

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA
ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA
Máster en Postproducción Digital



**UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA**



**ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA**

**“El grafismo en los informativos de las
televisiones estadounidenses”**

TRABAJO FINAL DE MASTER

**Autor/a:
ALEJANDRO MARTÍN GONZÁLEZ**

**Tutor/a:
SOFÍA ESCUDERO FERNÁNDEZ**

GANDIA, 2015

El grafismo en los informativos estadounidenses

Resumen

El presente trabajo final de máster tiene como objetivo el estudio del grafismo audiovisual en los informativos estadounidenses, específicamente en las cadenas NBC, ABC y CBS.

Hoy en día es imposible imaginar una televisión sin su pertinente grafismo audiovisual. Este es el encargado de simplificar la información y concretarla de manera más sintética en modo de grafismo de cara al espectador y de sintetizar la marca de la cadena. Al consumidor de la pequeña pantalla se le conquista por el sentido de la vista, por tanto un grafismo estudiado y adecuado incrementa la posibilidad de éxito del mensaje.

Este estudio trata de explicar las posibilidades del grafismo audiovisual en la población estadounidense, a través de sus tres grandes cadenas. Para ello esta tesis se centra en la investigación de sus elementos de marca (logos, isologos, imagotipos, etc.), en su historia, y en sus características de diseño (colores, bumpers, sumarios, noticias locales, catástrofes, deportes, meteorología, etc.). Además, el análisis de los antecedentes del diseño gráfico y su aplicación a la publicidad, al cine y a la televisión han sido fundamentales para comprender el grafismo en la actualidad.

Otro punto importante es la opinión y el desarrollo que hacen algunos profesionales del sector sobre este concepto. Todos coinciden en que grafismo e información van de la mano y que separados no funcionarían igual.

Palabras clave

Grafismo, televisión, informativos, Estados Unidos, infografía.

El grafismo en los informativos estadounidenses

Abstract

This final project aims to study the visual graphics in US news, particularly in the NBC, ABC and CBS.

Nowadays it's impossible to think about a television without audiovisual television graphic. This is the responsible for simplifying the information and concretizes the graphics for the viewer and synthesizes brand chain. The user of the small screen is reached by eye therefore a suitable and studied graphic increases the opportunity of having a successful message.

This study tries to explain the possibilities of audiovisual graphics in the US population, through its three large chains. In order to do this, thesis focuses on the research of its brand elements (logotype, isologotypes, imagotypes, etc.), it's history, and its design features (colours, bumpers, summaries, local news, disasters, sports, weather, etc.). Furthermore, the analysis of the history of graphic design and its application in advertising, film and television has been essential to understand the graphics at the present time.

Another significant point is the view and development that some professionals carry out on this concept. All of them agree on the idea that graphics and information go hand in hand and that if they are separated, they will not work equally.

Key words

Graphics, TV, informative, United States, graphics information.

<u>INTRODUCCIÓN</u>	pág. 5
<u>PRESENTACIÓN</u>	pág. 5
<u>OBJETIVOS</u>	pág. 5
<u>METODOLOGÍA</u>	pág. 6
<u>ETAPAS</u>	pág. 6
<u>PROBLEMAS</u>	pág. 7

CUERPO DEL TRABAJO

1. Grafismo audiovisual, información periodística y su presencia en los EE.UU.

1.1. Evolución del grafismo audiovisual hasta la actualidad	pág. 9
1.1.1. Antecedentes. El cine y su influencia.	pág. 10
1.1.2. Aparición de la televisión.	pág. 11
1.1.3. El mundo de hoy. Internet.	pág. 13
1.2. Información periodística y grafismo: infografía	pág. 15
1.2.1. Tipología del grafismo en los informativos televisivos	pág. 18
1.2.1.1. Infografía de tipo individual	pág. 18
1.2.1.2. Infografía de tipo colectivo	pág. 19

2. EE.UU. y su importancia infográfica.

2.1. NBC, CBS y ABC. Las tres potencias televisivas del país	pág. 23
2.1.1. NBC (NATIONAL BROADCASTING COMPANY)	pág. 23
2.1.1.1. Historia	pág. 23
2.1.1.2. Identidad Corporativa	pág. 24
2.1.1.2.1. Isotipo	pág. 24
2.1.1.2.2. Logotipo	pág. 26
2.1.1.2.3. Imagotipo	pág. 26
2.1.1.3. Recorrido histórico de su imagen	pág. 27
2.1.2. CBS (COLUMBIA BROADCASTING SYSTEM)	pág. 30
2.1.2.1. Historia	pág. 30
2.1.2.2. Identidad Corporativa	pág. 31
2.1.2.2.1. Isotipo	pág. 31
2.1.2.2.2. Logotipo	pág. 32
2.1.2.2.3. Imagotipo	pág. 32
2.1.2.3. Recorrido histórico de su imagen	pág. 33

El grafismo en los informativos estadounidenses

2.1.3. ABC (AMERICAN BROADCASTING COMPANY)	pág. 35
2.1.3.1. Historia	pág. 35
2.1.3.2. Identidad Corporativa	pág. 36
2.1.3.2.1. Isologo	pág. 36
2.1.3.3. Recorrido histórico de su imagen	pág. 37
<u>3. Análisis del tipo de grafismo presente en los informativos de las tres cadenas americanas</u>	pág. 39
3.1 Cortinillas o Bumpers	pág. 39
3.1.1. NBC Nightly News	pág. 40
3.1.2. CBS Evening News	pág. 42
3.1.3. ABC World News	pág. 44
3.2. Sumarios	pág. 46
3.3. Noticias nacionales	pág. 49
3.4 Catástrofes	pág. 52
3.5. Información deportiva	pág. 54
3.6. Información meteorológica	pág. 55
3.7. Rótulos	pág. 56
3.8. Declaraciones de presentadores referentes y de diseñadores gráficos profesionales en este sector	pág. 58
<u>4. Conclusiones</u>	pág. 59
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	pág. 63

INTRODUCCIÓN

PRESENTACIÓN

El grafismo audiovisual es un sector que va en constante evolución con el desarrollo de las tecnologías. Quedan atrás los trazos realizados en papel y lápiz. Ahora las grandes computadoras dan lugar a una efectividad y a una rapidez inusual, de la que muchas plataformas se han beneficiado. Además, este grafismo ha impregnado con sus técnicas a muchos otros medios como el cine, el marketing y sobretodo la televisión. En la pequeña pantalla la utilización de elementos gráficos es imprescindible. Cada vez se utilizan más y cada vez tienen más importancia, ya que ayudan a los espectadores a recibir el mensaje. Específicamente, en los informativos de televisión se necesita de la explicación constante de hechos. Estos quedan en el aire si a las distintas voces no le acompañan imágenes. Existen muchos tipos de grafismo: recreaciones virtuales, referencias tipográficas, tablas alfanuméricas, dibujos, etc.

OBJETIVOS

El siguiente trabajo tiene los siguientes objetivos:

- 1) Comprender correctamente el significado del término diseño gráfico.
- 2) Conocer la evolución histórica del diseño gráfico como discurso único y su aplicación a otras plataformas (cine, publicidad, TV).
- 3) Analizar las causas tecnológicas que han permitido que este discurso crezca hasta como lo conocemos hoy.
- 4) Hablar sobre los conceptos de la infografía y conocer los tipos de grafismo que existen en los programas de información televisiva.
- 5) Conocer brevemente la historia de los EE.UU y de sus tres canales de medios más importantes: NBC, CBS y ABC.
- 6) Desarrollar ampliamente la evolución de estas cadenas como marca de identidad en la población. Especial atención a la identidad corporativa.
- 7) Desarrollar el grafismo utilizado en los informativos estadounidenses dividiéndolo en secciones. Explicar cada tipo y ejemplificarlo.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada en esta tesis se basa en la lectura, la observación, la recopilación y el estudio de material escrito y audiovisual. Todo este material ha proporcionado los conocimientos necesarios para la realización de los distintos apartados, así como el cumplimiento de los objetivos.

En la recopilación de este material ha sido fundamental la aportación de la biblioteca de la Universidad Politécnica de Valencia, plataformas web como Youtube, NBCNews, CBSNews y ABCNews, y distintas tesis realizadas con el fin de estudiar el grafismo audiovisual.

Para hacer más fácil la comprensión del trabajo existe una estructuración realizada a conciencia. El primer apartado consiste en la importancia del grafismo como discurso actual y su historia aplicada a otros medios. El segundo apartado trata más específicamente como es el diseño en los tres canales estadounidenses estudiados.

ETAPAS

Como en todo trabajo existen una serie de etapas que lo justifican. Esta tesis se puede dividir en cinco etapas:

- 1) La primera etapa consiste en un periodo de documentación. Muchos libros y documentos web son interesantes para aprender sobre el grafismo audiovisual. Tanto profesionales del sector como doctores universitarios analizan sus características. Una correcta documentación es crucial para desarrollar un buen trabajo.
- 2) La segunda etapa trata sobre el desarrollo del grafismo y su aplicación audiovisual, así como su tipología en los informativos y en los EE.UU.
- 3) La tercera etapa es una de las más complicadas, ya que está relacionada con el estudio de la identidad corporativa de las tres cadenas llevadas a análisis. Se lleva a cabo un exhaustivo detalle de las características de representación de las marcas, así como su historia.

El grafismo en los informativos estadounidenses

- 4) La cuarta etapa trata sobre la aplicación de los distintos tipos de grafismo a las distintas secciones que posee un telediario. Además, también investiga declaraciones de profesionales.
- 5) La quinta etapa consiste en un repaso de los objetivos conseguidos y la metodología aplicada.

PROBLEMAS

A lo largo de la investigación y el desarrollo de esta tesis han surgido algunos problemas que han ampliado el tiempo de escritura. El más destacado y, aunque parezca mentira, ha sido la dificultad para encontrar algunos programas americanos. Mientras cadenas como la NBC o la CBS ponen sus recursos a la disponibilidad del mundo, ABC no, y restringe el visionado de sus noticias a dispositivos que no sean de los EE.UU. Por este motivo he utilizado Youtube como fuente para esta cadena. La gran diferencia es que en la plataforma Youtube es más complicado encontrar aquello que buscas de manera específica.

Otra dificultad ha sido investigar sobre la identidad corporativa de cada marca, así como su representación a nivel de logotipo, isotipo, tipografía, etc. Son elementos importantes que dicen mucho sobre las propias empresas, por ese motivo es fundamental una correcta investigación, la cual es costosa y lleva más tiempo que otros apartados.

1. Grafismo Audiovisual, información periodística y su presencia en los EE.UU.

Cuando hablamos de grafismo estamos haciendo referencia a la expresividad gráfica del qué y cómo se dice y al diseño gráfico de libros, folletos, carteles y muchos más elementos relacionados con la publicidad y la transmisión de información. Así lo describe la Real Academia de la Lengua Española (RAE). Es un término procedente del griego: *grafos*, que significa dibujo, acompañado del sufijo –ismo, que representa a una doctrina o sistema.

El grafismo audiovisual se presenta como un elemento crucial dentro de los sistemas audiovisuales actuales, tanto en los medios cinematográficos como en los televisivos, así como en muchos otros sistemas (aplicaciones móviles, internet, eventos, etc.). Forma parte del proceso comunicativo y en muchas ocasiones se convierte en el vehículo transmisor del mensaje.

El grafismo audiovisual funciona como soporte para la información escrita y para las marcas de identidad de la empresa o cadena que lo trabaje. Por este motivo se convierte en un elemento fundamental dentro de los diferentes discursos ya que sus propiedades estéticas y semánticas contribuyen a la penetración de los mensajes en el espectador.

A pesar de que el grafismo como tal existe desde hace muchísimos años, no podemos entenderlo en la actualidad si no se analiza su crecimiento en base a la publicidad, al cine y a la televisión. Además, este va en consonancia con la sociedad y con el modo de comunicación existente.

Desde su primera aparición en los medios el grafismo ha ido creando sus pautas y forjando sus bases, constituyéndose como se conoce hoy. Un lenguaje efectivo y sorprendente que provoca un reforzamiento de los atributos del mensaje. Pero ¿cuáles son esas pautas en la actualidad? ¿Cómo consigue el grafismo vehicular la información? ¿Qué relación tiene con medios como la televisión o el cine? ¿Qué países destacan en su aplicación y en que plataformas? Todas estas cuestiones invadirán este primer punto y finalizarán con una idea principal: la importancia de los EE.UU y de sus programas de información en el desarrollo del grafismo audiovisual a nivel mundial.

1.1. Evolución del grafismo audiovisual hasta la actualidad

Muchas veces se tiende a confundir diseño gráfico con el grafismo audiovisual y, aunque está profundamente relacionado no llega a ser lo mismo. El grafismo audiovisual basa sus pautas en la imagen, la tipografía, el sonido y, en especial, en el movimiento. Sin este último se estaría hablando solamente de un diseño gráfico. En la mayoría de los casos estos diseños estáticos suelen ser animados a través de softwares¹ utilizados por grafistas.

Todo este trabajo se otorga al servicio de la comunicación y de las personas. No sólo ayuda en la manera de informar sino también en la manera de cautivar y entretener al público. No sería lo mismo anunciar una previsión de lluvia a través de un diseño de nubes y gotas de agua que a través de la palabra.



Fig. 01. Ilustración sobre el Motion graphics.

Otro término considerado hermano gemelo del grafismo es el *Motion graphics*. Su traducción literal es grafismo en movimiento ya que consiste en aquellos vídeos o animaciones digitales que producen un efecto de movimiento a través de imágenes, títulos, colores y diseños. Estos elementos se presentan continuamente en el día a día: en la televisión, en las pantallas publicitarias, en el cine, en los dispositivos móviles, etc. No obstante, todo esto procede de una intensa evolución y de un gradual desarrollo ya que el grafismo audiovisual no nació tal y como se conoce.

¹ Software: es todo el conjunto de programas y datos de un ordenador. La interacción junto con el hardware hace posible el funcionamiento de la máquina. Uno envía la información para garantizar el funcionamiento del otro.

