



EL COLOR EN INFOGRAFÍA: ESPACIO DE INTENCIONALIDAD DISCURSIVA *

THE COLOR IN INFOGRAPHY: SPACE OF DISCURSIVE INTENTIONALITY

MASSIEL POLEO N.⁽¹⁾

RESUMEN

Esta investigación que recibe por título: El color en infografía: espacio de intencionalidad discursiva, se plantea como objetivo principal: demostrar la relación manifiesta entre la intencionalidad discursiva y el uso del color de los periódicos analizados. En cuanto al aparato metodológico se corresponde a un trabajo de corte cualitativo comunicológico, sustentado en el estudio de caso a partir de la utilización del análisis crítico del discurso (ACD), bajo la dualidad de método-técnica, aplicado a la muestra de 71 infogramas publicados, durante el período del primero de agosto al cinco de septiembre del año 2011 en los periódicos: El Nacional y Últimas Noticias; aplicándose además entrevistas semi-estructuradas para establecer la criticidad de experto en torno a la temática. Entre los resultados alcanzados se encuentra: El color cumple el encargo de establecer la tendencia política e ideológica del medio y la referencia del tema y sus partes, según los datos obtenidos a través de la guía de análisis aplicada a los infogramas, donde se destaca que en el diario El Nacional se ubica el color rojo como elemento distintivo de la gestión del gobierno venezolano liderizado por el Presidente Hugo Chávez y con una tendencia negativa y de decrecimiento vinculados a temas como la economía, política exterior e inseguridad social.

Palabras clave: Infografía, color, discurso, intencionalidad y periódico.

ABSTRACT

This research is entitled: The color in infographics: a space of discursive intentionality, is proposed as the main objective: to demonstrate the manifest relationship between the discursive intentionality and the use of the color of the analyzed newspapers. As for the methodological apparatus corresponds to a work of qualitative communication, based on the case study from the use of critical discourse analysis (ACD), under the duality of method-technique, applied to the sample of 71 infograms Published, during the period from August 1 to September 5, 2011 in newspapers: El Nacional and Últimas Noticias; Applying also semi-structured interviews to establish the criticality of expert around the thematic. Among the results achieved is: Color fulfills the task of establishing the political and ideological tendency of the medium and the reference of the subject and its parts, according to the data obtained through the analysis guide applied to the infograms, where it is emphasized that In the newspaper El Nacional the red color is located as a distinctive element of the administration of the Venezuelan government led by President Hugo Chavez and with a negative and decreasing trend linked to issues such as economy, foreign policy and social insecurity.

Keywords: infographic, color, speech, intentionality and periodical.

(*) Enviado: 14-01-2017

Aceptado: 19-08-2017

(1) Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV), Barinas, Venezuela.

Email: poleomc1@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Entre las nuevas tendencias de construcción el discurso periodístico se encuentra la infografía que, etimológicamente, representa una construcción compuesta por dos conceptos que son info= de información y grafía= de gráfico. Es decir, que infografía es, inicialmente, información gráfica, donde se observa el reconocimiento en igualdad de condiciones y jerarquía tanto al texto como a la imagen, entendida esta desde la fotografía hasta llegar al dibujo.

La infografía como una de las formas discursivas del periodismo que hoy toma mayor preponderancia en la profundización, transmisibilidad y visualización del hecho comunicacional e informativo y que viene a figurar ampliamente en la escena de las tres versiones de la gestión periodística: impresa, audiovisual y digital. Y a la vez se ubica como “(...) *la manifestación contemporánea más fehaciente de la consolidación de la sociedad de la información desde el uso de las TICs, en la cual lo visual prevalece sobre lo literario, tratando siempre de simplificar el mensaje para el receptor*”^[1] (De Pablos, 1997: 32).

El discurso periodístico tiene en la infografía uno de los engranajes adecuados para lograr la atención de los públicos cada vez más heterogéneos, distantes pero globalizados y que exigen una representación de la realidad interactiva, multimediática, personalizada, actualizada y en tiempo real.

La pertinencia de esta investigación se encuentra marcada por la necesidad de establecer las intencionalidades que se presentan en los grandes medios de información impresos de Venezuela. Especialmente, esta investigación se centra en el contexto actual y en la presentación de la intencionalidad discursiva de los infogramas publicados en los periódicos El Nacional y Últimas Noticias a través del uso del color en las piezas informativas.

