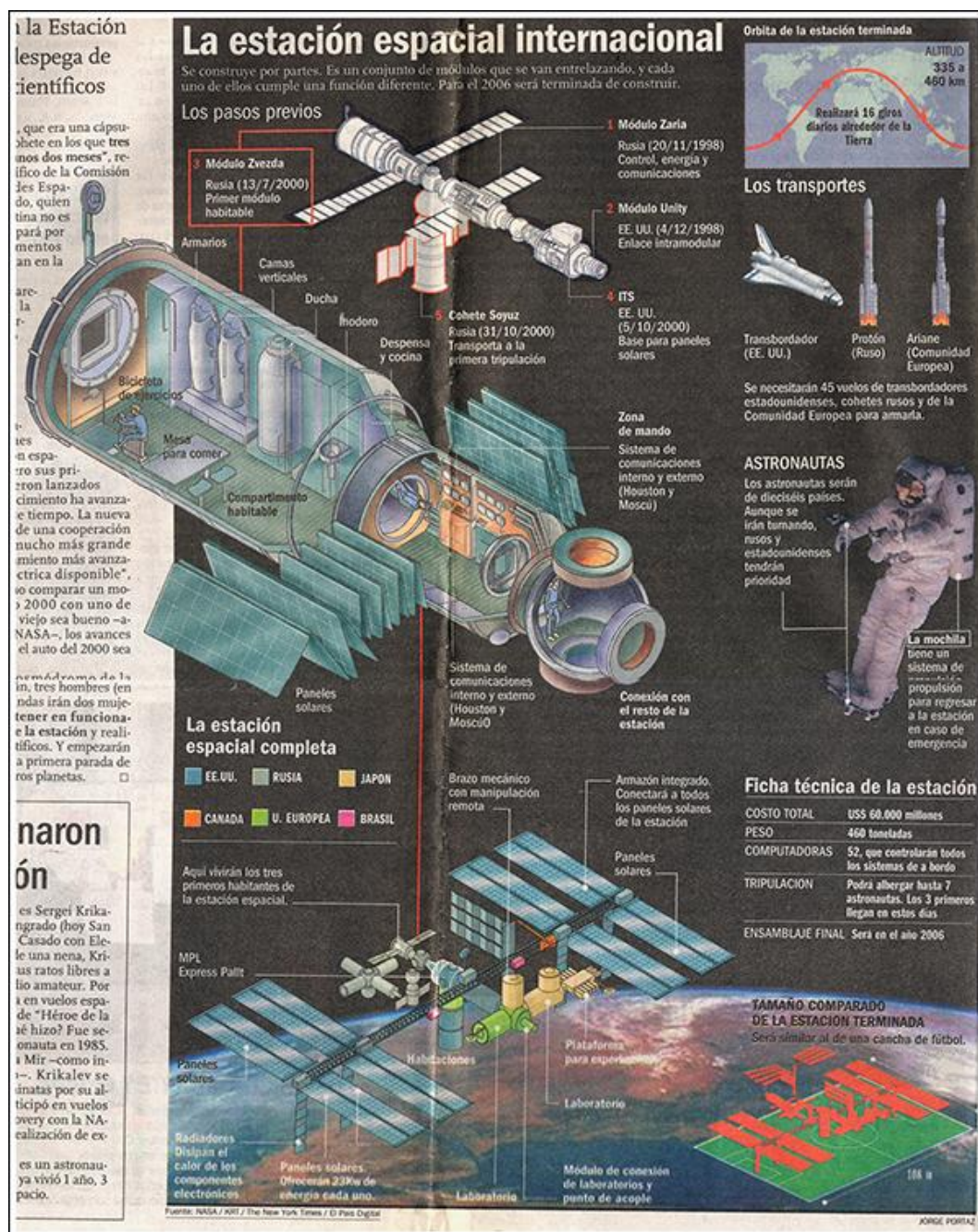


Figura 88. *Clarín*, 31 de octubre de 2000, sección Información General, p. 34/5

El 31 de octubre de 2000 *Clarín* publicó bajo el título “La estación espacial internacional” (figura 88)<sup>379</sup> una infografía, que acompaña la noticia sobre el lanzamiento del cohete que llevaría a los astronautas hasta su nueva vivienda por cuatro meses. La infografía ocupa el centro de la página doble central, con un

<sup>379</sup> Véase la infografía “La estación espacial internacional”, acompaña la noticia “Parten los pioneros de la primera vivienda espacial”, *Clarín*, 31 de octubre de 2000, sección Información General, pp. 34/5

ancho de tres columnas y se extiende a todo el largo de la página (29,5 cm.). El objeto central es el módulo habitable en el que se instalarán los astronautas; alrededor, diversos datos que se relacionan con la construcción de la estación, sus características técnicas; su tamaño, etc.

Aquí la infografía aporta conocimiento sobre un tema muy complejo, solo familiar para una pequeña porción de científicos; resume, sintetiza, desarma un objeto para poder dar cuenta de sus partes y de las funciones de cada uno.

Sobre fondo negro, en el medio de la infografía, desplazado hacia la izquierda e ingresando en el espacio dedicado al texto, se observa el módulo habitable de la estación en el que vivirán los astronautas. Se trata de una visión ampliada de una parte de la estación. Mediante un recuadro en rojo y una línea que conecta con la gráfica de la estación, se conoce donde se ubica en la arquitectura de la nave.

El dibujo mayor muestra el interior del módulo habitable, proponiendo una visión que traspasa toda pared o barrera material y permite ingresar a un espacio vedado para el lector común. Allí se observan la mesa para comer, las camas, las duchas, etc., también la zona de mando y el lugar donde se ubica el sistema de comunicaciones. Por encima de este dibujo, se ubica la réplica graficada de la estación espacial internacional. Allí cada uno de los espacios es identificado con un número (en rojo) y una leyenda que aporta el nombre del módulo, su procedencia (qué país lo construyó), la fecha en la que se puso en órbita, y la función que cumple.

Todas las imágenes (dibujos) que conforman esta infografía requieren de una leyenda que en algunos casos nomina el sector al que alude (por ejemplo: “laboratorio”; “paneles solares”) y en otros explica sintéticamente la función que cumple (por ejemplo: “Amazón integrado. Conectará a todos los paneles solares”; “La mochila tiene un sistema de propulsión para regresar a la estación en caso de emergencia”)<sup>380</sup>.

La infografía tiene varias partes para dar cuenta, cada una de ellas, de algún aspecto. Por un lado la *definición* de la estación (“Es un conjunto de módulos que

---

<sup>380</sup> Uno de los textos auxiliares dice: “Módulo Zaira (**nominación**)/ Rusia (20/11/1998) (**país responsable de su elaboración y fecha de la puesta en órbita**)/ Control, energía y comunicaciones (**función**)”. Las aclaraciones entre paréntesis son nuestras.

se van entrelazando, y cada uno de ellos cumple una función diferente. Para el 2006 será terminada de construir); la *identificación* de las partes que la componen; la vista particularizada del módulo que origina la noticia (el que habitarán tres astronautas); la gráfica de la estación completa incluidos radiadores, paneles solares, laboratorios y módulos de conexión, en colores que responden a la responsabilidad de cada uno de los seis países que intervienen en su construcción; la ficha técnica, esto es algunas de sus *características* (costo, peso, computadoras que contiene, tripulación, etc.); la *comparación* visual en tamaño con una cancha de fútbol; datos sobre un mapamundi referidos a su órbita, altitud y velocidad (*localización y tiempo*); y un dibujo de un astronauta con especificaciones de una de las *características* de la mochila (“sistema de propulsión para regresar...”), y otros datos accesorios<sup>381</sup>. Por último, figuran en la base de la infografía la firma y las fuentes, entre las que se incluye la Nasa, es decir el organismo estadounidense encargado de la exploración del espacio.

De modo que se advierte una enumeración de partes y/o propiedades del objeto, siempre con la mira en la síntesis/resumen mediante el uso de vocablos de uso corriente. Se focaliza en una parte para mirarla con más detenimiento y sólo en aquellos detalles generales que pueden ser comprensibles rápidamente (por ejemplo nada se dice acerca de los materiales que componen cada módulo). Las leyendas tienen distinto nivel de especificidad algunas sólo nombran y otras avanzan en alguna característica o función de la parte. Y, cómo se ha señalado anteriormente, casi siempre mediante los gráficos auxiliares se pone en relación el mundo y el objeto descrito. Al igual que en las otras infografía estudiadas se advierte la ausencia de adjetivos, reservado en la mayoría de los casos para el texto periodístico.

---

<sup>381</sup> Véase también la infografía “El primer satélite argentino de observación de la Tierra”, acompaña la noticia “Finalmente el SAC-C parte hacia el espacio”, *La Voz del Interior*, sección Sociedad, 21 de noviembre de 2000, p. 16A; infografía sin título, acompaña a la noticia “Lanzarán el satélite argentino SAC-C para observar la Tierra”, *Clarín*, sección Información General, 19 de noviembre de 2000; infografía “Fibra óptica + lenguaje digital = la comunicación del futuro”, acompaña a la noticia “La revolución de lo instantáneo”, *La Voz del Interior*, Artes y Espectáculos, 4 de octubre de 1997, p. 1C; infografía “Un pequeño cerebro que piensa en grande!”, acompaña a la noticia “Computadora para el hogar: el próximo boom”, *La Voz del Interior*, sección Suplemento especial Día de la Informática, 9 de diciembre 1996, p. 3

## UNA ZONA MAGICA Y MISTERIOSA

Los tres científicos galardonados demostraron que el cerebro controla un conjunto de actividades motoras, intelectuales y emocionales.

### 1 ARVID CARLSSON

Comprobó que la dopamina, un neurotransmisor del cerebro, tiene una importancia para nuestra capacidad de controlar los movimientos.

El científico verificó que los enfermos de Parkinson tienen una concentración muy baja de dopamina en los llamados ganglios básicos.

Esta parte del cerebro, fundamental para el movimiento muscular, tiene normalmente una alta concentración de dopamina.

### Transmisión de información

El mensaje de una neurona a otra se transmite con la ayuda de distintos químicos, como la dopamina.

**AREA AMPLIADA**

- 1 La dopamina se forma a partir de dos precursores: Tirosina y L-dopa.
- 2 Es almacenada en vesículas.
- 3 Un estímulo nervioso hace que se vacíen las vesículas.
- 4 La dopamina es captada por la pared celular y el mensaje ingresa en la neurona receptora.
- 5 El mensaje se transmite hacia otra neurona.

**SINAPSIS**

Proteínas modificadas

Núcleo

### 2 PAUL GREENGARD

Mostró cómo la dopamina modifica las neuronas y permite la transmisión de información.

- 1 Cuando la dopamina es captada por un receptor en la pared de la neurona...
- 2 ... provoca una serie de cambios encadenados que modifican proteínas "clave" que regulan diferentes funciones en la célula nerviosa.

### 3 ERIC KANDEL

Descubrió que los cambios en la sinapsis son vitales para el aprendizaje y la memoria. Comprobó que el cambio proteico genera una memoria a corto plazo.

Fuente: [www.nobel.se](http://www.nobel.se)

CLARIN

Figura 89. Clarín, 10 de octubre de 2000, sección Información General, Salud, p. 41.

Del mismo modo que una nave espacial, el cerebro se presenta, para el común de las personas, como un espacio inexpugnable, complejo, secreto, con variadas funciones, todas imprescindibles para la vida.

Aquí, la noticia acerca del otorgamiento del premio Nobel de Medicina a tres científicos, dos estadounidenses y un sueco, que estudian el funcionamiento cerebral, da pie para la realización de una infografía con un dibujo principal a partir del cuál se intentan explicar los hallazgos premiados.

Al igual que en el caso anterior, o tal como se podría observar en un manual de anatomía, la infografía penetra en el cerebro y realiza un corte transversal para **ubicar, nominar, diferenciar y especificar** las funciones de cada una o algunas de sus partes, aislar las neuronas y focalizar en una zona específica.

La infografía se presenta bajo el título “Una zona mágica y misteriosa” (figura 89)<sup>382</sup>, en negrita y mayúscula sostenida. Se ubica hacia la izquierda y ocupa la mitad de la página impar de la doble central (40 y 41) dedicadas al hallazgo científico. Tiene 22,5 cm. de alto por dos columnas.

Sobre un fondo celeste, la gráfica se presenta dividida en tres partes, claramente señaladas con números que corresponden al descubrimiento de cada uno de los científicos. La parte superior, a la que se le asigna el mayor tamaño y que incluye la silueta graficada del interior del cerebro, como también las gráficas de las neuronas, corresponde a los estudios de uno de los premiados, el científico sueco Arvid Carlsson. Los nombres de los tres profesores distinguidos se presentan en tipografía blanca, en mayúscula sostenida sobre fondo negro, sobresale el apellido en un cuerpo mayor.

Como la temática no es común, las leyendas que acompañan la gráfica ofrecen datos resumidos para una mejor comprensión. Por ejemplo, debajo del nombre de cada científico se resume su descubrimiento: “1. Arvid Carlsson. Comprobó que la dopamina, un neurotransmisor del cerebro, tiene una importancia para muestra capacidad de controlar los movimientos”<sup>383</sup>.

---

<sup>382</sup> Véase la infografía “Una zona mágica y misteriosa”, acompaña a la noticia “Tres científicos que lograron develar los mecanismo secretos del cerebro”, *Clarín*, 10 de octubre de 2000, p. 40/1.

<sup>383</sup> En el caso de los otros dos científicos premiados, también se hace alusión a sus avances científicos: “2 Paul Greengard Demostró que la dopamina modifica las neuronas y permite la transmisión de información; 3 Eric Kandel Descubrió que los cambios en la sinapsis son vitales

Resulta interesante esta infografía que aborda un tema tan complejo y difícil de asir. El esfuerzo por hacer comprensible la información lleva al periódico a incorporar en un espacio destacado (cuatro columnas por 8,5 cm, en la parte inferior de la página par) un recuadro en el que se incluyen las palabras básicas de este “complejo sistema”, allí se definen, a manera de glosario, algunas de las palabras que se utilizan en la gráfica, por ejemplo *neurona*, *sinapsis*, *neurotransmisor*, *dopamina*, etc. También, a la derecha de la infografía, las fotografías de cada uno de los premiados con una breve historia personal y de sus investigaciones. De modo que esta infografía es imposible de comprender para un lector común, sin el soporte del texto periodístico.

Al igual que en la infografía que se analizó anteriormente se presentan *caracterizaciones* (la particularidad de cada uno de los aportes científicos premiados); *clarificación de funciones* a veces derivadas del binomio causa-consecuencia (“...los cambios en la sinapsis son vitales para el aprendizaje y la memoria.... el cambio proteico genera una memoria a corto plazo;...regulan diferentes funciones en la célula neuronal;...provoca una serie de cambios... etc.); la *secuencia* de la transmisión de información, etc.

Por otra parte, y en relación al uso del **color rojo**, aquí tiene dos funciones, una la localización en el cerebro de los ganglios básicos, el sector que normalmente “tiene una alta concentración de dopamina”, y la otra es la identificación, en el dibujo de las neuronas y las neuronas modificadas por la dopamina. Finalmente, la infografía incluye los créditos y la fuente, aspecto clave en gráficos tan específicos.

Este tipo de gráficos resultan interesantes en la medida en que se introducen en un ámbito que escapa al ojo humano. En la explicación de un objeto o un órgano animal, humano o vegetal, se pretende llevar la visión del lector a aquellos lugares a los nunca llega, los imposibles de ser vistos. Tal como si poseyera una mirada de rayos X, el infografista realiza cortes en el cuerpo o en el objeto y avanza sobre él, convirtiéndose en un especialista que muestra parte por parte, capa por capa, aquello que el ojo humano no puede advertir. Ya nada se oculta, todo es posible de ser conocido hasta en su más mínimo detalle. Así, al explicar cómo funciona

---

para el aprendizaje y la memoria. Comprobó que el cambio proteico genera una memoria a corto plazo”

un mecanismo, el periódico deviene didáctico y la inclusión de las fuentes (médicos especialistas o enciclopedias) lo inviste de autoridad: saben de qué hablan<sup>384</sup>.

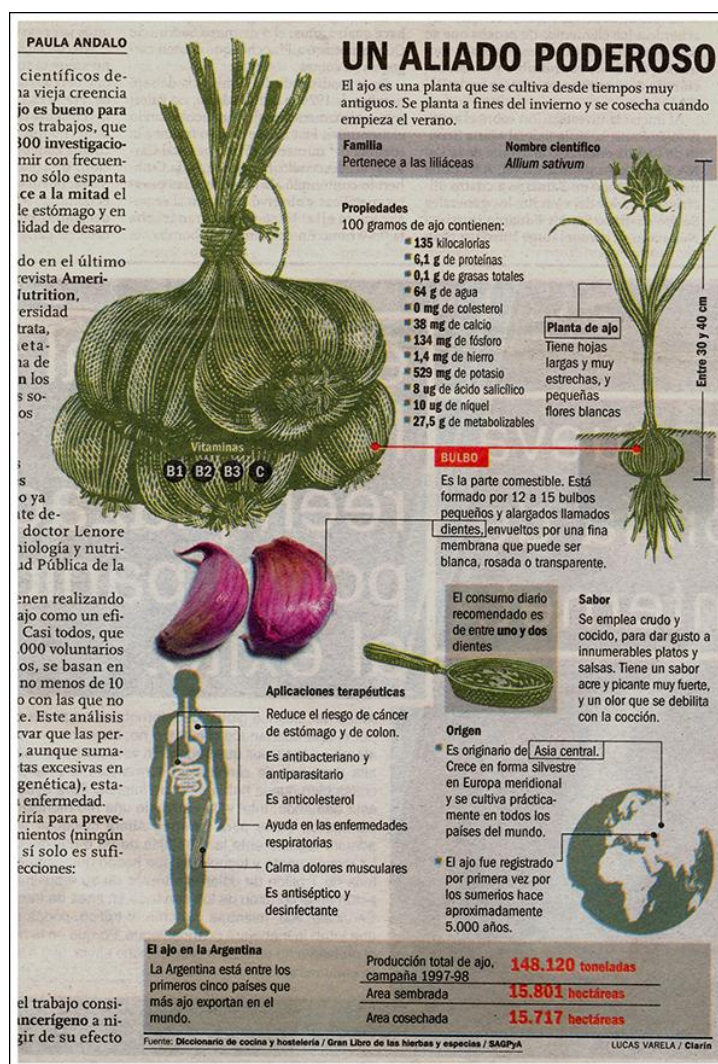


Figura 90. *Clarín*, 5 de octubre de 2000, sección Información General, Salud, p. 38

<sup>384</sup> Véase también la infografía “Los distintos tipos de dolor”, acompaña la noticia “Nuevas armas para luchar contra los dolores de cabeza”. *Clarín*, sección Información General, Salud. 5 de junio de 2000; infografía “Lo que dice la autopsia”, acompaña la noticia “Acusarían al juez Fraticelli de instigador del crimen”, *Clarín* sección Policía, 18 de junio de 2000, p. 57; “Datos y consejos para atender la enfermedad”, acompaña la noticia “Lanzan una campaña para prevenir el cáncer de piel”, *Clarín*, sección Información General, Salud, 11 de setiembre de 2000, p. 42; infografía “Cómo las estatinas reducen los niveles de colesterol”, *Clarín*, sección Información General, Salud, 9 de setiembre de 2000; infografía “Métodos de obtención de células madre”, acompaña la noticia “Buscan formas de reconstruir el organismo sin recurrir a embriones”, *Clarín*, sección Información General, 31 de diciembre de 2001; infografía “La celulitis”, acompaña a la noticia “Los últimos tratamientos para luchar contra la celulitis”, *Clarín*, sección Información General, Salud, 18 de setiembre de 2000, p. 50.



Del mismo modo que la anterior, esta infografía se ubica en la página de Salud, de la sección Información General. Pero en este caso el tema que trata si pertenece al día a día de los lectores: el ajo; solo que esta vez asociado a la prevención de enfermedades. El título es “Un aliado poderoso”, en tipografía destacada y mayúscula sostenida (figura 90)<sup>385</sup>. También aquí se parte de una noticia científica, un estudio que demuestra que este alimento puede reducir el riesgo de padecer cáncer de estómago y de colon. Se trata de una infografía que se ubica en el centro de la página, ocupando dos columnas por todo el largo de la noticia (22 cm.).

Al igual que en el caso de la nave espacial, el dibujo central, el de mayor tamaño, transgrede los límites fijos de la columna e ingresa a la reservada al texto periodístico. Pero hay más similitudes en la forma: una planta de ajo completa, el bulbo en mayor tamaño (entre ambos una línea roja que conecta las partes); el detalle de una parte (los dientes); sobre un globo terráqueo los lugares de origen; también una suerte de ficha técnica con los datos de la producción en Argentina, y sobre una silueta humana (equivale al astronauta en la infografía de la nave) la identificación de los órganos sobre los cuales el ajo tiene una incidencia terapéutica.

En el afán de dar cuenta del descubrimiento científico, se utilizan en la infografía *definiciones* de la planta y de sus partes (“es una planta que se cultiva...”, “es la parte comestible”); algunas de sus *características* (propiedades cada 100 grs., cantidad de dientes que conforman un bulbo; tamaño de la planta, forma de las hojas y flores, sabor, producción, etc.); la *localización* visual de su origen (es originario de Asia Central... el ajo fue registrado); y las *consecuencias* de su uso (su consumo “reduce el riesgo...”, “es antibacteriano y antiparasitario...”, “es anticolesterol... ayuda... calma...”).

---

<sup>385</sup> Véase la infografía “Un aliado poderoso”, acompaña a la noticia “El ajo puede prevenir algunos tipos de cáncer”, *Clarín*, sección Información General, Salud, 5 de octubre de 2000, p. 38.

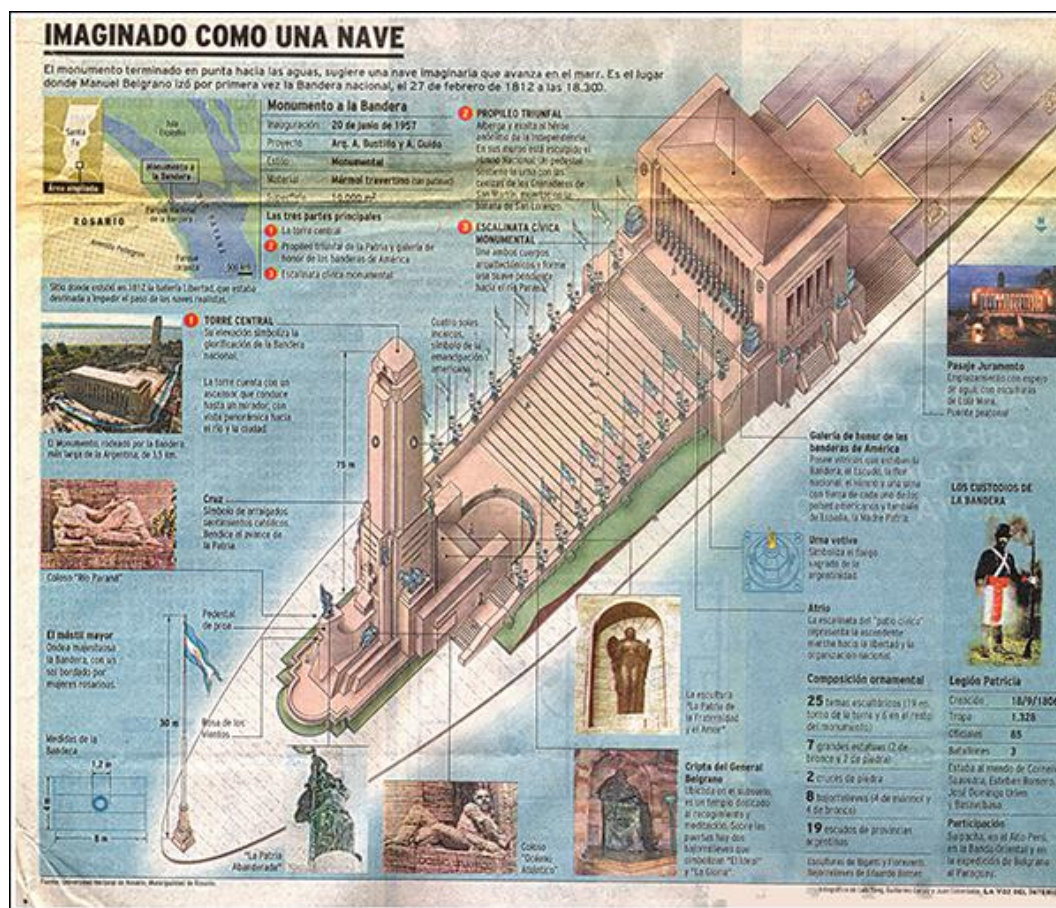


Figura 91. *La Voz del Interior*, sección Sociedad, 20 de junio de 2002, p.11A

Otro ejemplo, esta vez de *La Voz del Interior* del 20 de junio de 2002<sup>386</sup>, intenta dar cuenta de la arquitectura del monumento a la bandera ubicado en Rosario (figura 91). A partir de una noticia relacionada con la semana de la bandera, se propone desagregar en partes el monumento, nominando y/o describiendo alguna de ellas. Aquí resulta interesante que la noticia en cuestión forma parte de una serie publicada durante los cuatro días anteriores, y en este caso refiere al monumento emplazado en Córdoba y no en Rosario, el texto periodístico es acompañado por una fotografía.

La infografía del monumento a la bandera más importante de la Argentina, ocupa la mitad inferior de la página sábana, y se ubica por encima del corte a lo ancho de

<sup>386</sup> Véase la infografía "Imaginado como una nave", acompaña a la noticia "El Monumento a Belgrano aún espera otro final", *La Voz del Interior*, sección Sociedad, 20 de junio de 2002, p.11A.

la misma. Mide seis columnas por 25 centímetros. Su título, “Imaginado como una nave”, se presenta en tipografía mayúscula sostenida, subrayada.

