

Universidad Miguel Hernández de Elche

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Periodismo



Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2016-2017

La infografía en los principales medios generalistas
españoles

The infographic in the main Spanish general media

Alumna: Sandra Bermúdez Moreno
Tutora: Begoña Ivars Nicolás



Resumen

Este estudio pretende dar a conocer cómo se trabaja la infografía periodística en los medios generalistas de España, tratando de reflexionar sobre la situación de la infografía periodística en las redacciones españolas. La llegada de Internet ha beneficiado el trabajo de algunos diarios, mientras que a otros les ha perjudicado. Las nuevas tecnologías digitales posibilitan crear infografías más eficaces y atractivas para el lector. Sin embargo, la actualización tecnológica de las redacciones y la formación del profesional en ocasiones no avanza tan rápido generando infografías a dos velocidades.

La infografía se compone de imagen y texto, otorgándole especial importancia a la parte gráfica. Se puede afirmar que su aparición no es actual, sino que existe mucho antes del nacimiento de los primeros periódicos. Esto ha supuesto un debate entre los distintos autores que definen el concepto de infografía, ya que unos la relacionan con la prehistoria, mientras que otros lo hacen con la llegada de la era digital. De cualquier modo, la infografía cada vez está más presente en los medios de comunicación impresos y en línea para ayudar al lector a comprender mejor un acontecimiento, mostrarle un dato o contextualizar una información.

Este trabajo quiere incidir en que la información gráfica no solo funciona como complemento de la información textual sino que también puede ser una unidad informativa autónoma en la que el texto matiza lo que los elementos visuales no pueden clarificar. Además, profundiza en el proceso de trabajo de un infógrafo en la redacción.

Palabras clave

Infografía periodística, información gráfica, visualización de la información, exploración de la información, prensa española.

Abstract

This study seeks to highlight how to work the infographics in the General media of Spain, trying to think about the situation of the infographics in Spanish newsrooms. The advent of the Internet has benefited from the work of some newspapers, while has hurt

others. The new digital technologies make it possible to create animations more effective and attractive for the reader. However, the technological updating of newsrooms and the formation of the professional occasionally does not advance as quickly generating computer graphics at two speeds.

Infography consists of image and text, giving special importance to the graphical part. It can be said that his appearance is not current, but exist much before the birth of the first newspapers. This has led to a debate among the various authors that define the concept of infograhpy, since ones related to the prehistory, while others make it with the arrival of the digital age. In any case, infography is increasingly more present in the media print and online to help the reader better understand an event, show you a fact or context information.

This work wants to influence the graphical information not only works as a complement of the textual information that can also be a stand-alone information unit in which the text clarifies what the visuals may not clarify. In addition, elaborates an infographist in the editorial workflow.

Keywords

Infographics, information graphics, visualization of information, exploration of information, Spanish press.

Estructura:

1. Introducción
 - 1.1. Objetivo
 - 1.2. Hipótesis
2. Estado de la cuestión
3. Qué es la infografía
 - 3.1. Infografía periodística
 - 3.2. Infografía estática y dinámica
 - 3.3. Elementos que conforman el infográfico
4. Cómo ha evolucionado la infografía
5. Presentación vs visualización y exploración de la información
 - 5.1. Presentación de la información
 - 5.2. Visualización y exploración de la información
6. Elementos que conforman la infografía
7. Cómo se elabora una infografía
8. Método
9. Resultados
10. Conclusiones
11. Bibliografía

1. Introducción

Los medios de comunicación se encuentran en un momento de transición en el que los periodistas buscan nuevas formas de captar y fidelizar audiencias. En la actualidad, las nuevas tecnologías digitales ofrecen un amplio abanico de posibilidades para hacer más atractivos los contenidos generando nuevos formatos. Si bien es cierto que los medios de comunicación se encuentran en un momento de crisis, también son numerosas las iniciativas que están surgiendo y afrontan el reto de abrirse un hueco en la industria de la información (Pérez y Domínguez, 2012).

En este sentido, la infografía periodística que se asentó en los diarios a raíz de la guerra del Golfo contextualizando y describiendo lo que allí acontecía, también está evolucionado en una vertiente más ligada a la visualización y exploración de la información potenciada por el periodismo de datos. Se puede hablar de un momento de fuerte transformación y oportunidades en este género. Incluso parece ser el período de apostar fuerte por la infografía en sus diferentes formatos. Hay analistas que señalan que la infografía en los medios de comunicación ha crecido en los últimos años.