Vale acotar que, en cuanto a los antecedentes de la investigación no se cuentan con estudios que atiendan directamente a la importancia del uso del color para declarar y/o determinar la intencionalidad discursiva en el espacio de la infografía, específicamente en la prensa de tiraje nacional en el contexto venezolano; sin

embargo como referentes se reconocen a las investigaciones realizadas por:

- José De Pablos, investigador español, en su artículo: Siempre ha habido infografía (3) publicado en Revista Latina de Comunicación Social n° 5 (1998), en el que argumenta que en el proceso comunicacional mediático siempre ha estado presente el uso combinado de la grafía (texto) y la imagen (fotografía – dibujo).
- Carlos Abreu, autor venezolano, en el su artículo científico titulado: ¿Es la infografía un género periodístico?, que fuera publicado en la Revista Latina de Comunicación Social n° 51 (2002), concluye en su trabajo de orden documental que la infografía supera los umbrales una técnica discursiva y se presenta como un género con identidad propia siendo su valor sustantivo la transmisibilidad y construcción iconográfica.
- José Luis Valero, autor español, en su libro titulado: La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos (2002), publicado por Universidad de Valencia, España. Este estudio dirige sus esfuerzos hacia determinar el valor comunicativo de la infografía y su reconocimiento como una nueva tendencia, como género periodístico, que en tiempos de la virtualidad hacen más eficiente su uso aplicación periodística.

De acuerdo a lo evidenciado entre los elementos distintivos de este acto investigativo corresponde la contextualización del uso del color en el género de la infografía periodística desde la realidad política y social venezolana a partir de la postura ideológica asumida desde la prensa escrita en los diarios El Nacional y Últimas Noticias, en virtud de una gestión de gobierno, que en la temporalidad de la investigación, lidera el presidente Hugo Rafael Chávez.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio, toma en consideración como problema de investigación el siguiente: ¿Qué relación existe entre la intencionalidad discursiva en el uso del color de la infografía publicada en los periódicos El Nacional y Últimas Noticias?

(1) José De Pablos, reconocido investigador español, editor de la Revista Latina de Comunicación y profesor titular de la Universidad de Laguna.

Ante esto se plantea como objetivo: demostrar la relación manifiesta entre la intencionalidad discursiva y el uso del color de los periódicos analizados.

Desde una perspectiva cualitativa, esta investigación según Angera, (1997) suministra *“un marco dentro del cual los sujetos respondan de forma que se representen fielmente sus puntos de vista respecto al mundo y su experiencia.”* (pp. 35).

Para tal efecto se parte de los postulados teóricos del holandés Teun Van Dijk, en cuanto al Análisis Crítico del Discurso (ACD), pues a partir de allí se establecen los postulados teórico-metodológicos para lograr un acercamiento certero de la intencionalidad discursiva de la infografía periodística desde el poder y la ideología en el contexto socio-político venezolano y su uso en la prensa escrita nacional.

Inicialmente se presenta una aproximación teórico-conceptual y epistemológica acerca de la infografía periodística, así como su aporte e importancia como herramienta de la práctica periodística.

La investigación tal y como lo establece Martínez (2006) se sustenta en el paradigma crítico y *“trata de de identificar, básicamente, la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena a su comportamiento y manifestaciones, lo que se resume en ver al todo integrado”* (p. 66)

En estas páginas se manejan datos, hechos y percepciones que permitieron establecer un diseño abierto, flexible y exploratorio – descriptivo.

Como estrategia de diseño investigativo cualitativo se optó por el estudio de caso que según Robert Yin (2004) permite investigar *“un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real de existencia, cuando los límites entre el fenómeno y éste no son claramente evidentes y en los cuales existen múltiples fuentes de evidencia que pueden utilizarse”*.

La categoría de análisis es: la Intencionalidad discursiva en el uso de la infografía periodística, que a los efectos de este proceso investigativo, se asume conceptualmente como intencionalidad a la gestión compartida que llevan a cabo los interlocutores, partiendo desde la relación existente entre la conciencia y el mundo, signada por la búsqueda de un objetivo, utilizando para tal fin el lenguaje bimedia, donde se acerca y complementa lo tipográfico (letras) con las representaciones iconográficas, en todas sus

facetas y formas, aportándole a la noticia o información periodística mayor proximidad con el receptor, lo que en definitiva fortalece el poder y el control sobre el discurso desde la línea editorial del medio impreso.

En tanto se acoge una mixtura entre lo planteado por John Rogers Searle (1983) y el teórico inglés Basil Bernstein (1973) partiendo de que la intencionalidad resulta un sistema de objetivos que deben realizarse o ser alcanzados. Cabe señalar, que esta definición de presenta a la luz del pensamiento filosófico y como una suerte de extracción de la teoría crítica, que vincula la intencionalidades desde la relación sujeto-sujeto y desde la construcción y mantenimiento del poder y el control.

Empero, la intencionalidad discursiva estará marcada por el contexto y las relaciones de poder que se cristalizan en la construcción del mensaje, que a objeto de esta investigación es el infográfico; y para los intereses de esta investigación se asume el color: como una parte del espectro lumínico y a estos fines se tomará lo que se plantea desde el significado de los colores.