La imagen principal, que simula incrustarse en la página y atraviesa la infografía desde el vértice superior derecho hacia el inferior izquierdo, es un dibujo del monumento. Por fuera de la imagen central y rodeándola, se encuentran 17 referencias que hacen alusión a alguna de las partes del monumento. De modo que, mediante recursos gráficos, se *desprenden* del monumento algunas de sus partes destacadas (tal como si el lector poseyera un zoom que focaliza en una u otra pieza), y las ubica por fuera de la imagen central. Delgados filetes vinculan las pequeñas fotografías que reproducen cada uno de los detalles con el espacio que ocupan en el monumento, a la par que breves leyendas dan cuenta de su nombre/función y/o características principales. No todas las referencias incluyen fotografías (por ejemplo la galería de honor o el atrio).

En el borde superior izquierdo, un mapa con una doble localización, en la provincia de Santa Fé y en Rosario, da cuenta del lugar del emplazamiento del monumento.

Entonces, en la infografía es posible encontrar la *localización* del monumento; sus principales *características* (fecha de inauguración, autor del proyecto, superficie, estilo, materiales de construcción); la *identificación* y *caracterización* de sus partes principales (“1. Torre central. Su elevación simboliza... La torre cuenta con...”; “2 Propileo Triunfal. Alberga... En sus muros está... Un pedestal sostiene...”; “3 Escalinata Cívica Monumental. Une ambos cuerpos arquitectónicos...”); un *resumen* de su composición ornamental (“25 temas escultóricos, 7 grandes estatuas...”, etc.); *referencias históricas* de la Legión Patricia (“custodios de la bandera”); *referencias de tamaño* de algunas de sus partes (Torre 75 m.; mástil 30 m.; medidas de la bandera). Y además, las leyendas auxiliares que en su mayoría aportan otros datos además de nominar la parte que se destaca. Esta información que se agrega es más referencial (“Posee vitrinas que exhiben...”; “Ubicada en el subsuelo...”); o bien está relacionada con su carácter

simbólico (“Su elevación simboliza...”; “Símbolo de arraigados...”; Simboliza el fuego sagrado...”; “representa la ascendente...”, etc.)<sup>387</sup>

### III.2.4.2. Las Torres Gemelas: un caso paradigmático

Las infografías sobre la caída de las Torres Gemelas merecen un espacio aparte. El hecho fue explicado en detalle a través de infografías tanto en los diarios estudiados como en todas las publicaciones periodísticas del mundo, algunos con producciones propias y otras a partir de las realizadas por las agencias de noticias. Valero Sáncho dice acerca de este punto que “lo que pasó se elaboró y explicó mediante infografías (...) [en ellas] se muestran los planos multiescalares dibujados o fotográficos de satélite, rutas comarcales de los aviones, cuadros comparativos de edificios, escenas de uno o ambos aviones penetrando en las Torres Gemelas, planos y secciones de los edificios con toda profusión de detalles (...) En los días siguientes, la prensa presentó infografías también de otros asuntos diversos concernientes a especulaciones, estructuras jerárquicas y conectivas de los terroristas, recuentos de víctimas, repercusiones, medidas tomadas, etc.” (2008: 639).

Los diarios que se estudian en esta tesis, al igual que la mayoría que se edita en el mundo, publicaron, el mismo día de los atentados, ediciones extras que salieron a la venta alrededor del mediodía. En el caso de *La Voz del Interior*, esa publicación apareció en formato tabloide. Ambas trataron un solo tema: el atentado a las Torres Gemelas, que se anuncia como única noticia desde la tapa (“El día del Terror”, *Clarín*; y “Terror en EE.UU.”, en el caso de *La Voz del Interior*). En la tapa una única fotografía ocupa todo el espacio y muestra desde distintos ángulos el momento del impacto del segundo avión; llama la atención del lector la bola de fuego que produjo la explosión. La edición de *La Voz* incluyó doce páginas y la de *Clarín* 40<sup>388</sup>. En ambas abundan las fotografías. En *Clarín*, por ejemplo, siete páginas del total incluyen sólo fotografías. Y en ambas publicaciones se incluyen

---

<sup>387</sup> Véase también la infografía “Un lugar en el mundo de la información”, *La Voz del Interior*, Suplemento Rediseño, 19 de junio de 2001, p. 8

<sup>388</sup> Ver *La Voz del Interior*, 11 de setiembre de 2001, Edición Extra (12 páginas) y *Clarín*, 11 de setiembre de 2001, Edición Extra (40 páginas).

infografías que intentan dar cuenta de **cómo** y **dónde** ocurrieron los hechos. En los días siguientes en ambos diarios se continuaron publicando infografías, ya con más datos. En todo los casos se observa un esfuerzo por resumir el hecho y describir algunos detalles del atentado (dónde fue, el lugar de las explosiones, la caída de las torres, la cantidad de víctimas, las características técnicas de los edificios, etc.) y aportar pistas para la comprensión del hecho en sí, no de sus causas, consecuencias o implicancias futuras.

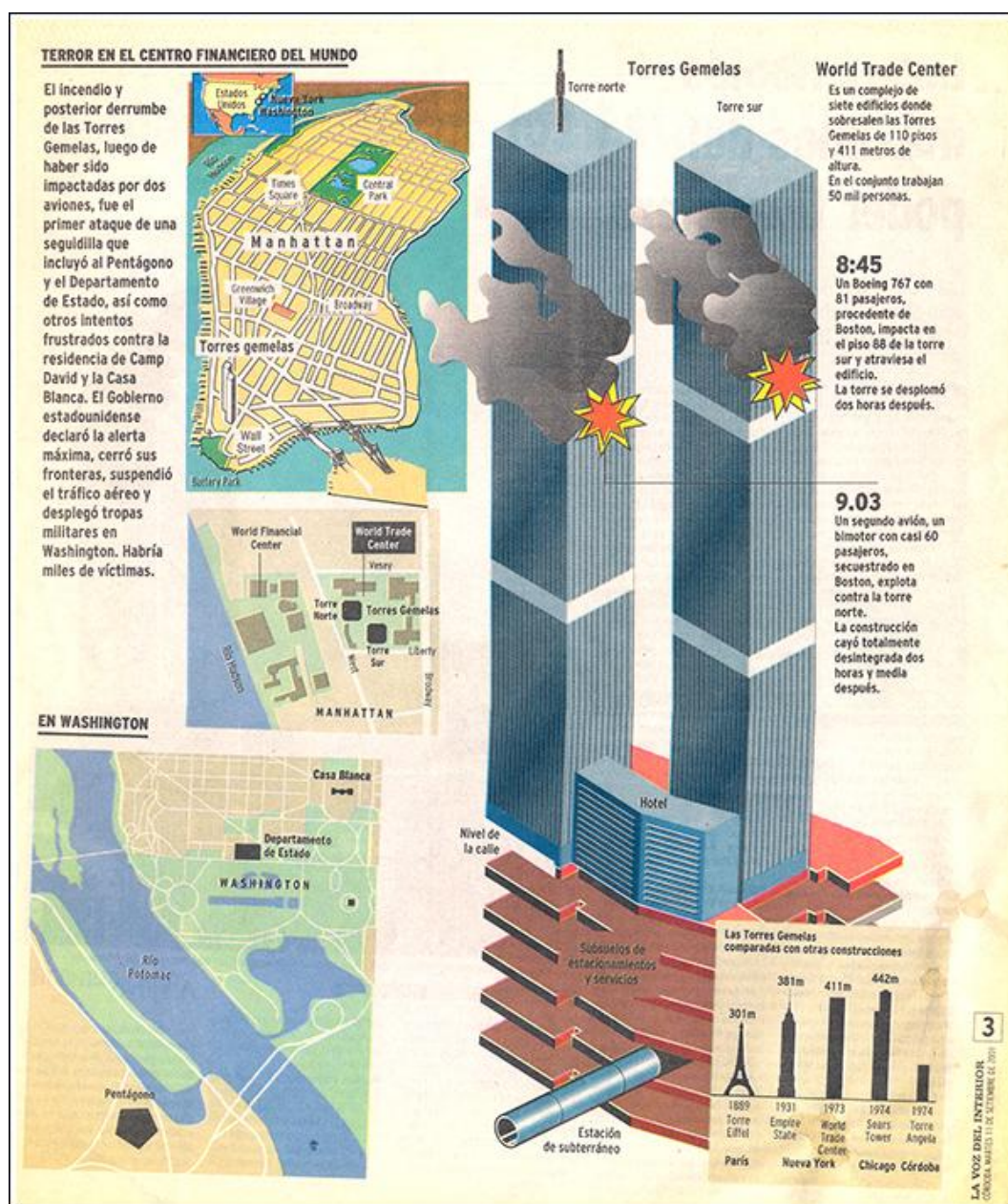


Figura 92. *La Voz del Interior*, 11 de setiembre de 2001, Edición extra, p. 3.

La primera infografía analizada es la publicada en *La Voz del Interior*. Ocupa toda la página 3 de la edición extra y que se titula “Terror en el centro financiero del mundo” (figura 92)<sup>389</sup>. Es posible a los fines del análisis dividirla en dos partes a lo largo, con una línea vertical imaginaria que se ubica exactamente en el centro de la página. En la parte de la derecha, aquella que se ubica sobre el borde externo, se muestra el dibujo de las dos torres en un esquema general que particulariza la cantidad de subsuelos destinados a estacionamientos y servicios (cuatro en total), para ubicar en el nivel 3 la estación del subterráneo. La gráfica es sencilla, no aporta detalles. Focaliza en el lugar de las explosiones en ambas torres, utilizando para ellos estrellas en rojo y amarillo que hacen alusión a la explosión y manchones grises irregulares que simulan humo. Sobre la base de la infografía, en un recuadro que se diferencia por el fondo claro, aparecen las siluetas de otros edificios emblemáticos a modo de *comparación* de altura, incluido el edificio Ángela de la ciudad de Córdoba. Distintas leyendas *identifican* cada una de las torres como así también un edificio que se ubica sobre la base de las mismas y que es nominado sólo como “Hotel”. Los otros pequeños textos que se ubican dentro de la infografía referencian lugares/espacios físicos (nivel de calle, subsuelos, estación de subterráneo). Pero sobre la derecha del dibujo principal, el de las Torres, se ubican tres leyendas. La primera en tono didáctico ofrece características muy generales del complejo World Trade Center. Aquí se dice que se trata de un conjunto de siete edificios entre los que sobresalen las Torres Gemelas, que tienen 110 pisos y una altura de 411 metros. Además se agrega la cantidad de personas que trabajan aquí: 50 mil. Las otras dos leyendas que se ubican una por debajo de la otra y están ordenadas cronológicamente. La que aparece en primer lugar según el orden de lectura es la que está señalada con la hora de la primera explosión: 8,45, en negrita, y luego la segunda explosión: 9.03. Aquí se visualiza una *secuencia*: primero aparece la hora del primer ataque y luego la del segundo. Ambas leyendas ofrecen datos sobre las características del avión, cantidad de pasajeros y lugar de procedencia, como así también referencias del tiempo en que demoró en caer cada una de las torres:

---

<sup>389</sup> Acompaña a la noticia “Ataques terroristas provocan el caos en el corazón de EE.UU.”, *La Voz del Interior*, 11 de setiembre de 2001, Edición extra, p. 3.

**8:45**

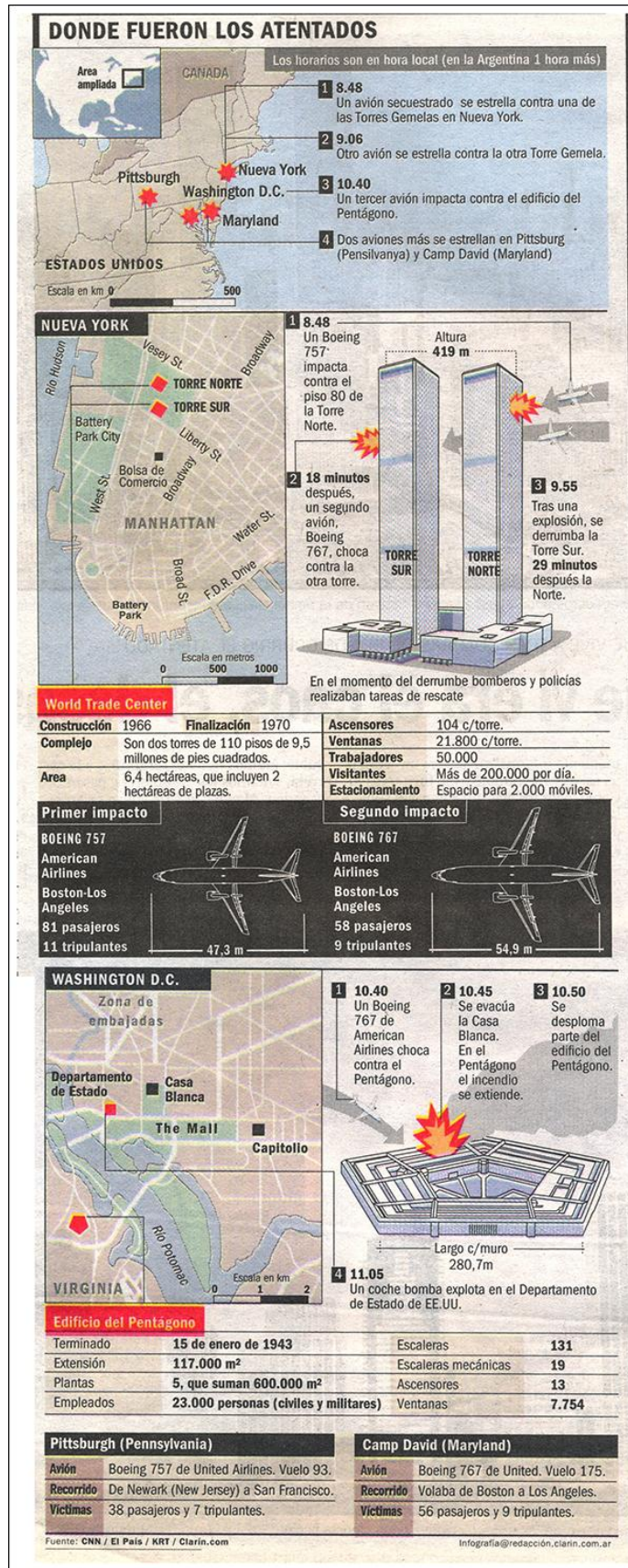
Un Boeing 767 con  
81 pasajeros  
procedente de  
Boston, impacta en  
el piso 88 de la torre  
Sur y atraviesa el  
edificio.  
La torre se desplomó  
dos horas después

**9.03**

Un segundo avión, un  
bimotor con casi 60  
pasajeros,  
secuestrado en  
Boston, explota  
contra la torre  
norte.  
La construcción  
cayó totalmente  
desintegrada dos  
horas y media  
después.

En la parte izquierda de la infografía se ubican tres mapas, dos de Manhattan y uno de Washington. Los colores que se destacan aquí son los amarillos terrosos para mostrar el suelo y los azules para los ríos. Se trata de la mostración de espacios acotados. Algunas manzanas alrededor de las zonas que se desean destacar (las Torres Gemelas en las dos primeras y el Pentágono y el Departamento de Estado en la tercera). Los mapas sólo *localizan* para los cuáles utilizan indicadores metatextuales como palabras que nombran y flechas que conectan nombres con lugares. También figuras geométricas: paralelogramos, cuadrados o pentágonos, según corresponda.

Sin embargo se observan algunas diferencias con los mapas anteriores, por ejemplo no se utiliza el rojo para la localización, aunque sí, en la otra parte de la infografía, para mostrar los lugares de las explosiones. Se trata de mapas muy generales, casi despojados de detalles con escasas referencias. Cabe señalar que ésta es la primera infografía que aparece en este medio a pocas horas de ocurrido el hecho, que puede calificarse como inesperado.



Primera parte

Segunda Parte

Tercera Parte

Figura 93. Clarín, 11 de setiembre de 2001, Edición Extra, p.9



La infografía de *Clarín*, de la edición extra que salió a la venta al mediodía del 11 de setiembre de 2001, también elige la/s *localización/es* como función central aunque además incluye *descripciones* y *caracterizaciones* tanto de las Torres como de los aviones, como así también la *sucesión temporal* de los hechos.

La infografía<sup>390</sup> ocupa la parte central de la página, dos columnas de ancho por todo el largo. Está titulada “Dónde fueron los atentados” (figura 93), en negrita y mayúscula sostenida. La infografía utiliza una importante cantidad de indicadores metatextuales que permiten diferenciar **varios gráficos** dentro de ella.

El **primero** es un mapa, ocupa los 6,4 cm. superiores, que localiza los cuatro puntos geográficos en los que se produjeron las explosiones (Nueva York, Washington, Maryland y Pittsburgh), aquí sí se utiliza el rojo y la estrella que simula el estallido, hacia la derecha, el orden de las explosiones, de 1 a 4. Cada uno de los números en tipografía blanca sobre un fondo negro, junto al orden que indica la numeración, da cuenta de los horarios de las tres primeras detonaciones. La cuarta se muestra sin indicación de hora. Cada uno de los textos refuerza la localización y la característica generales de cada hecho (“Un avión secuestrado se estrella...; Otro avión se estrella...; Un tercer avión impacta...; Dos aviones más se estrellan...”).

---

<sup>390</sup> Véase la infografía “Dónde fueron los atentados” acompaña a la noticia “Manhattan: una caja en la que todos quedaron atrapados”, *Clarín*, 11 de setiembre de 2001, Edición Extra, p.9

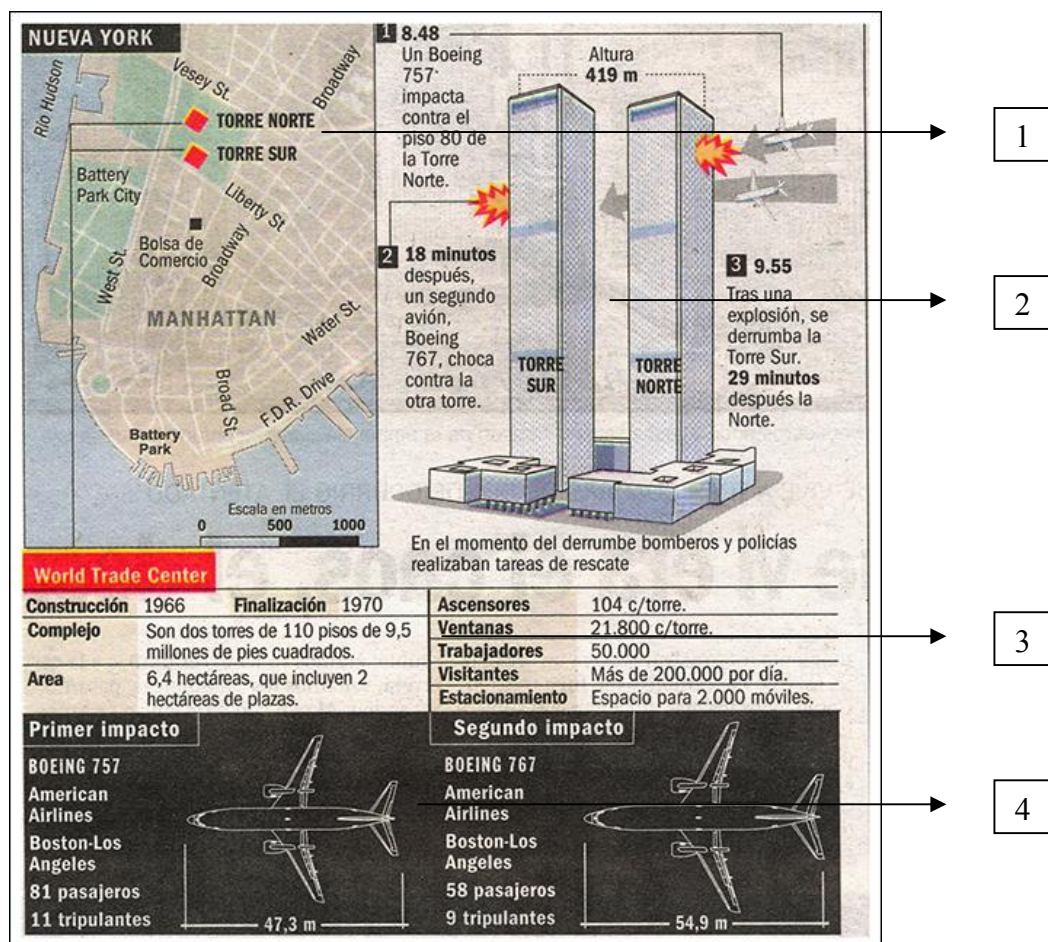


Figura 94: Segunda parte de la infografía

El subtítulo de la **segunda parte de la infografía** (separada de la primera por un delgado filete negro), es: “Nueva York”, también en mayúscula sostenida pero esta vez en tipografía blanca sobre fondo negro (figura 94). Este segundo bloque, de 14,5 cm. de alto, se puede subdividir a su vez en **cuatro sectores**. Los **dos primeros**, de 8 cm de alto, muestran, en el sector izquierdo (identificado con 1 en la figura 94) nuevamente un mapa, pero ya con un mayor acercamiento a una zona de Manhattan alemana al lugar del hecho. Aquí se presenta una cuadrícula que simula manzanas y se localiza en rojo, con dos rombos que representan la base de las torres, el lugar exacto donde se ubicaban, con referencias de edificios, avenidas y sectores próximos. En el sector derecho (identificado con 2 en la figura 94), se observan las siluetas de las torres, también con indicadores metatextuales que remiten a la línea temporal de los hechos, además de las explosiones en rojo sobre las torres. Se reitera el momento del inicio, también al igual que en el primer

sector de la infografía, a través de un ordenamiento numérico pero esta vez sólo referido al atentado a las Torres. Esa sucesión temporal se marca en tres momentos. El primero, además de la señalización con el número 1, incluye el horario en el que el primer avión impacta en la Torre Norte.

El **tercer sector de esta segunda parte** de la infografía (identificado con 3 en la figura 94), se presenta a todo lo ancho de la misma por 2,5 cm. separada de la anterior por una delgada línea y un subtítulo en letras blancas sobre fondo rojo: World Trade Center, que también funciona como referencia del mapa anterior. En este espacio se caracterizan, mediante una tabla, aspectos que tienen que ver con la arquitectura de las Torres. Se aportan datos cuantitativos, como por ejemplo cantidad de pisos, ascensores, ventanas, etc., así como el período que llevó construirlas.

Finalmente, sobre fondo negro y letras blancas, aparece el **cuarto sector de esta segunda parte** de la infografía (identificado con 4 en la figura 94), de 3,5 cm. de alto. Mediante una tabla comparativa se establecen las características propias de los aviones protagonistas del primero y del segundo impacto. Aquí se compara, a partir de siluetas de cada uno de los aviones, el largo en metros, y además, tipo de boeing, destino programado inicialmente, cantidad de pasajeros y de tripulantes.

La **tercera parte de la infografía** (figura 95) adopta características muy similares a la anterior. Parte de un subtítulo que ubica espacialmente este tramo gráfico: “Washington DC”, en letras blancas sobre fondo negro, al igual que en el anterior caso.

También resulta posible en este caso *dividirla en cuatro sectores*. Los dos primeros, de 7,2 cm. de alto, muestran, a la izquierda, una cuadrícula de una zona próxima al Departamento de Estado y al Pentágono, con escasas referencias (identificado con 1 en la figura 95). En rojo un cuadrado ubica la primera dependencia y un pentágono la segunda. Sobre la derecha (identificado con 2 en la figura 95) el esquema del Pentágono con la gráfica que remite a la explosión y una línea temporal que se presenta en cuatro momentos, tres de ellos corresponden al ataque al pentágono (comienza en 1 a las 10,40 y concluye en 3, a las 10,50).

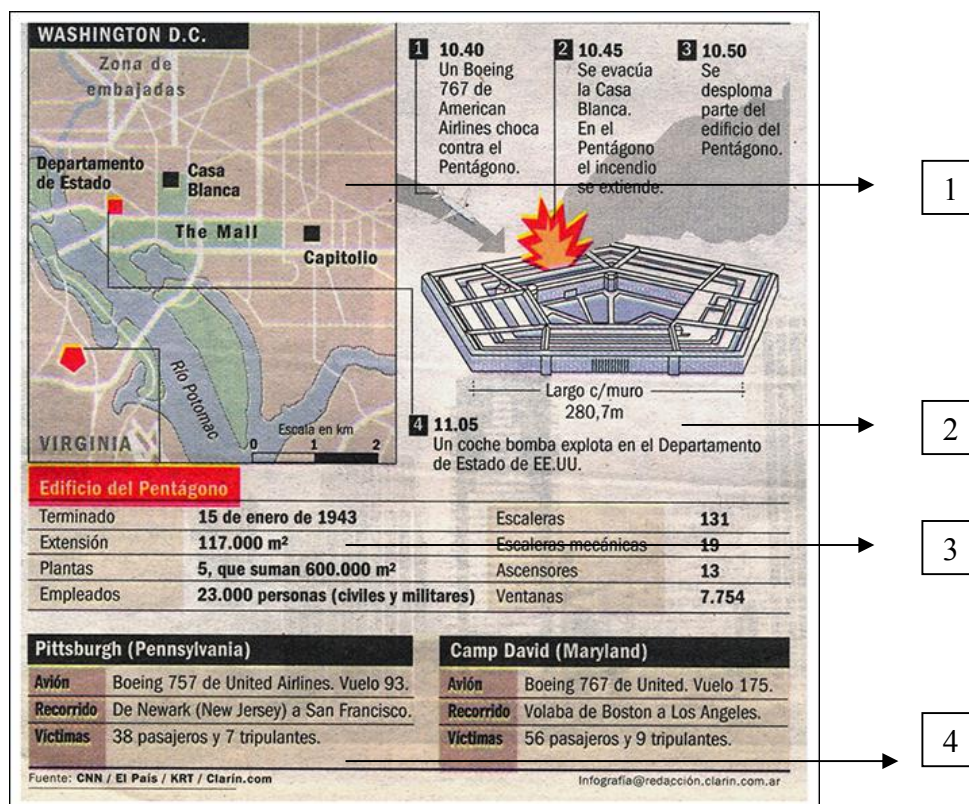


Figura 95. Tercera parte de la infografía

El cuarto momento remite a una acción que está fuera de este lugar y que se vincula con el mapa de la izquierda, el ataque al Departamento de Estado fijado a las 11,05. Es decir, nuevamente se muestra la **localización** y la **secuencia** de los hechos.