En muchas ocasiones, los elementos gráficos explican de manera más directa y con más claridad una información al lector. En este contexto de evolución, este estudio pretende abordar cómo trabajan la infografía los principales diarios generalistas españoles. Hay medios de comunicación que cuentan con periodistas, diseñadores y programadores en sus redacciones. Pero hay otros en los que el periodista se convierte en multitarea teniendo que realizar todas las funciones. Estos profesionales se han tenido que adaptar a las nuevas formas de trabajo y adquirir nuevas habilidades porque cada vez hay más herramientas que permiten elaborar infografías.

1.1. Objetivo

El presente trabajo pretende introducir el concepto de infografía periodística desde el punto de vista de diferentes autores en los últimos años. Se repasa brevemente su evolución desde las culturas primitivas hasta la actualidad para contextualizar mejor esta forma de comunicar y se analizarán los diarios líderes en infografía en España para conocer mejor el estado de la cuestión en nuestro país. Se explica qué tipo de

información se puede contar mediante la infografía así como los pasos que siguen los profesionales para su elaboración y las herramientas que utilizan.

1.2 Hipótesis

Al finalizar el trabajo, se pretende responder a una cuestión: ¿Cómo se trabaja la infografía en la prensa generalista en España?

La constante evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación, TCSs, junto con Internet, ha permitido a los profesionales del periodismo y del diseño abrirse nuevos caminos en la manera de informar y de tratar el contenido. Como consecuencia, los profesionales se están reinventando debido a la aparición de nuevas herramientas de trabajo y nuevas formas de comunicar.

La entrevista se ha estructurado básicamente a partir del punto definido como objetivo al inicio. Además, se incluyeron unas breves preguntas de contextualización personal. Para definir los temas principales de la investigación se ha partido de una serie de supuestos derivados de una pequeña investigación previa: la sección de infografía en los diarios españoles y cómo ha cambiado con el paso del tiempo.

Muchos medios españoles apuestan por la infografía para explicar la información sobre un acontecimiento que no se puede contar simplemente con un texto, sino que necesita apoyarse en una imagen.

2. Estado de la cuestión

Dentro del periodismo existe un gran inconveniente que es la crisis económica global. Esto ha tenido como consecuencia directa una reducción considerable de las plantillas de las redacciones de los medios de comunicación. Esto deriva en la asunción de varios roles por parte del profesional o en la falta de inversión en formación o reciclaje, cuestión vital en la situación de constante evolución e innovación tecnológica. Por ello, muchos periodistas se ven obligados a convertirse en diseñadores de información o en informáticos.

Otra particularidad es que hay redacciones en las que la infografía no tiene su propia sección o departamento y los profesionales se plantean si llevarla a cabo o no considerándolo algo más bien decorativo. Por otro lado, algunos medios de comunicación con publicaciones que tienen un espacio propio y fijo de infografía potenciando e innovando sus cualidades informativas.

Otro problema, es la llegada de Internet a los medios de comunicación impresos. Ha puesto en peligro al soporte papel por trasladar a la versión online los mismos contenidos del periódico y de manera gratuita. Sin embargo, la aparición de Internet puede considerarse una ventaja en el campo de la infografía. Los expertos han pasado de crear infografías sin movimiento y sencillas, a otras con movimiento, y es que los medios digitales permiten emplear ambas opciones.

Estas circunstancias han obligado a los profesionales del periodismo a buscar nuevos métodos para realizar su trabajo como las herramientas de diseño. Internet, les ofrece una amplia variedad de posibilidades para crear infografías que llamen la atención de los usuarios.

Hay autores que han tratado los métodos de trabajo para realizar una infografía pero para ello, primero se han centrado en la evolución de la infografía desde sus orígenes hasta la aparición de Internet. Dos grandes autores en los que esta investigación se basa son José Luis Valero Sancho, que desarrolla las técnicas y el uso de la infografía; y José Manuel De Pablos, que se centra más en el papel del periodista como creador de infografía.

Otras investigaciones relevantes se llevan a cabo en *Cuadernos Artesanos de Latina* y *Cuadernos Artesanos de Comunicación*, dos libros que recopilan una serie de artículos periodísticos acerca de la infografía. A través de bocetos infográficos, se define el concepto de infografía y se cuenta su crecimiento y los elementos que la componen.

3. Qué es la infografía

La infografía existe desde que el ser humano tiene la capacidad de dibujar y escribir, ya que la combinación de imagen y texto ha permitido explicar diferentes acontecimientos a lo largo de la historia.

“La infografía [...] no es en modo alguno un producto de la era informática, sino fruto de los deseos de la humanidad por comunicarse mejor, por optimizar aquellas primeras formas de comunicar. La infografía, como el hipermensaje, es de hoy, pero también de ayer, un ayer bastante remoto” (De Pablos, 2014: 18).