Se seleccionaron cuatro (4) semanas a partir del lunes 01 de agosto hasta el lunes 5 de septiembre del año 2011 de los diarios impresos El nacional y Últimas Noticias y tomándose un total de 71 infogramas publicados en un total de 44 ediciones, correspondiente al período señalado.

En cuanto al muestreo manejado es tipo no probabilístico, que consiste en *“un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra”* (Arias, 2006: 85).

Los dos diarios son de circulación nacional. El Nacional es de abierta línea editorial y política contraria al proceso socialista que actualmente se construye en Venezuela y el periódico Últimas Noticias, con una tendencia editorial dirigida al equilibrio informativo y con aparente inclinación política pro gobierno socialista.

La presente investigación integra el método lógico, el inductivo, el análisis-síntesis, y el método de análisis documental y bibliográfico. Al tiempo el eje central es el ACD, con la dualidad método-técnica.

El método de análisis bibliográfico documental permitió una profundización en los aspectos teóricos distintivos del discurso, discurso periodístico y la infografía.

Criticidad de Expertos: la construcción del conocimiento y de la ciencia parte de la integración de los saberes, de allí que la criticidad de los expertos objeto de las entrevistas semi-estructuradas se sustentan en el reconocimiento investigativo y de producción intelectual y de igual manera trayectoria en cuanto al tema de investigación, se utilizaron expertos.

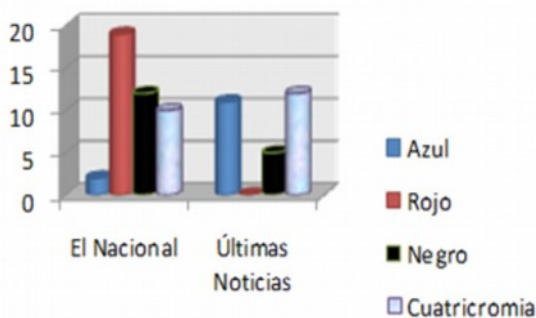
Es importante destacar que se aplicaron cuestionarios los profesionales que cumplen la función de infografistas en los medios El Nacional y Últimas Noticias.

RESULTADOS:

EL COLOR EN LA INTENCIONALIDAD INFOGRÁFICA

Otros de las sub-categorías que distinguen la intencionalidad en el uso de los discursos infográficos es la simbología del color que responden a una acción política, que en el caso de la prensa escrita implica una acción institucional que se considera efectiva o eficiente cuando logra influir sobre el lector una serie de efectos permanentes o transitorios, dependiendo del caso y de la circunstancia socio-histórica.

El color cumple el encargo de establecer la tendencia política e ideológica del medio y la referencia del tema y sus partes, según los datos obtenidos a través de la guía, que se presentan en la Figura 1.



Fuente: Autora, 2012.

Figura 1. Uso del Color en Infogramas

Es contrastante la identificación que se efectúa en cuanto al uso privilegiado de los colores, como es el caso del rojo en el diario El Nacional, siendo el azul, su color institucionalizado e identitario. Para aportar más datos sobre el uso del rojo en los infogramas se toma la respuesta aportada por el infografista de este periódico quien dijo que “en el periódico está establecido que todo lo que tenga que ver con datos negativos y

provenientes al gobierno venezolano y de los países cercanos a la ideología de Chávez deben ser distinguidos con el color rojo y lo que corresponda a la oposición y sus candidatos y líderes debe ser con el azul”. Esta respuesta se evidencia claramente en Figura 2.



Figura 2. Infograma publicado en la página 10-cuerpo 3, del periódico El Nacional (10-8-2011)

Inefablemente, el infograma brinda confiabilidad y credibilidad sobre el tema y la postura del medio, pues hace uso de formas geométricas y datos estadísticos que de una u otra forma garantizan la relación de conformidad entre el mensaje transmitido y el recibido; ya que por medio del color y los datos imponen el mensaje como verdadero.

En este particular, el reconocido teórico español José Luis Valero, quien participó en esta investigación en calidad de experto, y responde a la pregunta sobre ¿qué opinión tiene usted acerca de la relación entre línea editorial, discurso periodístico y diseño gráfico?, de la siguiente forma “cada campo es distinto y si hablamos de infografía se mezclan pues tienen una cierto componente de diseño e información que lógicamente debe seguir una línea editorial”.