Por debajo, un **tercer sector en esta tercera parte** (identificado con 3 en la figura 95), de 2,5 cm. de alto, aprovecha la referencia en rojo “Edificio del Pentágono”, que viene del mapa anterior, y la ubica como subtítulo de este espacio. Al igual que con las Torres Gemelas, mediante una tabla se ofrecen datos de construcción del edificio e información de tipo cuantitativo, por ejemplo metros cuadrados cubiertos, cantidad de ascensores, escaleras y escaleras mecánicas, así como de empleados.

Finalmente, el **cuatro sector** (identificado con 4 en la figura 95), también de 2,5 cm, mediante una tabla, compara datos de dos aviones, caídos uno en Pittsburgh y otro en Camp David, esto es tipo de avión, aerolínea, recorrido y cantidad de víctimas.

De modo que, si bien aparece como principal función la **localización**, también se **caracteriza** y **compara**, además de aportar la **secuencia** de los dos hechos más importantes del día (y seguramente de los que se tenía más información): los ataques a las Torres y al Pentágono.

Pero como ya se señalaba más arriba, ambos diarios continuaron publicando en los días siguientes más infografías que completaban éstas que habían sido resueltas casi al mismo tiempo que ocurrían los hechos (no hay que olvidar que se trató de ediciones extras).



Figura 96. *Clarín*, 12 de setiembre de 2001, pp 6 y 7

Por ejemplo, el diario *Clarín*, al día siguiente en su edición corriente casi dedicada exclusivamente a los atentados, publica en las páginas 6 y 7, una infografía que impacta por su dramatismo (figura 96). Se titula “El atentado a las Torres Gemelas”, en negrita y mayúscula sostenida<sup>391</sup>. La infografía se detiene en el momento de ambos impactos, en cada una de las torres y representa a través, ya no de signos convencionales para mostrar el estallido, sino de un detallado uso del

<sup>391</sup> Véase la infografía “El atentado a las Torres Gemelas”, acompaña a la noticia “Desesperación y pánico en las calles de Nueva York”, *Clarín*, 12 de setiembre de 2001, pp 6 y 7.

dibujo y el color, el fuego y la explosión que produce el impacto y el humo consecuente. Cabe señalar que se presenta en un tamaño destacado, corresponde a una página tabloide completa, pero se ubica en el centro de una falsa doble, rodeada por el texto periodístico.

La infografía muestra el hecho, el impacto, utiliza **indicadores temporales** (relojes y hora en números) y **espaciales** (mapas que localizan el lugar donde se emplazaban las torres y el itinerario de cada uno de los aviones), **indicadores metatextuales** (leyendas que dan cuenta de las características del avión y de las torres, así como detalles del hecho); **indicadores deícticos** en el marco de la infografía (el rojo del itinerario de los aviones así como la explosión), todo ello para acercarse al *cómo* ocurrió.

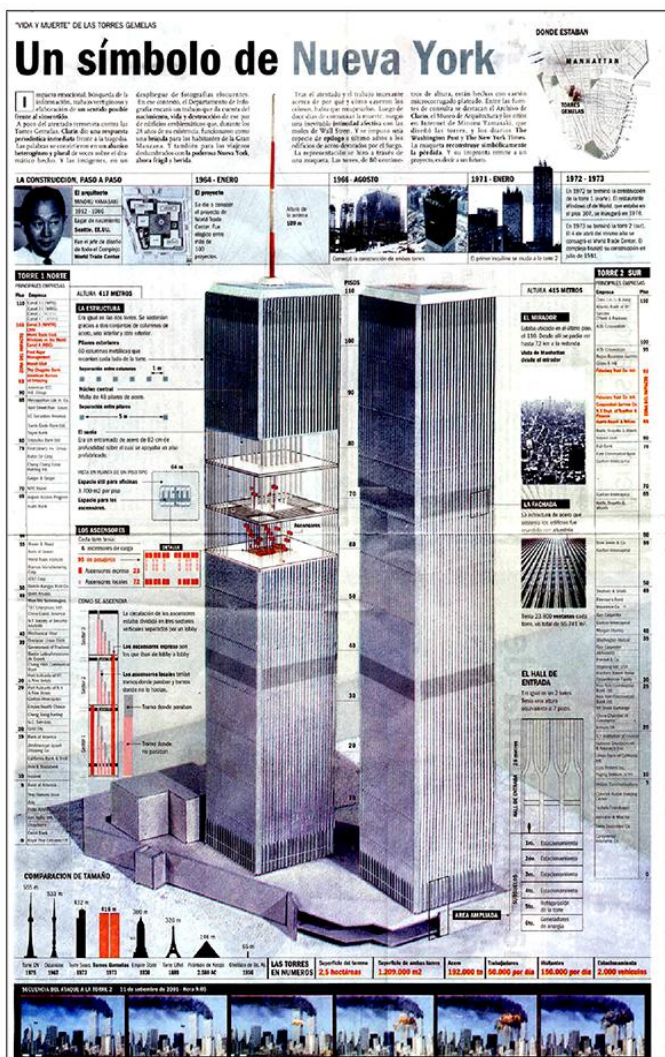


Figura 97. Clarín, 23 de noviembre de 2001, Sección Política Internacional, p. 48 y 49

Unos meses después el mismo diario publica una infografía que reúne las **características técnicas** de la construcción de ambas torres con **detalles** sobre la estructura, los ascensores, la fachada, el hall de entrada, el mirador, además del nombre de las empresas que ocupaban cada uno de los pisos, destacadas en rojo las que se ubicaban en la zona de cada uno de los impactos<sup>392</sup>. La infografía muestra un corte de una de las torres que permite **conocer aquello que resulta imposible de ver**: los 23 ascensores expresos y los 72 locales. También incluye la **comparación** con otros edificios y en la base una **secuencia** de fotos que muestran el segundo ataque, el que se produjo a las 9.05 horas.

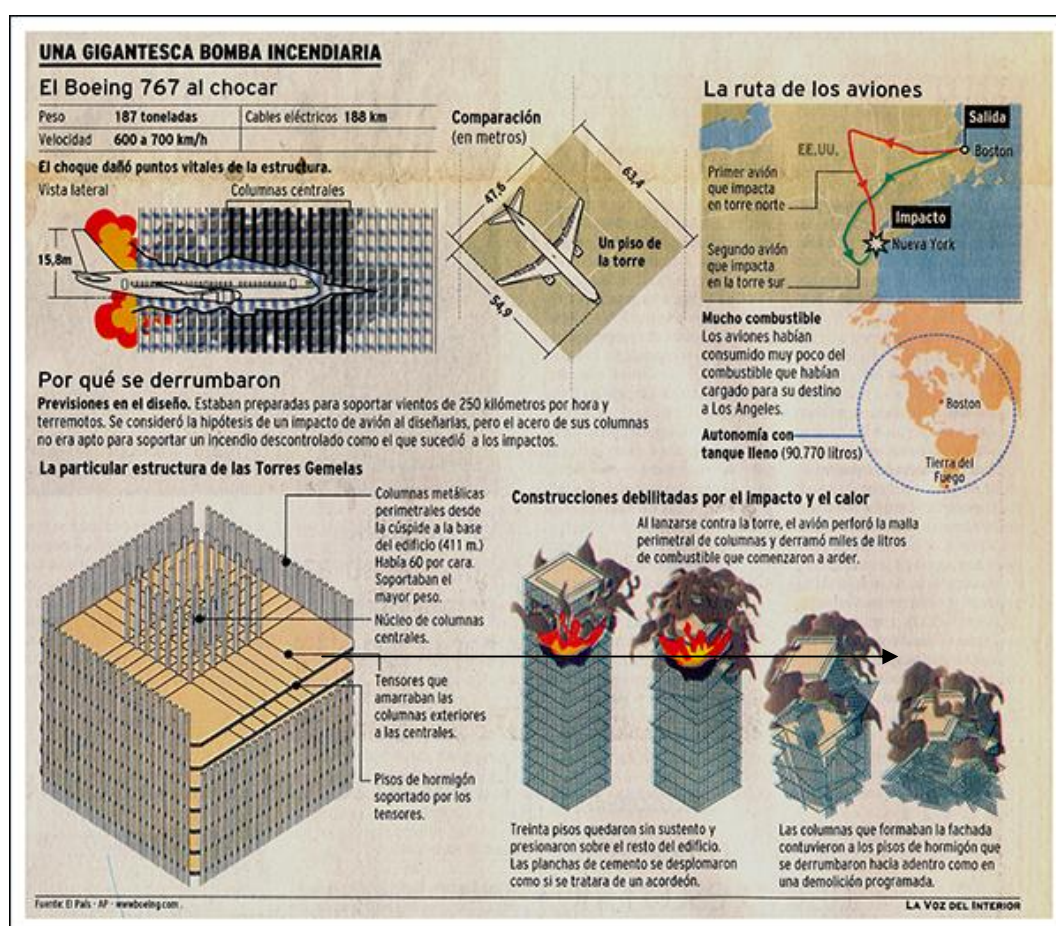


Figura 98. *La Voz del Interior*, 14 de setiembre de 2001, Sección Internacionales, p. 5A.

<sup>392</sup> Véase la infografía “Un símbolo de Nueva York”, *Clarín*, 23 de noviembre de 2001, Sección Política Internacional, p. 48 y 49. Ver también en ese mismo ejemplar “El atentado en Washington”, elaborado bajo características muy similares a la anterior, p. 14

Por su parte *La Voz del Interior*, en su edición del 14 de setiembre de 2001, muestra en la página 5A, una infografía que se titula “Una gigantesca bomba incendiaria” (figura 98)<sup>393</sup>, y allí se procura **explicar** por qué se cayeron las torres. La infografía se organiza en dos partes que se corresponden con dos subtítulos. El primero “El Boing 767 al chocar”, y la segunda “Por qué se derrumbaron las torres”. En el primer caso se muestra en un **corte transversal** el modo en que el avión atraviesa las columnas centrales de una de las torres. Además, un dibujo **compara** el tamaño del avión con el de la superficie de un piso. Por otro lado, se muestra un **esquema de la estructura de las torres**, en el que se señalan, mediante filetes y leyendas explicativas las **funciones** y **ubicación** de las columnas metálicas, el núcleo de columnas centrales, los tensores y los pisos de hormigón. Al lado de esta gráfica una serie de cuadro dibujos de una torre ya afectada por el impacto del avión, da cuenta de la caída. La gráfica muestra el humo y el fuego, pero a partir del segundo dibujo se presenta el desmoronamiento de los pisos de cemento hasta llegar al cuarto que representa una pila de hierros humeantes, cuál si fuera una secuencia animada.

Esta serie de infografías que se han elegido para mostrar una vía hacia una **descripción** más detallada de un evento muestra que tal propósito (**describir/caracterizar** un hecho/acontecimiento, una temática) requiere de una propuesta más compleja que incluya también la posibilidad de **dimensionar/comparar, localizar/ubicar**; dar cuenta de una **secuencia lógica** o una **sucesión temporal**. En la propuesta hacia una tipología o agrupamiento de infografías teniendo en cuenta su estatus funcional, aparece el tipo/agrupamiento al que se hace alusión aquí, como el más complejo y completo, en el sentido de cantidad de información que aporta.

En el mismo período, se publicaron varias infografías de gran tamaño, que en ocasiones llegaba a la página completa tanto tabloide como sábana, y que daban cuenta del ataque de Estados Unidos a Afganistán como represalia a los atentados

---

<sup>393</sup> Véase la infografía “Una gigantesca bomba incendiaria”, acompaña a la noticia “Oficialmente hay 4763 desaparecidos”, *La Voz del Interior*, 14 de setiembre de 2001, Sección Internacionales, p. 5A.







Figura 100. *Clarín*, 8 de octubre de 2001, sección Política Internacional, p. 19.

En general, las infografías que se han visto hasta aquí en este agrupamiento, avanzan en la **descripción/caracterización** mediante la enumeración de partes y/o propiedades del objeto, de manera sucinta y también la puesta en relación, del objeto/acontecimiento abordado con otros de la misma especie, o bien en relación al mundo, en tanto localización en el espacio geográfico. De modo que son frecuentes las **definiciones** de términos; las **relaciones** con otros objetos, la **caracterización** precisa de los objetos (tamaño, por ejemplo) y también **comparaciones** y **contrastes** entre objetos, además de aportes acerca de la **secuencia lógica y/o temporal** del acontecimiento o funcionamiento de un sistema.

De modo que, tanto objetos sofisticados (por ejemplo una nave espacial, un monumento), como un sistema (el nervioso, un ecosistema), como un organismo (una planta), eligen este modo de **describir visualmente** sus principales características. También hechos históricos como el atentado a las Torres Gemelas. Las infografías que se han reunido en este grupo miran el objeto/acontecimiento de manera más general, aunque focalicen en un aspecto. Lo que resulta necesario enfatizar aquí, es que los anteriores agrupamiento ponían el acento en un dato, una variable, una tendencia, una secuencia o una localización, y en este último caso, cada uno de esos aspectos/funciones, están incluidas en un objetivo más general, que es **describir/caracterizar** el fenómeno de manera más integral, con la mayor cantidad de datos que incluye la noticia.

# CUARTA PARTE

## *Más allá de la noticia*



Esta última parte está estrechamente vinculada con la anterior. Aquí se aborda la problemática del exceso en el uso de la infografía. Si bien, ya hemos probado que es un elemento paratextual y no una unidad independiente, resulta necesario indagar acerca de un uso excesivo de la infografía en los diarios estudiados, para dar cuenta de hechos o acontecimientos que escapan a los criterios de noticiabilidad. Esta cuestión, imposible de soslayar, genera interrogantes que aquí se proponen despejar, acerca de cuál es la perdurabilidad de este tipo de gráficas en el espacio de los periódicos analizados, y qué desplazamientos hacia otros productos de la industria cultural se producen en este tipo particular de infografías.

#### IV.1. En la frontera de la noticiabilidad

Ya se ha señalado, en la *Primera Parte* de esta tesis, que la última década del siglo XX ha mostrado transformaciones en el periodismo gráfico, no sólo en relación a la incorporación de tecnologías en su espacio de producción, sino también en la inclusión de temas en las agendas de otras problemáticas que hasta el momento sólo habían tenido un tratamiento esporádico. Este aspecto, ya trabajado en esta investigación, es necesariamente recuperado aquí, ya que se han relevado en el corpus infografías que poco tienen que ver con las temáticas tradicionales del periodismo, aquellas que responden a los criterios de noticiabilidad consensuados en el campo de la comunicación.

En este sentido, ya se había mencionado aquí, que esos criterios, esas características que deben cumplir los acontecimientos para convertirse en noticia, estaban relacionados con una *variación del sistema*, que puede ser improbable y accidental, pero también pueden tener cierto grado de previsibilidad; que debe ser *comunicada*, esto es ingresar al sistema de medios, y que debe tener un *grado de implicación en los sujetos*, es decir, el modo en que dicho acontecimiento afecta/perturba/implica la vida diaria de las personas<sup>395</sup>.

Recordemos que Anibal Ford hace hincapié en el ingreso a las agendas mediáticas de diversos problemas contemporáneos relacionados con los cambios que se producen en la formación del individuo, lo que implica un conjunto de saberes que debe dominar, y los modos en que esos sujetos se ponen en contacto con estos nuevos saberes (formatos y géneros) (1999: 84/85). Y enfatiza Ford que el ingreso de nuevos temas no sólo modifica las agendas sino también los criterios de noticiabilidad (1999: 42).

A medida que se ha avanzado en el análisis, se ha hecho mención de este *estilo de época* que incorpora nuevos temas y problemáticas en las agendas de los diarios y que poco a poco se convierten en secciones fijas; pero, es necesario aclarar que dichas secciones incluyen noticias que cumplen con esos *criterios de noticiabilidad* a los que se hace referencia más arriba.

---

<sup>395</sup> Véase en esta misma tesis “I.1.2. Acerca de la noticiabilidad”, en la *Primera Parte*.



Más allá de las valoraciones en relación al tema y que también se observan en la gráfica, la infografía muestra a partir de un dibujo realizado a mano alzada, un sector de una villa, y especifica detalles, a través leyendas que se conectan con las partes que describe/caracteriza, mediante finas líneas que se inician en un punto.

Hasta aquí se habían analizado infografías cuyas leyendas hacían alusión en la mayoría de los casos, a cuestiones más referenciales, observables o no<sup>397</sup>. Pero en este caso, se advierte que las leyendas son de carácter muy general, que procuran extenderse a todos los sectores de una villa, y que además, se agregan sentencias que remiten a una fuente (no se incluye en la infografía, si en el texto periodístico). En este sentido, cabe aclarar que el texto responde a lo que en periodismo se denomina “notas de color”, atemporales y que suelen ubicarse, como en este caso, en suplementos dominicales.

Algunas de las leyendas son más referenciales: “Techos. Chapas de zinc apretadas con elementos pesados como ladrillos”; “Paredes. Con chapas de zinc, paredes. Con chapa de zinc, madera y bloque de cemento”. Otras son poco específicas y mas valorativas, y no figuran como dato en el informe periodístico: “Perros. Son la mascota favorita de los villeros, quienes aseguran que ellos, a diferencia de otras clases sociales, no se deshacen de los animales porque los quieren como a un humano”; “Acceso limitado. Sólo los habitantes de una villa tienen vía libre para entrar al sector. Cualquier persona ajena al asentamiento debe procurar la ‘protección’ de un residente”, etc.

Tal como se presenta, esta infografía tiene una función más ilustrativa, aunque presenta un **resumen/síntesis** de una villa tipo (siempre según el diario), aspecto éste que queda planteado desde el título (“Señas de identidad. Características generales de una villa tipo...”). En este sentido, se podría aventurar que ambos (texto e ilustración) podrían leerse por separado aunque en este caso uno y otra se presentan estrechamente relacionados por el tema que se trata.

---

<sup>397</sup> Por ejemplo en qué consiste la mochila de un astronauta, o qué superficie cubierta tiene el Monumento a la Bandera, o cuántos metros tiene la torre central, etc.

# ENTREVISTA CON UN VAMPIRO

Aquí se detallan algunos de los atributos del personaje de ficción. Además, los datos de la historia real.

## historia

### lleza.

s y una excelente producción vinos. Es decir, un producto elente para el turismo. go, los visitantes siguen obse- y el castillo habitado por el de tez amarillenta, bigote tes filosos. Todo por obra de van a la caza de emociones ncuentros con el mismísimo rez allí, el mito cede ante la unos se decepcionan. No es ana cosa es conocer los lugacon Vlad Tepes, el personaje uy distinta es pretender to- íferatu en persona.

### Drácula

ircuitos sobre Drácula em- ntigua corte de Bucarest, la na, donde se conservan nio que funcionó en el siglo el dominio de Vlad Tepes, alaquía. Pero lo mejor del via- atravesar las llanuras del irrección a los Cárpatos. icala es el castillo de do como el "falso rácula", cuyo to –según los traer a los tuc no lleguen os dominios al vale la pe- sta fortaleza y 1378, aun- elacionada saje de la no- 'lad Tepes. Al u valor histórico: el 20 fue transfor- lencia de verano de la umana y recién fue abier- en la era comunista. Es. aagen típica en las postales ia.

ego a Brasov y Sighisoara, medievales perfectamente en medio de un paisaje de hisoara es uno de los puntos : Rumania, ya que conserva torres de sus murallas origi- mpedradas, casas burgue- XVI, una iglesia gótica de [kirc]e– y hasta un reloj todavía marca la hora. idores de Drácula es ndamental, porque en e la ciudad está la ca- 431 nació Vlad Tepes, a en restaurante.

os del circuito son el e Snagov –donde la la tumba de Vlad Te- iste, la antigua capital donde una estatua re- Drácula vivió aquí. En tours son una buena ocer este rincón del anti- ustrohúngaro que, a dife- na, Praga y Budapest, to- e un turismo masivo, y sólo influencias austríacas De las antiguas, la más dura- os romanos: de ellos los ru- aron su idioma, que deriva pués, siguieron mil años de orádi-

## COMO RECONOCER A UNO

Nunca se lo ve de día. No se refleja en los espejos. Suele ser flaco y encorvado. En sociedad se presenta apuesto.

### El rostro

Delgado, de palidez fosforescente

### Orejas

Puntagudas

### Los labios

Grosos y sensuales que ocultan los colmillos

### Aliento

Nauseabundo

### Las uñas

Extremadamente largas

### En qué se convierte

Murciélago Lobo Rata Mosca

### Los colmillos

Crecen cuando va a atacar a la víctima. En las películas se representan de dos maneras:

Drácula Nosferatu

### EL NOMBRE DE DRÁCULA

El padre de Vlad Tepes fue honrado en 1431 con la Orden del Dragón por defender al catolicismo y repeler el asedio turco. Para el pueblo el dragón representaba al diablo, palabras que en rumano se dicen de la misma forma: drac. Por eso a Vlad, El Empalador, lo llamaron Drácula o Drácula, es decir, hijo del dragón o hijo del diablo, con el sentido de sucesor del caballero de la Orden del Dragón

### EL CIRCUITO TURISTICO

**HOTEL CORONA DE ORO**  
Hotel que se menciona en la novela. Allí el personaje de J. Harker, por recomendación del conde, pasó camino al castillo

**UCRANIA**  
Biaritz

**TRANSILVANIA**  
Sighisoara

**ROMANIA**  
Bucarest

**BULGARIA**  
Snagov

**LA TUMBA DE TEPESES**  
La tumba de Vlad Tepes

**LA CIUDAD NATAL**  
Es una ciudad medieval perfectamente conservada. En la parte alta está la casa donde en 1431 nació Vlad Tepes, hoy convertida en restaurante.

**LA CIUDAD NATAL**  
Es la capital de Rumania. Allí se conservan las ruinas del palacio que funcionó en el siglo XV durante el dominio de El Empalador

**LA ICONOGRAFIA**

**Estaca de madera**  
Se usa para matarlo. Se la debe clavar de un sólo golpe en el corazón. Quemar el cuerpo y esparcir las cenizas en su tumba. Otra forma de matarlo es obligarlo a ver el amanecer

**El ajo y la cruz**  
Se usan para protegerse de los vampiros

### DRÁCULA y el cine

Bela Lugosi, en 1931, fue el primero en interpretar a Drácula	Kluge Kinski rescató el espíritu del "Nosferatu" de Murnau	Frank Langella es una de las versiones que menos respetó el texto de Stoker.	Christopher Lee fue el protagonista del Drácula de los años cincuenta	Gary Oldman en la película de Francis Ford Coppola del año 1992.

Reproducido por el autor para Clarín. Fotografía: PABLO LOZAN.

Figura 102. Clarín, Suplemento Viajes, 5 de marzo de 2000, p. 11



Este ejemplo que se toma aquí, presenta un menor grado de vinculación con los criterios de noticiabilidad. Se trata de “Entrevista con un vampiro” (figura 102)<sup>398</sup>, una gráfica que se ubica en la página central de un suplemento de turismo y que acompaña a un texto periodístico sobre Rumania, más específicamente Transilvania, como destino turístico.

La infografía ocupa la mayor parte de la página 11, tres columnas por 33,5 cm.. El dibujo central representa al conde Drácula, y el borde izquierdo sobresale el límite de la columna e ingresa en el espacio del texto. El dibujo pertenece a Hugo Horita<sup>399</sup>. En la parte superior recupera los principales aspectos de la ficción; en el centro, y sobre un mapa de Rumania que se destaca en blanco sobre el fondo negro de la vestimenta de Drácula, se da cuenta del recorrido turístico; y en la base, en la tercera parte, se vuelve sobre el personaje.

Las leyendas que rodean la imagen y penetran en ella refieren a algunas de sus características físicas, por ejemplo sus orejas (“puntiagudas”), sus uñas (“extremadamente largas”); el aliento (“nauseabundo”), el rostro (“delgado, de palidez fosforescente”), los colmillos (“crecen cuando va a atacar”), y también aporta datos para reconocer a un vampiro. En el centro del dibujo, se explica el origen del nombre Drácula. Entre los pequeños textos, el rostro y los espacios en blanco, gotas de sangre (formas cilíndricas en rojo) salpican esta parte de la infografía. Negro y rojo, los colores del personaje de Transilvania.

Y en la continuidad de la gráfica se combinan los datos del personaje de ficción con el del recorrido turístico. El mapa de Rumania destaca la zona norte la región de Transilvania. Puntos rojos y delgados filetes vinculan la localización de las ciudades con las leyendas. Todas hacen alusión a los lugares que de alguna manera se vinculan con la vida de Vlad Tepes, el personaje real que dio lugar a la famosa novela<sup>400</sup>.

---

<sup>398</sup> Véase la infografía “Entrevista con un vampiro”, acompaña la noticia “Por la ruta de Drácula”, *Clarín*, Suplemento Viajes, 5 de marzo de 2000, p. 11. El título de la infografía remite también al libro de Anne Rice (1976) y a la película con el mismo nombre dirigida por Neild Jordan (1994).

<sup>399</sup> Ilustrador argentino de origen japonés, de destacada trayectoria. Su CV refiere haber trabajado para editoriales, agencias de publicidad y medios periodísticos, entre ellos: *Clarín*, *Ñ*, *Rolling Stone*, *Tres Puntos*, *La Mujer de mi vida*, *Caras y Caretas*, *El Malpensante*, *Rumbos*, etc. Ver <http://hugohorita.blogspot.com.ar/>

<sup>400</sup> Se trata de *Drácula*, del escritor irlandés Bram Stoker.



suplemento, y a lo largo, 28,4 cm. de los de los 35 que ocupa el espacio periodístico. Acompaña a una crónica de viaje.