La palabra infografía proviene de <<infographic>>. Está compuesta por <<info>> que significa información y <<graphics>> gráfica.

Valero Sancho define la infografía como “Una aportación informativa, elaborada en el periódico escrito, realizada con elementos icónicos y tipográficos, que permite o facilita la comprensión de los acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto informativo” (Valero, 2000).

Además, la infografía explica la información a través de elementos gráficos estáticos o dinámicos. “Un infográfico o infografía es una representación diagramática de datos [...] un diagrama es una representación abstracta de la realidad” (Cairo, 2008: 21).

A través de la infografía, los textos se organizan de manera sencilla para acelerar la comprensión y la memorización del mensaje que se quiere transmitir. Actualmente, se puede encontrar infografía tanto en la prensa escrita como en los soportes digitales.

En prensa, la infografía es una aportación informativa, elaborada en un periódico y realizada con elementos icónicos y tipográficos. Facilita la comprensión de los acontecimientos de actualidad y acompaña al texto informativo. Asimismo, la prensa debe atender especialmente a lo que afecta de manera inmediata y preferente.

Con la ayuda de los gráficos informativos, los lectores tienen una ventajosa ayuda para comprender e interpretar mejor los datos presentados. También les permite hacer una fácil entrada en la lectura del cuerpo de texto.

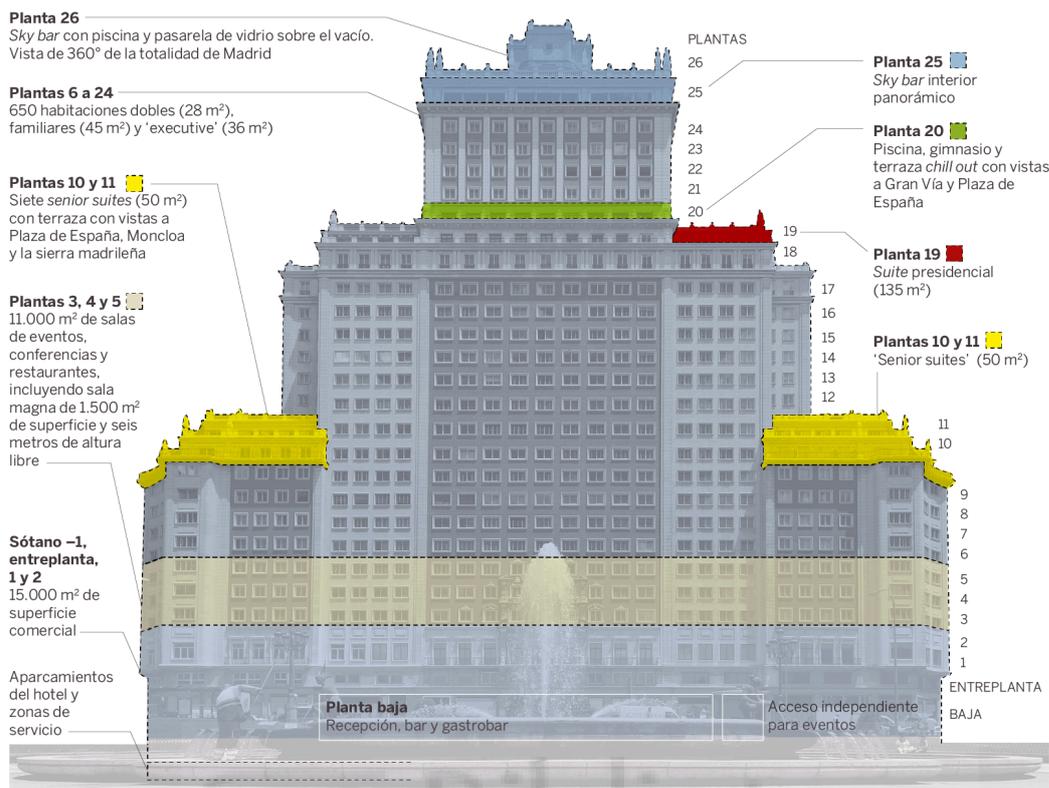
Por tanto, la infografía es la presentación de un binomio formado por una imagen y un texto realizada a través de un determinado soporte, como un pergamino, un papel o un programa informático (De Pablos, 2014).

Se establecen ocho características para la infografía que se resumen en: dar significado a una información plena e independiente; proporcionar la información de actualidad suficiente; permitir que se comprenda el suceso acontecido; contener la información escrita con formas tipográficas; incluir elementos icónicos precisos; poseer capacidad informativa suficiente para tener entidad propia o realizar funciones de síntesis; suministrar sensación estética; y no abarcar erratas o faltas de concordancia.