Entonces el rasgo determinante de la infografía en la prensa escrita es que en ella se edifica un pacto cooperativo que pasa por el hecho, el discurso, la forma estética, el calor y la línea editorial y que indiscutiblemente aporta a la noticia o reportaje un contrato de veridicción, con un significado que adquiere

en el espacio de lo social el rol de presentar la verdad. En las Figura 3 y 4, publicadas con cinco días de diferencia, en la misma sección de Economía y negocios en el diario El Nacional, se exagera el interés político del medio en cuanto a poner en la opinión pública afirmaciones y sentencias con respecto a la economía nacional, usando para ello el color rojo y similares formas gráficas, dándole continuidad a una gestión mediática de descrédito y desprestigio de la nación.

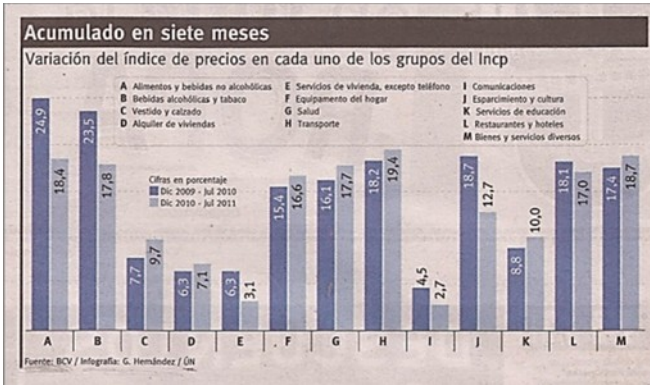


Figura 3. Infograma publicado en la página 18, del periódico Últimas Noticias (10-8-2011)

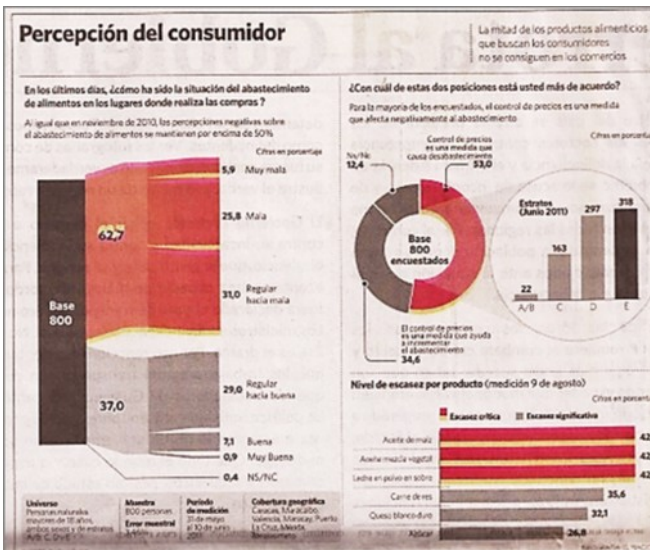


Figura 4. Infograma publicado en la página 8-cuerpo 1- El Nacional - (14-8-2011)

Continuado con la política de descrédito emprendida por el mencionado medio impreso el día 21-8-2011 se publica en la página 3, un infograma, con gráfico de barras y en color negro, para evidenciar una comparación de niveles de simpatía entre los jefes de

Estado del continente americano. Se presentan los resultados de una encuesta realizada por la empresa Latinobarómetro establecida en la ciudad de Miami-Estados Unidos y no se precisan las fuentes ni las escalas estadísticas utilizadas para divulgar tales resultados.

Esta campaña sostenida de descrédito se produce en el contexto político de la decisión del gobierno de la República Bolivariana de Venezuela de ejercer su soberanía y protección de sus intereses económicos repatriando las reservas en oro que el país tenía depositado en entidades financieras ubicadas en los Estado Unidos y en el continente europeo (Figura 5). También es interesante evidenciar que durante el período establecido para realizar la observación de la muestra se produce la convalecencia del Presidente Hugo Chávez por la afectación del cáncer.



Figura 5. Infograma publicado en la página 4-cuerpo 1- El Nacional (19-8-2011)

Para el teórico De Pablos, experto entrevistado por la autora para profundizar sobre la vinculación entre texto-gráfico-color-contexto: "El color es un simple recurso para llamar la atención sobre la página y su contenido, que bien utilizado puede resultar muy interesante y que abusando del mismo puede originar un pastiche de página".

Para el teórico De Pablos, experto entrevistado por la autora para profundizar sobre la vinculación entre texto-gráfico-color-contexto: "El color es un simple recurso para llamar la atención sobre la página y su contenido, que bien utilizado puede resultar muy

interesante y que abusando del mismo puede originar un pastiche de página”.

En esta afirmación De Pablos se ubica en contradicción con lo argumentado por el investigador y semiólogo venezolano Héctor Granados (2011), quien asegura que la “(...) comprensión simbólica de los discursos impresos el color representa un elemento distintivo y argumentativo”⁽¹⁾ (2001: 48. UPTJFR).