La infografía parece más adecuada para ser incluida en un atlas o en un texto educativo<sup>402</sup>. Aborda varias de las características de este ecosistema, desde su formación hasta las especies que la habitan, así como una síntesis de la teoría de la evolución de Darwin a partir de las diez variedades de los pájaros pinzones. Todo ello en un resumen cuya imagen principal remite a un mapa de las islas que simulan el relieve de los volcanes

La infografía, al igual que la crónica combina datos geográficos e históricos. Toda la infografía se resuelve sobre un fondo celeste que simula el mar. En la parte central, el mapa de las islas, con indicación de escala y norte. Las referencias del mapa están ubicadas sobre el borde superior de la imagen. Se utiliza una tipografía en negrita para dar cuenta del nombre de las islas de mayor tamaño, mientras que para el resto, también se usa la negrita pero en un cuerpo menor. Las zonas permitidas para el turismo están señalizadas con un círculo negro, y para identificarlas se utiliza tipografía blanca. Los nombres de los canales y accidentes geográficos, en celeste y cursiva. Nuevamente aquí se advierte el uso estándar de tipografías y formas de nominar propios de la cartografía temática.

También se referencian los lugares en los que es posible encontrar las tortugas características del lugar y flechas rojas dan cuenta del itinerario del viaje que relata la crónica. El otro punto geográfico que se destaca con tipografía blanca sobre fondo negro es el Aeropuerto Baltra, en la Isla Santa Cruz. Sobre la derecha del mapa, una fotografía titulada “Cómo moverse”, muestra una fila de turistas caminando sobre un suelo de lava volcánica. El epígrafe, bastante extenso, aporta varios datos: el lugar es Patrimonio Histórico de la Humanidad; los turistas toman recaudos para moverse en ese espacio: ropa liviana, rompevientos, anteojos oscuros, filtro solar, etc., y por último se destacan algunos sitios turísticos que se califican como “imperdibles”: la isla Bartolomé y la playa blanca de la Bahía Darwin. Cabe señalar que ambos lugares que se recomiendan se encuentran en el recorrido identificado en el mapa en color rojo.

---

<sup>402</sup> Véase también la infografía “Los cambios en el ambiente de la región”, acompaña al informe especial “Decenas de especies pampeanas, en peligro”, *Clarín*, sección Información General, 27 de julio de 2000.

En la base de la infografía, los animales y plantas que habitan las islas, todos ellos mostrados a través de dibujos en color que guardan bastante similitud con los reales. Todos están identificados: Tuna, piqueros de patas azules, estrella de mar golfo, iguana marina, lobo marino de Galápagos. El dibujo más grande muestra a la tortuga gigante o galápagos. Todos los dibujos se conectan, a través de líneas delgadas, con leyendas que **describen/caracterizan** cada especie. Se aportan datos sobre su modo de relacionarse (“El macho danza en los senderos para cortejar a la hembra...”), forma de alimentarse, (“Es la única en el mundo que se alimenta bajo el agua...”), cantidad de subespecies (“Quedan 9 de las 13 subespecies originales...” “hay 14 variedades endémicas...”), tamaño (“pueden alcanzar 12 metros...”, “Peso 700 kg., largo 2,5 m....”), cantidad de individuos (“el total inicial de 250 mil individuos se redujo a 15 mil...”, “Hay más de 50 mil”).

Hasta aquí, indicadores metatextuales y deícticos en el marco de la infografía que facilitan la **identificación** de lugares, la **señalización del recorrido** del que se trata, la **caracterización** de las especies que habitan las islas.

También hay una **secuencia lógica** que da cuenta de la formación del archipiélago. Esto sobre el margen izquierdo, que comienza con la ubicación de la zona en un mapa de la región, referenciando especialmente a Ecuador (se lo muestra en blanco sobre un fondo ocre) y continúa hacia la derecha, un recuadro de delgadas líneas separa esta parte de la infografía del mapa y de los dibujos de los animales y plantas que se ubican por debajo.

Al lado del pequeño mapa, los datos del Parque Nacional, superficie, población, distancia del continente, cantidad de especies y de turistas que visitan la zona año a año. Y por debajo, la descripción en etapas de un proceso natural: erupciones volcánicas que van conformando un suelo particular. En este recuadro que alude a la formación del archipiélago se encuentran **definiciones**: “Las islas no son más que las cimas de volcanes basálticos que se elevan aproximadamente a 1,5 km del mar”, y **descripciones** de cada una de las etapas. A partir de un dibujo simplificado, se muestra la superposición de dos rectángulos que representan las placas, flechas que dan cuenta de su movimiento, y por debajo, en rojos y amarillos simulando el fuego, los puntos calientes.

Las tres etapas que se muestran en este proceso de formación **resumen/sintetizan** cinco o más millones de años. Establecen una **cronología**. En la primera etapa se muestra la primera erupción, de un volcán joven que se ha formado en un punto caliente (en el rectángulo inferior); aquí el dibujo del volcán en erupción, y sobrepasando la superficie, da cuenta del comienzo de la formación de las islas. El dibujo del volcán simula un relieve que asciende sobre la superficie plana.

En la segunda etapa aparecen otras formas ascendentes que se elevan por encima de la superficie. Se muestra también mediante una flecha roja la dirección del movimiento de la placa, lo que provoca nuevas erupciones y nuevas pérdidas de actividad de los volcanes más antiguos. Así se va mostrando como el suelo se convierte en una sucesión de volcanes apagados, que van formando un terreno muy particular (tercera etapa).

Y la última parte de esta infografía se ubica sobre el margen derecho. Se encuentra separada del resto por una delgada línea. Que se conecta con otra superior y cierran el espacio destinado a la ubicación geográfica e identificación y caracterización de las especies. Esta parte tiene un título diferenciado: “Charles Darwin”. Con una bajada que da cuenta del momento en que el científico visita las islas y los estudios sobre las variedades del pinzón de Galápagos que allí realiza, y que luego contribuirán a su teoría de la evolución de las especies. Por debajo, y anunciado por un subtítulo (“Su largo viaje por el mundo”) un mapamundi en color blanco, sobre fondo celeste, muestra el itinerario del viaje de Darwin, ubicando en círculos rojos las ciudades que visitó.

Y por último, otro subtítulo, “Su teoría de la evolución”, muestra las cabezas de cuatro de las trece variedades de pájaros pinzones que hay en las islas, porque precisamente es el pico que los diferencia. Según el texto que se presenta por debajo del título, Darwin observó que los pájaros presentaban variaciones morfológicas según su medio de vida.

De modo que la infografía aporta datos de **localización** del archipiélago y de las **etapas** de su formación (indicadores de **secuencia lógica**), también destaca el recorrido del viaje que relata la crónica (**indicadores deícticos** en el marco de la infografía); leyendas que **nominan, definen, caracterizan, describen**, las especies, los visitantes, las etapas en las transformaciones del suelo, las



La infografía muestra la imagen del tiburón, identifica varias de sus partes, las caracteriza y da cuenta de su función. Además, sobre la derecha, ofrece un detalle de los dientes. Sobre la base, en un recuadro, se cuantifican los ataques de los tiburones y se ubica sobre un mapamundi aquellos lugares en los que son más frecuentes.

De modo que, una serie de **indicadores metatextuales** y de **localización** proponen una **descripción** del tiburón y la **caracterización** de sus partes y comportamiento.

Esta infografía, del mismo modo que las anteriores, bien podría localizarse en otro espacio del diario. En la revista dominical, en el suplemento de Turismo, o como en el caso que sigue (figura 105) en un diccionario enciclopédico que se ofrece como compra opcional. Si se observa con detalle hay muchas coincidencias entre una y otra, aunque en el texto educativo se ofrecen otros datos, como por ejemplo dónde viven o cómo es su desplazamiento.

También la revista Genios (figura 106)<sup>404</sup> publica una infografía más simplificada que la anterior, pero que recupera varios de sus gráficos auxiliares. Y posteriormente, en 2009, ya fuera del período que estudia esta tesis, aparecen las Láminas Educativas Clarín, formando parte de El gran libro Clarín del Conocimiento. Allí, en una de esas láminas educativas, es decir un producto no periodístico que se suma a la oferta de compras opcionales, se muestra una infografía a todo color del tiburón blanco. Pero esta es más compleja y presenta más datos complementarios, como por ejemplo imágenes de nacimiento, de los tipos de tiburones, las características del nadar, la mandíbula, los dientes, etc.

---

<sup>404</sup> *Genios* es una revista para niños en edad escolar que edita el Grupo Clarín desde 1997. Véase en este caso la edición del 13 al 19 de marzo de 2000.





Estos ejemplos dan pie para la introducción al siguiente punto, el análisis de infografías que irán tomando otras ubicaciones en el diario o en otros productos que se ofrecen como compra opcional, sobre todo aquellas que tiene poca relación con la actualidad y cuyo fin apunta más a la incorporación de conocimientos generales que a la necesidad de estar informados.

## IV.2. ¿Todo es infografiable?

Para comenzar el último apartado de esta tesis y lograr una respuesta a la pregunta del título, cabe recordar lo que señalaba Alejandro Lo Celso, jefe de Infografía del diario *Clarín* en el año 1999, acerca de la profusa presencia de la infografía en los medios y que ya se ha mencionado en este trabajo. En un texto publicado en una revista de diseño gráfico, decía: “Con el tiempo las revistas dominicales de los grandes diarios lucirán gráficos ‘atemporales’ de cierto vuelo plástico, clasificados en los concursos internacionales como infografías ilustrativas: **no cumplen una función informativa sino más bien distractiva**, e incluso mucha gente las colecciona con cierto espíritu fetichista. Las revistas se van transformando entonces más que nunca en productos de consumo (valor agregado) desde la trivialización de la lectura: no importa tanto el leer como el mirar” (...) “Comienza entonces **la carrera de la audacia. Todos los temas son infografiables**”<sup>405</sup> (1999: 12).

La postura provocativa de Lo Celso en relación a las transformaciones operadas en el campo del periodismo gráfico, mostraba un estado de situación producto del entrecruzamiento de distintas dimensiones que se han analizado aquí. Esto es, la incorporación de tecnología en todos los espacios de producción del periódico, la modificación del mapa de medios y los cambios en los hábitos de lectura de los

---

<sup>405</sup> Dice Alejandro Lo Celso: “Cuando la infografía aterrizó en el diario Clarín hace unos seis años de la mano de un grupo de diseñadores catalanes, muchos periodistas vieron el comienzo de la fatalidad. La comprensión de un hecho se desplazaba del registro textual al registro visual. Esta nueva narrativa, la de los ‘dibujitos’, ordenados de acuerdo con sus propios principios, le confería a la página un aspecto totalmente nuevo, utilitario para algunos, frívolo para otros, pero indudablemente atractivo para la mayoría. Sin embargo, hasta que pudiera lograr un lugar estable en la orquesta de la redacción, la infografía tuvo que pasar un largo examen, e inclusive hubo que otorgarle muchos premios internacionales. (1999: 12).

receptores. Y en la superficie gráfica de los periódicos se observaron las tensiones derivadas de esa “mutación”.

Lo Celso refiere a estos profundos cambios, tanto en la superficie de los periódicos como así también en las empresas periodísticas, en tanto se plantean la necesidad de “sobrevivir” en un tiempo en el que la televisión ha acaparado el mercado y la atención de los receptores. Agrega: “La necesidad corporativa de sostener la venta de un diario gigantesco en cantidad de información y en número de anunciantes encontró en el rediseño y en la infografía dos pilares fuertes para aligerar el producto y hacerlo atractivo visualmente. Esto no dejó ninguna duda sobre la conciencia empresarial respecto de los cambios en los hábitos de lectura de la gente. Un diario tan voluminoso no se puede leer con el actual ritmo de vida de las ciudades, pero no es imposible hojearlo rápidamente, deteniéndose tan sólo en los títulos, los destacados, los epígrafes y, naturalmente, en las imágenes. La ecuación funcionó desde el primer momento. Argumentos de marketing de por medio, se arribó a la transformación perfecta: hacer un diario que no fuera necesariamente para leer” (1999: 12)

En el recorrido del corpus, se han encontrado infografías sin vinculación alguna con la noticia, que por lo general se publican los días domingo, en especial en las revistas que aparecen junto a los diarios o en suplementos temáticos, por ejemplo *Viajes* en el caso de *Clarín* y también *Temas*, en el caso de *La Voz del Interior*. Se trata de verdaderas producciones editadas a todo color y que suelen aparecer como una información en sí misma. Por ejemplo, en la revista *Viva* (también en *Nueva* pero en menor medida), desde 1998 se incluye la sección *i* que, sin importar la actualidad en tanto criterio de noticiabilidad, toma un tema para ser explicado/descrito a partir de una infografía que se publica a doble página. Los temas son variadísimos, muchos de ellos relacionados con la vida cotidiana o con la naturaleza o científicos con características de atemporalidad.

Es decir, conforman una sección en la que solamente aparece una infografía en la que se da cuenta del funcionamiento de un objeto o un fenómeno, publicada a doble página, totalmente en color y con varios gráficos auxiliares o infogramas al decir de Valero Sancho (de torta, tablas, mapas de localización) cuya función es describir algún detalle, detenerse en la localización o ubicación del fenómeno,

como así también mostrar una cronología con su evolución en el tiempo; por ejemplo: la guitarra, el tango, el juego naipes, cómo se votaba hace cien años, o los peinados femeninos<sup>406</sup>.

Se observa aquí un trabajo muy detallado que incluye en los créditos a fotógrafos e investigadores periodísticos, además del infografista. No hay patrón común en lo relacionado al uso del color, sí hay una estructura que se repite: una fotografía o dibujo de gran tamaño ocupa el centro de la página y pasa a ser el punto de inicio en el recorrido visual, el lugar donde primero se posa el ojo del lector; el título siempre se ubica en la página par, en la parte superior de la infografía que es acompañado por gráficos auxiliares o leyendas que aportan detalles, cronologías, ubicación, etc.

Por ejemplo, en algunas de ellas se encuentran definiciones de términos, concentración en los detalles (“El Puente. Sirve de agarre para las cuerdas, que se atan a él firmemente para evitar que la guitarra se desafine”<sup>407</sup>); analogías, ejemplos, comparaciones (“Distintos diseños para los mismos palos”<sup>408</sup>).

Valero denomina a este tipo de gráficos como “estudios infográficos temáticos” o “conjuntos temáticos”, y dice que se trata de “reportajes documentales o enciclopédicos poco vinculados al periodismo de actualidad salvo en aspectos complementarios, (...) y describen los diversos aspectos de un tema”. Agrega que se suelen presentar en publicaciones especiales, suplementos semanales o revistas. Del mismo modo hace alusión al espacio que ocupan en esas publicaciones: una o varias páginas completas. Pero insiste en que “no suelen ser informaciones del día, ni requieren urgencias de producción (...) Aportan documentación adicional para la explicación más completa de los sucesos, y pueden tener múltiples facetas temáticas y características materiales”, que suelen presentarse bien elaboradas y de manera didáctica con gráficos adicionales que brindan datos acerca de las

<sup>406</sup> Véanse por ejemplo las siguientes infografías: “Esos raros peinados”, Revista *Viva*, 11 de abril de 1999; “Gracias por la música” (historia de la guitarra), revista *Viva*, 12 de setiembre de 1999; “Cómo se votaba hace 100 años”, Revista *Viva*, 24 de octubre de 1999; “Un baño de música. Los últimos instrumentos de Les Luthiers”, Revista *Viva*, 4 de junio de 2000; “Barcos del aire. A 100 años del primer vuelo de un Zeppelin”, Revista *Viva*, 6 de febrero de 2000; “70 años con penicilina”, Revista *Viva*, 3 de enero de 1999; “El Beso”, revista *Viva*, 20 de setiembre de 1998; “De la Cabeza” (los piojos), Revista *Nueva*; “La historia de la Navidad”, Revista *Nueva*; “Cómo se hace Nueva”, Revista *Nueva*, 14 de marzo de 1999, pp 20/1; “Suenan los teléfonos”, Revista *Nueva*, 5 de noviembre de 2000, pp 26/7.

<sup>407</sup> Véase la infografía “Gracias por la música”. Revista *Viva*, 12 de setiembre de 1999, pp. 20/1.

<sup>408</sup> Véase la infografía “¿Españolísimas?”, Revista *Viva*, 5 de setiembre de 1999, pp. 20/1.

características de fenómenos en detalle, panorámicas, tablas, mapas y detalles diversos (2008: 643)<sup>409</sup>.

Los sucesivos “rediseños” desplazaron este tipo de infografías hacia otros productos, editados por las mismas empresas, que se alejan de lo informativo y están más ligados a los textos didácticos y de entretenimiento (diccionarios, enciclopedias, almanaques, revistas infantiles, etc.).

Se tomarán dos ejemplos para abordar este punto. Ambas infografías aparecieron en la revista dominical de *Clarín*, sin ninguna vinculación con la noticia, constituyendo por sí misma una oferta de información. La propuesta se destaca por su tamaño, ya que se presenta a doble página. Una de ellas representa un objeto (un viejo puente que servía de transbordador) y la otra está relacionada con una moda (la historia del peinado femenino). Tienen una estructura similar: en el centro un dibujo de gran tamaño (en el caso del puente una vieja fotografía retocada) y alrededor una serie de gráficos auxiliares que dan cuenta de localizaciones, períodos, características formales, etc.

---

<sup>409</sup> En este sentido Valero Sancho agrega: “Podemos resaltar infografías de tipo especulativo como las versiones del asesinato de J. F. Kennedy, Hitler u otras; rutas diversas como las propias de estudios sobre el Camino de Santiago, ruta Quetzal, etc.; explicaciones propias de la micro ciencia: genoma y microorganismos; el cosmos y los diversos planetas; la historia pasada y concluida, como cualquier tratado temático sobre Egipto, Grecia, Roma; fenómenos extraños como los propios de apariciones y grandes misterios, con sus especulaciones diversas; las piedras históricas, monumentos, edificios, palacios, museos; los artefactos, procesos y productos como el tren, el coche, la radio, la televisión, el papel, la imprenta; tratados sobre fauna y animales diversos; la tierra, el mar y el medio ambiente (calor, frío, viento, humedad, etc.); el ser humano los pueblos sus símbolos y sus vidas relevantes. (...) Además de muchas otras cuestiones que no hace falta mencionar aquí, que tendrían como características, además de las mencionadas, su intento por contar la verdad ofreciendo lo último conocido sobre cualquier asunto pasado, con todas las cuestiones significativas que se tienen. En estos casos suelen traspasar las fronteras descriptivas y/o narrativas para entrar en las interpretativas, espacio más propio de la especulación variada y de contraste y la opinión, aportación de conclusiones, etc.” (2008: 643/4).

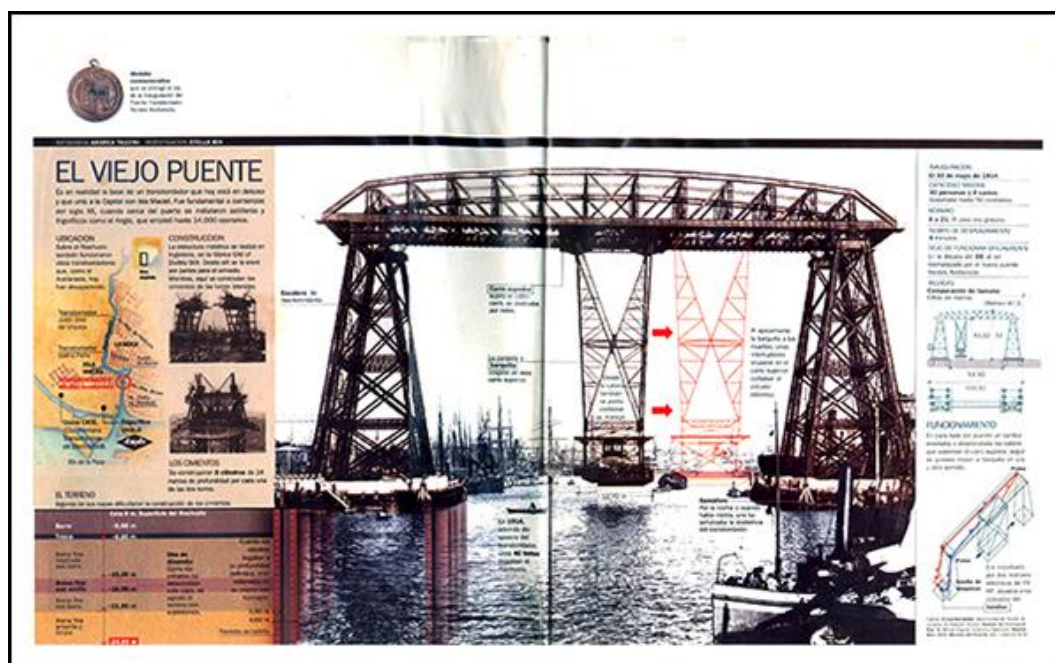


Figura 107. Revista *Viva*, 13 de mayo de 2001, p. 20/1

La primera infografía es “El viejo puente” (figura 107)<sup>410</sup>, y refiere al puente Nicolás Avellaneda en La Boca, que servía de soporte al transbordador (hoy en desuso) que durante los primeros 50 años del siglo XX unía la Capital con la Isla Maciel.

Es posible dividir la infografía en tres partes a lo largo, a modo de tres columnas de distintos tamaños. La primera, se ubica por sobre el borde izquierdo de la página par, se presenta diferenciada por el color de base (amarillos ocres) y mide 10,7 cm. de ancho (el total de la página es de 23 cm.). La segunda corresponde a la imagen principal, una vieja fotografía intervenida del famoso puente, se ubica en el centro de ambas páginas y mide 28,7 cm. de ancho. Finalmente, la tercera parte, sobre el borde derecho, también se destaca respecto de las otras dos, por la diferenciación del fondo, en este caso es blanco.

En la primera parte/columna se incluye el título en tipografía sin serif en mayúscula sostenida (“El viejo puente”). La bajada ya comienza a **identificar/caracterizar/describir** el puente objeto de esta infografía: “Es en realidad la base de un transbordador que hoy está en desuso.... Fue fundamental a comienzos del siglo XX...” Continúa con la **localización** a partir de un mapa

<sup>410</sup> Véase la infografía “El viejo puente”, Revista *Viva*, 13 de mayo de 2001, pp 20/21.

sectorizado que remite a la zona del Riachuelo con algunas referencias destacadas como La Boca, Isla Maciel (en negrita, mayúscula sostenida), la Usina Cate y el Frigorífico Anglo, ambos ubicados en la isla y que, según el texto escrito conformaban algunos de los lugares de trabajo de aquellos que cruzaban con el transbordador. El mapa ubica en rojo el lugar de asentamiento del viejo puente Avellaneda, y también la de otros dos transbordadores que ya no existen y que se ubicaban sobre el Riachuelo: el Justo José de Urquiza y el Sáenz Peña. Al lado del mapa, dos viejas fotografías que dan cuenta de dos etapas en la construcción de la estructura. En este espacio se clarifican varios aspectos relativos a la construcción del soporte, a los cimientos del mismo y a las características del suelo. En las especificaciones se avanza sobre la clarificación de datos complejos, como es la construcción de una estructura que soporta un transbordador que, a su vez, trasladaba a 30 personas por vez. Con respecto a la construcción, el texto auxiliar que se ubica por encima de una de las fotografías aclara que “la estructura metálica se realizó en Inglaterra...”, que se la envió por partes y que en el lugar se construyeron los cimientos de las torres laterales. El último dato, el relativo a los cimientos, da pie para un nuevo intertítulo (“Los cimientos”) que ofrece características técnicas: “8 cilindros de 24 metros de profundidad...”. Sobre la base de esta primera parte, especificaciones sobre el terreno, desde la cota 0 hasta los 24 metros de profundidad (altura de los cimientos). En distinta gama de ocres, se nomina el tipo de tierra y el espacio que ocupan en una línea imaginaria vertical que va desde la superficie del Riachuelo (0 m.) hasta la altura total de los cimientos (24 m.) señalizada en tipografía blanca sobre fondo rojo. Así se identifica el espacio de barro, tosca, arena fina mezclada con barro, etc, y los metros que ocupa cada. Asimismo se informa acerca del método usado para la perforación (dinamita) así como de algunas de las características de los cilindros que ofician de cimientos (“...rellenados en su interior con hormigón; 4.00 m. de ancho, paredes de ladrillos de 0,90 m.).

De modo que en esta primera parte que se muestra como el inicio de la infografía encontramos **datos históricos, localización** y **características técnicas** de la construcción y del terreno; **indicadores deícticos** en el marco de la infografía (la localización, el rojo de la ubicación en el mapa), y **metatextuales** (textos

auxiliares, títulos, intertítulos, filetes, puntos negros de localización, flechas rojas, etc.)

En la parte central, la que muestra la estructura del trasbordador, una serie de textos auxiliares, identifican algunas de sus partes. Esos textos se encuentran vinculados a través de delgados filetes al espacio que nominan, por ejemplo “Escalera”, “Transbordador”, “Carro superior”, que además están destacados por el uso de la negrita. También aquí se señalan algunas características de la estructura: la escalera es de “mantenimiento”, el carro superior está “sujeto al cablecarriil” y “se desplazaba por rieles”; la canasta o barquilla “colgaba de ese carro superior”, la barquilla, medía 12,70 m. de ancho; etc. Sobre la base se muestra el Riachuelo y toda la actividad que allí se generaba, barcos hacia el fondo, botes que transportaban trabajadores al otro lado, y el movimiento de la barquilla simulado mediante flechas gruesas en color rojo y una silueta del transbordador desplazada hacia la derecha conformada mediante líneas de puntos. También en este sector abundan las **características** y las **descripciones** acerca del modo en que funcionaba el transbordador. La función se completa en la columna de la derecha, en fondo blanco y con dibujos que esquematizan la estructura. Abundan de **datos referenciales** como fecha de inauguración, capacidad, horario de funcionamiento, tiempo de desplazamiento, todos ellos planteados en una tabla con intertítulos en letra blanca mayúscula sostenida; el dato cuantitativo está resaltado en negrita en mayúscula/minúscula. Cuando se abordan las medidas, además de la especificación de ancho, alto, se establece la **comparación** con la altura del Obelisco. Finalmente la última gráfica especifica aún más las características de su funcionamiento: sobre el esquema de la estructura se describe mediante flechas negras y rojas el funcionamiento de las poleas que enrollaban y desenrollaban los cables que sostenían el carro que a su vez transportaba a los pasajeros. La gráfica es acompañada por textos auxiliares que completan los datos.