1.1.1 Antecedentes. El cine y su influencia

Las primeras pinceladas de grafismo audiovisual se remontan a principios del siglo XX, correspondiéndose con el nacimiento de uno de los medios de comunicación más importantes de la historia: el cine y su cinematógrafo, inventado por los Hermanos Lumière². Gracias a este, un nuevo género comenzó a gestarse en el mundo y a establecer las bases del grafismo audiovisual actual, se habla sin lugar a dudas de la animación.

“Animación es el registro de fases de una acción imaginaria creadas individualmente, de tal forma que se produzca ilusión de movimiento cuando son proyectadas a una tasa constante y predeterminada, superior a la de la persistencia de la visión de la persona”. (Definición de Gene Deitch. El cine de animación. Enrique Martínez – Salanova Sánchez).

Esta es la definición que propone el ilustrador estadounidense Gene Deitch, creador de películas como *Alice of wonderland in Paris*. Mientras que el cine de imagen real descompone un movimiento a 24 frames por segundo, el cine de animación crea un movimiento inexistente sobre una realidad, desde 24 hasta 8 frames por segundo.

Durante los primeros años fueron varios los animadores que comenzaron a introducir de manera arriesgada elementos gráficos dentro de las películas. Todos ellos bebían de aquellas vanguardias cuyo objetivo era revolucionar el concepto de arte. Se experimentó con técnicas que dieran protagonismo a las formas abstractas, es decir, que estuviesen fuera de lo común. Es en esta época cuando el arte empieza a ser consciente de que cuenta con un elemento narrativo nuevo, el tiempo.

Otro elemento clave dentro del cine primitivo en su relación con el grafismo es la aparición del texto que acompañaba a la filmación. En un principio el texto aparecía sobre fondo blanco, no obstante, fue evolucionando, tanto el fondo como la tipografía que lo representaba. Esta última variaba según el tipo de género (western, terror, musicales, etc.). Todo esto se enriqueció y evolucionó con la aparición del sonido.

² Los hermanos Lumière: Auguste y Louis Lumière fueron los dos ingenieros franceses que iniciaron el procedimiento cinematográfico con la primera proyección pública, en 1895

El grafismo en los informativos estadounidenses

Con el paso de los años se fue gestando un *Star system*³ formado por actores y actrices muy famosos. La sociedad los necesitaba cada vez más. Por ello comenzaron a desarrollarse las producciones de carteles con sus rostros y a desarrollarse los títulos de crédito de las películas. El gran pionero en este ámbito fue el diseñador neoyorquino Saul Bass, que convirtió los títulos de crédito en grandes producciones artísticas.



La demanda de la sociedad fue el motor principal para el desarrollo del grafismo audiovisual. Nació gracias al cine y de ahí se fue expandiendo hacia nuevos medios: la publicidad y la televisión.

1.1.2. La aparición de la televisión

El fenómeno televisivo tiene lugar en el Reino Unido a finales de los años 20, siendo la BBC quien empezó a constituir las bases de uno de los mayores mecanismos de información de todos los tiempos. Fue en el año 1927 cuando esta cadena comenzó una serie de emisiones públicas, de manera no regular. Todo esto se benefició del hallazgo tecnológico conseguido en 1930, la sincronización del sonido y la imagen. En este mismo año las cadenas estadounidenses CBS y NBC también comenzaron sus emisiones no regulares. El medio televisivo comenzaba a gestarse y a expandirse en varios países.

³ Star system: era el sistema de contratación de actores en exclusividad y a largo plazo utilizado por los estudios de Hollywood en la denominada *época dorada de Hollywood* para asegurarse el éxito de sus películas.

El grafismo en los informativos estadounidenses

“Después de varios años existían en los hogares ingleses 20.000 receptores. En EE.UU la programación regular empezaba en 1939 y su parque de receptores domésticos era extremadamente restringido (10.000 televisores). En el mismo año, en Francia no había más que alrededor de 200 receptores”. (Costa J, 2005, p.22-23).

Durante la década de los 40 la televisión fue evolucionando, no obstante, no fue hasta los años 50 cuando empezó a llegar en masa a los hogares de la clase media. Comenzó de esta manera su particular popularización social y por ende una fuerte competencia entre el cine y la televisión.

La fuerte evolución de la televisión hizo que la gente encontrara en sus casas aquello por lo que había estado desplazándose al cine. Más cómodo y más barato. Esto propició una competencia entre ambos medios que se saldó con un enriquecimiento global.

Por un lado el cine, ante este nuevo medio emergente, evolucionó su calidad de imagen y el cuidado de sus elementos distintivos. Se retocó la puesta en escena, la calidad de las interpretaciones, la variedad de escenarios, etc. Todo ello con el objetivo de conseguir un producto de una calidad superior al de la televisión, por el que mereciese la pena pagar y desplazarse. Por otro lado, la televisión seguía compitiendo para no quedarse retrasada en esa lucha de calidad. La gran beneficiada de esta batalla fue la industria, la sociedad y el grafismo audiovisual.

La imagen televisiva está limitada por su propia transmisión. Al observar un fotograma parado nos daremos cuenta de su escasa calidad (resolución). Cada imagen cuenta con 625 líneas, para conseguir una imagen comparable a la de una proyección de 35mm habría que triplicar estas líneas. Las 625 líneas se modifican 25 veces por segundo en Europa y 30 veces en EE.UU, esta emisión es más estable, menos parpadeante, sin embargo tiene 525 líneas. (Herráiz B, 2008, p.74)

Comienza una auténtica revolución del grafismo en movimiento tanto en el cine como en la televisión. Los títulos de crédito evolucionan y a esto se le une la publicidad, que comienza a crear muchos spots de animación gráfica. Además, la mentalidad de competitividad entre cadenas hace que la identidad

El grafismo en los informativos estadounidenses

corporativa empiece a adquirir importancia. Ya en estos años era imprescindible contar con equipos de grafistas y diseñadores especializados. Había que distinguirse, abordar las casas de la gente y las salas de cine.

El grafismo televisivo es particularmente diferente al cinematográfico. Existen otros parámetros a tener en cuenta como el tiempo o la capacidad de cautivar al espectador a través de unos pocos elementos. No es tan contemplativa como en la gran pantalla, la cual cuenta con un mayor tiempo. Estos elementos dependen de la identidad corporativa y del país en el que se encuentren las cadenas televisivas. Fundamental el papel de los programas informativos en el desarrollo del grafismo.

1.1.3. El mundo de hoy. Internet

Imprenta, radio, cine, televisión... Todo apuntaba al desarrollo del siguiente escalón en la evolución digital. Fue mucha la tecnología que se tuvo que conocer y controlar respecto a los medios anteriores, no obstante, existían otras ramas de investigación todavía por descubrir. Uno de los elementos que se pretendía controlar era la interconexión entre dispositivos a través de un sistema de red, surge así Internet.

Internet es el conjunto de redes de comunicación interconectadas entre sí, las cuales utilizan una serie de protocolos comunes. Se constituyó en los EE.UU en 1969 cuando se estableció la primera conexión entre ordenadores, conocida como Arpanet, entre tres universidades del país.

Lo que permite internet es una velocidad de transmisión inimaginable a nivel mundial, superando así el alcance de la radio y la televisión. Además, el tiempo de transmisión informativa es muy superior al de los medios anteriores. Un terremoto en cualquier parte del mundo llegaría a nuestros dispositivos en breves segundos.

Respecto a la competitividad internet no supone ninguna amenaza para otros medios, todo lo contrario, los interconecta, sobre todo a nivel de infografía. Además, se apoya en un elemento clave, el grafismo.

En la red la información necesita de una serie de elementos gráficos que refuercen su significado. Estos elementos son creados a conciencia por los

El grafismo en los informativos estadounidenses

emisores del mensaje. Por esta razón, en un mundo virtual donde todo es información la capacidad gráfica es primordial. Este es el motivo principal por el que el grafismo audiovisual ha crecido tanto a lo largo de este siglo.



Fig. 03. Página web del periódico español El Mundo.

Mires por donde mires hay algún elemento gráfico que ensalza un mensaje. Ya sea a través de la tipografía, el color, la textura, los logotipos, el tamaño, etc. Un ejemplo de ello es la primera imagen que aparece al abrir una web de un periódico digital.

En definitiva, cada uno de los avances tecnológicos ha significado un avance social y, sobretodo, un desarrollo de las técnicas y procesos del grafismo audiovisual. En la actualidad, no se concibe un mundo de la comunicación sin este elemento. Cada vez es más importante su papel y cada vez es más estudiado por su capacidad de introducirse en la retina del gran público, con el cariz económico que eso supone.

Es imposible hablar de grafismo y no hacer referencia al cine, a la publicidad, a internet y sobre todo a la televisión. Esta última será sobre la que trabajemos de manera intensa. Específicamente trataremos sobre los programas informativos de uno de los países pioneros, EE.UU, analizando todos sus elementos gráficos y su rutina de trabajo.

1.2. Información periodística y grafismo: infografía

Como se ha defendido en puntos anteriores, el grafismo está íntimamente relacionado con medios como la radio, la televisión o la publicidad, donde la recopilación y transmisión de información es clave. Dentro de estos medios existe un sector crucial donde el grafismo adopta una importancia mayor, los programas de informativos. Es en este aspecto donde se habla del término infografía.

Por infografía se entiende a la “aportación informativa realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad y acompaña al texto informativo” (La infografía en prensa, 2000. José Luis Valero Sancho).

Normalmente, se consideran elementos infográficos todos aquellos creados a través de un ordenador. A partir de este se alcanza un mundo tridimensional gracias al juego de luces, tamaños, sombras, texturas o movimientos.

La finalidad es que los gráficos llamen la atención de quien los visualiza a través de los colores, imágenes o diseños. La infografía debe responder al qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué, pero, además, debe mostrar cosas visuales. Por eso la infografía debe tener aspecto con mentalidad periodística para mejorar la información de los contextos que se están abordando.

Según José Luis Valero Sancho, catedrático universitario en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), la infografía reúne una serie de características:

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

El grafismo en los informativos estadounidenses

Queda argumentada la importancia del grafismo audiovisual en las programaciones informativas, especialmente en la televisión.

Cuando se analizan las diversas informaciones en los telediarios o informativos de este medio, uno de los elementos acaecidos en ellos es el grafismo, utilizado para cubrir los aspectos esenciales de las noticias, reportajes, o cualquier género habitable en la pequeña pantalla. Este grafismo se presenta a través de la utilidad, la aplicación y los objetivos que abarca.

Al principio el grafismo no estaba tan inmerso en la programación, no obstante, su capacidad didáctica y su propiedad estética le ayudaron a convertirse en ese elemento imprescindible en todas las cadenas.

En determinadas ocasiones supone la única información visual disponible de un acontecimiento de actualidad, tratado de forma rápida, como acostumbra el periodismo y la televisión.

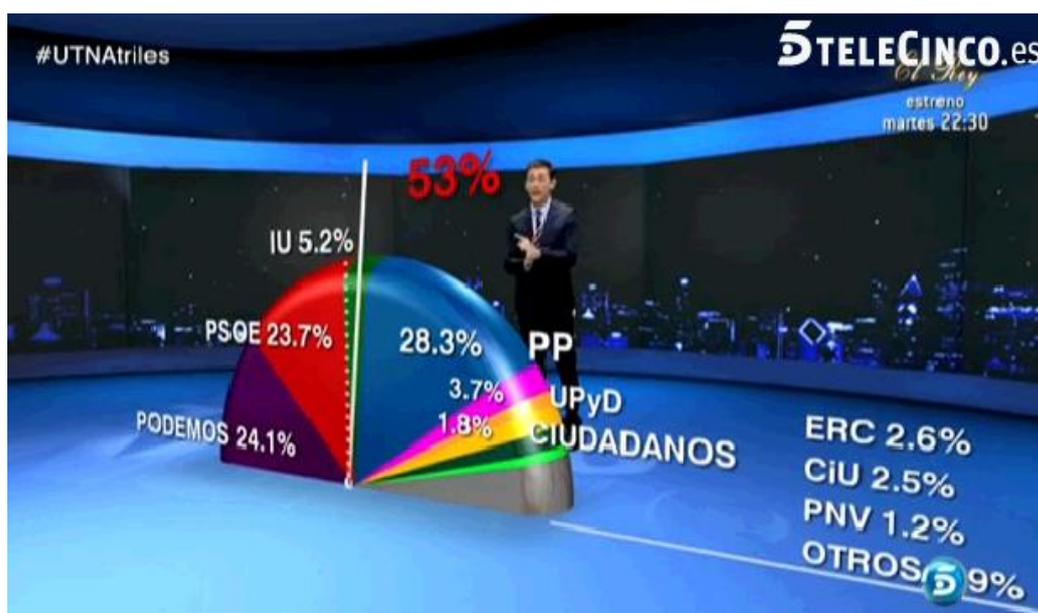


Fig. 04. Gráfico electoral ofrecido por informativos Telecinco.

El diseño gráfico en los informativos de televisión tiene sus propias características distintivas, muy diferentes al de la publicidad o al de otros medios. En primer lugar el aspecto dimensional. Este es mucho más largo, más profundo y con un movimiento más extendido. En segundo lugar el sonido, tanto verbal como no verbal. En lo que concierne a la información de los contenidos este grafismo realiza una serie de funciones:

El grafismo en los informativos estadounidenses

- Clarifican asuntos complicados.
- Cubren deficiencias cuando no hay imágenes de un acontecimiento.
- Enfatizan, subrayan o ilustran contenidos esenciales sintéticamente (grafismo de síntesis).
- Entrelazan ideas o comparan sucesos lejanos espacio-temporalmente

Los informativos de televisión permiten ofrecer al espectador información de una manera inmediata, aunque todavía no se dispongan muchos datos de lo ocurrido. Así se consigue ser rápido y hacer tiempo hasta la llegada del resto de material informativo. “Hay una cierta necesidad de explicar gráficamente un acontecimiento del que en realidad no se dispone de toda la información. Si se tuviera que esperar a tenerla toda, se perdería la capacidad de inmediatez”. (Rafael Rafols, 2008).