Luego de los resultados alcanzados durante el proceso de esta investigación es indudable argumentar que, desde el contexto venezolano, con la posición política descubierta por los medios de información, especialmente los grandes periódicos de distribución nacional la utilización del color y de las formas geométricas están estrechamente vinculadas con la intencionalidad del discurso periodístico.

Valga destacar que los datos recolectados a partir del análisis crítico del discurso expreso en los infogramas analizados y de las entrevistas realizadas, así como la revisión y construcción de la argumentación teórica y referencial-contextual de la investigación, han permitido cubrir satisfactoriamente el objetivo de las indagaciones a partir de la realidad mediática y política venezolana desde la intencionalidad del discurso infográfica.

Actualmente incluso en la práctica, el uso de iconos identifica visual e ideológicamente al medio, exacerbando la polarización social y la discriminación en algunos de sus espacios.

En el caso del periódico Últimas Noticias se determinó el predominio del color azul en lo que coincide con su uso por parte del candidato opositor a la presidencia de la República Bolivariana de Venezuela, Henrique Capriles Radoski, y parece recordar a la llamada Revolución azul, que fue en su momento un proceso que formó parte de los numerosos movimientos insurreccionales que se desarrollaron en el transcurso de la historia política del país, y que ahora todo parece indicar que la oposición intenta remover imágenes y memorias con el uso de ese color. Recuérdese que en aquellos hechos, diversos sectores políticos y

regionales derrocaron al entonces presidente de la República Juan Crisóstomo Falcón y a su sucesor interino Manuel Ezequiel Bruzual. En síntesis, con las acciones emprendidas bajo el nombre de Revolución Azul se definió, en su fase militar, el conflicto político que enfrentó en 1868 a importantes núcleos liberales y al gobierno.

Aún cuando Capriles en entrevista publicada en el portal web del periódico El Espectador se autodefine como de tendencia política de "centroizquierdista"⁽²⁾ y asegura que de ganar las elecciones presidenciales en octubre del 2012 mantendrá activas las populares "misiones" y los programas sociales desarrollados por el entonces presidente de la república Hugo Rafael Chávez, utilizando un lenguaje engañoso y contradictorio; pues es el mismo Capriles, quien en el año 2000 fundó el partido neoliberal Primero Justicia, con el cual llegó a ser alcalde en dos ocasiones del municipio Baruta y gobernador del estado Miranda.

Al respecto, los analistas internacionales Allard (2009) y Eva Golinger, autores del libro titulado: USAID, NED y CIA La Agresión Permanente, explican que el partido político Primero Justicia, fue desarrollado con financiamiento y asesoría de la llamada Agencia para el Desarrollo Internacional de Estados Unidos, USAID (siglas en ingles) a través del National Endowment for Democracy (NED) y del International Republican Institute (IRI). Además explican que ambas agencias proporcionaron expertos políticos y militantes del Partido Republicano norteamericano para el diseño de la plataforma política así como de la estrategia comunicacional.

También en análisis realizado por Jean-Guy Allard (2009) y publicado en el portal digital de izquierda Contrainjerencia detalla que la USAID ha asegurado una “donación” de cinco millones de dólares a la derecha venezolana bajo el pretexto de “apoyar la democracia”⁽³⁾. Tal acción es violatoria de la Ley de Defensa de la Soberanía Política y la Autodeterminación Nacional (2010), tal y como se tipifica en su artículo 5, detallando que “las organizaciones con fines políticos, organizaciones para la defensa de los

(2) En <http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/henrique-capriles-se-considera-de-centro-izquierda-articulo-343635>, consultado 7-5-2012).

(3) En: <http://www.contrainjerencia.com/?p=38476&cpage=1>, consultado 23-2-2002.

derechos políticos o las personas naturales que realicen actividades políticas sólo podrán recibir donaciones o contribuciones que provengan de personas naturales o jurídicas nacionales y dentro del territorio nacional” (4).

En ese mismo análisis político Allard afirma que Capriles Radoski pertenece a la corriente ideológica de extrema derecha que encabeza en Venezuela, Alejandro Peña Esclusa, arrestado en Caracas con 900 gramos de C-4 y detonadores, después de una denuncia del salvadoreño Francisco Chávez Abarca, entrenado por el terrorista Luis Posada Carriles.

Así mismo, en el sitio web Wikileaks, el nombre de Enrique Capriles aparece vinculado a la operación realizada contra la Embajada cubana en Caracas durante los acontecimientos acaecidos entre el 11 y 13 de abril del 2002, así como presuntamente estaría incurso en la participación del asesinato del fiscal Danilo Anderson en 2004.