Es decir, la infografía aborda por sí misma la **descripción** del funcionamiento del transbordador que funcionaba en el viejo Puente Avellaneda, en La Boca. Para ello la gráfica, los textos auxiliares, las fotografías y el mapa aportan datos que

caracterizan la estructura y el modo de funcionamiento, a la par que se agrega información histórica y de localización.



Figura 108. Revista *Viva*, 11 de abril de 1999, pp 20/21

La anterior infografía aborda un tema concreto, describe un objeto/monumento que, aunque en desuso, existe, perdura en el tiempo, que es posible observar y mensurar. Pero en esta “carrera de la audacia” a la que aludía Lo Celso, se muestran en las revistas dominicales infografías que se basan en temas que no están a la vista del lector común y que sólo despiertan el interés de los estudiosos, tales como los mecanismo fisiológicos que se ponen en juego, tanto en el hombre como en la mujer, en el momento de un beso apasionado<sup>411</sup>, o un recorrido histórico sobre la moda de los peinados en el siglo XX, una gráfica más pertinente

<sup>411</sup> Véase la infografía “Un mundo de sensaciones”, Revista *Viva*, 20 de setiembre de 1998. Sobre la base de la famosa escultura *El Beso* de August Rodin, el infografista Lucas Varela despliega toda su imaginación para mostrar los músculos, glándulas, hormonas y órganos que intervienen al momento de un beso apasionado. La fotografía de la escultura es intervenida incluyendo algunos órganos (aquellos que resultan relevantes para la descripción del proceso fisiológico), y luego textos auxiliares, filetes, flechas que van y vienen para dar cuenta del estallido de una “revolución” en el cuerpo. La infografía fue premiada con la medalla de oro en el certamen de la Society For News Design (Sociedad de Diseño Periodístico) en EE.UU., en el año 1999. Ver “Clarín ganó 34 premios por su diseño e infografías”, sección Sociedad, 14 de marzo de 1999, disponible en <http://edant.clarin.com/diario/1999/03/14/e-05001d.htm>



para un diccionario de la moda. Esta última infografía se tomará como ejemplo para el análisis (figura 108)<sup>412</sup>.

Al igual que la anterior, se presenta sin vinculación alguna con la noticia. Retoma la estructura de incluir, en la parte central, un dibujo de la cabeza de una mujer, en tonos grises, con un peinado que referencia la *belle époque*. Alrededor de él se describen las innovaciones y cambios hasta llegar a la década de 1960. Pero se observa una diferencia en el modo de organizar la información. Aquí se pueden distinguir claramente dos bloques en el sentido horizontal. El primero, que se ubica en la parte superior es el que incluye el dibujo central, y diversos aspectos que hacen a la ondulación y color del cabello; y sobre el borde inferior, ocupando los últimos 6 cm., una sucesión de perfiles de mujer (sólo la cabeza) que muestran el peinado característico de distintos momentos históricos, desde el antiguo Egipto en adelante. En este bloque horizontal secundario, que se muestra en colores grises, cada una de las figuras está ubicada en un tiempo histórico, separada de la siguiente por una delgada línea vertical, y vinculadas todas por un subtítulo que las abarca. “Estereotipos del peinado a través de la historia”. Mediante esta sucesión que incluye 10 perfiles de mujer, se  **sintetiza la historia del peinado**, en un tiempo histórico que abarca alrededor de 5000 años.

Los momentos que se eligieron para graficar la evolución de las técnicas del peinado van desde el Antiguo Egipto hasta la década de 1960, en el siglo XX. Cada uno de esos momentos está  **identificado** (Civilización griega, Imperio Romano, Barroco, 1840, etc.), y se aporta en la leyenda una breve  **caracterización** del peinado en ese período, por ejemplo: “Imperio romano. Peinado complicado y artístico. Utilizaban la ondulación artesanal y los apliques postizos”; “Rococó. Siglos XVII y XVIII. Llevaban un peinado alto con cintas y apliques rizados. Se usaban las pelucas blancas”; “1960 en adelante (...) Desde los años 60 se fueron eliminando paulatinamente las sinuosidades para lograr mayor comodidad y libertad a los cabellos”.

La temática resulta novedosa y también el modo de resolver la gráfica. En la parte superior, la mayor en tamaño, sobre fondos en tonos ocre, la figura de la mujer se ve rodeada de otras figuras más pequeñas y también de textos auxiliares que van

---

<sup>412</sup> Véase la infografía “Esos raros peinados”, Revista *Viva*, 11 de abril de 1999, pp 20/21.

dando cuenta de las **características** de técnicas o períodos. Hacia la izquierda, se muestran los postizos que se usaban en 1800. Cada uno de ellos aparece por separado y también juntos sobre el dibujo de la cabeza de una mujer de la época. Toda esta composición está enmarcada, sobre un fondo más claro, diferenciándose del resto de la infografía.

Y rodeando a la figura central, se **particularizan** cuatro momentos históricos para referenciar alguna técnica en especial. Por ejemplo, hacia la izquierda del rostro, se ubica en el 1900 la ondulación artesanal. Resulta interesante aquí cómo se esquematizan los tipos de rizadores (el modo en que se inserta el cabello) y también los pasos para emplear un determinado rizador, casi como las **instrucciones de uso** que acompañan el envase de cualquier elemento/objeto. Un modo didáctico de presentar el dato/aparato. Hacia la derecha de la imagen de la mujer, se sitúa en 1919 la llegada de la “permanente a base de calor eléctrico”. Aquí, más que instrucciones de uso, se **caracteriza cada etapa del procedimiento** (“1...La temperatura oscilaba entre 100° y 120°; 2. El calor llegaba a una parrilla de distribución conectada a cada uno de los rulos; 3 Cada rulo contenía una pincita que transmitía...”), y se completa con un esquema de la ubicación del cabello y las partes del bigudí.

Los otros dos momentos históricos en la evolución del peinado están relacionados con adelantos químicos. Uno de ellos se ubica en 1921, y tiene que ver con el mejoramiento de los productos y las técnicas para el teñido, y la otra en 1937, la última etapa que se particulariza está referida a la aparición de fármacos contra los piojos y liendres.

De modo que en esta infografía, totalmente alejada de la noticia, también se advierte una clara función de **resumir/sintetizar** un proceso histórico-cultural, **describiendo** y **caracterizando** algunas etapas, y en este sentido, haciendo hincapié en **localizaciones espaciales y temporales** como así también en **secuencia lógicas** en la puesta en marcha de procedimientos (por ejemplo el de la ondulación).

Resulta pertinente aquí recordar los discursos de los gerentes y directivos de los diarios estudiados, en los que se hacía hincapié en la necesidad de aportar al lector “conocimientos útiles para la vida diaria” (Jornet: 2001: 3), más allá de

conocimientos/información que contribuyan a una mejor/mayor participación en la construcción de la opinión pública, objetivo central de los diarios de las primeras décadas del siglo XX.

También aquí cabe la advertencia de Genette en el sentido del peligro de sustituir el texto: “el paratexto tiende a menudo a desbordar su función y a constituirse en pantalla y, por lo tanto, a desempeñar su parte en detrimento de su texto” (2001: 354). La desvinculación de la infografía de los criterios de noticiabilidad, y en consecuencia de su función paratextual, se hace evidente en los ejemplos analizados más arriba, por lo que no tardarán éstos en buscar otros soportes gráficos desligados de la noticia.

Este exceso en el uso del recurso, este “camino de la audacia” en el que todos los temas son “infografiables” (Lo Celso; 1999), recobrará en poco tiempo el equilibrio, y el destino de este tipo de infografías, tal como se señaló más arriba, serán publicaciones pensadas para otros públicos y con objetivos relacionados con la educación o el entretenimiento. Estas nuevas ubicaciones ya fueron advertidas en el análisis del corpus, pero se hacen más visibles en los años posteriores.

En una recorrida por los productos opcionales que ofrece, por ejemplo *Clarín* (también *La Voz del Interior* pero en menor medida), ya fuera del período de tiempo que estudia esta tesis, se encuentra propuestas con un claro interés didáctico que incluyen infografías en todos los temas que trata<sup>413</sup>. Es decir, se observa un **desplazamiento** de las infografías de mayor complejidad en relación a la cantidad de elementos y funciones que intenta cumplir, y que tienen escasa o nula relación con la noticia de actualidad, hacia otros productos de compra opcional y que se acercan más a propuestas de tipo didáctico-educativa que a periodísticas.

---

<sup>413</sup> Véase por ejemplo la Enciclopedia Visual de *Clarín*, en el año 2006. información disponible en <http://edant.clarin.com/diario/2006/05/23/sociedad/s-03501.htm>, anteriormente el diccionario Visual Clarín. Hay que agregar además, la aparición en 2004 de la editorial Tinta Fresca, que publica libros para alumnos y docentes que, según la información institucional del Grupo Clarín, “se destacan por su rigurosidad, actualización y atractivo visual”, y este último aspecto se deriva, en buena medida, de la inclusión de infografías en los textos escolares.

**CONSIDERACIONES**

**FINALES**



El objetivo de este trabajo de investigación ha sido reflexionar sobre las características particulares que se observan en el discurso de la información de la prensa gráfica, a partir de la incorporación en las redacciones de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. Y, concretamente, el propósito consistió en estudiar la incorporación de la **infografía** en el discurso periodístico, en las noticias y crónicas locales, nacionales o internacionales, en los diarios *Clarín* y *La Voz del Interior*, en el período entre 1996 a 2002.

El estudio abordó las transformaciones operadas en el discurso de la información de la prensa gráfica a partir de la incorporación en las redacciones de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. En este sentido, y a partir de la revisión de la bibliografía, y del amplio material gráfico periodístico analizado, se pudo dar cuenta de esa “mutación”, en tanto profundas transformaciones que se verifican en el período estudiado y que se muestran en la superficie gráfica de los periódicos.

Ese fue el punto de inicio, fundamentado en un interés especial en el soporte de este estudio (los medios gráficos) en tanto medios industriales y en tanto discursos que circulan con formatos y géneros determinados, originados en un espacio de producción complejo y condicionado por un sinnúmero de producciones culturales que circulan de manera simultánea.

Esta investigación se inscribe en la historia reciente de la prensa gráfica, ya que han sido tan profundos los cambios tecnológicos de los últimos treinta años que hoy la realidad de este campo ha sufrido nuevas transformaciones y verdaderas “mutaciones”, en relación al estado de situación a partir del cuál se propuso este estudio. En la actualidad, tanto el soporte periódico, como la misma infografía, ya conviviendo con las producciones del espacio digital, requieren de otras categorías de análisis y de la descripción y conocimiento de otro campo de producción que, obviamente pueden tener su base en el que aquí se ha descrito, pero que a su vez ha experimentado nuevas reconversiones y innovaciones y en consecuencia originado nuevas formas y nuevos productos.

Como lo señalamos en la *Introducción* en el punto “*Proposiciones teóricas y aspectos metodológicos*”, las ideas de Chartier (1994a; 1994b; 1995; 2006) y de Genette (2001), referidas al modo en que ambos estudian los textos escritos,

focalizando en el soporte material y en su incidencia en los modos de lectura, han sido claves para poder mirar y estudiar la infografía en un período que se ubica hacia finales del siglo XX, marcado por profundas innovaciones tecnológicas y cambios en los hábitos de lectura de los sujetos.

Todo este trayecto se ha realizado teniendo en cuenta la especificidad de la infografía, pero enmarcada en el discurso de la prensa gráfica, y en su vinculación con la condiciones de producción que la hacen posible y los puntos de encuentro entre los polos de emisión y recepción, esto es, los mecanismos de construcción de sentido en un momento determinado de la historia de la prensa argentina del último siglo. Así fue posible trabajar en las invariantes en su construcción, en tanto recurso del paratexto, y sus variantes ya sean centradas en su evolución en un período de tiempo o en la función que cumplen en el marco del periódico.

Si bien no se ha efectuado aquí un estudio de tipo cuantitativo que permitiera señalar qué cantidad de infografías se publicaron en los periódicos estudiados en la etapa seleccionada, el corpus se ha formado, según consignamos detalladamente en la *Introducción*, con un número considerablemente alto de infografías a lo que deben sumarse otras publicaciones periodísticas de la época. Esto ha permitido advertir la incorporación de gran cantidad de infografías en todas las secciones lo que revela la construcción de un público lector habituado a informarse a través de imágenes y que necesita de la explicitación gráfica de la letra impresa.

Las conclusiones de esta tesis, a los fines de ordenar su lectura, se presentan en tres ejes relacionados y que están vinculados con los interrogantes e hipótesis que han guiado toda esta investigación. El primero está referido a la innovación tecnológica en la prensa diaria durante la última década del siglo XX y su relación con las variaciones gráficas, paratextuales, en la presentación de la noticia y da cuenta de la primera hipótesis formulada, la que entiende que *acorde con el surgimiento y uso de las nuevas tecnologías, la prensa asume para su propia configuración la noción de una impronta visual que lo vincula a la idea de “ver”; esto es de “diarios para ver”, sin que esto sustituya el texto escrito.*

El segundo eje problematiza la naturaleza de la infografía en tanto elemento paratextual. En este sentido, se plantea la segunda hipótesis que entiende a *la*

*infografía como un elemento del paratexto, nunca una unidad independiente. Por último, el tercer eje, en estrecha relación con los anteriores, se centra en las funciones de la infografía en el intento de dar respuestas a las preguntas ¿para qué la infografía? ¿Qué función cumple en relación con la noticia y en el marco de una presentación renovada del periodismo escrito? y da cuenta de la hipótesis según la cuál una suerte de nuevas funciones con ejes regulares enraizados en el concepto de didacticidad (Moirand; 1992) permiten ampliar y profundizar las funciones básicas de simplificación y resumen de la noticia.*

### **1. En relación a la primera hipótesis**

La primera hipótesis, planteó la necesidad de una reconstrucción histórica del campo periodístico en Argentina a fines de siglo XX y comienzos del XXI. Para ello se realizó un breve recorrido en el que se incluyeron diarios de la época estudiada y de otros de décadas anteriores, locales, nacionales, como así también la lectura de la bibliografía. La tarea de revisión, en la que se utilizaron diversas fuentes bibliográficas, permitió guiar el trabajo investigativo y comprender el campo del periodismo gráfico de entresiglos, advertir las divergencias y acercamientos (entre los diferentes diarios), las características de la época estudiada y la paulatina emergencia de una nueva concepción de la prensa en el período que nos ocupa. Esta exploración permitió delimitar aspectos relevantes, de diferente naturaleza, que resultan **característicos** en el desarrollo de la prensa gráfica durante los últimos 20 años del siglo XX.

Uno de ellos está ligado al **avance de las nuevas tecnologías** y a su incorporación en los medios, tanto en los talleres de impresión como en las redacciones. Esta modificación repercute tanto en el soporte (el formato y el contenido) como en las condiciones de trabajo de los periodistas. La **innovación tecnológica** que se produce en esos años, introduce la computadora en las salas de redacción y la mayoría de los diarios cambian sus sistemas de impresión, lo que deriva en una mayor y mejor utilización del componente gráfico en las páginas de los diarios. A partir de aquí las renovaciones en la diagramación y el empleo de gráficos se tornan cada vez más frecuentes; en pocos años, el tratamiento digitalizado de las

imágenes será común y tanto la fotografía como los gráficos realizados en computadora aparecerán en mayor cantidad y más frecuencia y con mejor calidad de impresión.

Si bien, como se ha señalado en el desarrollo, en la historia del periodismo siempre se han utilizado los gráficos para explicar informaciones complejas, es recién con la aparición en Estados Unidos del diario *Usa Today* (1982), y posteriormente con la Guerra del Golfo (1991) cuando la inclusión de gráficos explicativos en las páginas de los diarios se hace más frecuente, en algunos casos cotidiana y, además, dichos gráficos comienzan a tener una complejidad cada vez mayor. A partir de ese momento, muchos periódicos del mundo, incluidos los de Argentina, comenzaron a renovar su tecnología incorporando máquinas impresoras más modernas y a introducir computadoras en sus redacciones. La incorporación del color, aunque fue posterior, permitió una mejor utilización del lenguaje gráfico. En lo que hace al contenido, la inclusión de gráficos comenzó a hacerse rutinaria en algunos diarios y en especial en secciones como Economía que requerían de una mayor especialización de los lectores.

La caracterización que realizan Schmucler y Terrero (1987: 48) de esta etapa, en tanto “mutación socio-técnica”, resultó clave para singularizar el período estudiado, ya que confirmó la presunción, luego probada en el análisis del corpus, relativa a un período caracterizado por la innovación tecnológica que generó profundos cambios en el espacio de la producción.

Otro de los aspectos relevantes, en tanto caracterización del período estudiado, que surgió a partir de la indagación en los diarios de la época y particularmente de los que se estudian en esta tesis, es la **concentración y la conformación de medios**, que reúnen no sólo diferentes soportes (gráfico, audiovisual, digital) sino también las distintas fases del proceso productivo, esto es la producción, la edición, el formateo, la reproducción y la distribución. A ello se agrega la importante afluencia de capitales financieros a la industria cultural que deriva no sólo en la inclusión de actores transnacionales en las etapas de gestión, producción y/o distribución de bienes y servicios culturales e informacionales, sino también en la incorporación de la tecnología digital en los procesos de producción, circulación y consumo de medios. Es en este marco que en América



Latina a partir de la década de 1980, surgen las industrias culturales, de las cuales forman parte las publicaciones diarias.

En este contexto de innovación tecnológica y concentración de medios aparece otro aspecto relevante que está presente en la bibliografía y especialmente en los discursos de los directivos y editores de los diarios estudiados: se trata de la **relación de los medios con el lector**. A diferencia de décadas anteriores, esta relación se hace pública en las páginas de los diarios, lo que permitió tomar estos discursos como objeto de estudio, ponerlos en relación con la bibliografía sobre la infografía y, especialmente, conocer el tipo de lector que los mismos medios conciben en el período estudiado. Como señalamos anteriormente la escasa frecuencia en los periódicos de voces destinadas a plantear sus propias concepciones, transforma a los discursos mencionados en un hallazgo de archivo inestimable en nuestra investigación y al que hemos concedido un espacio relevante. Para poder comprenderlo, aquí resultó significativo el planteo de Martín Barbero (2007: 259) quien advierte que uno de los cambios más importantes de la época, fines del Siglo XX, pasa por el modo en que los medios se relacionan con sus públicos, lo que deriva en la transformación de la cultura de masas en una cultura segmentada, en la que se advierte una fuerte diversidad de gustos y modos de consumir. En el caso que aquí se estudió, el análisis del corpus y por otros diarios de la época mostró que los periódicos implementaron estrategias para revertir el estancamiento de las ventas y captar nuevos lectores. Por ejemplo, entre ellas: ediciones de suplementos especializados (arquitectura, economía, turismo, etc.); ediciones zonales, fundamentalmente en provincia de Buenos Aires; entrega de obsequios junto con el diario (libros, CD, fascículos coleccionables); formatos de lectura rápida de distribución gratuita (en estaciones de trenes, colectivos, aviones); versiones electrónicas del diario impreso en papel; ediciones locales de diarios de alcance nacional.

Estas variantes gráficas: modificaciones en el tamaño, incorporación del color, innovaciones en la tipografía, han sido el común denominador de los últimos años en la prensa gráfica y aparecen como clara estrategia en las declaraciones e intervenciones públicas de los referentes gerenciales y periodísticos, esto es los que toman las decisiones editoriales en los diarios más importantes de la

Argentina. Son los gerentes y editores de los diarios, tal como hemos visto, los que declaran y publican en sus medios que el avance de las nuevas tecnologías obliga al periodismo a “cambiar para sobrevivir”, aludiendo a la necesidad de enfrentar la caída en las ventas a raíz de la aparición de otros formatos en la industria de la comunicación (televisión por cable, Internet, video). Estos discursos y opiniones dan cuenta de la insistencia en la forma y en la necesidad de adaptarse a los nuevos consumos culturales, que, de algún modo, están regidos por la influencia de la imagen televisiva. En este escenario, los cambios que anuncian directivos y editores tienen que ver con el reforzamiento de la identidad visual para el periódico en un marco de flexibilidad que permite la incorporación de nuevas formas del diseño. Así se combina la innovación y la atracción con la funcionalidad. Asimismo, se insiste en los señalamientos de la gráfica que ayudan al recorrido por el diario, algo así como un itinerario guiado.

El período estudiado muestra un periódico con una estructura de página que incluye noticias breves, espacios más amplios para los títulos, los blancos y las imágenes, frases destacadas en negrita en las que se subrayan las partes centrales del acontecimiento, una guía gráfica para el lector (filetes, nombre de las secciones, flechas que conducen a la página siguiente, etc.), que hacen posible informarse con sólo un pantallazo. Es en este contexto que se incorpora la infografía en los diarios más importantes del país; se crean Departamentos de Artes en los que se incluye a infografistas, en su mayoría importados desde Europa.

Luego del análisis del corpus, se han advertido algunas constantes: cambios en los sistemas de impresión; mejor y mayor utilización del diseño gráfico, y en consecuencia de las imágenes, las tipografías, los blancos; cambios de formato (paso de sábana a tabloide); aparición de nuevos medios y cambios en las estructuras societarias de los diarios familiares tradicionales, e incorporación de las ediciones diarias a Internet.

Hemos visto cómo las tecnologías aplicadas en los medios de comunicación (televisión, medios gráficos), aportan un *modo de ver* que parece no detenerse y que supera las capacidades mismas del ojo. De esa forma, aparenta no haber límite para el *ver* el acontecimiento o el objeto. El sueño de la visión de rayos X de

Superman, se hace palpable en la posibilidad que tiene la tecnología de mostrar todo aquello que le escapa al ojo: el segundo fatal del acontecimiento, la visión por dentro de objetos que jamás hemos visto (por ejemplo la composición de una nave espacial), o la visualización en etapas de un proceso. Y lo más sorprendente aún es que se muestran, re-velan, sin provocar el asombro de lo desconocido. La imagen revela, denuncia, informa. Puede situarse en los ámbitos más íntimo (graficar un asesinato en el espacio más reservado de la familia, el dormitorio, aún sin haber estado allí nunca; puede atravesar los cuerpos y recorrer con detalle cada uno de los órganos humanos o animales); o en el espacio público. Puede mostrar lo que todos han visto y lo que nadie pudo ver. Puede estar en el mismo espacio local en donde es receptada o provenir de remotos lugares interconectados a través de la tecnología. Los responsables de las decisiones editoriales de los diarios estudiados afirman que la actual vida de los sujetos requiere un diario que pueda ser rápidamente leído, y más que eso, que permita *ver* la información de un solo *pantallazo*. Así, llegamos a la conclusión, de que es posible nominar este tipo de producto gráfico como *diarios para ver*, en tanto reúnen las características que se mencionan más arriba y se plantean como objetivo *mostrar* la información sin desdeñar del texto escrito, utilizando para ello distintos elementos del diseño gráfico que no sólo embellecen la presentación de la noticia sino que además facilitan y guían su lectura. Así, esos variados elementos, entre ellos la infografía, proponen un producto periodístico en el que texto e imagen se combinan para configurar un periódico cercano a la televisión, o al menos, no tan distante de ella. En síntesis, las características de los últimos 20 años del siglo XX en la prensa argentina, está marcada por la incorporación tecnológica en el proceso de producción (la mayoría de los medios cambian sus sistemas de impresión) y por la concentración de los medios. El impacto que las nuevas tecnologías tienen en el diseño de la prensa gráfica comienza a notarse a partir de los años de 1980 y se generaliza en la década de 1990. Se inicia entonces un juego entre forma y contenido que no siempre resulta equilibrado. La experiencia de lectura de imágenes a través de la televisión hace que el lector de periódicos cuente con nuevas competencias visuales, lo que deriva en una “carrera” (lo es si se tiene en cuenta el corto tiempo en el que se han producido tantos cambios en la prensa

gráfica) por ubicarse dentro de los parámetros de la prensa global y por dar cuenta de un uso de la herramienta tecnológica acorde con las exigencias del mercado. En este contexto los medios gráficos generan tratamientos particulares y nuevas formas de presentar la noticia.

El análisis de los diarios se refuerza con las palabras de los gerentes o de los integrantes de las estructuras de decisión de la redacción (directores periodísticos, secretarios de redacción, jefes de artes o de infografía), que dan cuenta de las opciones empresariales en relación a los formatos y contenidos de los diarios más importantes de la Argentina y que, sin duda, marcan una tendencia general del periodismo gráfico en las dos últimas décadas del siglo XX. En los dichos, y en los productos, también se observó una suerte de desplazamiento de la función informativa de los periódicos hacia cuestiones que tienen que ver con contenidos no estrictamente de actualidad, sino formativos, es decir que apuntan a la transferencia de conocimientos generales (salud, ecología, tecnología, turismo, etc).

Claramente en el período que estudiado, las decisiones en relación a una nueva forma de presentación, a la materialidad del diario, atañen en su mayoría a variaciones en el paratexto. La justificación de los cambios está centrada en la innovación tecnológica y en el lector: informatización de todo el proceso de producción, incorporación del color, formatos más cómodos, impacto de la tecnología en el lenguaje periodístico, rápida visión; aportar pistas para hacer más comprensible la realidad; datos útiles para la vida cotidiana; claridad en la lectura; facilitar la lectura, un diseño puesto al servicio de la información, etc. Las frases de los editores de ambos diarios se reiteran, y esa insistencia se muestra gráficamente en cada una de las páginas con una variada gama de recursos paratextuales, entre ellos, la infografía.