Además, dentro de este papel gráfico es importante hablar de la figura del diseñador. Para ello podemos utilizar una cita del autor Christian Hervás Ivars en su obra: *El diseño gráfico en televisión*:

Los diseñadores gráficos de televisión son diseñadores de imágenes en movimiento. Su trabajo se distingue del de otros profesionales de la imagen principalmente por tres aspectos. En primer lugar, el diseñador gráfico de televisión opera principalmente con imágenes creadas, siendo el ordenador la principal herramienta de creación de dichas imágenes. En segundo lugar, el diseño gráfico televisivo cumple una función sintáctica de articulación de las imágenes. En tercer lugar, el diseño gráfico televisivo se caracteriza por unas propiedades expresivas y estéticas que le otorgan un peso propio. (Hervás Ivars C, 2002).

Cuando se habla de diseñador de televisión no se habla del mero diseñador de publicidad o prensa. En medios como la pequeña pantalla los objetivos son distintos y la manera de entrelazar los elementos es diferente, por ello necesitan de los conocimientos adecuados sobre sistemas de edición y montaje gráfico televisivo. Junto con esto, se debe planificar correctamente una serie de imágenes con sonidos y movimiento. Esta combinación de iconos y sonidos, así como su sincronización es la que determinará la calidad de un gráfico televisivo.

1.2.1 Tipología del grafismo en los informativos televisivos

El telediario o informativo es posiblemente el programa más emblemático para una cadena de televisión en términos de audiencia e imagen, por lo que su grafismo también lo es. Algunas de las cadenas más importantes tienen un departamento de grafismo dedicado exclusivamente al servicio de los informativos. (Hervás, C., 2002).

Dentro de los informativos televisivos se pueden encontrar diversos tipos de grafismo. Para conocer mejor este ámbito es necesario buscar y nutrirse de algunos trabajos realizados por profesionales de la investigación, como por ejemplo el análisis de José Luis Valero Sancho y su clasificación tipológica del grafismo televisivo. Este comprende mediante observación que en la comunicación informativa se utilizan una serie de gráficos que pueden adscribirse a una serie de tipos.

Este catedrático establece dos tipos de grafismo a nivel general en el ámbito televisivo: por un lado las infografías individuales y por otro las colectivas.

1.2.1.1 Infografías de tipo individual

Las infografías de tipo individual son aquellas que utilizan elementos básicos para construir una unidad de contenido, es decir, una sola infografía. Son piezas únicas sencillas y simples como fotografías, dibujos, etc. Pueden presentarse de forma estática o a través de un pequeño movimiento que cree unas propiedades más estéticas. Dentro de esta encontramos tipos como:

Ortotipográfico: Consisten en imágenes donde la tipografía es la principal arma de comunicación. Esta es capaz de manifestar toda la información a través de sus letras. Suelen presentarse con letras grandes sobre fondos oscuros y en caja alta o baja según el caso. Los titulares van en caja alta mientras que los rótulos o comunicados van en caja baja. Respecto a las tipografías las más utilizadas son las de palo seco sin remates, prima la simplicidad para la comprensión del espectador.

Grafismo figurativo: Intenta representar a través de figuras acontecimientos ocurridos. Importante aquí el papel del dibujo como medio de expresión.

Grafismo captado: Son aquellos elementos infográficos captados por máquinas utilizadas para la televisión y que representan una información de la cual todavía no se tiene suficiente material. Un claro ejemplo es la famosa foto de las Azores, donde José María Aznar, George Bush y Tony Blair simbolizan el inicio de la famosa Guerra de Irak.



Fig. 05. Tony Blair, George Bush y José M. Aznar reunidos en Terceira, una pequeña isla de las azores en 2003.

1.2.1.2 Infografías de tipo colectivo

Son aquellas que utilizan más de una infografía, distinguiéndose así de las de tipo individual. En este sector también se aprecian una serie de tipos:

Grafismo comparativo: Son aquellas que tienen el objetivo de mostrar datos de forma visual, reflejando aquellos más relevantes y notorios. Estos son fundamentales en televisión ya que permiten obtener conclusiones finales. Existen subtipos: los diagramas y los gráficos.

Los diagramas son dibujos geométricos en los que se relacionan los distintos elementos para confluir en una información. Un ejemplo de ellos sería la alineación de un equipo de fútbol sobre una imagen de césped.



Fig.06. Diagrama sobre una alineación del Bayern de Munich realizada por la TV Esport3



Fig.07. Gráfico sobre el paro registrado en 2013 en España. Ofrecido por rtve.

El grafismo en los informativos estadounidenses

Por otro lado los gráficos son aquellas representaciones de números y datos a través de figuras simples. Gráficos de líneas, de columnas, círculos, etc. Este tipo de infografía permite el análisis de una serie de datos de actualidad y una comparación entre distintas variables. Fundamental a la hora de obtener conclusiones. Existen comparaciones en relación con otros datos o con respecto a sus propias características pasadas.

Grafismo tabular: Consiste en todas aquellas informaciones televisivas mostradas a través del uso de tablas. Pueden ser tablas de organización regular y también de tipo irregular.

Grafismo de ubicación: Se trata de aquella infografía referida al dónde informativo y a la ubicación de la noticia. Esto se realiza a través de la ubicación o reparto de elementos sobre un territorio concreto. Dentro de este tipo se encontrarían los mapas, los planos o microplanos, los recintos, etc. En determinadas noticias la ubicación del espacio es primordial, de aquí la existencia de estos gráficos, por ejemplo en los mapas del tiempo. En estos los mapas hacen que el espectador ubique exactamente donde se producen las informaciones que verbalmente respalda el presentador.



Fig. 08. Información meteorológica ofrecida por RTVE en el canal 24 horas.

El grafismo en los informativos estadounidenses

Grafismo Infográfico: Son unidades discursivas en las que las cuestiones se pueden presentar gracias a tecnologías informativas que hacen posible una mayor claridad, inmediatez y construcción. Este tipo de información refleja lo que ha ocurrido a través de imágenes que no son simples complementos. Son explicaciones distintas a lo habitual, que se basan en lo visual y lo sintético de lo ocurrido. También se emplean como acompañamiento de descripciones de figuras, instrumentos, panoramas, secciones, etc., y aportando propiedades didácticas a simulaciones, fenómenos de divulgación científica, etc.

Existen dos tipos de grafismo infográfico: los que representan a noticias de mayor urgencia (guerras, atentados o catástrofes) y los que tienen noticias menos actuales o que poseen un gran tipo para trabajar en el grafismo (eventos deportivos).

Todos estos tipos, según el análisis de José Luis Valero Sancho, conforman los tipos de grafismo en la información televisiva. El carácter visual de este hace que apoye muy bien las noticias y sirva para que el espectador comprenda mejor la información que recibe. Si esta comprensión se produce la cadena estará consiguiendo su objetivo, y con ello una posible fidelización del público. Esto hace que el grafismo vaya más allá del hecho visual para adentrarse en temas relacionados con el marketing y la competitividad.

En definitiva, su importancia creciente y su matiz fundamental hacen que sea un elemento a investigar. Ya no sólo a nivel individual sino dentro de un contexto informativo televisivo. En los próximos puntos de este trabajo se abordará el grafismo televisivo e informativo estadounidense desde un punto de vista objetivo, basando el análisis en los resultados que busca, la información que apoya y los tipos de elementos gráficos que utiliza.

EE.UU es el país elegido para comprender la práctica de esta disciplina por diversas razones. En primer lugar por su riqueza gráfica y por su calidad informativa, y en segundo lugar porque es uno de los países pioneros en el desarrollo de estas tecnologías, así como uno de los referentes para los demás países del mundo. Analizar las características de este Norteamérica nos ayudará a conocer la rutina y la tipología del resto de informativos mundiales.

2. EE.UU y su importancia infográfica.

EE.UU siempre se ha caracterizado por ser emblema de muchos valores adscritos a su geografía, a su cultura y a su población. Continuamente estos valores han cruzado el océano para nutrir el día a día de los ciudadanos europeos. Es lo que se conoce como el *American way of life*⁴.

No obstante, es curioso como estos valores surgen gracias a la influencia de Europa en el país norteamericano. La explicación consiste en la inmigración de muchos europeos a las antiguas colonias del país. Época de la constitución de los EE.UU de América, donde los americanos se revelaron con la ayuda de franceses y españoles contra el régimen británico. Más adelante a estos inmigrantes europeos se les unieron ciudadanos procedentes de Asia y del resto de América. Por este motivo EE.UU es considerada como un crisol de razas y una nación multicultural.

Su cultura occidental se ha convertido en única, creando unos valores que se han difundido al resto del mundo, condicionándolo en muchos casos. Estas características también se encuentran impregnadas en aquellos elementos culturales comunes en todo el mundo: la radio, la televisión, el cine, la publicidad y el grafismo. Siempre Estados Unidos ha sido un país puntero en el desarrollo de estos medios de comunicación, siendo un referente para el resto de países. Hoy en día se puede decir que todo lo que se ve en televisión tiene mucho parecido con lo que un ciudadano americano puede ver en su pantalla. Lo mismo pasa en el cine. EE.UU es la mayor industria cinematográfica del planeta, siendo Hollywood⁵ su más alto estandarte.

Este desarrollo del cine y la televisión hizo que el grafismo audiovisual fuera adquiriendo importancia y unas características propias de los americanos. Para empezar a conocerlas es importante analizar las tres televisiones de las que nos vamos a ocupar en la investigación: NBC (National Broadcasting Company), CBS (Columbia Broadcasting System) y ABC (American Broadcasting Company).

⁴ American Way Of Life: Es la forma de vida que se caracteriza por un amplio consumismo y la necesidad de bienes materiales.

⁵ Hollywood: es un distrito de Los Ángeles, asociado a la industria del cine estadounidense. Es un emblema del país norteamericano.

2.1. NBC, CBS y ABC. Las tres potencias televisivas del país.

NBC, CBS y ABC, también conocidas como *The Big Three Television Network*, constituyen las tres televisiones informativas más importantes de los Estados Unidos de América. Su estudio es fundamental para conocer el grafismo desde el mismo epicentro.

2.1.1 NBC (NATIONAL BROADCASTING COMPANY)



Fig 09. Imagotipo de la cadena estadounidense NBC.

2.1.1.1 Historia

La NBC es una cadena de televisión pública estadounidense fundada en 1926 por Radio Corporation of America (RCA), la cadena de radio más antigua de la historia de Norteamérica. Tiene su sede principal en el edificio GE de Manhattan (Nueva York) y varias sedes secundarias, estas últimas ubicadas en Los Ángeles (California) y en Illinois (Chicago). Esta cadena es conocida vulgarmente como la cadena del pavo real, debido a su logo.

En sus inicios la NBC era un compendio entre televisión y radio. La evolución de ambos medios encontró un fuerte apoyo por parte de esta cadena, cuya importancia les hacía reinar en todo el continente. No fue hasta 1986 cuando su nuevo dueño General Electric consideró la idea de vender la parte radiofónica por tres razones: no ajustarse a su estrategia económica, no había

El grafismo en los informativos estadounidenses

sido rentable años atrás y porque las reglas del FCC no le permitieron albergar una división de radio y una división de televisión de manera simultánea. Desapareció así NBC radio.

Actualmente NBC es una división de la empresa NBCUniversal, filial de otra empresa llamada Comcast. Steve Burke, uno de sus ejecutivos, es quien controla la cadena norteamericana. La NBC es productora de una infinidad de programas de televisión, propietaria de 10 estaciones y afiliada a otras 200 en los EE.UU. Además es la empresa matriz de varias cadenas de televisión por cable y por satélite. Emite en un horario regular con 87 horas de programación. Entre sus programas destacan *Saturday Night Live*, *Early Today*, *Meet the Press* o el noticiario *NBC Nightly News*.

2.1.1.2 Identidad Corporativa

“En televisión el grafismo audiovisual, principalmente está al servicio de la comunicación identitaria de la cadena. También se aplica a la generación de imagen gráfica de los diferentes programas” (Costa, J, 2005).

Con estas palabras Joan Costa, profesor de Sociología de la Comunicación, está haciendo referencia al concepto de identidad corporativa. Esta consiste en la manifestación física de una marca o empresa. Es el conjunto de sus atributos visuales, aquellos que le otorgan personalidad y distinción. Conocer la identidad corporativa es clave para entender el grafismo utilizado.

2.1.1.2.1 Isotipo

El isotipo se basa exclusivamente en un icono que carece de tipografía. Es la parte simbólica o icónica de las marcas. En este caso sería sin duda el pavo real, característico por su gran colorido. Este dato surge de un acontecimiento histórico como es la llegada del color a la pequeña pantalla. Que la gente pudiera ver las imágenes en color fue un *boom* para el desarrollo de este medio y para las marcas que competían por las audiencias. Además también supuso un desarrollo del sector gráfico, mucho más enriquecido.



Fig 10. Isotipo de NBC.

- En la actualidad NBC utiliza este isotipo como imagen principal, prescindiendo así de la tipología clásica.
- El pavo real aparece representado a través de su plumaje y mediante un sistema de percepción a través de la superposición del blanco sobre el morado.
- Los colores que lo representan afirman que NBC es una cadena que ofrece todo tipo de contenidos.
 - Amarillo:** Programación histórica.
 - Naranja:** Programas de deportes
 - Rojó:** Programación cinematográfica
 - Morado:** Programas infantiles
 - Azul:** Programas informativos
 - Verde:** Programas sobre la naturaleza
- Es en 2D, no obstante sus sombras y su capacidad perceptiva crean una ligera sensación tridimensional. Importancia en este aspecto de la luz y el color.
- El isotipo de NBC no es capitular ya que no representa la inicial del nombre de la cadena. No tiene nada que ver.
- El isotipo denota tranquilidad, autoridad y firmeza. La composición representa el equilibrio. Además estos atributos son los que caracterizan a los pavos reales.
- La vistosidad del isotipo hace que sea fácilmente reconocible para los espectadores.