El 16 de marzo de ese mismo año, el fiscal Danilo Anderson, encargado de los casos de más de 400 sospechosos de estar asociados con golpe de abril de 2002, dictó una orden de arresto contra Capriles al acusarlo de violar principios fundamentales del derecho internacional, entre otras causas. Escasos meses después, el joven fiscal fue asesinado en la explosión de su vehículo destruido por una bomba compuesta de explosivos C-4 y de un potente imán, un tipo de artefacto usado en numerosas oportunidades por terroristas cubanoamericanos.

En cuanto a los hechos perpetrados en abril del 2002, el día 12, específicamente, en las horas más tensas del golpe de estado en Venezuela, la sede diplomática de la mayor de las Antillas fue agredida por un grupo de manifestantes de extrema derecha dirigidos por dos individuos identificados en Venezuela con el terrorismo contra La Habana, Salvador Romaní y Ricardo Koesling. A esos personajes pronto se sumaron Capriles y el ex comisario DISIP Henry López Sisco. Capriles Radonsky fue filmado por las televisio-

ras nacionales e internacionales montando una escalera y saltando la pared de la legación diplomática para entrar.

Tales circunstancias, contextualizan y aportan sentido sobre la carga ideológica expresada en los infogramas y la bases de diseño gráfico del periódico Últimas Noticias, dando al traste con la opinión expresado por el infografista del diario, quien respondió al cuestionario que “por manejo de estilo desde los años 80 se usa mayoritariamente el azul, pues se busca con ello aportar un sentido de equilibrio informativo y es el color corporativo del periódico”. En definitiva, la batalla de la información y la imagen es mucho más profunda y obsesiva que las guerras con armamento industrial, tal y como lo asegura Marshall McLuhan.

DISCUSIÓN

LA INTENCIONALIDAD EN EL DISCURSO PERIODÍSTICO:

El teórico inglés Basil Bernstein (1973), reconocido como uno de los más importantes sociólogos del mundo, abrió una línea investigativa que muestra un análisis sistemático del lenguaje en relación con la noción de control. Igualmente se inscribe en esta perspectiva sociolingüística la M.A.K. Haliday (1982), en Inglaterra, y los trabajos de análisis del discurso que se realizan en Francia bajo la influencia del francés Paul-Michel Foucault (1926-1980) en “El orden del discurso” publicada en 1970 en la que toma el término genealogía de la obra del alemán Friedrich Wilhelm Nietzsche (5) (1844 – 1900) para fundar un nuevo proyecto de análisis.

En este caso, no se tratará sólo de una arqueología del saber, sino que además de un estudio de los “sueños de emergencia” o de las condiciones de posibilidad de los acontecimientos (los sistemas de “exclusión” y “delimitación”). La genealogía de Foucault se da por objeto la “singularidad de los acontecimientos”, el modo específico de su irrupción o emergencia en un determinado campo de fuerzas y posibilidades y como se modifican y reconfiguran dicho estado de cosas.

(4) En: <http://www.icnl.org/research/library/files/Venezuela/Leysober.pdf>

(5) Friedrich Wilhelm Nietzsche, filósofo alemán, considerado uno de los pensadores modernos más influyentes del siglo XIX, en su obra se desprende una crítica exhaustiva de la cultura, la religión y la filosofía; por consiguiente es considerado uno de los tres maestros de la sospecha junto a Karl Marx y Sigmund Freud.

Igualmente, el filósofo marxista francés Michel Pêcheux (1978), discípulo del estructuralista Louis Althusser, analiza el lenguaje desde una perspectiva materialista y se centra en la teoría de la ideología y el análisis de discurso, así como la línea marcada por Antonio Gramsci (1975) en Italia a través de su obra cúlmine Cartas desde la cárcel. Esas propuestas se sintetizan en las proyecciones del análisis crítico del discurso presentadas por Van Dijk (1999).

Todo esto permite presentar el marco conceptual en el cual se circunscribe la intencionalidad, palabra que viene del latín *intendere* – afanarse – dirigirse a. Es decir, objetivos que deben realizarse o ser alcanzados. También se define, según la Real Academia de la Lengua Española, como *“la determinación de la voluntad de un orden a un fin y, a su vez, le confiere la explicación de cautelosa advertencia con la que se habla -construcción del discurso- o se procede”* (6).

En ese sentido, la intencionalidad periodística tiene nexos con la ideología del profesional, la línea editorial del medio y, en definitiva, con el acontecimiento mismo, en tanto hecho histórico que rompe con la cotidianidad, y se constituye en una relación de poder que se construye desde el espacio de lo mediático. En síntesis, la intencionalidad discursiva deja traslucir la posición ideológica y la lógica del poder. Héctor Mujica (2010), reconocido investigador y docente de la Universidad Central de Venezuela, sostiene que *“(…) el discurso periodístico es un acto del habla planificado y organizado para ser recepcionado o “consumido” por un público que requiere de ese mensaje una serie de condiciones del lenguaje que permitan generar una reacción desde la abstracción de la realidad (comprender) hasta la acción, por parte de receptor”* (2010: 69).