## **2. En relación a la segunda hipótesis**

El segundo eje problematiza a la infografía en tanto elemento paratextual y a la conformación de nuevas propuestas en la presentación de la noticia tendientes a reducir la complejidad de la información y a lograr una lectura más rápida y

sencilla de la noticia y se corresponde con la segunda hipótesis formulada en la *Introducción* según la cuál la *infografía es un elemento del paratexto, nunca una unidad independiente*.

Se ha conceptualizado a lo largo de todo este estudio a la infografía como una combinación de elementos visuales que se utiliza, fundamentalmente, para brindar una información compleja mediante una presentación gráfica con el fin de sintetizarla o esclarecerla, o hacer más atractiva su lectura. Convive en el periódico, con otras series visuales paralingüísticas: elementos gráficos, fotos, planos, etc. Surge, de manera generalizada, simultáneamente con la incorporación de nuevas tecnologías en las redacciones, aunque se observen antecedentes a lo largo de todo el siglo XX. Se trata de una combinación de elementos visuales y tipográficos, que siempre está relacionada con el texto informativo, y que facilita la comprensión o comparación de sistemas o acontecimientos.

Si bien en la bibliografía sobre infografía no se hace alusión al paratexto, la relación con el formato, con la presentación, con la materialidad del discurso periodístico es innegable. Y aquí ha sido clarificador y significativo para nuestros objetivos, las categorías que Genette (2001) aporta en relación al paratexto en el libro. Una necesaria traslación hacia la prensa gráfica que ya había iniciado Alvarado (1994) permitió pensar, primero el paratexto en el periódico y luego su vinculación con la infografía.

Las categorías *espaciales, temporales, sustanciales, pragmáticas y funcionales* propuestas por Genette para definir el estatus de todo mensaje paratextual (2001: 10) nos han permitido entender la infografía en relación a la forma, a su emplazamiento espacial, siempre acompañando la noticia, subordinada al texto, y organizada en función del resto de los elementos paratextuales: los márgenes, las columnas, los blancos, los filetes, los títulos, las otras imágenes (fotografías, dibujos), la tipografía, el color, etc..

Y en vinculación con el eje anterior, el relacionado con la primera hipótesis, concluimos que las posibilidades que brindan las tecnologías informáticas hacen más visible ese “acompañamiento” al texto. Las exigencias del mercado y la competencia con los formatos audiovisuales y digitales, hace que también el texto escrito en soporte papel deba ser “atractivo”, para no sólo poder guiar al lector,

sino, fundamentalmente captar su atención. Y aquí hemos podido comprobar que el acompañamiento de la infografía para esclarecer la información y retener los aspectos esenciales de la noticia es clave y muy utilizado por los editores en el período estudiado

La categoría funcional del paratexto, tal como la comprende Genette, resultó nodal para entender la infografía en tanto elemento paratextual, ya que está allí, incluida en la superficie redaccional, para cumplir una función, “al servicio de otra cosa que constituye su razón de ser: el texto” (2001:16).

Es decir, hay un soporte, una materialidad que contiene a la infografía, un espacio en la que se despliega el texto escrito y la imagen, aparece acompañando la noticia, en el marco de la superficie del periódico. Está allí para mostrar, resumir, simplificar el hecho, la noticia. Se trata de un recurso que surge de la mano de la renovación tecnológica de las redacciones, y en tanto acompaña al texto periodístico, se ubica fuera de él, rodeándolo, y está allí para decir algo (resumir, mostrar, sintetizar) en una vinculación estrecha que determina, contiene y particulariza ese discurso informativo. Siempre está relacionada con el texto informativo, cumpliendo la función general de facilitar la comprensión o comparación de sistemas o acontecimientos, es decir, simplificar la complejidad de los acontecimientos o procesos.

Esta vinculación fortalece el carácter paratextual de la infografía, ya que se muestra al servicio de otra cosa que constituye la razón de ser del periodismo: la noticia. De modo que la infografía no sustituye al texto informativo, **no reemplaza a la noticia**, lo que nos conduce a la tercera hipótesis planteada.

### **3. En relación a la tercera hipótesis**

Los temas que abordan las distintas infografías que se han analizado, están todos relacionadas con la noticia a la que acompaña. Siempre se presentan en la misma página, bajo un mismo título general (que es el de la noticia principal), ocupando un espacio que difiere según las características de la noticia. Noticia e infografía se muestran en una vinculación estrecha, subordinada la última a la primera, de la

que toma los datos necesarios para mostrar el acontecimiento de manera resumida y simplificada.

En relación a la **función** de la infografía en el marco del periodismo gráfico, la bibliografía consultada hace hincapié en la **síntesis** o **resumen** de la información. Ya se ha señalado de manera reiterada que Genette insiste que los elementos paratextuales están allí para decir algo, es decir, cumpliendo una función que es posible desagregar en tipos estableciendo así regularidades significativas (2001: 17). En la insistencia del carácter funcional del paratexto, agrega: “Cualquiera sea la intención estética que quiera provocarse, el paratexto no tiene como principal tarea la de ‘hacer bonito’ el texto, sino de asegurarle una suerte conforme al propósito del autor” (2001: 352). El corpus analizado nos permite concluir que se trata de una **simplificación en el discurso de la información** y una **centralización en elementos básicos que pueden ser graficados/esquemáticos** y también fácilmente receptados, distanciando al periodismo gráfico de su proposición inicial, aquella relacionada con la formación de una opinión pública cuyo objetivo central era la intervención en la sociedad.

Se ha observado también una tendencia a la estandarización, producto de la capacidad que ofrecen las nuevas tecnologías, esto es: posibilidad de almacenamiento, la disponibilidad del material, la rápida búsqueda, etc. Y en este sentido se han relevado casos que duplican casi en su totalidad las infografías, cambiando detalles referidos al título o a las leyendas que la acompañan. Debe entenderse aquí que la posibilidad de almacenamiento acompaña a la economía de recursos, en el sentido de variados usos para infografías muy similares.

El tercer eje de estas conclusiones, en estrecha relación con los dos anteriores, se centra en las funciones de la infografía en el intento de dar nuevas respuestas a las preguntas ¿para qué la infografía? ¿Qué otras funciones, además de las básicas *esclarecer, explicar, sintetizar, resumir*, cumple en relación con la noticia y en el marco de una presentación renovada del periodismo escrito?, y asimismo, dar cuenta de la hipótesis según la cuál *una suerte de nuevas funciones con ejes regulares enraizados en el concepto de didacticidad (Moirand; 1992) permiten ampliar y profundizar las funciones básicas de simplificación y resumen de la noticia.*

El corpus de infografías estudiado, en un período acotado del periodismo argentino y en dos casos concretos (un diario nacional y otro regional), presenta ciertas regularidades e invariantes que son significativas. También vinculaciones en las que se toma en cuenta su emplazamiento, su estatus sustancial de iconicidad, su carácter pragmatismo, lo que permitió establecer funciones relacionadas con una explicación simplificada de la noticia.

En las infografías se utilizan elementos gráficos para sintetizar, resumir, ordenar la información, en tanto funciones básicas. Y se hace a través de imágenes, fotografías, siluetas humanas y de objetos, mapas, y textos (leyendas, títulos, subtítulos, números) para guiar la lectura y facilitar el contacto del lector con la información. Además, el uso del color, que se instaure como elemento clave para indicar *cuál* es o *dónde* se ubica el dato clave.

Cabe reiterar aquí que las funciones de los elementos paratextuales no están predeterminadas. Cada uno de los elementos paratextuales del periódico tiene su propia función que muchas veces se complementan o se solapan. Y la infografía también tiene la propia, que en primera instancia y a juzgar por los dichos de los propios editores de los diarios estudiados, está relacionada con sintetizar/resumir/esclarecer la información.

Resulta necesario recordar que el material bibliográfico consultado aportó tipologías o agrupamientos de infografías, elaboradas por periodistas y docentes españoles (De Pablos 1998; 1999, Valero Sancho 2001; 2008; 2010) y otras incluidas en los Libros de Estilo de los diarios estudiados. Dichas tipologías hacen hincapié prioritariamente en la forma, lo que resultó insuficiente para nuestro análisis. Entonces, a partir de entender la infografía en tanto elemento del paratexto focalizamos en una serie de recurrencias para, a partir de allí, trabajar la función que estaban cumpliendo en relación al texto periodístico. Esta inquietud condujo a la indagación de regularidades en el corpus en relación a los formatos adoptados, a los temas que ilustraban las infografías, a las secciones en las que aparecían, al modo de presentar la ilustración de la información. Y ese análisis de recurrencias y regularidades, como así también las diferencias en relación a las variantes que se presentaban, permitió plantear nuevos agrupamientos esta vez relacionados con las **funciones** de las infografías en relación al texto, la noticia.



Esto es, cuando se prioriza la función de **dimensionar** índices o variables; de **localizar** lugares o escenarios; **secuenciar** acontecimientos o procesos, o **describir/caracterizar** objetos o sistemas. A partir de este análisis que supera el encasillamiento de las formas, es que propusimos nuevos agrupamientos esta vez centralizados en las funciones (dimensionar, localizar, secuenciar, describir/caracterizar) diferentes a los elaborados hasta aquí por periodistas y académicos que han abordado la infografía y que han sido extensamente citados en el desarrollo de esta tesis.

En este punto se indagó la vinculación con el texto expositivo/explicativo que, en el discurso periodístico incluye explicaciones descripciones, clasificaciones, comparaciones, enumeraciones, hechos, fechas, especificaciones, generalizaciones, conclusiones, como parte de un todo informativo. En general, el texto expositivo tiene la función de actuar como guía, es decir que presenta claves explícitas, tales como introducciones, títulos, subtítulos, resúmenes. Del mismo modo, la manera de presentar los textos periodísticos en la prensa gráfica conduce al lector a través de títulos, subtítulos, bajadas, sumarios, intertítulos, etc. Cabe aquí una aclaración, el texto expositivo nunca lo es puro, sino que se trata de una prevalencia en relación al tipo de texto que siempre va acompañado de segmentos narrativos, argumentativos, etc.

En una propuesta superadora de las clásicas funciones de **resumir, esclarecer, explicar, sintetizar** (presentes en la bibliografía consultada), fue posible vincular el tema que ilustra la infografía con algunos de los aspectos del esquema expositivo-explicativo, y plantear así recurrencias para construir nuevos agrupamientos, clasificación o tipología de las infografías. En este sentido, fue posible concluir que las infografías que refieren a acontecimientos en su mayoría hacen hincapié en la **secuencia** de los mismos; las que ilustran tendencias o datos abstractos, ponen el acento en la **comparación** y en la posibilidad de **dimensionar**; en aquellas que se detienen en objetos o procesos que muchas veces escapan al ojo humano, prevalece la **descripción**; y cuando la necesidad es la ubicación geográfica, se pone el acento en la **localización**. Estas funciones no se dan en estado puro, y además, hay infografías que las reúnen por completo con la

misma o similar preponderancia. Sí se comprobaron recurrencias, similitudes, que no sólo abarcan la función, sino también la temática y la forma de la infografía.

Aquí fue posible establecer relaciones con los ejes anteriormente expuestos, ya que, por ejemplo, se vuelve una vez más a las palabras de los editores cuando afirman que la infografía intenta esclarecer, *explicar visualmente* la noticia. En ese intento de explicación se compara, se localiza, se clarifica una cronología, un recorrido, los pasos en el funcionamiento de un mecanismo, etc. Se simplifica un procedimiento o acontecimiento complejo acortando los pasos y deteniéndose solamente en los imprescindibles (para describir el suceso o el funcionamiento del objeto), y también, en esa intención de esclarecer se propone des-ocultar lo que no se puede observar a simple vista.

Es decir, se advirtió claramente en el corpus estudiado esta preocupación por hacer visibles y más entendibles aquellos fenómenos complejos que escapan a la vista de los sujetos, y también la necesidad de mostrar esos acontecimientos, reproduciéndolos a través de herramientas de la gráfica, para su posterior uso en el mundo cotidiano. En suma, una suerte de ilusión colectiva de acceso al conocimiento mediante diversas estrategias de didacticidad para simplificar los acontecimientos (inclusión de fuentes autorizadas, el ordenamiento de la información por etapa, la clarificación de terminología técnica, etc.).

En esta línea se logró construir **cuatro** agrupamientos de infografías a partir de sus funciones, y que son: las infografías en las que prevalece la función de **dimensionar/comparar**; las infografías en las que prevalece la función de **localizar/ubicar**; las infografías en las que prevalece la función de **secuenciar**; las infografías en las que prevalece la función de **describir/caracterizar**. Sintetizamos cada uno de estos agrupamientos:

a) En el grupo de infografías en el que prevalece la función de **dimensionar/comparar**, se advirtieron varias recurrencias. Por un lado una recurrencia en las formas de presentar la información: en general los gráficos optan por elegir representaciones geométricas para mostrar/hacer visible una medida, un valor, un índice, una opinión; es decir para poder **dimensionar** un estado de situación, en relación, en la mayoría de las veces, a datos abstractos/intangibles. Y en la medida en que se **dimensiona**, se **compara** la

información con otros datos, ya sea de la misma variable en su evolución en el tiempo o de otra/s.

Si bien la forma que se elige para *mostrar* la noticia puede ser propia de una tipología/agrupamiento, lo que importa aquí es la función que cumple. Ya se ha señalado insistentemente que cada elemento en el periódico está allí para decir algo, es decir cumpliendo un propósito, una función, la infografía no se escapa a ese mandato. De modo que se entiende la forma subordinada a la función<sup>414</sup>.

Cabe agregar que este tipo de infografías, que aparece fundamentalmente acompañando noticias relacionadas con la economía y las finanzas, ofrece una estructura muy fija y repetitiva en los elementos gráficos que utiliza (formas geométrica relacionadas con flujos, tortas, barras), como así también en los colores que emplea (la recurrencia del rojo para resaltar un dato es una de las invariantes).

b) En una mirada exhaustiva, tanto de los diarios que formaron parte de este estudio como así también de otros del mismo período o más cercanos en el tiempo, se pudo advertir que la **localización** en un espacio o la ubicación de los actores o elementos que forman parte de una escena se traducen en gráficos (o infogramas según Valero Sancho; 2011: 9), o infografías completas muy frecuentes en la prensa gráfica. Mapas, planos, habitaciones, croquis, se publican con frecuencia casi diaria (el mapa meteorológico aparece todos los días) para ubicar, decir aquí fue, en este lugar, cercano a este sitio, lejos de aquel, a medio camino de ese. Y esa necesidad de **señalar el lugar** deriva en la utilización de una serie de indicadores deícticos en el marco de la infografía, que facilitan la tarea del lector, encontrar rápida y fácilmente el lugar, el sitio donde ocurrió el hecho.

Se sabe que el uso de mapas está muy extendido en la sociedad para realizar distintas tareas, aún las cotidianas. Posibilitan **localizar/acercar/referir** espacios que se encuentran muy lejanos a nuestra vida cotidiana. Los mapas están presentes en la escuela, en el recorrido de un transporte, en el turismo, en la

---

<sup>414</sup> Esta condición se ha advertido en varios de los ejemplos que se analizan en el desarrollo, más específicamente en la *Tercera Parte*.

economía, en las actividades relacionadas con la estadística, etc. Y como tal, el público deposita la confianza, la seguridad, en esa carta terrestre que determina cuál es el camino más acertado. También el lector de diarios deposita su confianza en la graficación de la localización del hecho, aun de un pequeño mapa de un lugar remoto que con algunas referencias más conocidas indica *dónde* pasó, cerca de qué lugar, distante de qué otro.

c) Otro agrupamiento de infografías recupera la **secuencia**, la **cronología** de los hechos, de manera clara, precisa, casi aséptica. Por lo general no aparecen alusiones a las causas del fenómeno, ni tampoco a las consecuencias. Sobre todo se centra en la **sucesión de hechos** y su **encadenamiento** y relacionamiento aparece graficado, en la mayoría de los casos, a través de líneas o flechas que remiten al movimiento y en las que se utiliza el color rojo, o un trazo grueso más oscuro, en el caso de los gráficos en blanco y negro.

En el caso de las tragedias o accidentes, si aparecen datos sobre las consecuencias del hecho, aunque siempre prevalece la secuencia que se presenta perfectamente identificada y que remite a las etapas del suceso. Aunque el lector no leyera la crónica podría enterarse de lo ocurrido en sus aspectos más generales, es decir aquellos que remiten al *qué* de la noticia y al *cómo* en tanto **secuencia lógico-temporal**, sin ahondar en los antecedentes, en la descripción de la situación ni en las voces de los testigos.

En las infografías que refieren a un acontecimiento o dan cuenta del funcionamiento de un sistema u objeto (sin duda las más interesantes) existe una predominancia de las **secuencias lógico-temporales**. Es decir, se indica el tiempo, o los pasos o etapas que se cumplieron o a cumplir, esto último en el caso del funcionamiento de un sistema. Además de la presencia de definiciones, comparación, analogías, ejemplos.

d) En este grupo se han ubicado aquellas infografías que **describen/caracterizan**, por ejemplo, del funcionamiento de un **sistema**, un **objeto**, un **órgano** animal/humano, un procedimiento, una teoría científica, etc.

Ya se ha señalado de manera reiterada que en los diferentes textos periodísticos, se incluyen descripciones, ilustraciones, clasificaciones, secuencias lógicas que

dan cuenta de las distintas etapas del acontecimiento, etc. Y que también en aquellos textos más vinculados con la ciencia o la tecnología, se observan explicaciones y simplificaciones de las teorías/experimentos, predicciones, posibles consecuencias, de temas/asuntos que se ubican muy lejos de las urgencias cotidianas de los lectores. También se ha hecho alusión a la tendencia a la incorporación en la agenda temática de los medios gráficos de contenidos relacionados con la ciencia, la tecnología, el medio ambiente, la salud, que a partir de la década de 1990 comienzan a aparecer de manera cada vez más sostenida en páginas como sección o como suplemento semanal. En estas temáticas la infografía obra como un elemento que pretende reducir la complejidad, deviniendo didáctica, mostrando esquemas, dibujos, fotografías, mapas, que se vinculan con leyendas que describen, definen, clasifican, comparan, localizan, etc. La estructura recurrente de este tipo de gráfico es mostrar en gran tamaño el objeto/fenómeno a describir y utilizar gráficos auxiliares que rodean la imagen principal para dar mayor información (mapas de localización, tablas, gráficos de fiebre o torta). También se distinguen, por el lugar destacado en el que aparecen y el tamaño asignado en la página.

Sin duda se trata de las infografías más completas e interesantes, que en muchos de los casos exceden la función de describir/caracterizar y que se solapa con alguna de las otras funciones mencionadas arriba. Aquí también se ha comprobado la predominancia del rojo en las infografías a color en las que aparece cumpliendo una función directamente relacionada con la noticia (el *qué*): en la estadística se aplica para señalar aquello que tiene que ver con la noticia: el dato nuevo, el índice, la tendencia, etc.; en los acontecimientos policiales, el recorrido o el lugar de la tragedia, la cantidad de muertos, etc.

Por último, se ha estudiado la infografía en tanto paratexto, ligado al texto (el diario, la noticia y el resto del espacio periodístico) y teniendo en cuenta las funciones que surgen del producto mismo y de los discursos de sus responsables y editores. En este sentido, la infografía da cuenta de configuraciones retóricas (sucesión temporal, analogía, comparaciones, etc.), temáticas (relacionadas con la noticia, y con prevalencia de secuencias explicativas-didácticas), que tienen que

ver con la imagen del receptor que tienen los que hacen los diarios, vinculada con una mayor alfabetización visual y a la necesidad de esclarecer/mostrar conocimiento y datos útiles para la vida diaria.

Cabe insistir aquí que este trabajo ha focalizado en una frase de Genette planteada dentro del contexto de su análisis del paratexto del libro, que ha permitido plantear una traslación y ha servido de disparador para pensar el periodismo gráfico en el período estudiado y más específicamente la infografía. Afirma Genette que “las funciones del paratexto constituyen un objeto muy empírico y muy diversificado que es necesario despejar, de manera inductiva, género por género y a menudo especie por especie” (2001: 17). En este sentido, esta propuesta despeja, aísla, la infografía, y los temas que ilustra, aunque siempre la entiende en relación al texto periodístico.

La claridad del planteo de Genette ha permitido abordar el corpus de infografías, en un período acotado del periodismo argentino y en dos casos concretos (un diario nacional y otro regional), y advertir las regularidades e invariantes que son significativas. Las propuestas de agrupamientos, en su vinculación con la noticia y con el diario todo, establecen relaciones en las que se toma en cuenta su emplazamiento, su estatus sustancial de iconicidad, su pragmatismo en relación al destinatario, lo que permitió hablar con fundamentos de la función del paratexto (infografías) en relación al texto (noticia). Así fue posible proponer funciones, en relación con temas y formas recurrentes (status en el marco del periódico), hasta reducir a cuatro agrupamientos que son los más utilizados dentro de las infografías estudiadas.

Se ha insistido en este trabajo la relación de la infografía con la crónica/noticia o texto periodístico y bajo esa idea se la ha estudiado. Llegado a este punto afirmamos que aquello que apareció hacia finales del siglo XX como un exceso en la utilización de infografías va cobrando su equilibrio hacia finales de la época estudiada, y ha sido evidente el desplazamiento de aquellos gráficos que aparecían sin relación con la noticia hacia otros productos (suplementos, coleccionables, enciclopedias) de las empresas editoras de los diarios.

Se trata de infografías de temáticas variadas como por ejemplo turismo, entretenimiento, formación general, etc., que aparecen en este período en las páginas de los diarios estudiados para hacer más asequible la información que allí se proporciona y que se instalan en la frontera de la noticiabilidad. Es por ello que fue necesario abordar en la *Cuarta* y última parte de este escrito esta problemática, la que se hace presente bajo la premisa “todo es infografiable” (Lo Celso; 1999: 12).

Y aquí nuevamente resultan claves, para dar respuestas a los interrogantes que surgen, las palabras de Genette, que advierten sobre el peligro de sustituir el texto: “el paratexto tiende a menudo a desbordar su función y a constituirse en pantalla y, por lo tanto, a desempeñar su parte en detrimento de su texto” (2001: 354). Este exceso en el uso del recurso, este “camino de la audacia” (Lo Celso; 1999: 12), recobrará el equilibrio en poco tiempo, ya fuera del período que se estudió en esta tesis, y el destino de este tipo de infografías, tal como se señaló anteriormente, serán publicaciones pensadas para otros públicos y con objetivos relacionados con la educación o el entretenimiento.

Finalmente cabe señalar que el análisis realizado resulta pertinente para los casos y el período que se analiza, una tarea investigativa posterior podrá encontrar nuevas aristas, funciones, etc, en función de la variabilidad y dinámica del paratexto, así como las innovaciones en las tecnologías de la prensa y la generación de nuevos hábitos de lectura en la escena cultural. En este sentido, el desarrollo realizado puede resultar apropiado como punto de inicio para el estudio de otros aspectos vinculados con las funciones del paratexto en la prensa gráfica, y específicamente de la infografía, en otros soportes mediáticos, especialmente el digital, que han quedado fuera de esta tesis.

Caben aquí las reflexiones de Verón, en el sentido que en una investigación “no se puede describir todo” (2004: 128). Siempre quedan problemas que “persisten” o “insisten” (2004; 9), a los que no se les ha prestado la suficiente atención, o bien, las cambiantes condiciones de producción de la prensa gráfica hacen volver la mirada sobre esos temas/problemas que *persisten* u otros nuevos que aparecen a lo largo del tiempo, para formular nuevas preguntas y esbozar renovadas respuestas.

# BIBLIOGRAFÍA





AA.VV. (1992): *Un lieu d'inscription de la didacticité. Les catastrophes naturelles dans la press quotidienne*. Les Carnets du Cediscor. Presses de la Sorbonne Nouvelle.

AA.VV. (2002): “*La Prensa latinoamericana ante el siglo XXI: 25 años de diseño periodístico: primer estudio sobre el diseño de diarios líderes en América Latina, España y Portugal*”, Centre de Disseny Periodístic Barcelona 95, de la Universitat Pompeu Fabra. España. Disponible en <http://www.upf.edu/depeca/Bcn95/disseny/informe.pdf>. Fecha de consulta 6 de junio de 2013.

AA.VV. (2003): *Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*. CICCUS. Buenos Aires.

AA. VV. (2007): *Lectura y Tecnología*. Revista La Biblioteca. N°6. Primavera del 2007. Biblioteca Nacional. Buenos Aires.

ABREU SOJO, Carlos (2002): “Periodismo iconográfico: ¿Es la infografía un género periodístico?”. Revista Latina de Comunicación Social 51, junio-setiembre de 2002. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101.htm> Fecha de consulta 20 de abril de 2007.

ABREU SOJO, Carlos (2000): *La infografía periodística*. Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. Caracas.

ADAM, M. (1985): *Le texte narratif*. Paria: Natham,

AGUDELO SEDANO, W. (1995). “Diseño de periódicos. Una aproximación histórica”. Universidad de Los Andes, Venezuela. Disponible en [http://servidor-opsu.tach.ula.ve/profeso/agu\\_w/dise\\_de\\_periodic.pdf](http://servidor-opsu.tach.ula.ve/profeso/agu_w/dise_de_periodic.pdf). Fecha de consulta 26 de abril de 2012.

AGUILERA, M. y VIVAR, H.: (1990): *La Infografía. Las nuevas imágenes de la comunicación audiovisual en España*. Fundesco, Madrid.

ALBORNOZ, Luis A. (2006): *Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red*. Ediciones La Crujía. Buenos Aires.

ALCIBAR, Miguel (2004) “La divulgación mediática de la ciencia y la tecnología como recontextualización discursiva”. Revista Anàlisi N° 31. Universidad Autónoma de Barcelona. UAB.

