

Índice

PRÓLOGO, de Román Gubern	11
PROEMIO, de Lorenzo Vilches	13
CAPÍTULO I. Introducción	15
1. La imagen periodística dibujada y su forma de comunicar mensajes	15
2. Los mensajes también se pueden dibujar	16
3. La infografía, esa nueva-vieja forma de hacer periodismo	18
4. Definición de infografía de prensa	21
5. Características de la infografía	21
Utilidad, 22. Visualidad, 22. ¿Qué no es infografía?, 25.	
6. Objetivos y límites de este libro (cuaderno de navegantes)	26
7. Breve descripción de contenidos	27
CAPÍTULO II. Pasado y presente de la infografía.	29
1. Antigüedad	31
2. La imprenta	34
3. Los primeros periódicos	44
4. Las primeras infografías en prensa	45
5. Reciente historia de la infografía de prensa	54
Los periódicos americanos, 57. Otros periódicos, 59. Japón, 60.	
6. Europa	60
España, 62. <i>La Vanguardia</i> , 65. <i>El Periódico de Catalunya</i> , 66. <i>El País</i> , 68. <i>ABC</i> , 68. <i>El Mundo del Siglo XXI</i> , 68. <i>Otros</i> , 71. La infografía en lengua catalana, 73. Las organizaciones que promueven la infografía, 78. Los Premios Alejandro Malofiej, 79. La Universidad de Navarra, 80. Instituto Poynter e IFRA, 81. Las agencias de infografías, 81.	
7. Las megainfografías de actualidad	82
Las guerras y catástrofes, 83. Los grandes acontecimientos deportivos, 85. Las rutas y vueltas ciclistas complejas, 85. Los «partidos del siglo», 86. Las elecciones diversas, 87. Los diversos documentales, 87.	
8. El futuro	89
CAPÍTULO III. Técnica y tecnología en la infografía de prensa	91
1. Características y condiciones de producción de infografías	95

2. El ambiente profesional	96
Los profesionales del mundo infográfico, 97. Una necesidad de los directores y editores, 98. La actitud de los periodistas, 99. La actitud de los infógrafos, 99	
3. El derecho de autor y el plagio	101
4. Radiografía infográfica	104
Unidades gráficas elementales, 104. Textos, 104. Números diversos, 105. Iconos, 106. Adornos figurativos y abstractos, 106. Dibujos figurativos, 106. Fotografías, 107. Recuadros, líneas y puntos de conducción, 108. Tramados y fondos, 108. Notas infográficas o leyendas, 109. Infogramas, 109. Los mapas, planos y recintos, 110. Gráficos, 110. Tablas de textos o números, 110. Estudios temáticos, 111.	
5. Diseño de la infografía	111
La idea, el planteamiento, 112. La búsqueda de documentación, 117. El boceto, 119. La maquetación de la infografía, 121. La compaginación, 123. La corrección, 126.	
6. La tecnología gráfica.	128
Las dificultades de la preimpresión clásica, 128. La estandarización del diseño y la impresión, 128. El sistema de impresión y sus materias primas, 129. El periódico telemático, 129.	
CAPÍTULO IV. Estudio tipológico de la infografía de prensa	131
1. Individuales	132
Comparativas, 134. Espaciales o de área, 135. Posicionales, 136. Características generales (CC), 138. Documentales, 139. Escénicas, 142. Ubicativas, 147. Mapas, 147. Planos, 148.	
2. Colectivas	149
Comparativas, 150. Documentales, 151. Escénicas, 151. Ubicativas, 151.	
CAPÍTULO V. Características cualitativas	153
1. Información	154
2. Significación	157
3. Comprensión	161
4. Estética.	165
5. Iconicidad	169
6. Tipografía.	172
7. Funcionalidad	175
8. Concordancia	179
CAPÍTULO VI. Forma de valorar la infografía	183
1. ¿Cómo se puede valorar una infografía?.	183
Cláusulas para la valoración, 183. Situaciones concretas, 184. Forma de valorar la infografía, 186. Formulación, 187. Calificación, 188.	

CAPÍTULO VII. La infografía en soporte digital	199
1. Un nuevo concepto	199
2. Definición de infografía digital	201
3. Delimitación del campo	205
4. Radiografía de la infografía digital	207
5. Tipología	209
6. Características	211
Informativa, 211. Significativa, 212. Funcional, 212. Estética, 213. Comprensible, 215. Icónica, 215. Tipográfica, verbal, 215. Concordancia, 216.	
7. Cómo se puede valorar la infografía digital	216
ÍNDICE DE FIGURAS	219
BIBLIOGRAFÍA	223