Desde la construcción del discurso periodístico, la intencionalidad se corresponde con la forma misma de presentación de los hechos, la argumentación y el análisis – opinático (Aires, Arfuch y Chávez, 2003). Asimismo, la intencionalidad se ve evidenciada en el diseño

gráfico y en su papel comunicativo más allá de lo estético. Valga recordar que en una página de un diario todo comunica y tiene una finalidad además informativa, formativa, recreativa o ideológica, tal y como fuera el caso.

En tal sentido, recobra presencia lo explicado a través de la tendencia norteamericana de la Mass Communication Research -Teorías de los efectos de los medios de comunicación- en la que destaca la Teoría de la Agenda Setting ⁽⁷⁾, presentada en 1972, por Maxwell Mc Combs y Donald Shaw, en la cual se establece que los medios, en este caso los periódicos, no le dicen a los lectores qué pensar sobre tal o cual hecho, sino que por el contrario le establecen los temas en qué pensar, a través de la construcción y jerarquización noticiosas, que finalmente demuestra la intención política, económica y social del medio, del comunicador y las clases dominantes que ejercen el control hegemónico.

John Rogers Searle ⁽⁸⁾ filósofo norteamericano es ampliamente conocido por sus contribuciones a la filosofía del lenguaje, a la filosofía de la mente y a la filosofía social. En su libro *Intentionality: An Essay in the Philosophy of Mind* (1983), se dispone a aplicar ciertos elementos de su enfoque sobre los actos alocutivos, en la investigación de la intencionalidad, comprendiéndola como un término filosófico que quiere decir algo así como “lo referente a”. Searle captura la relación entre los estados mentales o significados de sus objetos asociados, como serían por ejemplo, las creencias o las palabras escritas y los objetos a que se refieren.

LA COMPRESIÓN DE LA INFOGRAFÍA PERIODÍSTICA COMO GÉNERO EMERGENTE

El reconocido investigador español José Luis Valero (2002) en su artículo titulado *“La infografía en prensa”* en el cual sostiene que *“la infografía en prensa es una aportación informativa, elaborada en el periódico escrito, realizada con elementos icónicos y tipográficos que permiten o facilitan la comprensión de*

(6) En: <http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?=intencionalidad>, consultado 21-06-2011.

(7) La Teoría de la Agenda Setting tuvo su anticipo en el célebre libro de Walter Lippman, *Public Opinion*, publicado en 1922, en el que sugiere una relación causal entre la agenda mediática y la pública.

(8) John Rogers Searle, es un filósofo Norteamericano, nacido en 31 de Julio de 1932 en Denver, es el Profesor Slusser de Filosofía en la Universidad de California, Berkeley.

los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o de algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto informativo (...).

También Valero (2002), concibe a la infografía como "(...) una herramienta de la prensa escrita y a la vez no sólo se plantea la simplicidad de la sumatoria texto más imagen, sino que la describe desde el ícono como un signo que hace referencia a un objeto por una semejanza, es decir un retrato, un dibujo o un mapa" (pp: 157).

Si alguna propuesta supera las fronteras en cuanto a estas concepciones, es la de la periodista e investigadora mexicana María Alcalá-Santaella (2001), quien entiende a la infografía "como los contenidos en los que se superponen el texto y las imágenes y actúan a la vez, tratándose entonces de mensajes elaborados con un lenguaje bimedia, supeditado a lo textual y lo audiovisual (.):" (pp. 232).

Es desde esa última perspectiva que se le acuña a la definición de infografía un aspecto especial referido a lo bimedia. Sin embargo, el concepto contiene un lado ambiguo, por cuanto los textos y las imágenes forman parte del lenguaje visual, dejando poco claro lo referente a lo auditivo. No obstante, desde esta visión, se incorpora a la infografía la noción de lo digital, pasando de su uso en los impresos y la televisión, hasta llegar a los nuevos medios, es decir, a los digitales -la web-.

Sin perder de vista los aspectos hasta aquí señalados se presenta otra postura, la cual adiciona elementos al análisis en torno a la infografía. Es la sostenida por el periodista español Javier Delicado (1999) quien determina que resulta "un fenómeno comunicacional, un género emergente, una forma de predigerir la información gráficamente para facilitar su asimilación (...)" (pp: 66).