- ALGARRA; M. M. (2005): “Periodismo, tecnología y modernidad”, en GÓMEZ y MÉNDEZ, J. M. (edición): *Las tecnologías periodísticas: desde ayer al mañana*. Sociedad Española de Periodística. Sevilla, España. Disponible en <http://www.periodistica.es/wp-content/uploads/2010/07/sevilla.pdf>. Fecha de consulta 6 de mayo de 2012.
- ALLIENDE-GONZÁLEZ, F. (1994): *La legibilidad de los textos*, México, Ed. Andrés Bello Santiago de Chile.
- ALVARADO, M. Y ROCCO-CUZZI, R. (1984): “Primera Plana, el nuevo discurso periodístico de la década del 60”, en Punto de Vista, N° 22, diciembre 1984. Disponible en <http://issuu.com/rehime/docs/puntodevista22>. Fecha de consulta 23 de abril de 2013.
- ALVARADO, M. (1994): *Paratexto*. Oficina de Publicaciones del CBC, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.
- ALVAREZ, Miriam (1998): *Tipos de escritos I: Narración y descripción*. Cuadernos de Lengua Española. Ed. Arco/Libros. Madrid.
- ALVAREZ ANGULO, T. (1993): “Sobre la comprensión y producción del discurso (aplicación didáctica a un texto). Revista Didáctica N° 5. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid. UCM. Madrid
- ALVAREZ ANGULO, T. (1996): “El texto expositivo-explicativo: su superestructura y características textuales”. Revista Didáctica N° 8. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid. UCM. Madrid
- ALVAREZ ANGULO, T. (2001): *Textos expositivos-explicativos y argumentativos*- Octaedro. Barcelona
- AMADO SUAREZ, A. y otros (2007): *Periodismo de calidad: debates y desafíos*. Foro de Periodismo Argentino. La Crujía. Buenos Aires.
- AMAR, P. J. (2005): *El fotoperiodismo*. La Marca, Buenos Aires.
- AMAR SÁNCHEZ, A.M. (1992): *El relato de los hechos. Rodolfo Walsh: testimonio y escritura*. Rosario: Beatriz Viterbo edit.
- AMAT NOGUERA, N. (1994): *La documentación y sus tecnologías*. Pirámide. Madrid.
- ANCESCHI, G.; BAUDRILLARD, J. y otros (1990): *Videoculturas de fin de siglo*, Cátedra. Madrid.

- APARICI, R. y otros (2006): *La imagen, análisis y representación de la realidad*. Gedisa. Barcelona
- ARFUCH, L., CHAVES, N y LEDESMA, M. (1997): *Diseño y comunicación*. Piados. Buenos Aires.
- ARFUCH, L y DEVALLE, V (comp) (2009): *Visualidades sin fin. Imagen y diseño en la sociedad global*. Prometeo. Buenos Aires
- ARMENTIA VIZUETE, J. I (1992): “El diseño de la prensa española”. Revista Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad. Nº 31, disponible en [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num\\_031/index\\_031.html?opi\\_perspectivas1.html](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_031/index_031.html?opi_perspectivas1.html). Fecha de consulta 6 de abril de 2012.
- ARMENTIA VIZUETE, J. I. (1993): *Nuevas tendencias en el diseño de periódicos*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- ARMENTIA VIZUETE, J. I (1994): “La nueva tipografía de la prensa. Cambios en los diarios españoles”. Revista Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad. Nº37. Enero-mayo 1994, disponible en [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num\\_037/index\\_037.html?opi\\_perspectivas2.html](http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_037/index_037.html?opi_perspectivas2.html), Fecha de consulta 6 de abril de 2012.
- ARMENTIA VIZUETE, J. I., ELEXGARAY, J. y PÉREZ, J. C. (1999): *Diseño y periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- ARMENTIA VIZUETE, J.I. y CAMINOS MARCET, J.M. (2003): *Fundamentos del periodismo impreso*, Ariel, Barcelona, 2003.
- ARMENTIA VIZUETE, J. I. (2011): “Factores que determinan el diseño en la prensa gráfica”. Lecciones. Portal de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/7\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/7_esp.pdf) Fecha de consulta 6 de abril de 2012.
- ARRUETA, C. (2010): *¿Qué realidad construyen los medios? Una mirada desde el periodismo en contexto de periferia*. La Crujía. Buenos Aires.
- ATORRESI, A. (1996): *Los estudios semióticos. El caso de la crónica periodística*. Conicet. Buenos Aires.
- AUBENAS, F. y BENASAYAG, M. (2001): *La fabricación de la información. Los periodistas y la ideología de la comunicación*. Colihue. Buenos Aires.

- BAJTÍN, M. (2008): *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- BALLE, F. (1991): *Comunicación y sociedad. Evolución y análisis de los medios*. Tercer Mundo Editores. Bogotá.
- BARBIER, F. y BERTHO LAVENIR, C. (1999): *Historia de los medios de Diderot a Internet*. Colihue. Buenos Aires
- BAREI, S. (2001): *Recorridos Teóricos. Texto-Discurso*. Epóke Ediciones. Córdoba.
- BARTHES, R. (1970): “El efecto de realidad”, en BARTHES, R.; TODOROV, T. y otros (1970): *Lo verosímil*. Buenos Aires. Tiempo Contemporáneo.
- BARTHES, R.; GREIMAS, A. J.; BREMOND, C. y otros: (1982): *Análisis estructural del relato*. Serie Comunicaciones. Ediciones Buenos Aires.
- BARTHES, R. (1992): *La Cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Paidós, Barcelona.
- BAUMAN, Z.: (2006): *Vida líquida*. Paidós. Barcelona.
- BECERRA, M. (2003): *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*. Norma. Buenos Aires
- BECERRA, M.; HERNÁNDEZ, P.; POSTOLSKI, G. (2003): “La concentración de las industrias culturales”, en AA.VV. (2003): *Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*. CICCUS. Buenos Aires.
- BECKER, H. (2011): *Manual de escritura para científicos sociales. Cómo empezar y terminar una tesis, un libro o un artículo*. Siglo XXI. Buenos Aires.
- BERGER, P. y LUCKMANN, T. (1976): *La construcción social de la realidad*. Amorrortu. Buenos Aires.
- BERGONZI, J. C.; BARIANI, J.; ROST, A. y otros (2004): *Periodismo en la Patagonia. Cambios en la presentación escrita y visual del diario Río Negro 1980/2000*. General Roca: Publifadecs
- BERNETTI, J. L. (1989): “El periodismo argentino de interpretación en los ‘60 y ‘70. El rol de ‘Primera Plana’ y ‘La Opinion’”. IV Congreso ALAIC, Recife, septiembre 1998. Disponible en [http://www.catedras.fsoc.uba.ar/rlevenberg/paginas/bernetti\\_primera\\_plana\\_y\\_la\\_opinion.pdf](http://www.catedras.fsoc.uba.ar/rlevenberg/paginas/bernetti_primera_plana_y_la_opinion.pdf) Fecha de consulta 10 de agosto de 2010

- BERNETTI, J. L. y MICELI, W. (1997): “El diario contraataca”, Entrevista a Roberto Guareschi. Revista Oficios Terrestres N° 4. UNLP. La Plata.
- BERTIN, J. (1981): “El tratamiento gráfico de la información”, en ZAVALA, V.; GARRONI, E.; COSTA, J. y otros (1981): *Imagen y Lenguajes*. Ed. Fontanella. Barcelona.
- BERTIN, J. (1982): “La gráfica”, en METZ, C.; ECO, U.; DURAND, J. y otros (1982). *Análisis de las imágenes*. Ediciones Buenos Aires
- BERTIN, J. (1992): “Variables y gramática del lenguaje gráfico convencional”, en COSTA, J. y MOLES, A. (1992): *Imagen Didáctica*. Ceac. Enciclopedia de Diseño. Barcelona
- BESTANI, R. y BRUNETTI, P. (1994): *Una hoja moderna: apuntes sobre la fundación del diario La Voz del Interior el 15 de marzo de 1904*. Córdoba. Ed. Advocatus.
- BESTANI, R.; BRUNETTI, P. y otras (comp.) (2011). *Textos, Autores y Bibliotecas*. Universidad Nacional de Córdoba. Biblioteca Mayor.
- BLANCO GARCÍA, A. (s/f): “Cartografía y Sociedad: La extensión de la Cartografía Temática en la actualidad”, Cartoteca “Rafael Mas” de la Universidad Autónoma de Madrid, disponible en [http://biblioteca.uam.es/cartoteca/documentos/CARTOGRAF%C3%8DA\\_%20Y\\_%20SOCIEDAD.pdf](http://biblioteca.uam.es/cartoteca/documentos/CARTOGRAF%C3%8DA_%20Y_%20SOCIEDAD.pdf) Fecha de consulta 10 de junio de 2013
- BLAUSTEIN, E. y ZUBIETA, M. (1998): *Decíamos ayer. La prensa argentina bajo el proceso*. Ed. Colihue. Buenos Aires.
- BOGGI, S. y BROOK, G. (comps) (2006): *Discursos para oír y para ver*. Editorial Nueva Generación. Buenos Aires.
- BORRAT, H. (1989): *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BORRAT, H. (2002): “Paradigmas alternativos y redefiniciones conceptuales en comunicación periodística”, en Revista Anàlisi 28, 2002 UAB
- BUSTAMANTE, E. (coord) (2003): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona.
- BUSTAMANTE, E. (2005) “Los grupos de comunicación Iberoamericanos a la hora de la convergencia”, en Diálogos de la Comunicación N° 72. Felafacs, Lima

- BOUSA, F. (2006): “De lo material en el texto”, en CHARTIER, R. (2006): *¿Qué es un texto?* Círculo de Bellas Artes. Universidad Complutense de Madrid.
- BRUNETTI, P. (2004): “Relatos de prensa: la crónica policial en los diarios cordobeses de comienzos del siglo XX (1900-1915)”. Tesis doctoral. Facultad de Filosofía y Humanidades. UNC.
- BRUNETTI, P.; MAGGIO RAMIREZ, M; GRILLO, M. (2008): *Ensayos sobre la prensa*. Buenos Aires. Ediciones Biblioteca Nacional.
- BRUNETTI, P.: (2011): “Metamorfosis del paratexto noticioso: Aspectos gráficos y lingüísticos (1900-1946)”, en BESTANI, R.; BRUNETTI, P. y otras (comp.) (2011). *Textos, Autores y Bibliotecas*. Universidad Nacional de Córdoba. Biblioteca Mayor.
- CABRERA, M. A. (2000): *La prensa online. Los periódicos en la www*. Barcelona: CIMS.
- CALLES, F. (2003): “Tipográficos vs. Tipográficos”, en *Ensayos sobre diseño tipográfico en México*, México, Ed. Designio
- CALVO FERREIRO, M. D. y otros (2008): “El despertar de la infografía en la prensa escrita: el caso de La Voz de Galicia”, en Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico N°14. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en [http://www.ucm.es/info/emp/Portad\\_0.htm](http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm) Fecha de consulta 10 de junio de 2010
- CAMPS, S. y PAZOS, L. (1994): *Así se hace periodismo. Manual práctico de periodismo moderno*. Beas Ediciones, Buenos Aires.
- CANGA LAREQUI, J. (1994): *El diseño periodístico en prensa diaria*. Edit. Bosch. Barcelona
- CARLI, S. (comp.) (2003): *Estudios sobre comunicación, educación y cultura. Una mirada a las transformaciones recientes de la Argentina*. La Crujía. Buenos Aires.
- CARLÓN, M. (1994): *Imagen de arte/Imagen de información*. Atuel. Buenos Aires
- CARLÓN, M. y SCOLARI, C. (eds.) (2009): *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía. Buenos Aires.
- CASTELLI, E. (1993): *Manual de periodismo*. Editorial Plus Ultra. Buenos Aires.

- CASTELLS, M. (1999) “Globalización, sociedad y política en la era de la información”, en Revista Análisis Político N° 37. May/Agosto de 1999. IEPRI. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.
- CASTELLS, M. (2003): “Panorama de la era de la Información en América Latina: ¿Es sostenible la globalización?” Prólogo, en CALDERÓN, F.: (comp) (2003): *¿Es sostenible la globalización en América Latina? Debates con Manuel Castell*. Vol I. FCE. Chile.
- CASTRO, J. y PETRAGLIA, R. N. (2000): “El mercado en pocas manos. Conformación oligopólica de las telecomunicaciones en la República Argentina, otra muestra de la realidad latinoamericana”, en Oficios Terrestres N° 7/ 8, Agosto de 2000. UNLP. La Plata.
- CHARAUDEAU, P. (2003): *El discurso de la Información, La construcción del espejo social*. Gedisa. Barcelona
- CHARNLEY, M. (1971): *Periodismo informativo*. Troquel, Buenos Aires.
- CHARTIER, R. (1994): *El orden de los libros. Lectores, autores, bibliotecas en Europa en los siglos XIV y XVIII*: Gedisa. Barcelona.
- CHARTIER, R. (1995): *Libros, lecturas y lectores en la Edad Moderna*; Alianza Madrid. Primera reimpresión;
- CHARTIER, R. (1996): *El mundo como representación*. Gedisa. Barcelona.
- CHARTIER, R. (2006) *¿Qué es un texto?* Círculo de Bellas Artes. Universidad Complutense de Madrid;
- CLAUSO, R. (2007): *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*. La Crujía, Buenos Aires.
- COLE, Raymond: (2004); “Infografía: tipologías”, Revista Latina de Comunicación Social, número 57, de enero-junio de 2004, La Laguna (Tenerife), disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/colle2004/20040557colle.htm>. Fecha de consulta 10 de abril de 2008.
- CONTURSI, M. E. y FERRO, F. (2000): *La Narración. Usos y Teorías*. Norma. Bogotá.
- COSTA, J. y MOLES, A. (1992): *Imagen Didáctica*. Ceac. Enciclopedia de Diseño. Barcelona

- COSTA, J. (1998): *La esquemática. Visualizar la información*. Paidós. Barcelona
- CUARTEROLO, M. A. y LONGONI, E. (1996): *El poder de la imagen*. Buenos Aires, Zoom.
- CURTIS, R. (s/f): “Los gráficos del Usa Today”, mimeo
- DALMASSO, M.T. (1992): “La imagen y el sentido: las paradojas de lo verosímil”, en *Teoría y Crítica de la manipulación II*. Fundación FFyH. UNC.
- DE FLEUR, M. (1976): *Teorías de la comunicación masiva*. Paidós Buenos Aires.
- DE MORAES, D. (2005): *Cultura mediática y poder mundial*. Ed. Norma. Bogotá.
- DE MORAES, D. (comp.) (2010): *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digita*. Paidós. Buenos Aires.
- DE MORAES, D. (2011): *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Paidós. Buenos Aires.
- DE PABLOS COELLO, J. M. (1998): “Siempre ha habido infografía” en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 5; La Laguna (Tenerife). Disponible en <http://www.lazarillo.com/latina/a/88depablos.htm>. Fecha de consulta 20 de abril de 2007.
- DE PABLOS COELLO, J. M.: (1999): *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*. Síntesis, Madrid.
- DEL VALLE, C.; MORENO, F. J.; SIERRA CABALLERO, F. (eds) (2011): *Cultura latina y revolución digital. Matrices para pensar el espacio iberoamericano de comunicación*. Gedisa. Barcelona.
- DEFORGE, Y: (1992) “La creación de gráficos” y “Las imágenes didácticas en las obras escolares”, en COSTA, J. y MOLES, A. (1992): *Imagen Didáctica*. Ceac. Enciclopedia de Diseño. Barcelona
- DIAZ NOSTY, B. (1995): *El futuro de la prensa en el sistema multimedios. Factores tecnológicos de una convergencia*. Facultad de Ciencias de la Información. Málaga, España. Disponible en [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/nosty15.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/nosty15.pdf) Fecha de consulta 10 de junio de 2010



- DIAZ NOSTY, B. (director) (2007): *Tendencias 07. Medios de comunicación: el escenario Iberoamericano*. Ariel. Barcelona.
- DIAZ NOSTY, B. (2011): “Vida más allá del papel...”, Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación), Enero - Marzo 2011, disponible en [www.telos.es](http://www.telos.es) Fecha de consulta 10 de junio de 2010
- DOINY, M. J. (2009): “Sobre la eficacia y precisión predictiva de los mapas meteorológicos en los medios de comunicación”, Facultad de Filosofía y Humanidades. UNC. Disponible en <http://publicaciones.ffyh.unc.edu.ar/index.php/6encuentro/article/viewFile/179/231> Fecha de consulta 20 de mayo de 2013.
- DUSSEL, I. y GUTIERREZ, D. (2006): *Educación la mirada. Políticas y pedagogías de la imagen*. Editorial Manantial. Buenos Aires.
- ECO, U. (1982): “Semiología de los mensajes visuales” en METZ, C.; ECO, U.; DURAND, J. y otros (1982): *Análisis de las imágenes*. Ediciones Buenos Aires. Buenos Aires
- ECO, U. (1993): *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen.
- ELIZALDE, L.; MANGIERI, R. y LEDESMA, M. (coords:) (2013): *Semióticas gráficas*. deSignis 21. La Crujía. Buenos Aires.
- EMANUELLI, P.; EGIDOS, D.; VON SPRECHER, R. (2009): *Herramientas de Metodología para investigar en comunicación*. Tomos 1 y 2. Ed. Copy-Rápido. Córdoba.
- ESCUADERO CHAUVEL, L. (1996): *Malvinas: el gran relato*. Barcelona: Gedisa.
- ESCUADERO CHAUVEL, L. y GARCÍA RUBIO, C. (coords.) (2007): *Democracias de opinión. Medios y comunicación política*. La Crujía. Buenos Aires.
- EVANS, H. (1985): *Diseño y compaginación de la prensa diaria*. Gustavo Gilli. Barcelona.
- FERNÁNDEZ PEDEMONTTE, D. (2001): *La violencia del relato. Discurso periodístico y casos policiales*. Ed. La Crujía. Buenos Aires.

- FESCHOTTE, D. y MOLES, A. (1992): “Cómo se lee una representación gráfica compleja”, en COSTA, J. y MOLES, A. (1992): *Imagen Didáctica*. Ceac. Enciclopedia de Diseño. Barcelona
- FITZGERALD, M. (1991): “Gráficos sobre la Guerra del Golfo. La Guerra del Golfo Pérsico aumentó la demanda de gráficos de los servicios de agencias”. Editor and Publisher, 3 III, Nueva York. Traducción Juan José Pérez. Universidad de la Laguna. Tenerife. España.
- FONTCUBERTA, M. (1980): *Estructura de la noticia periodística*. ATE. Barcelona.
- FONTCUBERTA, M. y BORRAT, H. (2006): *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. La Crujía. Buenos Aires.
- FRASCARA, J. (1998). *Diseño gráfico y comunicación*, Ediciones Infinito, Buenos Aires.
- FORD, A, RIVERA J, y ROMANO, E. (1985): *Medios de comunicación y cultura popular*. Ed. Legasa, Buenos Aires.
- FORD, A. (1985): “Literatura, crónica y periodismo”, en FORD, A, RIVERA J, y ROMANO, E.: *Medios de comunicación y cultura popular*. Ed. Legasa, Buenos Aires.
- FORD, A. y RIVERA, J. (1985): “Los medios masivos de comunicación en la Argentina”, en FORD, A, RIVERA J, y ROMANO, E.: *Medios de comunicación y cultura popular*. Ed. Legasa, Buenos Aires.
- FORD, A. (1994): *Navegaciones*. Amorrortu. Buenos Aires
- FORD, A. (1999): *La marca de la bestia. Identificaciones, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*. Buenos Aires. Norma.
- FORO DE PERIODISMO ARGENTINO (ed.) (2007): *Periodismo de calidad: debates y desafíos*. La Crujía, Buenos Aires.
- FREUND, G. (1993): *La fotografía como documento social*. Gustavo Gili. Barcelona.
- FROTSCHKE, H. (1989): *La fotografía de prensa*. Ed. Pablo de la Torriente. La Habana.
- GÄDE, R. (2002): *Diseño de periódicos: sistema y método*. Gustavo Gili. Barcelona.

- GARCÍA, M. (1984): *Diseño y remodelación de periódicos*. Eunsa. Pamplona. España.
- GARCÍA, M. (1998): “Tendencias en comunicación periodística visual”. Revista Latina de Comunicación Social N° 3. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/marzo98.mario.htm> Fecha de consulta 20 de marzo de 2010.
- GARCÍA, M. (2002): “El rediseño del periódico: nueva vitalidad y aproximación”, Revista Chasqui N° 80, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, Ecuador. pp. 36-38. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/160/16008007.pdf> Fecha de consulta 20 de marzo de 2010.
- GARCÍA CANCLINI, N. (2009): “La lectura en tiempos del Zapping”, en Revista Alambre. Comunicación, información y cultura N°2. Marzo 2009. Disponible en <http://www.revistaalambre.com/> Fecha de consulta 20 de julio de 2009.
- GARCÍA-SANTIBÁÑEZ, F. (1995): *El diseño letrográfico / gramática para el diseño de las letras*, México, ENAP-UNAM.
- GENETTE, G. (1972): *Figures III*. París: Seuil.
- GENETTE, G. (1982): “Fronteras del relato”, en BARTHES, R.; GREIMAS, A. J.; BREMOND, C. y otros: (1982): *Análisis estructural del relato*. Serie Comunicaciones. Ediciones Buenos Aires.
- GENETTE, G. (1989): *Palimpsestos. La literatura en segundo grado*. Taurus
- GENETTE, G. (2001): *Umbrales*. Siglo XXI
- GETINO, O. (2003): “Las industrias culturales: entre la cultura y la economía”, en AA.VV. (2003): *Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*. CICCUS. Buenos Aires.
- GOMIS, L. (1991): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós. Barcelona.
- GONZÁLEZ, H. (1992): *La realidad satírica. 12 hipótesis sobre Página 12*. Ediciones Paradiso.
- GRANDI, R. (1995): *Texto y contexto en los medios de comunicación. Análisis de la información, publicidad, entretenimiento y su consumo*. Bosch. Barcelona.
- GRIJELMO, A. (1998): *El estilo del periodista*. Taurus. Madrid.

- GRILLO. M. del C. (2004): *Los textos informativos. Guía de escritura y estilo*. La Crujía. Buenos Aires.
- GRILLO. M., RIZZO, A. y BERTI, S. (comps) (2006): *Con los medios de por medio*. Universidad Nacional de Río Cuarto.
- GUBERN, R. (1974): *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Editorial Lumen. Barcelona.
- GUBERN, R. (1981): “El comic”, en ZAVALA, V.; GARRONI, E.; COSTA, J. y otros (1981): *Imagen y Lenguajes*. Ed. Fontanella. Barcelona.
- GUTIERREZ, E. (2006): “Cuatro formas de historia de la comunicación”, revista Signo y Pensamiento N° 48, Universidad Javeriana, Colombia, enero-junio 2006.
- HABERMAS, J. (1997): *Historia y Crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili. Barcelona.
- HAMON, P. (1977): “Status Semiologique du personnage” en *Fortique du recit*. París: Seuil
- HERMELIN, D. (2007): “Los desastres naturales y los medios en Colombia: ¿Información para la prevención? Revista Gestión y Ambiente. Volumen 10 N° 2. Universidad Nacional de Colombia. Instituto de Estudios Ambientales (Idea)
- HERNÁNDEZ, A. (2003): “Medios y educación: el caso *Clarín*”, en CARLI, S. (comp.) (2003): *Estudios sobre comunicación, educación y cultura. Una mirada a las transformaciones recientes de la Argentina*. La Crujía. Buenos Aires.
- HOLLMAN, V. (2011): “Imágenes y visualidades de la cuestión ambiental en la Argentina”, Revista Geográfica de América Central, Número Especial EGAL, Año 2011, disponible en <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/issue/view/219/showToc>  
Fecha de consulta 12 de abril de 2014.
- HOLLMAN, V. (2013): “Problemas en torno a la visualización de la cuestión ambiental en medios de circulación masiva: las imágenes del cambio climático en la revista Viva (1994-2010)”. Revista Geográfica Digital. IGUNNE. Facultad de Humanidades. UNNE. Año 10. N° 19. Enero - Junio 2013. Resistencia, Chaco. Disponible en: <http://hum.unne.edu.ar/revistas/geoweb/default.htm> Fecha de consulta 12 de abril de 2014.

- INNERARITY, D. (2002): “La sociedad invisible”, disponible en <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/archivos/Innerarity.PDF> Fecha de consulta 20 de abril de 2009.
- JENSEN, K. B. y JANKOWSKI, N. W. (1993): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch. Barcelona.
- JOLY, M. (2003): *La imagen fija*. Ed. La Marca. Buenos Aires.
- JORNET, C. (2011): “Cambios en el mensaje periodístico en la era visual y de Internet”, en BESTANI, R.; BRUNETTI, P. y otras (comp.) (2011). *Textos, Autores y Bibliotecas*. Universidad Nacional de Córdoba. Biblioteca Mayor.
- KAYSER, J. (1974): *El diario francés*. ATE, Barcelona.
- LAINO, F. H. (1986): *Secretos del Periodismo*, Plus Ultra, Buenos Aires.
- LALLANA, F. (1988): *La nueva identidad de la prensa*. Fundesco, Madrid.
- LANE, P. (1992): *La Périphérie du texte*. Nathan. París.
- LEDESMA, M. (2013): “Infodesign, usabilidad y belleza visual”, en ELIZALDE, L.; MANGIERI, R. y LEDESMA, M. (coords.) (2013): *Semióticas gráficas*. deSignis 21. La Crujía. Buenos Aires.
- LEÑERO, V. y MARÍN, C. (1986): *Manual de periodismo*. Grijalbo. México
- LINK, D. (comp) (1992): *El juego de los cautos*. La Marca. Buenos Aires
- LISTER, M. (comp.) (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós
- LÓPEZ, M. (1995): *Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación*. Paidós. Buenos Aires.
- LÓPEZ, M. (2004): *Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI*. Paidós. Barcelona.
- LUCHESSI, L. y RODRIGUEZ, M. G. (coord.) (2007): *Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación*. La Crujía. Buenos Aires.
- LUCHESSI, L. (comp.) (2010): *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnología y consumos*. La Crujía Inclusiones. Buenos Aires.
- MAINGUENEAU, D. (2003): *Términos clave del análisis del discurso*. Nueva Visión. Buenos Aires
- MALHARRO, M. y LÓPEZ GIJSBERTS, D.: (2003): *La tipografía de plomo. Los grandes medios gráficos en la Argentina y su política editorial durante 1976-*

1983. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Universidad Nacional de La Plata. La Plata.