2.1.1.2.2 Logotipo

Al contrario que el isotipo, el logotipo carece de icono y posee solamente tipografía.



Fig 11. Logotipo de NBC.

- Esta tipografía pertenece a la familia de Sans serif. Estas letras no tienen remates en sus extremos, son más planas en ese aspecto. Son vértices rectos y sus trazos uniformes. Específicamente estaría dentro del subtipo de sans serif geométrica.
- Este tipo de letra denota una mayor modernidad y alegría. Esto contrasta con las tipografías utilizadas años atrás por la cadena.
- El color utilizado para el logotipo es el negro. Representa la madurez y la seriedad de la cadena. También contrasta con la vistosidad de los colores del pavo real.
- Es una tipología simple, no posee ningún adorno en su forma.

2.1.1.2.3 Imagotipo

El imagotipo es la representación de un conjunto icónico-textual, donde tipografía y símbolo aparecen juntos pero claramente diferenciados. Pueden funcionar por separado el uno del otro.



Fig 12. Isotipo de NBC.

El grafismo en los informativos estadounidenses

- El isotipo está separado del logotipo a través de simple espacio, dejando a cada elemento su lugar gráfico. Sobre el NBC reposa la figura del pavo real, encuadrada al milímetro.
- Este imagotipo fue utilizado por la cadena desde el año 1986 hasta la actualidad. Hoy en día la tipografía de NBC se elimina, y en algunos casos se sustituye por otro texto. Un ejemplo es en el caso de los informativos, donde en la parte inferior del isotipo aparece NBCNEWS.COM
- Existe una buena conjunción entre ambos elementos, otorgando una fuerte identidad al espectador que lo contempla.

2.1.1.3 Recorrido histórico de su imagen

Desde 1928 el logo de la NBC ha variado muchísimo. Estos cambios se han producido en función de la sociedad y la época que anidaba en los Estados Unidos.



Fig. 13. Imagen NBC 1928-1942

1928 – 1942. Durante este periodo de tiempo el logo de NBC se caracterizó por la utilización del blanco y negro. Con una tipografía serif dispuesta en diagonal. Y con los adornos de unos relámpagos que simbolizan la emisión por ondas. La radio tenía más importancia en ese momento.

1942 – 1946. En esta nueva imagen aparece el color rojo como elemento distintivo. Este se utiliza para simular las ondas que se transmiten desde un micrófono. La imagen principal es la de un micro sobre el que aparece un logotipo de NBC de tipo sans serif.



Fig. 14. Imagen NBC 1942-1946



Fig. 15. Imagen NBC 1946-1952

1946 – 1952. Estos años la imagen paso a ser un logotipo de tipo serif. El logo más simple de la cadena en toda su historia.

El grafismo en los informativos estadounidenses

1952 – 1954. Durante los siguientes dos años NBC cambia su filosofía de dimensiones. A través de unas sombras creadas geoméricamente origina un efecto 3D. El logotipo es de tipo sans serif y se continúa con la simplicidad del blanco y negro.



Fig. 16. Imagen NBC 1952-1954



Fig. 17. Imagen NBC 1954-1959

1954 – 1959. El color aparece en el isologo. Este representa la figura de un xilófono, adornado con la batuta en la parte inferior. Esto representa la incorporación gradual del sonido como elemento clave. La tipografía es de tipo sans serif y aparece incrustada dentro de las notas del xilófono en un color blanco.

1956-1959. Para seguir con la evolución de la señal a color NBC optó por introducir la figura de un pavo real. Este representaba la variedad de tonos. Se siguen utilizando los colores de la anterior imagen y se añaden el amarillo y el morado. El pavo real aparece en el centro en un color blanco.



Fig. 18. Imagen NBC 1956-1959



Fig. 19. Imagen NBC 1959-1975

1959 -1975. Tras el gran despliegue de color del pavo real NBC opta por un isologo tipográfico. Se le conoce coloquialmente como “snake”. La tipografía es de tipo sans serif. Se vuelve de nuevo a una simplicidad, aunque intenta ser más innovador y jugar con las irregularidades.

1975-1979. El logo más minimalista de la cadena. Combina los colores rojo y azul. Es una imagen capitular ya que representa la letra N, que da inicio al nombre NBC. Combina a través de dos formas geométricas exactas las dos partes de la n.

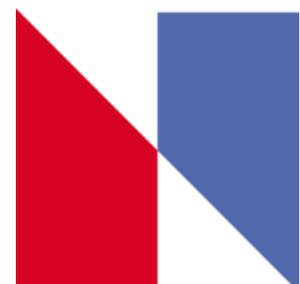


Fig. 20. Imagen NBC 1975-1979

El grafismo en los informativos estadounidenses



Fig. 21. Imagen NBC 1979-1986

1979-1986. De nuevo vuelve a aparecer el color del pavo real, mucho más estilizado y redondeado. Este aparece sobre líneas que representan a la N del logo anterior. Utiliza el color azul para trazar todas las formas del isologo.

1986-presente. Este es uno de los imatipos utilizados en la actualidad. Las plumas del pavo real se simplifican, representando mejor a los colores. Estas aparecen justo encima de una tipografía sans serif de color negro. Ya no existe el trazo azul. Fue diseñado por la empresa Chermayeff & Geismar.



Fig. 22. Imagen NBC 1986-presente



Fig. 23. Imagen NBC 2013-presente

2013 - presente. Es muy similar al imatipos anterior. No obstante presenta algunos cambios. El más importante es el paso al 3D. Otro es el cambio de la tipografía, mucho más fina y estética que la anterior. Sigue siendo de tipo sans serif. Es el logo más utilizado en la actualidad.

2.1.2 CBS (COLUMBIA BROADCASTING SYSTEM)



Fig 24. Imagotipo de la cadena estadounidense CBS.

2.1.2.1 Historia

CBS Broadcasting Inc. es una de las cadenas de radio y televisión más importantes de los EE.UU y una de las más representativas del mundo, compitiendo con la BBC británica por ese primer puesto. Es una cadena de ámbito comercial que comenzó siendo una estación de radio. Su símbolo de referencia es el gran ojo que representa a su marca. Es conocida como la *Eye Network*. También se le ha llamado coloquialmente *Tiffany Network* debido a que las primeras demostraciones de televisión en color se realizaron desde un edificio de Tiffany & Co. Este hecho también le atribuiría el nombre de *Color Broadcasting System*.

La cadena tiene sus orígenes en *United Independent Broadcasters, Inc.*, una colección de 16 emisoras de radio que fue comprada en 1928 y renombrada como la *Columbia Broadcasting System* por su fundador William S. Paley. En 1974, la CBS retiró su nombre completo y se hizo conocida como *CBS, Inc.* Actualmente, la compañía se caracteriza por estar subdividida en televisión, radio, deportes, entretenimientos, y sobretodo noticiarios. Esta cadena suministra su programación a más de 200 estaciones independientes y a otras 5 propias en EE.UU, así como a muchas cadenas en el mundo. Recientemente, una de las series más importantes y de gran éxito mundial es propiedad de la CBS. Su nombre es *Breaking Bad*.

2.1.2.2 Identidad Corporativa

2.1.2.2.1 Isotipo

Cuando se habla de isotipo en la CBS se habla del famoso ojo que lo representa, el cual ha pasado a la historia de los medios de comunicación. El ojo de la CBS fue diseñado por William Golden en 1952, teniendo como referencia el cuadro al óleo *El falso espejo* de René Magritte.



Fig 25. *El falso espejo*. Cuadro dibujado en 1928 por René Magritte.

Es importante para una empresa crear y diseñar una imagen corporativa adecuada, que tenga un impacto positivo en el público. Con este *big eye* la CBS lo consiguió. En la actualidad la cadena americana sigue apostando por este diseño como imagen principal para los espectadores. Este isotipo tiene una serie de características:

- El ojo aparece representado a través de distintas formas geométricas. Principalmente esferas y semicircunferencias. Algunas de estas formas aparecen ligeramente deformadas para crear la similitud del ojo.
- Utilización de la simplicidad del blanco y el negro. Lo hace más austero, serio y efectivo. Aun así, esta imagen también aparece en azul y en dorado. Actualmente la mosca de la CBS es este ojo en color dorado.
- Es totalmente en 2D. No hay ningún rasgo de tridimensionalidad.
- La figura del ojo es puramente simbólica. Representa la visión de la información, la captación de la noticia.
- El isotipo denota tranquilidad, autoridad y firmeza. La composición representa el equilibrio. Está todo creado con una perfecta simetría.
- La vistosidad y simplicidad del isotipo hace que sea fácilmente reconocible para los espectadores.

2.1.2.2.2 Logotipo

The image shows the CBS logo in a bold, black, sans-serif font. The letters are thick and uniform in weight, with straight edges and no serifs. The 'C' is a simple circle, the 'B' has a straight vertical stem, and the 'S' is a simple, rounded shape.

Fig 26. Logotipo de CBS

- Esta tipografía pertenece a la familia de Sans serif. Estas letras no tienen remates en sus extremos, son más planas en ese aspecto. Son vértices rectos y sus trazos uniformes. Específicamente estaría dentro del subtipo de sans serif geométrica.
- Este tipo de letra denota una mayor serenidad y seriedad. Esta tipografía es la principal de la cadena, no obstante, durante un tiempo las letras que daban nombre a la compañía fueron serif y sans serif de tipo grotesco.
- El color utilizado para el logotipo es el negro. Representa la madurez y la seriedad de la cadena. Al igual que el ojo también sufrió un cambio de color. En este caso al azul.
- Es una tipología simple, no posee ningún adorno en su forma.

2.1.2.2.3 Imagotipo

The image shows the CBS logo, which consists of a stylized eye icon followed by the letters 'CBS' in a bold, black, sans-serif font. The eye icon is a circle with a smaller circle inside, and a white shape that looks like an eye opening.

Fig 27. Imagotipo de la cadena estadounidense CBS.

El grafismo en los informativos estadounidenses

- El isotipo está separado del logotipo a través de simple espacio, dejando a cada elemento su lugar gráfico. En este imagotipo prima la horizontalidad, al contrario que en el de NBC.
- Este imagotipo es el utilizado para los informativos. Aparece continuamente en las retransmisiones, en algunos casos se le añade el espacio horario de la emisión. Por ejemplo: CBS EVENING NEWS⁶.
- Existe una buena conjunción entre ambos elementos, otorgando una fuerte identidad al espectador que lo contempla.
- No siempre es la imagen utilizada, ya que depende de los contenidos emitidos. Si se habla de series el imagotipo cambia por un isotipo del ojo en color dorado. Este isotipo también es utilizado para promoción vía redes e internet.



Fig. 28. Isotipo principal en programación de entretenimiento y redes

2.1.2.3 Recorrido histórico de su imagen

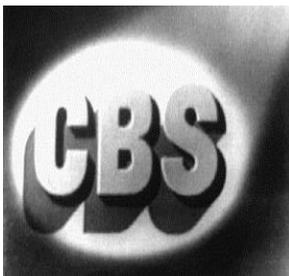


Fig. 29. Imagen CBS 1941-1951

1941 – 1951. El primer logo de la CBS se caracterizó por presentar solamente tipografía. Esta era de tipo sans serif. Además se utilizaba un efecto de luz para darle sombra y crear tridimensionalidad. Fue la imagen de la cadena durante los diez primeros años.

1942 – 1946. El famoso ojo de la CBS fue diseñado por William Golden el 20 de febrero de 1951. Su espectacular significado ha permitido que se mantenga hasta nuestros días. Sobre este ojo blanco y negro se han realizado muchas variaciones.



Fig. 30. Imagen CBS 1951-presente

⁶ CBS Evening News: Consiste en el noticiario más importante de la cadena norteamericana y es presentado por Scott Pelley y Rush Mitchell. Existe como tal desde el año 1963.

El grafismo en los informativos estadounidenses



1951 – 1956. Este isologo combina la tipografía sans serif de CBS con el ojo creado por William Golden. Crea así una unión perfecta, muy vistosa para el espectador. Los colores siguen siendo blancos y negros.

Fig. 31. Imagen CBS 1951-1956

1956 – presente. Este imagotipo se ha mantenido hasta la actualidad. Hoy en día es el logo secundario. Mantiene el famoso ojo a la izquierda y una tipografía a la derecha de tipo serif.



Fig. 32. Imagen CBS 1956-presente



1959 – 1989. En el año 1959 se vuelve a recuperar el isologo de 1951. No obstante, a este se le otorga una mayor definición gracias al desarrollo de las tecnologías.

Fig. 33. Imagen CBS 1959-1989

2007-2010. Consiste en el mismo logo de 1956 pero con cambios en la tipografía. Esta es de tipo sans serif. Sólo duró tres años.



Fig. 34. Imagen CBS 2007-2010



2010 -presente. Exactamente igual que la anterior pero con una tipografía más redondeada.

Fig. 35. Imagen CBS 2010-presente

2.1.3 ABC (AMERICAN BROADCASTING COMPANY)



Fig 36. Isologo de la cadena estadounidense ABC.

2.1.3.1 Historia

La American Broadcasting Company, más conocida por sus siglas ABC, es una de las tres cadenas de televisión y de radiodifusión más importantes de los EE.UU. Fue creada en 1943 gracias a una matriz de la NBC, llamada *NBC Blue Network*. Su primera emisión se produjo en el año 1948. A esta cadena también se le conoce como la *Alphabet Network* debido a que en su isologo presenta las letras ABC, las primeras letras del alfabeto latino.

En la actualidad la ABC es propiedad de *The Walt Disney Company* y es parte del *Disney – ABC Television Group*. La compañía está constituida por una unidad de televisión, una de radio (ABC Radio), una división de noticias (ABC News), una de entretenimiento (ABC Entertainment) y una división de deportes, conocida como ESPN.

Como una de las *Big Three Television Networks* (*Tres Grandes Cadenas de Televisión*), la cadena ha contribuido a la cultura popular de Estados Unidos con su programación. Cabe recordar que la ciudadanía estadounidense es muy propensa a influenciarse de todo el contenido televisivo. Además, este contenido también se ha difundido a nivel mundial. Un ejemplo de ellos es una de sus series más famosas *Pretty Little Liars*. Emitida en España por AXN.