Las tendencias interesantes sobre los análisis del concepto de infografía, pasa de la mirada más sencilla, de su entendimiento como sumatoria de texto e imágenes, a un acto creador dirigido a ser una presentación con un lenguaje bimedia que acerca o logra complementar lo tipográfico -letras- con las representaciones iconográficas en todas sus facetas y formas, aportándole de esta manera al lenguaje visual mayor proximidad del mensaje noticioso o informativo con el receptor. Y es en definitiva, la infografía una combina-

ción entre lo gráfico y lo tipográfico que hace una representación y análisis de un acontecimiento, usando para ello la fuente inagotable del lenguaje visual, donde se facilita la comprensión para el receptor sobre un tema determinado.

CONCLUSIONES

El recorrido realizado por las páginas de los periódicos El Nacional y Últimas Noticias, con un sentido analítico y crítico, desde el reconocimiento del contexto venezolano permitió establecer las siguientes conclusiones:

- La infografía en el periodismo impreso venezolano es reconocida como un elemento dinamizador del discurso aportándole al texto noticia credibilidad y confiabilidad en el manejo de los datos estadísticos, con profunda vinculación a la línea editorial del periódico.
- En la infografía y su intencionalidad, el contexto se expresa desde los ámbitos de uso de la misma y se conjuga con los espacios sociales que se reproducen en los textos, las estructuras institucionales, entendidas éstas como los campos: político, económico, académico, científico, jurídico, religioso y periodísticos-mediáticos que se articulan y coexisten en la vida social venezolana.
- Desde la práctica mediática y periodística venezolana el uso del color es una forma clara de evidenciar la postura ideológica y por ende inclinación política de los medios y, que dicho elemento de la composición infográfica presenta la intencionalidad discursiva, específicamente con respecto a los colores rojo (identificado como socialista y del gobierno) y azul (opositor al gobierno y capitalista) Los colores en los diarios El Nacional y Últimas Noticias manejados por la postura a favor o en contra de la política gubernamental venezolana.

RECOMENDACIONES:

- Es necesario extender la investigación sobre la intencionalidad discursiva en el uso de la infografía periodística en los diarios de circulación nacional y regional a fin de reconocer los elementos distintivos del discurso político.

- Profundizar en el estudio científico del Análisis Crítico del Discurso desde el contexto venezolano aplicado a la prensa escrita y la construcción de los imaginarios construidos en grupos usuarios de los medios impresos, para verificar la importancia de la práctica de la infografía.
- Continuar con los esfuerzos por integrar las perspectivas teóricas en torno a la infografía y las mediaciones a través de estudios empíricos sostenidos desde el enfoque de la transdisciplinariedad.

Searle, J. (1983), *Intentionality: An Essay in the Philosophy of Mind* En: <http://books.plays-tour.com/YiEha3NaeXmtdCFgciVdKCKlfE0jbmQ.view>

Valero, J., (2002) *La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos*. Universidad de Valencia. Primera Edición. Publicaciones de la Universidad de Jaume I. Barcelona – España

Yin, R. (2004) *Investigación sobre estudio de casos. Diseño y Métodos*. En www.polipub.org/documentos/yin%20robert%20.pdf (Consultado 2-5-2011).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

Abreu, C., (2002). ¿Es la infografía un género periodístico? *Revista Latina de Comunicación Social* n° 51. En <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101htm> (Consultado 12-3-2010).

Allard, J. Venezuela: El cabecilla derechista, Capriles Radonski, candidato opositor frente a Chávez. En <http://www.contrainjerencia.com/?p=38476&cpage=1> (consultado 31-2-2012).

Allard, J. y Golinger, E. (2009) *USAID, NED y CIA La Agresión Permanente*. Ministerio para el Poder Popular para la Comunicación y la Información. Caracas – Venezuela.

Arias, F. (2006) *El proyecto de la investigación. Introducción a la metodología científica*. Editorial Epistame. Quinta edición, Caracas - Venezuela.

Delicado, J. (2005) *Infografía digital, conceptos básicos*. *Revista Visual* N° 13, junio. En edumatica.ing.ula.ve/infografia.htm. (Consultado 13-11-2011).

De Pablos, J. (1997), *La infografía, el nuevo género periodístico en el estudio sobre la tecnología de la información*. Editorial Sanz y Torres, Primera edición.. Madrid.

De Pablos, J. (1998) *Siempre ha habido infografía* (3) *Revista Latina de Comunicación Social* n° 5 En <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/88depablos>. (Consultado 11-3-2010).

GRANADOS, H.; *Introducción a la Semiótica de la Comunicación*. Editorial Hispania – Venezuela. Primera Edición. Caracas, 2011, p. 48.

Ley de Defensa de la Soberanía Política y la Autodeterminación Nacional (2010), En: <http://www.icnl.org/research/library/files/Venezuela/Leysober.pdf>