MALOSETTI COSTA, L.: (2006): “Algunas reflexiones sobre el lugar de las imágenes en el ámbito escolar”, en DUSSEL, I. y GUTIERREZ, D. (2006): *Educación la mirada. Políticas y pedagogías de la imagen*. Editorial Manantial. Buenos Aires.

MALOSETTI COSTA, L. y GENÉ, M. (comp.) (2013): *Atrapados por la imagen. Arte y política en la cultura impresa argentina*. Ed. Edhasa. Buenos Aires.

MARTÍNEZ ALBERTO, J. L. (1996) “Periodismo, periódicos y relatos periodísticos. Lectura sobreinterpretativa de la tesis de Tobías Peucer”. Revista Estudios sobre el Lenguaje Periodístico N° . UCM. Madrid.

MARTINI, S. (2000): *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Norma. Buenos Aires

MARTINI, S. (2002): “Agendas policiales de los medios en la Argentina: la exclusión como un hecho natural”, en GAYOL, S. y KESSLER, G. (comp.) (2002): *Violencia, delitos y justicias en la Argentina*. Manantial. UNGS. Buenos Aires

MARTINI, S. y LUCHESSI, L. (2004): *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Biblos. Buenos Aires.

MARTINI, S. (2007): “La prensa gráfica argentina: reflexiones sobre la calidad periodística, la información ‘socialmente necesaria’ y la participación ciudadana en las agendas sobre el delito”, en FORO DE PERIODISMO ARGENTINO (ed.) (2007): *Periodismo de calidad: debates y desafíos*. La Crujía, Buenos Aires.

MARTÍN BARBERO, J. y REY, G. (1999): *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Gedisa. Barcelona.

MARTÍN BARBERO, J. (2007): “Medios y Cultura”, en DIAZ NOSTY, Bernardo (director) (2007): *Tendencias 07. Medios de comunicación: el escenario Iberoamericano*. Ariel. Barcelona.

MASTRINI, G. y BECERRA, M. (2003): “50 años de concentración de medios en América Latina: el patriarcado artesanal a la valorización en escala”. Sala de Prensa N° 58, agosto 2003, Año V, Vol. 2. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art473.htm> Fecha de consulta 20 marzo de 2005.

- MASTRINI, G. y M. BECERRA (direcs.) (2006): *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Prometeo. Bs. As.
- MASTRINI, G. (edit.) (2005): *Mucho ruido y pocas nueces. Economía política de comunicación en Argentina (1920-2004)*. La Crujía. Buenos Aires.
- MATO, D. (2001) “Des-fetichizar la ‘globalización’: basta de reduccionismos, apologías y demonizaciones, mostrar la complejidad y las prácticas de los actores”, en MATO, Daniel (comp) (2001): *Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización*. CLACSO, Buenos Aires.
- MATTELART, A. (2006): “Por una nueva ecología de la comunicación”, prólogo en MASTRINI, G. y M. BECERRA (direcs.) (2006): *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Prometeo. Bs. As.
- MC QUAIL, D. (1985): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós. Barcelona.
- McCOMBS, M. y EVATT, D. (1995): “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting”, en *Revista Comunicación y Sociedad*. Universidad de Navarra. Volumen VIII N°1. 1995, pp. 7-32, disponible en [http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art\\_id=169](http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=169).
- Fecha de consulta 20 de octubre de 2010
- McCOMBS, M. (2006) *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós. Barcelona.
- METZ, C.; ECO, U.; DURAND, J. y otros (1982). *Análisis de las imágenes*. Ediciones Buenos Aires
- MICELI, W. y BELINCHE, M. (2002): *Los procesos de edición periodística en los medios gráficos. El caso de Clarín*. Ediciones de Periodismo y Comunicación. UNLP. La Plata.
- MOIRAND, S. (1992): “Autour de la notion de didacticité”, en AA.VV. (1992): *Un lieu d’inscription de la didacticité. Les catastrophes naturelles dans la press quotidienne*. Les Carnets du Cediscor. Presses de la Sorbonne Nouvelle.
- MOLES, A. (1991): *La Imagen*. Trillas. México

- MOLES, A. (1992): “Una imagen funcional tipo: el mensaje cartográfico”, en COSTA, J. y MOLES, A. (1992): *Imagen Didáctica*. Ceac. Enciclopedia de Diseño. Barcelona
- MOLINA MERCADO, E. (2009): “Los mapas como recurso de información”, Anuario de Bibliotecología y Estudios de la Información. Nueva Época. Volumen 1, Hugo Alberto Figueroa Alcántara y César Augusto Ramírez Velázquez Editores. Universidad Nacional Autónoma de México. 2009. Facultad de Filosofía y Letras, México. Disponible en [http://ru.ffyl.unam.mx:8080/jspui/bitstream/10391/781/1/08\\_ABEI\\_Molina\\_107-117.pdf](http://ru.ffyl.unam.mx:8080/jspui/bitstream/10391/781/1/08_ABEI_Molina_107-117.pdf) Fecha de consulta 20 de octubre de 2013.
- MONMONIER, M. (1993): *Mapping It Out. Expository Cartography for the Humanities and Social Sciences*, (Londres, Chicago: The University of Chicago Press, 1993). Traducción de Yanina Demarco para la cátedra de Edición Editorial, de la carrera de Edición de la UBA, disponible en <http://edicionenlauba.files.wordpress.com/2012/03/monmonier-variables-visuales-y-sc3admbolos-cartogrc3a1ficos.pdf> Fecha de consulta 20 de octubre de 2013.
- MORIN, E. (2007): *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa. Barcelona.
- MORLEY, D. (2008): *Medios, modernidad y tecnología. Hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura*. Gedisa. Barcelona.
- MULEIRO, H. (2006): *Al margen de la agenda. Noticias, discriminación y exclusión*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.
- MUTH, K. D. (comp.) (1990): *El texto expositivo. Estrategias para su comprensión*. Aique. Buenos Aires
- OLGUIN, G.; CASTELLANO, L.; ABRAHAM, M. y otros (2009): *Leer la forma. Estudio sobre la morfología aplicada al diseño*. Redargenta Ediciones. Córdoba. FAU. UNC.
- OROZCO GÓMEZ, G. (1996): *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Ediciones de Periodismo y Comunicación Social. UNLP, La Plata.
- PAMPILLO, G. (1998): *Permítame contarle una historia*. Eudeba. Buenos Aires.
- PERALTA, D. y URTASUN, M. (2004): *La crónica periodística. Lectura crítica y redacción*. La Crujía. Buenos Aires.



- PELTZER, G. (1991): *Periodismo iconográfico*. Ediciones Rialp, Madrid.
- PETRIS, J. L. (1998): *Crónicas y naciones. Estilos de diarios/Estilos en diarios*. Cántaro Editores. Buenos Aires.
- PINEDA, M. (2005): “La profesión de periodistas y los retos de las tecnologías de la Información”, en *Diálogos de la Comunicación* N° 72. Lima.
- PORTOLÉS, J. (1998): *Marcadores del discurso*. Editorial Ariel. Barcelona.
- RATZKE, D. (1986): *Manual de los nuevos medios. El impacto de las tecnologías en la comunicación del futuro*. Gustavo Gili. Barcelona.
- RICHAUDEAU, F. (1987): *La Legibilidad. Investigaciones Actuales*, Ed. Retz Paris.
- RHEH, R. (1990): *Tipografía y diseño de periódicos*. IFRA. Darmstadt.
- RIVERA, J. y ROMANO, E. (1987): *Claves del periodismo argentino actual*. Tarso. Buenos Aires.
- RODRIGO ALSINA, M. (1989): *La construcción de la noticia*. Paidós. Barcelona.
- ROMANO, E. (2004): *Revolución en la lectura. El discurso periodístico-literario de las primeras revistas ilustradas rioplatenses*, Buenos Aires, Catálogos El Calafate.
- ROST, A. (2004): “Cómo cambió la prensa de referencia de fines de siglo”, en BERGONZI, J. C.; BARIANI, J.; ROST, A. y otros (2004): *Periodismo en la Patagonia. Cambios en la presentación escrita y visual del diario Río negro 1980/2000*. General Roca: Publifadecs
- SANUCCI, M. E. (1999): “La prensa gráfica en el contexto de la videocultura. Algunas aproximaciones a su morfología”, en *Oficios Terrestres* n° 6. Facultad de Periodismo. UNdeLP.
- SANUCCI, M.E. (ed) (2005): *Prensa escrita: procesos, transformaciones y configuraciones. Un abordaje contrastivo de la prensa gráfica en el contexto de la videocultura*. EPC Medio. UNdeLP.
- SALVADOR, Vicent (2002): “Discurso periodístico y gestión social de los conocimientos: algunas observaciones sobre la didacticidad”. *Revista Anàlisi* N° 28. Universidad Autónoma de Barcelona. UAB.

- SARLO, B. (1994): *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y video cultura en la Argentina*. Ariel. Buenos Aires.
- SARMIENTO, M. A. (2002): “USA Today: 20 años después”, Chasqui 80, diciembre de 2002, disponible en <http://chasqui.comunica.org/content/view/202/83/> Fecha de consulta 3 de abril de 2010.
- SEL, S. (comp.) (2009): *La comunicación mediatizada. Hegemonías, alternativas, soberanías*. CLACSO. Buenos Aires.
- SERRA, J.: (1992): *Técnicas de Pintura y Diseño por ordenador. La ilustración*. Ediciones Génesis, España.
- SCHENKEL, P. y ORDOÑEZ, M. (ed) (1975): *Comunicación y cambio social*. ILDIS-Ciespal. Quito, Ecuador.
- SCHENKEL, P. (1975): “La estructura de Poder de los Medios de Comunicación en cinco Países Latinoamericanos”, en SCHENKEL, P. y ORDOÑEZ, M. (eds) (1975): *Comunicación y cambio social*, Ciespal, Quito, Ecuador (2da edición)
- SCHMUCLER, H. (1975): “Dependencia y política en la prensa argentina. El caso de La Opinión”, en SCHENKEL, P. y ORDOÑEZ, M. (eds) (1975): *Comunicación y cambio social*, Ciespal, Quito, Ecuador (2da edición)
- SCHMUCLER, H. y TERRERO, P. (1987): “El incierto destino de la prensa informatizada”, en Diálogos de la Comunicación N° 18. Octubre 1987. Lima.
- SCHMUCLER, H. (1989): “Impacto de la informatización en la prensa argentina”. Junio 1989. Diálogos de la comunicación N 24. Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2011/10/24.pdf> Fecha de consulta 3 de febrero de 2012.
- SIRI, L. y VAZQUEZ VILLANUEVA, G. (comps.) (2011): *Casos concretos. Comunicación, información y cultura en el siglo XXI*. La Crujía. Buenos Aires.
- STEIMBERG, O. (1993): *Semiótica de los medios masivos*. Atuel. Buenos Aires
- STEIMBERG, O. y TRAVERSA, O. (1997): *Estilo de época y comunicación mediática*. Colección del Círculo. Buenos Aires
- STEIMBERG (2002): “Géneros”, en ALTAMIRANO Carlos (director): *Términos críticos de la sociología de la cultura*. Paidós. Buenos Aires.

- STEIMBERG, O., TRAVERSA, O., SOTO, M. (edits.) (2008): *El volver de las imágenes. Mirar, guardar, perder*. La Crujía. Buenos Aires.
- SUNKEL, G. (2002): *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Ed. Norma. Bogotá.
- SZIR, S. M. (2009): “De la cultura impresa a la cultura de lo visible. Las publicaciones periódicas ilustradas en Buenos Aires en el Siglo XIX”, en GARABEDIAN, M; SZIR, S Y LIDA, M (2009): *Prensa argentina del siglo XIX Imágenes, Textos y Contextos*. Colección Biblioteca Nacional. Disponible en <http://www.bn.gov.ar/media/page/dela-cultura-impresa-ala-cultura-delo-visible.pdf> Fecha de consulta 3 de octubre de 2012.
- SZIR, S.: (2007): *Infancia y cultura visual. Los periódicos ilustrados para niños (1880-1910)*. Buenos Aires. Miño y Dávila.
- TORRICELLI, G. P. (2000): “El Mapa: Imagen, Modelo e Instrumento. Historia, teoría y aplicación en las ciencias sociales y económicas”, FFyLetras. UBA. Maestría en Políticas Ambientales y territoriales. Traducción: Graciela Pelicano Disponible en [http://www.gptorricelli.ch/index.php?MasterId=g1\\_26&id\\_item=26&lng=1&node=302&rif=588cf904cf](http://www.gptorricelli.ch/index.php?MasterId=g1_26&id_item=26&lng=1&node=302&rif=588cf904cf) Fecha de consulta 23 de abril de 2014.
- TUCHMAN, G. (1987): *La producción de la noticia. Estudios sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- TUCHAMN. G. (1993): “Métodos cualitativos en el estudio de las noticias”, en JENSEN, K. B. y JANKOWSKI, N. W. (1993): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch. Barcelona.
- ULANOVSKY, C. (1997): *Para las rotativas. Historia de los grandes diarios, revistas y periodistas argentinos*. De. Espasa. Buenos Aires..
- VALDETARO, S. (2009): “Diarios: entre Internet, la desconfianza y los árboles muertos”, en CARLÓN M. y SCOLARI, C. (eds.) (2009): *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. La Crujía. Buenos Aires.
- VALERO SANCHO, J. L. (2001): *La infografía. Técnica, Análisis y usos periodísticos*. Aldea Global. UAB. Barcelona.
- VALERO SANCHO, J. L.: (2003): “El relato en la infografía digital” en DIAZ, J. y SALAVERRÍA, A. *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Ariel, Barcelona.

- VALERO SANCHO, J. L. (2008): “Tipología del grafismo informativo”, en Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico N°14. Universidad Complutense de Madrid, disponible en: [http://www.ucm.es/info/emp/Portad\\_0.htm](http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm) Fecha de consulta 3 de junio de 2010
- VALERO SANCHO, J. L. (2011): “La infografía periodística y documental impresa” en Portalcomunicación.Com Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/55\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/55_esp.pdf) Fecha de consulta 3 de junio de 2012
- VAN DIJK, T. (1990): *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- VAN DIJK, T.: (1993): “El estudio interdisciplinario de las noticias y el discurso”, en JENSEN, K. B. y JANKOWSKI, N. W. (1993): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Bosch. Barcelona.
- VERÓN, E. (1971): “Ideología de la comunicación de masas: La semantización de la violencia política”: en AAVV: *Lenguaje y comunicación social*. Nueva Visión. Buenos Aires.
- VERÓN, E. (1983): “*Él está ahí, yo lo veo, él me habla*”, en Communications 38 (Enunciation et cinéma), Seuil. París
- VERÓN, E. (1985): “El análisis del contrato de lectura, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media” en *Les medias: experiences, recherches actuelles, applications*. Paris: IREP.
- VERÓN, E. (1987): *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa.
- VERÓN, E. (1995): *Semiosis de lo ideológico y el poder. La mediatización*. Oficina de publicaciones de los C.B.C. Universidad Nacional de Buenos Aires.
- VERÓN, E. (2001): *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires. Norma.
- VERÓN, E. (2004) *Fragmentos de un tejido*. Barcelona. Gedisa
- VILCHEZ, L. (1986): *La lectura de la imagen. Prensa, cine y televisión*. Paidós, Barcelona
- VILCHEZ, L. (1993): *Teoría de la imagen periodística*. Paidós, Barcelona
- WAINERMAN, C. y SAUTU, R. (2004): *La trastienda de la investigación*. Ediciones Lumiere. Buenos Aires

- WALKER, I. (1997). “¿Historias desiertas o fe en los hechos?”, en LISTER, M. (comp.) (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Paidós. Buenos Aires.
- WHITE, H.: *El contenido de la forma. Narrativa, discurso y representación histórica*. Paidós. Buenos Aires
- WILLIAMS, R. (1992) (Ed.): *Historia de la comunicación*. Vol 1 y 2. Bosch. Barcelona.
- WILLIAMS, R. (1996): “La tecnología y la sociedad”, en Causas y Azares N° 4. Buenos Aires (Traducción de Gabriela Resnik)
- WOLF, M. (1981): “Professionalita e routines produttive nell’informazione televisiva”, en AAVV: *Diritto all’informazioni e manipolazioni televisiva*. Trieste Consul., Trieste.
- WOLF, M. (1987): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectiva*. Paidós. Barcelona.
- WOLF, M.: (s/f): “Desarrollos Teóricos en la Comunicación Reasearch”. Revista Diálogos de la Comunicación N° 20. Lima FELAFACS. Disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/20-revista-dialogos-desarrollo-teoricos-en-la-comunicacion.pdf> Fecha de consulta 2 de octubre de 2012
- WOLF, M. (1997): “Los emisores de Noticias en la Investigación sobre Comunicación”. Zer, Revista de Estudios de Comunicación. Universidad del País Vasco. N° 3, Noviembre de 1997. Disponible en <http://www.ehu.es/zer/zer3/1artwolf.html>
- ZAVALA, V.; GARRONI, E.; COSTA, J. y otros (1981): *Imagen y Lenguajes*. Ed. Fontanella. Barcelona.

### **Manuales de Estilo, Escritos en revistas no científicas, Sitios web**

Manual de Estilo Clarín (1997) Editorial Aguilar. Buenos Aires

Manual de principios, valores y estilos. La Voz del Interior (2006). El Emporio Ediciones. Córdoba.

Manual de Signos Cartográficos. Instituto Geográfico Nacional (2010), disponible en <http://www.ign.gob.ar/NuestrasActividades/ManualDeSignosCartograficos>

FEDERACIÓN ARGENTINA DE PERIODISTAS (1974): “7 de junio Día del Periodista. Gazeta de Buenos Ayres. A 164 años de la aparición del primer periódico que inauguró la libertad de prensa en Latinoamérica”. Buenos Aires.

ARNOLD, F. (2005/6): “Tipografía y cartografía”, en *tpg/tipoGráfica* N° 5; Diciembre, enero, febrero, marzo 2005-2006. Buenos Aires.

DE CASASBELLAS, R. (1980): “La prensa y el estado”, Revista *Redacción* Dossier “El periodismo en Argentina”. Octubre de 1980. Editorial Réplica SA. Buenos Aires, pp 84/ 86.

DE LORENZI, M. (1997): “La lectura fue nada más que la recuperación del discurso oral grabado en símbolos gráficos” Revista *Tipográfica* Año XI N° 31, Pp. 16-23.

DIAZ DE CERIO PIQUE, X. (1999): “¡No Hacemos dibujitos! Revista *Tipográfica*, Año XIII N° 40, junio 1999, Buenos Aires. P.12

FIRPO, N. (1980): “La ética del chorizo”, Revista *Redacción* Dossier “El periodismo en Argentina”. Octubre de 1980. Editorial Réplica SA. Buenos Aires, pp 94/95.

FONTAN, D. (1980): “La falsa imagen del periodismo”, Revista *Redacción* Dossier “El periodismo en Argentina”. Octubre de 1980. Editorial Réplica SA. Buenos Aires, pp 95/96.

GAMBINI, H. (1980): “Algunos vicios de arrastre”, Revista *Redacción* Dossier “El periodismo en Argentina”. Octubre de 1980. Editorial Réplica SA. Buenos Aires, pp 93.

GRAÑA, R. (1994): “Ciudadano García”, 9 de enero de 1994. *Página 12*. Buenos Aires, p. 38.

LO CELSO, A. (1999): “De oficio infógrafo”, Revista Tipográfica, Año XIII N° 40, junio 1999, Buenos Aires. P. 12.

LOPEZ SAAVEDRA; E. (1980): “La triste opinión pública”, Revista *Redacción* Dossier “El periodismo en Argentina”. Octubre de 1980. Editorial Réplica SA. Buenos Aires, p. 97.

RIBAS, G. (1980): “Siglo XIX: la vida cotidiana”, Revista *Redacción* Dossier “El periodismo en Argentina”. Octubre de 1980. Editorial Réplica SA. Buenos Aires, pp 80/82

SERRA, J. (1998): “¿Tenemos la información visual necesaria para hacer un gráfico?”, mimeo.

SERRA, J. (1999): “Ritmo diario”, en Revista Tipográfica, Año XIII N° 40, junio 1999, Buenos Aires

SIRVEN, P. (1980): “Los grandes monstruos”, Revista *Redacción* Dossier “El periodismo en Argentina”. Octubre de 1980. Editorial Réplica SA. Buenos Aires, pp 87/92.

TROIANI, O. (1980): “Los primeros balbuces”, Revista *Redacción* Dossier “El periodismo en Argentina”. Octubre de 1980. Editorial Réplica SA. Buenos Aires, pp 75/79;

TUMAS, A. (1999): “Tipología”, en Revista Tipográfica, Año XIII N° 40, junio 1999, Buenos Aires

WERB, C. (1999): “El perfil de un infógrafo”, Revista Tipográfica, Año XIII N° 40, junio 1999, Buenos Aires.

Sitio web de La Voz del Interior: [www.lavoz.com.ar](http://www.lavoz.com.ar)

Sitio web de Clarín: [www.clarin.com](http://www.clarin.com)

Sitio web de Grupo Clarín: [www.grupoclarin.com](http://www.grupoclarin.com)

Sitio web de La Nación: [www.lanacion.com.ar](http://www.lanacion.com.ar)

### **Escritos periodísticos y discursos de directivos y gerentes**

DE VEDIA, B. (2005): “Una institución de la República. 1870: el punto de partida”, en *La Nación*. Testimonio de tres siglos. 4 de enero de 2005. pp 8 a 12.

GAMBIER, M. (1999): “La Nación, más que noticias. El cambio, la adaptación a las nuevas tecnologías, es una constante de todos los días en el diario fundado por Mitre”. *La Nación*, domingo 28 de noviembre de 1999. Disponible en <http://www.lanacion.com.ar/211555-la-nacion-mas-que-noticias>. Fecha de consulta 23 de abril de 2006.

GOERTZEN, J. (1995): “Para una mejor comprensión de la noticia” *La Voz del Interior*, 21 de setiembre de 1995. Suplemento especial Rediseño, p.4

GUARESCHI, R. (1998): “Un día muy especial en la historia de Clarín”, *Clarín*, 29 de noviembre de 1998. p.24.

JORNET, C. (1995): “Hacia el nuevo siglo, con los principios de siempre”, *La Voz del Interior*, 21 de setiembre de 1995, p. 3.

JORNET, C. (2001): “Acompañar los cambios sociales”, *La Voz del Interior* del 19 de junio de 2001. p. 2

KIRSCHBAUM, R. (2004): “Carta del editor. Viva cumple 10 años Como siempre, mantiene un perfil de calidad y, al mismo tiempo, masivo y familiar”, *Clarín*, sección Sociedad, 27 de junio de 2004. También disponible en <http://edant.clarin.com/diario/2004/06/27/sociedad/s-784688.htm> Fecha de consulta 26 de julio de 2006.

LO VALVO, Gustavo (2004): “El diseño periodístico, trabajo de integración”, *Clarín*, 7 de marzo de 2004, p. 24.

HERRERA DE NOBLE, E. (1995): Discurso por el del 50° Aniversario del diario Clarín, 28 de agosto de 1995. Disponible en <http://www.grupoclarin.com/institucional/ernestina-herrera-de-noble-0>.

HERRERA DE NOBLE, E. (1997): Discurso en la inauguración de la sede latinoamericana de The Freedom Forum, Disponible en <http://www.grupoclarin.com/institucional/rol-de-los-medios> . Fecha de consulta, abril de 2011

MAGNETTO, H. (1998): Discurso en la ceremonia de Aceptación del premio al Comunicador Iberoamericano del año, Festival Iberoamericano de la Publicidad, 1998. *Clarín*, 22 de abril de 1998. Disponible en <http://www.grupoclarin.com/institucional/medios-identidad-y-globalizacion>.

Fecha de consulta abril de 2011



MAGNETTO, H. (1999): “Vigencia del diario en el marco multimediático”, conferencia en la 52º Asamblea Anual de la Asociación Mundial de Periódicos realizada en Zurich en 1999. Disponible en <http://www.grupoclarin.com/institucional/industria-de-las-comunicaciones-actualidad-y-evolucion>. También en el diario Clarín del 17 de junio de 1999. Disponible en <http://edant.clarin.com/diario/1999/06/17/e-04601d.htm>. Fecha de consulta abril de 2011

MAGNETTO, H. (1999): Discurso en oportunidad de la venta del 18% del Grupo a Goldman Sachs, 28 de Diciembre de 1999. Disponible en <http://www.grupoclarin.com/institucional/hector-horacio-magnetto> Fecha de consulta, abril de 2011.

MAGNETTO, H. (2001): “El ejercicio del gobierno y la relación con la sociedad civil. Una visión desde los medios”, Conferencia en el Encuentro de Ministros de países Iberoamericanos, Buenos Aires, 2001. Disponible en <http://www.grupoclarin.com/institucional/rol-de-los-medios-en-la-democracia>. Fecha de consulta abril de 2011

MAGNETTO, H. (2004) "Nuevas Tecnologías y Medios de Comunicación: 10 tendencias para pensar el futuro", conferencia en el Foro Iberoamérica, Portugal, Disponible en <http://www.grupoclarin.com/institucional/industria-de-las-comunicaciones-actualidad-y-evolucion> Fecha de consulta abril de 2011

ROITBERG, G. (2009): “Periodismo del Siglo XXI- Los lectores marcan el ritmo de los cambios. La Nación estrenó su redacción integrada. Los equipos del diario papel y de la plataforma digital comparten un mismo espacio para producir contenidos”. *La Nación*. 7 de diciembre de 2009. p.28.

TORREGROSA, A. (2001): “El diseño de un periódico”, en *La Voz del Interior*, Suplemento Rediseño. Martes 19 de junio de 2001, p. 5.

“La nueva sede integral, con el espíritu de siempre”, *La Voz del Interior*, 15 de marzo de 2004, p. 31.