2.1.3.2 Identidad Corporativa

2.1.3.2.1 Isologo

Al contrario que en los dos canales anteriores, ABC no cuenta con un imagotipo, sino con un isologo. Este consiste en la unión de un símbolo gráfico (en este caso el círculo) y una tipografía (abc). Ambos elementos solo funcionan unidos, nunca por separado.

Este isologo fue creado por el grupo *Troika Design Group* (Fuente: logos.wikiguia) teniendo como referencia el antiguo logo en 2D de Paul Brand, realizado en 1962. Tiene las siguientes características:

- La tipografía es de tipo Sans serif. De nuevo sin remates y con vértices rectos. Específicamente estaría dentro del subtipo de sans serif geométrica. Otro aspecto curioso dentro de la tipografía es que está en minúsculas. Este provoca un acercamiento al público. La hace más moderna.
- Las tres letras están geoméricamente introducidas en un círculo, mostrando un equilibrio perfecto, al estar correctamente alineadas.
- El isologo combina el blanco y el negro. En su versión 2D los colores eran planos, no obstante, en la versión actual 3D se utilizan unos colores más grisáceos para conseguir esa tridimensionalidad. Para esto se usan efectos de luces y sombras, así como introducir distintos tonos de grises. Para su programación de entretenimiento ABC también utiliza un isologo en color dorado.
- Correcto contraste entre el color blanco de las letras y el fondo, de un tono más oscuro.

2.1.3.3 Recorrido histórico de su imagen

The Blue Network

Fig 37. Imagen ABC 1942 – 1943

1942 – 1943. The Blue Network consiste en una matriz de la NBC de la cual nacería American Broadcasting Company (ABC). Este logotipo presenta un distinguido trazo en cursiva. La tipografía es de tipo caligráfica.

1943 – 1945. Es muy parecido al logotipo anterior, no obstante, este aporta las palabras que darían lugar a ABC.



Fig 38. Imagen ABC 1943 – 1945

Además combina una tipografía en mayúsculas serif con el Blue en caligráfica.



Fig 39. Imagen ABC 1945 – 1953

1945 – 1953. Ya como ABC aparece una nueva imagen televisiva, con las grandes siglas de TV. En el centro y de manera vertical aparecen sobre la silueta de un micro las letras ABC en tipografía serif. El isologo representa a la pantalla de televisión.

1948 – 1953. En este isologo se utiliza por primera vez el círculo característico en años posteriores. Consiste en un conjunto de circunferencias. En el centro de ellas se asientan las letras de ABC en tipografía sans serif. Todavía se juega con el blanco y negro.



Fig 40. Imagen ABC 1948 – 1953



Fig 41. Imagen ABC 1948 – 1953

1953 – 1957. Sobre el isologo del círculo realizaron numerosas modificaciones. Una de ellas fue adornarlo con la figura de un águila, importante en la historia estadounidense. El círculo se asemeja a un escudo.

1957-1962. Durante este periodo de tiempo ABC da un vuelco total a su imagen. Elimina el águila y la sustituye por una capitular: la letra a. Dentro de esta a se encuentran en horizontal las letras abc. Tipografía sans serif.



Fig 42. Imagen ABC 1957 – 1962



Fig 43. Imagen ABC 1962 – 2007

1962-2007. Diseño muy similar al actual. Los colores principales son blancos y negros. La tipografía es de tipo sans serif. La única diferencia con el actual es que este está en 2D. Su diseñador fue Paul Rand.

1962-1970. Fue uno de los más destacados de la época debido a su innovación en el color. Es similar al anterior salvo por el cambio de tono de las letras sans serif. Este fue un rediseño del logo de 1962 realizado por Paul Barnes.



Fig 44. Imagen ABC 1962 – 1970



Fig 45. Imagen ABC 2007 – presente

2007-presente. Un diseño muy moderno. Utilización de colores más sencillos y con mayor estética que los arquetípicos blancos y negros. Apreciamos una escala de grises. Tipografía en sans serif. Aparición del 3D. También consiste en un rediseño del logo de 1962, realizado por Troika Design Group.

3. Análisis del tipo de grafismo presente en los informativos de las tres cadenas americanas

Existen muchos tipos de análisis a la hora de investigar sobre el grafismo de los informativos estadounidenses. Tanto NBC, CBS, como ABC desarrollan este sector de manera distinta, rigiéndose por determinados aspectos que los caracterizan. Cabe recordar que los americanos fueron los primeros en utilizar sistemas de pintura digital en sus programas, como el sistema AVA⁷ (Ampex Visual Art). Esto facilitó el ascenso jerárquico del grafista televisivo.

Para realizar un análisis y una comparación completa entre cadenas he optado por una división en bloques temáticos, es decir, secciones dentro del conjunto del informativo más importante: *NBC Nightly News*, *CBS Evening News* y *ABC World News*. Los bloques serían los siguientes:

- Cortinillas o Bumpers
- Sumarios
- Noticias nacionales
- Catástrofes
- Deportes
- Información Meteorológica

3.1 Cortinillas o Bumpers

Una cortinilla de televisión es un vídeo de duración variable, normalmente inferior a 30 segundos, que se utiliza para separar distintos elementos televisivos, ya sea distintos bloques informativos o entre anuncios y programación. También son conocidas como bumpers. Estos están caracterizados con la identidad corporativa de la cadena. Pueden servir como vídeos de corta duración utilizados para introducir el informativo. A esto también se le conoce como introducción.

⁷ AVA (Ampex Visual Art): Sistema de pintura digital para televisión creado por la empresa estadounidense Ampex, fundada en 1944 por Alexander M. Poniatoff.

3.1.1 NBC Nightly News

NBC Nightly News es el informativo más importante de la cadena NBC. Sus emisiones comenzaron en 1970, sucediendo al exitoso *Huntley-Brinkley Report*. Actualmente es emitido desde el Estudio 3C en el edificio GE del Rockefeller Center de Nueva York. Es presentado por Brian Williams (de lunes a viernes) y por Lester Holt (sábados y domingos).

Este programa sitúa su cortinilla de introducción como enlace entre el sumario principal, donde se hace un resumen de las principales noticias, y el cuerpo del informativo.

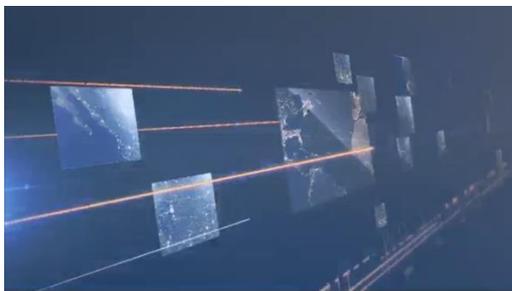


Fig. 46, 47 y 48. Frames principales de la cortinilla introductoria de NBC Nightly News

El grafismo en los informativos estadounidenses

Esta cabecera tiene las siguientes características:

- La duración de esta introducción es de 10 segundos. Las cortinillas deben de ser breves ya que sólo son meros nexos, así como elementos de contextualización.
- Hay que destacar el color. El más dominante es el color azul, el cual refleja que estamos ante un programa informativo. En todos y cada uno de los bumpers de noticias aparece siempre este color. En segundo plano destaca el color rojo para generar un contraste entre ambos. Finalmente se utiliza una mezcla entre rojo y dorado para resaltar determinados elementos como el edificio GE desde donde se emiten los informativos.
- Para la tipografía se utiliza el color blanco y el color azul. Esta es de tipo serif, ya que posee remates en sus extremos. Específicamente es de subtipo glífico. Aparece situada en el centro de la pantalla y en mayúsculas. Esto se utiliza para ensalzar la importancia de lo escrito.
- Respecto a las formas encontramos numerosos elementos cuadrados. En cada uno de ellos aparecen representados mapas de países del planeta. Estos cuadrados reflejan tridimensionalidad al estar sobreexpuestos unos de otros. Existe también una diferencia en su escala. Estos cuadrados acaban uniéndose en el gran rectángulo sobre el que se encuentra la tipografía y el logo de NBC.
- La gran utilización de mapas representando lugares del mundo le hacen tener rasgos de grafismo de ubicación. Estos mapas acaban confluyéndose en un gran mapa del mundo.
- El movimiento es continuo durante la cortinilla. En primera instancia el punto de visión principal es la izquierda de la pantalla. Con el paso de los segundos esta visión pasa a centralizarse gracias al movimiento de los cuadros que van de derecha a izquierda. Una vez centrada la imagen aparece desde fuera de plano y desde una posición frontal los elementos que dan lugar a la tipografía. Fundamental para conseguir este efecto la utilización del 3D.
- Otro elemento clave en esta cortinilla es el movimiento de una serie de formas simples: las líneas. Estas son de color rojo y se mueven

El grafismo en los informativos estadounidenses

siguiendo la aparición de los cuadros. Siempre en línea recta, pero a lo largo de toda la pantalla. Este movimiento de líneas similar al de la cámara choca con la aparición de los cuadros.

- Durante la cortinilla se escucha una presentación vía voz que dice lo siguiente: *“from nbc news world headquarters in new york this is nbc nightly news, reporting tonight...”*

3.1.2 CBS Evening News

CBS Evening News es el informativo más importante de la CBS. Lleva emitiéndose desde el año 1948. Es presentado por Scott Pelley (lunes a viernes) y por Russ Mitchell (sábados y domingos). Al igual que en la NBC la cortinilla de introducción se sitúa entre el sumario y el cuerpo del informativo. Tiene las siguientes características:

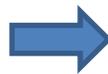


Fig. 49, 50 y 51. Frames principales de la cortinilla introductoria de CBS Evening News



- La duración de esta introducción es de 6 segundos. Esta intro es más breve que la de NBC. Esta es más transparente, no hay tantos elementos en escena.
- En lo concerniente al color. El más dominante es de nuevo el color azul, el cual refleja que estamos ante un programa informativo. En segundo plano destaca el color dorado para resaltar a todos los países del mundo. De esta manera destacan sobre el fondo azul oscuro. También se aprecia el color blanco para las circunferencias que representan el planeta Tierra.
- Para la tipografía se utiliza el color blanco y el color blanco. Esta es de tipo sans serif, ya que no posee remates en sus extremos. Específicamente es son de subtipo geométrica. Aparece situada en el centro de la pantalla pero ligeramente desplazada a la derecha. También está en mayúsculas.
- Respecto a las formas encontramos varios elementos circulares, estos hacen referencia al globo terráqueo. Sobre estos círculos se sitúan los elementos dorados (los países). Ambos elementos muestran una tridimensionalidad gracias a las texturas. Sobre este conjunto de elementos aparece la tipografía.
- La utilización del mapa del mundo le hace tener rasgos de grafismo de ubicación. Este mapa es constante durante toda la cortinilla, al contrario que en la intro de NBC donde los pequeños mapas confluían en uno definitivo.
- El movimiento es continuo durante los 6 segundos. En primera instancia el punto de visión principal es la derecha de la pantalla. Con el paso de los segundos esta visión termina en el lado contrario, donde mediante un fundido entrelazado se centra el punto de vista. Símbolo de esto es el asentamiento de los países sobre el fondo. No obstante, a pesar de que los movimientos de cámara cesan, los elementos no aparecen centrados sino que están en perspectiva. Fundamental para conseguir este efecto la utilización del 3D.

El grafismo en los informativos estadounidenses

- Durante la cortinilla se escucha una presentación vía voz que dice lo siguiente: “*this is the CBS Evening News with...*”

3.1.3 ABC World News Tonight

ABC World News es el noticiero más importante de la cadena ABC. Su emisión comenzó en 1953. Actualmente es presentado por David Muir. La cortinilla de presentación es similar a la de las cadenas anteriores, funcionando como nexo. Sus características son:

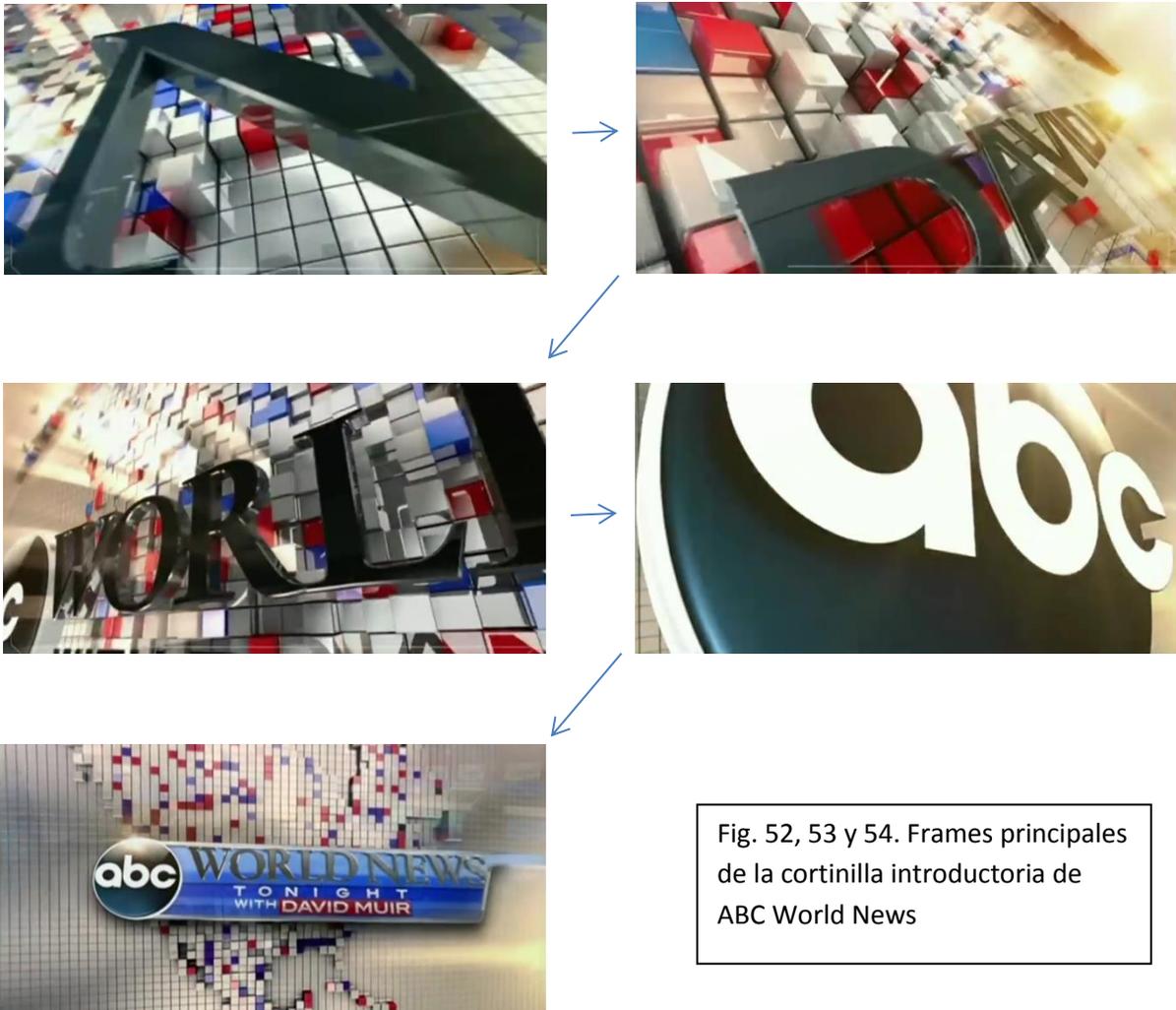


Fig. 52, 53 y 54. Frames principales de la cortinilla introductoria de ABC World News

El grafismo en los informativos estadounidenses

- La duración de esta introducción es de 7 segundos. Dura más que la intro de la CBS y menos que la de NBC. Es la cortinilla más compleja debido a que es la que más elementos presenta.
- En lo concerniente al color. El más dominante es el color blanco, presente en el fondo. Sobre este aparecen tres colores secundarios: el rojo, el azul y el negro. Mientras que el rojo y el azul (colores de la bandera americana) sirven para contrastar el fondo, el negro sirve para marcar la tipografía. De nuevo vuelve a aparecer el color azul, símbolo de información.
- Al igual que en las dos intros anteriores el marco principal es un mapa. Este aparece en esta ocasión a través del color rojo, azul y blanco y a través de cubos que alternan distintas escalas y posiciones.
- Para las palabras WORLD NEWS se utiliza el color negro y una tipografía serif, ya que poseen remates en sus extremos. Específicamente son de subtipo glífico. Aparecen situadas en el centro de la pantalla junto al logo principal de ABC comentado anteriormente (punto 2). También están en mayúsculas y a mayor tamaño que las que se sitúan en la parte inferior del rótulo. Estas muestran TONIGHT WITH DAVID MUIR en un color blanco y son de tipo sans serif y de subtipo geométrico.
- Respecto a las formas encontramos varios elementos. El principal son los numerosos cubos que conforman el fondo y que gracias a su escala y tamaño permiten distinguir la forma del continente norteamericano. Sobre este fondo aparece el círculo del isologo de ABC, del que nace el rótulo rectangular que da vida a la tipografía.
- Fundamental en esta cortinilla las texturas. Son claves a la hora de crear el efecto 3D.
- La utilización del mapa de Norteamérica le hace tener rasgos de grafismo de ubicación. Este mapa es constante durante toda la cortinilla.
- El movimiento es continuo durante los 7 segundos. El bumper comienza con dos movimientos de cámara de izquierda a derecha, mostrando mínimamente las palabras news y David Muir. A continuación el movimiento es al contrario, de derecha a izquierda. Esta vez se muestra

El grafismo en los informativos estadounidenses

la palabra world. El siguiente plano es un recorrido en diagonal desde la esquina inferior derecha hasta la esquina superior izquierda. Finalmente, el último plano nace desde el logo de ABC para desembocar en el frame final (figura 27).

- Esta cadena hace mucha referencia a través de sus colores de la bandera de los Estados Unidos de América.
- Durante la cortinilla se escucha una presentación vía voz que dice lo siguiente: *“from ABC News World headquarters, this is the ABC World News Tonight with...”*

3.2 Sumarios

Los informativos estadounidenses, al igual que la inmensa mayoría, se caracterizan por comenzar por un resumen de las noticias más importantes. A esto se le conoce como sumario. Sirve principalmente para establecer una primera llamada de atención al espectador. Normalmente muchas de las noticias suelen coincidir debido a su importancia, no obstante, el tono con el que se cuentan es el matiz que otorga a una cadena su status.

Tanto NBC, CBS como ABC cuentan con este tipo de sumarios. Durante estos el presentador va comentando brevemente las noticias al ritmo que se suceden una serie de gráficos.



Fig.55. Estilo de sumario de NBC.

NBC Nightly News establece en pantalla completa pequeños fragmentos visuales de sus noticias. No obstante, deja un pequeño lugar en la esquina donde mostrar

un fondo similar al de su cortinilla de inicio. Este es de color azul y ofrece el mapa del mundo a través de pequeñas luces.

A estos elementos le acompaña un gran rótulo principal colocado en la parte inferior de la pantalla. Este está reforzado por un ligero destello, que hace que

El grafismo en los informativos estadounidenses

fijemos los ojos en el texto (la tipografía es sencilla y clara). Justo debajo del rótulo principal aparece otro con el nombre e isotipo de la cadena.



Fig.56. Bumper de sumario de NBC.

Respecto al tipo de grafismo se aprecia como NBC Nightly News vuelve a utilizar la identidad corporativa de su programa, aplicando el grafismo de ubicación que lo caracteriza a las

cortinillas que dividen las noticias del sumario. Es de tipo ubicativo debido a la presencia de mapas. En esta cortinilla impera el color azul informativo y un gran rótulo blanco donde reina la palabra "NEWS".



Fig.57. Estilo de sumario de CBS.

CBS Evening News también le otorga la importancia de pantalla completa al sumario, pero al contrario que NBC las imágenes dejan ambos espacios por

la parte superior y por la parte inferior. En estos lugares aparece un fondo blanco con ligeras sombras oscuras.

En este grafismo de sumario prima el color rojo, el blanco y el negro. Posee dos rótulos importantes: el principal (de color rojo oscuro) situado en la parte inferior y que posee las palabras claves de la noticia. Y el secundario (de color negro) situado en la parte de arriba. En este último se encuentra el logo de la cadena y el nombre del



Fig.58. Bumper de sumario de CBS.

El grafismo en los informativos estadounidenses

programa. Este mítico logo de la CBS es el elegido para crear la cortinilla de transición. Grafismo icónico.

ABC World News Tonight vuelve a establecer su sumario en pantalla completa. Este tipo de sumario es muy parecido al de CBS, estableciendo como principal diferencia el color utilizado. ABC también establece



Fig.59. Estilo de sumario de ABC.

un ligero espacio en la parte superior de la pantalla y en la parte inferior. En esta última es donde coloca el rótulo principal (sobre un color azul). La parte de arriba la preside el isologo de la cadena, el nombre del programa y del presentador.

Lo más representativo de esta cadena son los colores corporativos que utiliza, ya que son los de la bandera norteamericana. Cabe recordar el gran patriotismo que se vive en el país. Estos mismos colores son los que dan lugar al bumper de transición informativa.

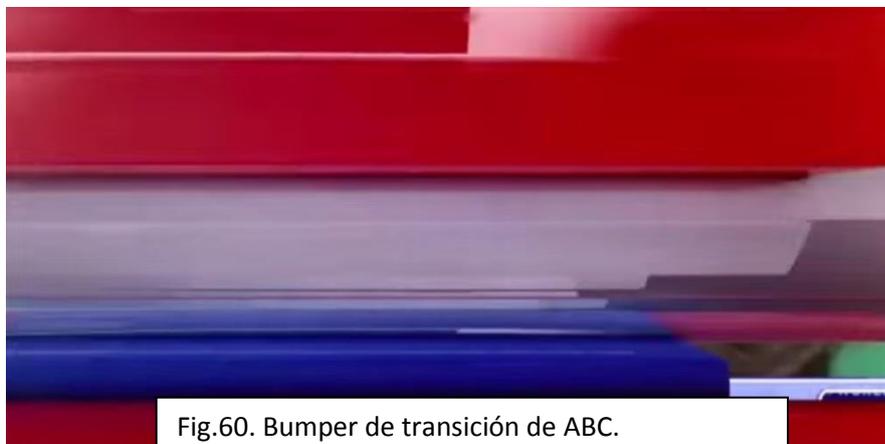


Fig.60. Bumper de transición de ABC.

Se puede decir que ABC News posee un estilo más tradicional, con elementos mucho más austeros y sencillos. También cabe destacar que su cortinilla es menos costosa de realizar debido a su economicidad. No obstante, su resultado es óptimo y cumple las expectativas.

3.3 Noticias nacionales

A continuación vamos a ocuparnos del estudio gráfico que realizan estas tres cadenas para hablar sobre noticias de actualidad nacional.

El pasado 8 de junio dos presos se escaparon de una cárcel del estado de Nueva York, exactamente en la ciudad de Dannemora. El tratamiento gráfico realizado por la NBC fue el siguiente:



Fig. 61. Grafismo ubicativo NBC

Para situar el lugar exacto donde se encuentra la cárcel afectada se utiliza un mapa del estado de New York al que se le aplican elementos de contextualización (color, puntos, rótulos). Es sin duda un tipo de grafismo de ubicación.

Otro tipo de grafismo utilizado en esta noticia nacional es la fotografía estática. En este caso se muestran las fotos de los presos una al lado de otra y sobre un fondo de rejas. Esto recuerda al espectador el tono de peligrosidad de la noticia.

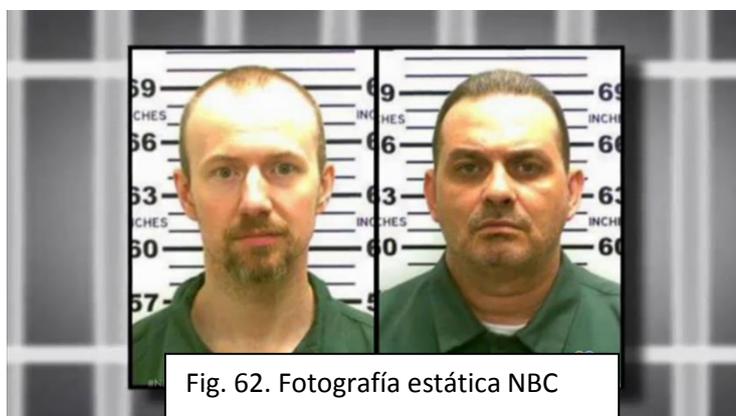


Fig. 62. Fotografía estática NBC



Fig. 63. Grafismo de fuente NBC

El siguiente tipo de grafismo se consigue a través de una imagen obtenida por una fuente distinta a la cámara de televisión. En este caso una declaración se realiza vía *Skype*⁸. El grafismo que se utiliza

⁸ Skype: es un software que permite comunicaciones de texto, voz y vídeo sobre Internet.

El grafismo en los informativos estadounidenses

consiste en incorporar esta imagen sobre una pantalla de un iPad. De esta manera se crea esa atmósfera necesaria para que el espectador conozca la procedencia del material infográfico.

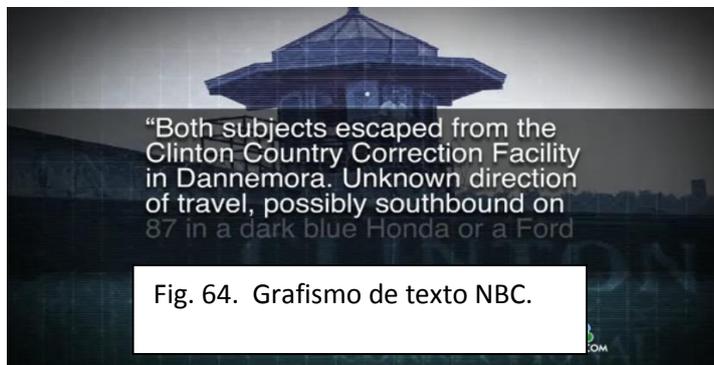


Fig. 64. Grafismo de texto NBC.

En el ejemplo anterior se trata el grafismo utilizado para documentar una fuente. No obstante, existen otras formas. En este nuevo caso se instaura una fotografía estática que tenga relación con el eje de la noticia y

sobre esta se van incorporando gráficos de texto. Estos van a la misma velocidad que la voz. Servirían a modo de subtítulos.

Para finalizar, otro grafismo muy importante y sobretodo muy utilizado es el de realidad virtual. Consiste en que, a través de determinados softwares de 3D, se reconstruye la escena del suceso. Así se puede ver en la imagen como los presos huyen de la celda.



Fig. 65. Realidad virtual NBC.

Esta misma noticia fue tratada por la CBS de la siguiente manera:

En primer lugar cabe destacar que tanto una como otra cadena utilizan prácticamente el mismo tipo de grafismo, como por ejemplo las fotografías estáticas de los dos presos. No obstante, siempre existen variantes.



Fig. 66. Grafismo de dibujo 2D y fotografía estática de CBS

En CBS Evening News utilizan un dibujo en 2D a modo de plano para indicar la huida. Este sirve de fondo para un conjunto de fotografías estáticas de la escena del suceso.

El grafismo en los informativos estadounidenses

Otra diferencia gráfica respecto a la cadena anterior es la información individual de cada fugitivo. En este caso muestran a Richard Matt a través de una fotografía que se asienta sobre un fondo de alambre. Además gracias a un gráfico de texto se explica porque fue ingresado en prisión.

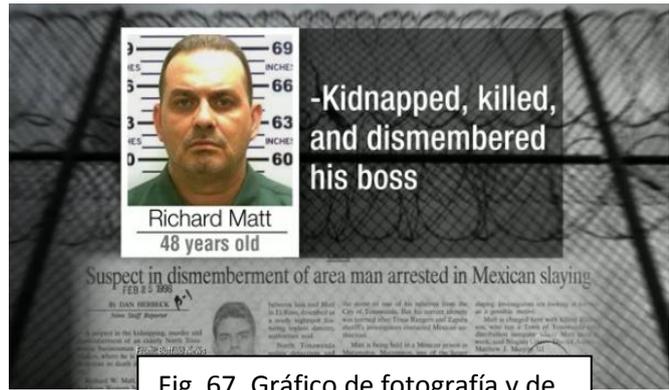


Fig. 67. Gráfico de fotografía y de texto en la CBS

ABC World News también informó a los ciudadanos de esta huida, y lo hizo a través de estos gráficos:



Fig. 68. Grafismo ubicativo ABC

ABC también contextualiza la noticia a través de grafismo de ubicación (utilización de mapas). Es fundamental conocer el espacio ya que permite al espectador ubicar bien el suceso.

Posteriormente utilizan un gráfico creado virtualmente en el que se intenta plasmar la realidad de lo ocurrido. Este recurso también lo utilizó la NBC como vimos anteriormente. Es el grafismo más complejo debido a los conocimientos que se deben poseer de 3D.

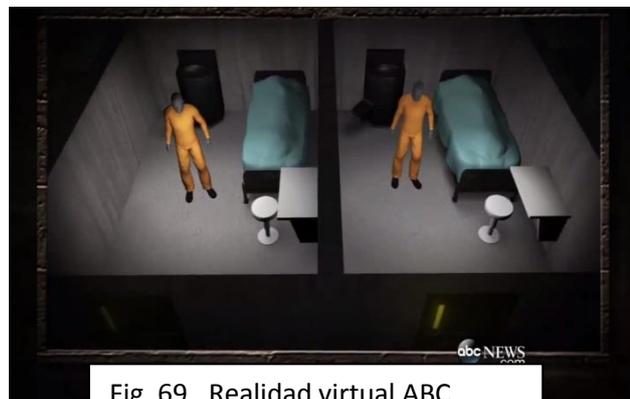


Fig. 69. Realidad virtual ABC.



Fig. 70. Gráfico de fotografía y de texto en la ABC

Para terminar destacar el gráfico de texto sobre imagen estática, bastante recurrente en los informativos estadounidenses. En estos aparece sobretodo declaraciones de personas cercanas al caso.

3.4 Catástrofes

Otro apartado importante dentro de un informativo son todas aquellas noticias relacionadas con catástrofes, ya sean naturales o provocadas por algún ser humano. En esta ocasión vamos a ver el tratamiento de estas cadenas sobre el accidente de avión acaecido el pasado 24 de marzo en los Alpes franceses. Fue una terrible tragedia ya que perdieron la vida 150 personas, entre ellos niños. El avión realizaba el trayecto Barcelona – Düsseldorf.



Fig. 71. Gráfico de organización por caretas en NBC.

NBC Nightly News informa de esta noticia aportando muchos gráficos. Uno de ellos es la utilización de caretas para organizar a sus reporteros y presentadores. Cada uno situado en un lugar del mundo.

Otro gráfico que tampoco falta en este tipo de noticias es el de la explicación técnica sobre las partes del objeto accidentado, en este caso el avión. NBC utiliza para ello un gráfico de ficha con dibujo. Sobre un fondo verde sitúa el avión, todo de manera virtual. A partir de aquí se utiliza texto para explicar determinados aspectos más técnicos.



Fig. 72. Gráfico de ficha con dibujo en NBC



Fig. 73. Gráfico de realidad virtual y textos en NBC

Finalmente, otro recurso gráfico determinante es el gráfico de realidad virtual, en el cual se recrea como ha sido el accidente aéreo. A esta realidad le acompañan gráficos de textos que refuerzan la explicación de la voz en off.

El grafismo en los informativos estadounidenses

CBS Evening News trata la información de manera similar. Al igual que NBC utiliza una ordenación por caretas entre su presentador y dos reporteros y una recreación virtual del suceso.



Fig. 74. Gráfico de organización por caretas y de realidad virtual en CBS

El único añadido respecto al canal anterior es la utilización de grafismo de ubicación. CBS Evening News, además de recrear el accidente, contextualiza a través de un mapa el punto exacto de la colisión.



Fig. 75. Gráfico ubicativo en la CBS sobre el accidente de Germanwings

ABC World News, tercera cadena a analizar, utiliza los mismos tipos de gráficos. De esta manera se aprecia como los gráficos de ubicación, los textos, las fichas con explicaciones, las caretas de conexión en directo y sobre todo las recreaciones virtuales son los elementos más utilizados. Al ser un hecho de gran repercusión social es importante ofrecer cuanta más información mejor y sobre todo de buena calidad. Este es el tratamiento de esta tercera cadena:

El grafismo en los informativos estadounidenses



Fig. 76. Gráfico ubicativo y de realidad virtual en ABC

3.5 Información Deportiva



Fig. 77. Gráficos de caretas de ABC y CBS

verídica entre presentador y reportero.

Respecto a la información deportiva todas las cadenas basan sus gráficos en las caretas. Estas consisten en la inmediatez y las características del directo. La información deportiva suele estar influenciada por el reportero

y la conexión en directo al lugar del evento. Estas son algunas de las caretas realizadas por ABC y CBS. Ambas propuestas son totalmente diferentes. Una propone una conexión en paralelo mientras que otra establece una interacción más

3.6 Información Meteorológica

Para finalizar con este exhaustivo análisis es vital centrarse en una de las informaciones más consultadas por la sociedad. Es la información que concierne al tiempo.

Muchas son las personas que organizan viajes y actividades en las que el buen tiempo es fundamental. Por esta razón la información referida al tiempo es clave. Una buena predicción realza la importancia y la veracidad de la cadena. Cada vez más se ve como estas secciones meteorológicas tienen una mayor duración al final de los informativos.

Tras comparar el tratamiento realizado a este apartado por las distintas cadenas se observan una serie de características:

- En primer lugar todas ellas utilizan grafismo de ubicación. Este es fundamental ya que la labor de contextualización es necesaria para que el espectador asimile mejor la información. En estos gráficos la utilización de colores contrastados (frío – calor) es igual de importante que la contextualización. Siempre los colores más cálidos (naranja – rojo) son aquellos que dan más sensación de alerta.
- Todos estos mapas vienen acompañados de rótulos y tipografías que refuerzan el contenido. No sólo basta con las indicaciones del presentador, sino también con la presencia de estos textos y formas.



Fig. 78. Grafismo Meteorológico en la CBS, NBC y ABC.

El grafismo en los informativos estadounidenses

- En segundo lugar, todas realizan una predicción de cómo será la semana. Esta información la detallan a través de tablas alfanuméricas, donde se combina texto, números y dibujos. El texto explica el día semanal, los números la temperatura y los dibujos el tiempo que hará exactamente.



Fig. 79. Tablas alfanuméricas sobre predicción del tiempo en NBC y CBS.

- CBS y ABC utilizan en sus tablas alfanuméricas un lenguaje de símbolos más coloquial que la NBC. Esta última presenta una mayor austeridad en sus dibujos. Son animaciones serias y simples. Las dos primeras utilizan formas más redondeadas, volúmenes más grandes y tipografías más modernas.
- En todos estos gráficos el color dominante es el azul, ya que es el color de la información.

3.7 Rótulos

Los rótulos son aquellos elementos constituidos por formas, colores y tipografías cuya función es ubicar e informar al espectador. El rótulo más conocido es el que explica la identidad del personaje que aparece en pantalla. No obstante, existen muchos tipos de rótulo dependiendo de sus funciones. Para que estos elementos trabajen correctamente debe existir una cohesión entre el fondo y las letras, buscando siempre la sencillez, la legibilidad y la geometría. Además el rótulo debe ser atractivo para el espectador y servir como elemento identificativo de la cadena. Vamos a ver y analizar los respectivos rótulos utilizados en los informativos de estas televisiones.



Fig. 80. Rótulos de los informativos de NBC, CBS y ABC.

- NBC utiliza para su rótulo principal un color azul informativo, adornado en el fondo con el mapa del mundo. La tipografía es sans serif mayúscula. Además combina la utilización de negrita.
- En CBS los colores se alejan del azul y se sitúan en el blanco y rojo. Estos dos son característicos de la cadena. La tipografía también es sans serif y en mayúscula.
- ABC vuelve a utilizar el color azul como motor principal del rótulo. En este caso las letras son minúsculas y más coloquiales.
- Todos estos rótulos sirven para dar más información al público y sobre todo para presentar a las personas que son noticia.
- También se puede encontrar otro tipo de rótulos. Por ejemplo:



Fig. 81. Rótulo de CBS NEWS. Acompaña la información.

Estos gráficos acompañan a mapas, dibujos, tablas, etc. La función que tienen es explicarte de manera rápida y sencilla la noticia a la que acompañan. Es decir, si aparece en pantalla un gráfico de dibujo pero a su alrededor escasean los rótulos estamos ante una incongruencia, ya que el mensaje que se quiere transmitir se quedará a mitad de camino entre la cadena y el espectador.

3.8 Declaraciones de presentadores referentes y diseñadores gráficos profesionales

Nunca hay que olvidar que todos aquellos gráficos que se ven por televisión son obra de una serie de profesionales cualificados. Todos ellos poseen grandes conocimientos sobre herramientas de diseño y sobre creatividad. Debido a la importancia de estas personas se ha investigado, a través de distintas fuentes, diversas charlas sobre grafismo audiovisual. Una de las que ha llamado mi atención ha sido la de Connie Hunter, directora gráfica del diario *El Universo* en la Universidad Espíritu Santo de Guayaquil, Ecuador.

Connie Hunter afirma que a la hora de diseñar es fundamental la “destreza y creatividad del diseñador”. Este debe ser capaz de desenvolverse con rapidez ante situaciones de alerta. Además valora que para llegar a ser un gran diseñador no sólo debes saber ilustrar, sino que también debes ser cuidadoso con las proporciones. Una utilización correcta de todos los elementos elegidos es lo mismo que hablar de una correcta comunicación con el espectador. “El diseñador también tiene que cumplir la misión de informar”, afirma.

Otro diseñador interesante es Manuel Estrada (Madrid, 1953). Conocido por su trabajo en el Colectivo Sidecar y por tener un estudio con su nombre. Manuel defiende que el arte del grafismo es el equilibrio. “Diseñar es como hacer malabares, es una búsqueda constante del equilibrio de los elementos”. Cada uno de estos debe aportar algo. No se trata de diseñar por diseñar, debe existir un fin y un objetivo.

Para finalizar este apartado es necesario hacer mención al exdirector de grafismo de la CNN+ Álvaro Moreno de la Santa. Este diseñador y presentador de TV considera que el propio dibujo no era lo principal en televisión. No es necesario tener una destreza descomunal para dibujar a mano. Con esto se vuelve de nuevo a la afirmación de Connie Hunter sobre la importancia de la proporción respecto al detalle del trazo.

Respecto a los gráficos de realidad virtual dispuestos en los informativos, De la Santa afirma que si son de calidad, siempre podrán ser reutilizados. Por esta razón las televisiones deben ser capaces de tener sistemas de almacenamiento de todas estas creaciones. Estas también vienen determinadas por la identidad corporativa y por la capacidad creativa del

diseñador. Otro elemento clave en el grafismo televisivo según él es la utilización del grafismo de ubicación. Este es siempre necesario, ya que puede aportarte sencillez, claridad y velocidad de transmisión al espectador.

En definitiva, siempre es preciso conocer las experiencias de otros profesionales del sector. Cada uno tiene su propia perspectiva y su manera de dirigir la identidad de sus diseños. Todo siempre con un fin: informar.

4. Conclusiones

- 1) El punto de partida de la tesis es conocer la definición de grafismo y la importancia de este respecto a otros medios de comunicación. Se entiende por grafismo a la expresividad del qué y cómo se dice a través de la utilización de elementos gráficos. Estos suponen un soporte visual para el resto de la información. Se encarga de completar el mensaje y hacerlo más atractivo para el consumidor. Su aparición fue determinante para el desarrollo de otros medios como el cine o la televisión.
- 2) El grafismo audiovisual no es exactamente lo mismo que el diseño gráfico. La diferencia entre estos dos conceptos es el movimiento. Este último convierte a un mero diseño en grafismo audiovisual.
- 3) Antecedentes: Cuando se habla de las primeras pinceladas de grafismo se habla sin duda del género cinematográfico. De la conjunción entre ambos nació la animación. Otro elemento primordial es la aparición de elementos tipográficos en la gran pantalla, surgen así los rótulos. No obstante, el gran vínculo entre cine y grafismo es la creación de títulos de crédito y de carteles para promocionar los films.
- 4) Antecedentes: A finales de los años 20 aparece la televisión de la mano de la cadena BBC. Este medio da un amplio marco de experimentación al grafismo, el cual consigue ganarse un hueco y un desarrollo específico dentro del sector. Además, el grafismo se vio beneficiado por la fuerte competitividad entre el cine y la TV.
- 5) Antecedentes: La aparición de Internet consolida definitivamente la importancia de los elementos gráficos. Es un medio donde existe gran cantidad de información, por tanto, unos buenos diseños son claves para

El grafismo en los informativos estadounidenses

reforzar cada uno de los mensajes. Hoy en día es imposible concebir internet sin un apoyo gráfico.

6) Cuando se vincula al diseño gráfico con la información periodística aparece el término infografía. Si además relacionamos esta con la televisión aparecen los programas de informativos. En estos el grafismo es fundamental. La finalidad es que los gráficos llamen la atención de quien los visualiza a través de los colores, imágenes o diseños. La infografía debe responder al qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué, pero, además, debe mostrar cosas visuales. Por eso la infografía debe tener aspecto con mentalidad periodística para mejorar la información de los contextos que se están abordando.

7) Existen algunos tipos de grafismo en los informativos televisivos según el profesor José Luis Valero Sancho:

Ortotipográfico: Imágenes donde la tipografía adquiere toda la importancia del mensaje.

Grafismo figurativo: Representación a través de figuras que ayudan a la comprensión.

Grafismo captado: Consiste en la representación a través de fotografías.

Grafismo comparativo: Aquellos gráficos, tablas o diagramas que muestran distintos datos con la función de compararlos.

Grafismo tabular: Consiste en el uso de tablas.

Grafismo de ubicación: Tiene que ver con la utilización de mapas y planos.

Grafismo infográfico: Aquellos que representan a informaciones de mayor urgencia y a grandes eventos.

8) EE.UU es un país que posee una gran influencia sobre el resto. En cuestiones de infografía también, por eso el estudio de sus elementos gráficos es importante para conocer las características de otros países. En este país se encuentran muchas de las cadenas de medios más importantes del mundo.

El grafismo en los informativos estadounidenses

- 9) NBC (National Broadcasting Company) fue fundada en 1926. Opera desde el edificio GE de Manhattan en Nueva York. Se la conoce vulgarmente por la cadena del pavo real. En cuestión de informativos destaca por su programa NBC Nightly News.
- 10) En NBC apreciamos un isotipo y un imagotipo. El isotipo es la figura del pavo real adornada con los colores amarillo, naranja, rojo, morado, azul y verde. Estos colores representan a los contenidos de la cadena. Por otro lado el imagotipo combina la imagen del pavo real y la tipografía de NBC, de tipo sans serif.
- 11) CBS (Columbia Broadcasting System) es una de las cadenas de radio y televisión más importantes del mundo. Es conocida como la Eye Network. Destaca en la actualidad por series como Breaking Bar.
- 12) El elemento más destacado de la CBS es su gran ojo. Este consiste en una influencia del cuadro al óleo de René Magritte El falso espejo. En cuanto a su logotipo es de la familia de sans serif, y presenta un color negro. También presentan conjunción con el isotipo del ojo, formando un imagotipo.
- 13) ABC (American Broadcasting Company) fue fundada en 1943 gracias a una matriz de NBC, NBC Blue Network. En la actualidad es propiedad de The Walt Disney Company.
- 14) Al contrario que en las dos otras cadenas, ABC presenta un isologo. Este consiste en que tipografía y elemento gráfico aparecen unidos formando un mismo cuerpo. Tipografía de tipo sans serif y elementos geométricos simples (círculo).
- 15) Los informativos tienen muchas secciones. En cada una de ellas el grafismo adopta una determinada forma, siempre dentro de unos cánones establecidos. Se pueden destacar como partes del informativo las cortinillas, los sumarios, las noticias nacionales, las catástrofes, los deportes y la información del tiempo.
- 16) Una cortinilla de televisión es un vídeo de duración variable, normalmente inferior a 30 segundos, que se utiliza para separar distintos elementos televisivos, ya sea distintos bloques informativos o entre

El grafismo en los informativos estadounidenses

anuncios y programación. También son conocidas como bumpers. Estos están caracterizados con la identidad corporativa de la cadena.

- 17) NBC, CBS y ABC sitúan su cortinilla entre el sumario y el cuerpo del informativo. Todas tienen un cariz parecido, no obstante, algunos elementos son distintos: proporciones, colores, formas.
- 18) El sumario es el resumen principal sobre las noticias más importantes del informativo, las cuales se desarrollarán posteriormente. Todas las cadenas cuentan con él.
- 19) Dentro de un país las noticias nacionales son las más demandadas. En este tipo de noticias destacan gráficos de tipo de ubicación, caretas, fotografías estáticas, gráficos de texto y realidades virtuales.
- 20) Además de las noticias nacionales existen otro tipo de noticias que cumplen la necesidad de contarse con rapidez. Son las catástrofes. Importante en este caso las caretas, las fichas con dibujos, las recreaciones virtuales, los mapas y planos y los textos explicativos.
- 21) En la información deportiva los gráficos no suelen estar tan presentes. Los elementos más importantes son los rótulos y las caretas donde presentador y reportero comentan la noticia.
- 22) La información meteorológica se caracteriza por sus gráficos, sin ellos sería imposible de entenderla. Claves son los rótulos, las tablas, los textos, los colores y sobretodo los mapas. También destaca por sus dibujos de soles, nubes, gotas de lluvia, etc.
- 23) Los rótulos son aquellos elementos constituidos por formas, colores y tipografías, cuya función es ubicar e informar al espectador.
- 24) El grafismo audiovisual ha sido una materia de estudio constante. Muchos autores han llevado a cabo investigaciones sobre él, y de las cuales hemos podido extraer una serie de puntos. Connie Hunter, directora gráfica de la revista El Universo afirma que la creatividad del diseñador es clave y que lo más importante en el grafismo es el control de las proporciones. Por otro lado Manuel Estrada, diseñador español

El grafismo en los informativos estadounidenses

nacido en Madrid, considera que el grafismo es el arte de hacer malabares, siempre buscando un equilibrio.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía web:

ABC NEWS. David Muir. < <http://abcnews.go.com/WN/david-muir/story?id=127316>> [Consultada el 9 de junio de 2015].

20 MINUTOS. Accidente de avión Germanwings.
<<http://www.20minutos.es/minuteca/accidente-avion-germanwings-alpes/>>
[Consultada el 17 de junio de 2015].

ABC NEWS. Weather. <<http://abcnews.go.com/US/snow-rain-threatening-millions-thanksgiving-travelers/story?id=27191601>> [Consultada el 21 de junio de 2015].

BLOGSPOT. Tipografía Sans-serif.
<<http://clasificaciontipografica.blogspot.com.es/2009/01/sans-serif.html>>
[Consultada el 2 de junio de 2015].

BLOGSPOT. Tipografía Serif. <
<http://clasificaciontipografica.blogspot.com.es/2009/01/serif.html>> [Consultada el 2 de junio de 2015].

CBS NEWS. Weather. <newyork.cbslocal.com> [Consultada el 21 de junio de 2015].

EL PAÍS. “Vuelo GWI9525” (Germanwings).
http://elpais.com/tag/vuelo_gwi9525/a/ [Consultada el 17 de junio de 2015].

El grafismo en los informativos estadounidenses

LIBERTAD DIGITAL. Accidente de avión Germanwings. <
<http://www.libertaddigital.com/temas/accidente-germanwings/>> [Consultada el 17 de junio de 2015].

MARTINEZ-SALANOVA, ENRIQUE. El cine de animación.
<http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/historiacineanimacion.htm#El_cine_de_animacion> [Consultada el 26 de mayo de 2015]

MÁS ADELANTE. Definición Software.
<<https://www.masadelante.com/faqs/software-hardware.htm>> [Consultada el 27 de mayo de 2015]

NBC NEWS. Weather.
<<http://www.nbcnewyork.com/weather/?zipCode=10019>> [Consultada el 21 de junio de 2015].

PLAN D. “Diferencia entre identidad corporativa e imagen corporativa”.
<<http://www.plan-d.es/Blog/diferencia-entre-identidad-corporativa-e-imagen-corporativa/>> [Consultada el 2 de junio de 2015].

PESTANO RODRÍGUEZ, J. (2008). “Tendencias actuales en la estructura y contenidos de los informativos de televisión”, publicado en Revista Latina de Comunicación Social, 63, páginas 453 a 462. La Laguna (Tenerife).
http://www.revistalatinacs.org/08/38_795_60_TV/Jose_Pestano_Rodriguez.html
[Consultada el 30 de mayo de 2015].

PROJECT GUTENBERG SELF-PUBLISHING PRESS. “The Big Three Television Network”.
<http://self.gutenberg.org/articles/big_three_television_networks> [Consultada el 2 de junio de 2015].

SLIDESHARE. Comunicación Gulliveria. “Los colores del Branding” Guía para elegir los colores de identidad”.
<<http://es.slideshare.net/gulliveriacomunicacion/gua-para-elegir-los-colores-de-la-iedadntidad>> [Consultada el 3 de junio de 2015].

El grafismo en los informativos estadounidenses

VALERO SANCHO, J. “La infografía de prensa” en Ámbitos 3-4, revista Andaluza de Comunicación, y en revista Latina de Comunicación Social, número 30, de junio de 2000, La Laguna (Tenerife),

<<http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/libroinfo/99valero.htm>>

[Consultada el 27 de mayo de 2015]

WIKIGUIA. Guía sobre el logo de ABC.

<http://logos.wikia.com/wiki/ABC_%28United_States%29> [Consultada el 3 de junio de 2015].

WIKIPEDIA. El cine de animación.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Cine_de_animaci%C3%B3n> [Consultada el 26 de mayo de 2015]

WIKIPEDIA. Definición Star System. <<http://es.wikipedia.org/wiki/Star-system>>

[Consultada el 27 de mayo de 2015].

WIKIPEDIA. Historia de los Estados Unidos de América.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos> [Consultada el 27 de mayo de 2015].

WIKIPEDIA. Prisión Clinton Correctional Facility. <

https://en.wikipedia.org/wiki/Clinton_Correctional_Facility

> [Consultada el 18 de junio de 2015].

WORD REFERENCE. Definición del sufijo – ismo.

<<http://www.wordreference.com/definicion/ismo>> [Consultada el 26 de mayo de 2015]

WORD REFERENCE. Definición de grafismo (RAE).

<<http://www.wordreference.com/es/en/frames.aspx?es=grafismo>> [Consultada el 26 de mayo de 2015]

Vídeos informativos:

ABC NEWS. Programa ABC News. Watch Full Episodes.

<<http://abcnews.go.com/video>> [Consultada el 17 de junio de 2015].

CBS NEWS. Programa CBS Evening News. Watch Full Episodes.

<<http://www.cbs.com/watch/>> [Consultada el 16 de junio de 2015].

NBC NEWS. Programa NBC Nightly News Watch Full Episodes.

<<http://www.nbcnews.com/nightly-news/video/nightly-news-full-broadcast-june-8-460102723937>> [Consultada el 16 de junio de 2015].

YOUTUBE. *“El diseño gráfico. Del lenguaje informativo al persuasivo”*. Charla con Connie Hunter. Directora gráfica del diario Universo en la Universidad Espíritu Santo (Guayaquil, Ecuador).

<<https://www.youtube.com/watch?v=s70htQf8WO0>> [Consultada el 21 de junio de 2015].

YOUTUBE. Historia logo NBC.

<<https://www.youtube.com/watch?v=a6YdMiiN4yQ>> [Consultada el 5 de junio de 2015].

YOUTUBE. Historia logo CBS.

<<https://www.youtube.com/watch?v=wB63odkphhg>> [Consultada el 5 de junio de 2015].

YOUTUBE. Historia logo ABC.

<https://www.youtube.com/watch?v=Bp_aSMIVn0> [Consultada el 5 de junio de 2015].

YOUTUBE. Manuel Estrada. Experimenta TV.

<<https://www.youtube.com/watch?v=bpHrg28pVt4>> [Consultada el 21 de junio de 2015].

YOUTUBE. Programa ABC News. <<https://www.youtube.com/watch?v=Tx-VBF6kmEo>> [Consultada el 5 de junio de 2015].

YOUTUBE. Programa NBC News.
<<https://www.youtube.com/watch?v=F1tV1WyiVeo>> [Consultada el 5 de junio de 2015].

YOUTUBE. NBC News. Special Report.
<<https://www.youtube.com/watch?v=S35USjm4AB8>> [Consultada el 5 de junio de 2015].

YOUTUBE. Programa CBS News.
<<https://www.youtube.com/watch?v=V7DXxfvas5s>> [Consultada el 5 de junio de 2015].

YOUTUBE. Programa CBS News. Grafismo anterior.
<<https://www.youtube.com/watch?v=NMF2ix3FTtY>> [Consultada el 5 de junio de 2015].

Bibliografía escrita:

BERTIN, J. (1988). *La gráfica y el tratamiento gráfico de la información*. Madrid: Taurus.

CEBRIÁN, Mariano (2004): *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona, Gedisa.

CONTRERAS, F. (2000): *Nuevas fronteras de la infografía. Análisis de la imagen por ordenador*. Sevilla, Mergablum.

COSTA, J. (1998): *La esquemática*. Barcelona, Paidós.

HERRÁIZ ZORNOZA, B. (2008). *Grafismo audiovisual: el lenguaje efímero. Recursos y estrategias*. [Tesis doctoral no publicada]. Universitat Politècnica de València.

El grafismo en los informativos estadounidenses

HERVÁS, C. (2002). *El diseño gráfico en televisión*. Madrid: Cátedra.

MARTÍNEZ CASTILLO, G. (2009) Presentaciones Digitales y Comunicación Interactiva, cap. 3 Instrucción audiovisual para el diseño de presentaciones digitales al 100%. UNISON, México

RAFOLS, R.; COLOMER, A. (2003): *Diseño audiovisual*. Barcelona, Gustavo Gili.

RÀFOLS CABRISSES, R. (2011). *Infografía audiovisual: de la imagen al espacio*. Universidad Ramón Llull / Universidad Autónoma de Barcelona.

PORTAVELLA, T. (1999). *Análisis de la imagen sintética en la información de televisión*. Barcelona [tesina presentada en la UAB (3-9-1999) y dirigida por Emilio Prado].

VALERO, J.L. (2001). *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*. Barcelona: Serveis de Publicacions (Aldea Global). — (2003). «El relato en la infografía digital». En: J. DÍAZ y R. SALAVERRÍA. *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel Comunicación.

VALERO, J.L. “*Tipología del grafismo informativo*”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Universidad Complutense de Madrid, 2008a, núm. 14 (ISSN: 1134-1629) —. “El grafismo en la información televisiva”. *Anàlisi* (2004), núm. 31.

VALERO, J.L. (2008). *Tipología del grafismo televisivo*. Departamento de Comunicación Audiovisual y de Publicidad-Universidad Autónoma de Barcelona.

VALERO, J.L. (2009). *Clasificación del grafismo de contenido en los informativos de televisión*. En Trípodos, número 24. Barcelona.