El objetivo de la infografía no consiste en decorar gráficos o tablas de datos con dibujos e iconos, sino en mostrar la información de una manera visual que facilite su comprensión. Asimismo, los elementos que combina son el diseño, la ilustración y el periodismo.

Una secuencia de hechos, como un accidente, es más complicada de explicar a través de un texto escrito que mediante una representación gráfica. Además, para ayudar a contextualizar y a revivir la escena es fundamental transmitir al lector la emoción del suceso. Para ello, se debe mostrar la ubicación de las personas implicadas, el aspecto geográfico o la relación de los protagonistas. En este caso, la infografía se utiliza para contar algo que resulta más fácil de entender en un gráfico que con la palabra escrita. Un ejemplo de ello, es la figura 1 sobre uno de los proyectos para el Edificio España publicada por *El País* el día 5 de junio de 2017.

Figura 1, Edificio España, Riu.



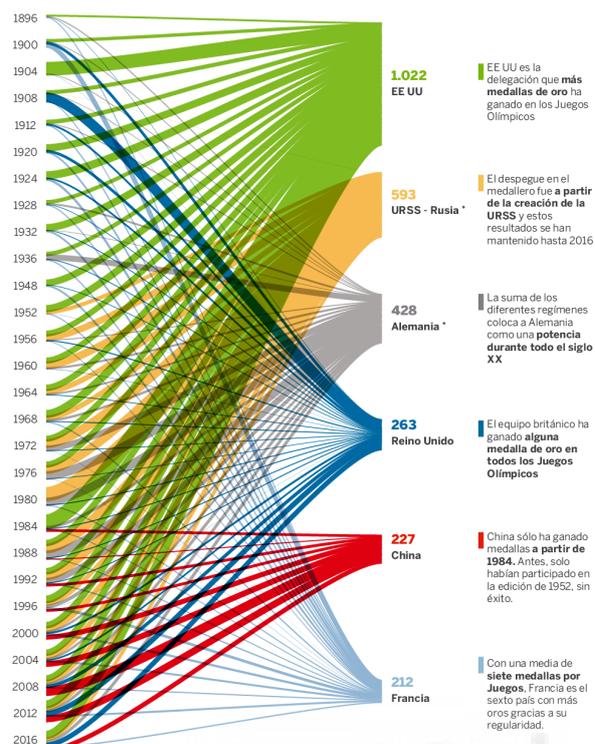
Fuente: Riu. Fotografía: Carlos Delgado. RODRIGO SILVA / EL PAÍS

La infografía también puede presentarse a través de diagramas convirtiéndose en el componente central de la información. Combina texto e imágenes para representar la realidad de manera abstracta.

Los medios de comunicación recurren habitualmente a la infografía cuando con la mera presencia de la noticia no se puede contar con claridad un acontecimiento.

En el diario *El País* el día 6 de agosto de 2016 se publicó la figura 2 para mostrar la evolución de los seis países con más medallas de oro en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro.

Figura 2, Juegos Olímpicos de Río de Janeiro, Comité Olímpico Internacional.



El autor explica con claridad una información que el lector no entendería con un simple texto. A través de un gráfico de líneas, recoge todos los datos y facilitan la comprensión del receptor.

Si retrocedemos en el tiempo, se puede observar que la infografía nació en la prensa y fue trasladada a los medios digitales sin adaptarla a los usos que hoy en día ofrece Internet. Los medios impresos y digitales presentan diferencias no solo en su contenido sino también en la forma. Por ello, los infógrafos deben dejar de concebir la infografía para papel y pensar más en la web y en las posibilidades que ofrece, como el movimiento, el 3D, la secuencia de imágenes, los sonidos, etc.

Con la aparición de las tecnologías, se ha cambiado la forma de hacer periodismo y por tanto de hacer diseño infográfico. El periodista dispone ahora de plataformas que generan una nueva interactividad entre el usuario y el medio de comunicación, gracias a las redes sociales o blogs. Pero Internet también ha cambiado y ha condicionado la forma de presentar el contenido. “La infografía en Internet no es una mera traslación de

gráficos estáticos, sino que ahora integra elementos textuales, icónicos y sonoros de la Web” (Salaverría, 2004).

En las ediciones digitales los lectores son agentes activos, es decir, ayudan a obtener ideas de los contenidos a través de sus distintas opiniones. Además, los usuarios no leen cualquier cosa que se les pone por delante y es entonces cuando la infografía juega su papel. Los infógrafos son capaces de lograr que una persona no solo escanee los textos sino que comprenda la información mediante elementos gráficos.

Los medios de comunicación digitales pueden aportar mayor información visual que la que ofrece la prensa tradicional. Cuentan con las múltiples posibilidades que facilitan los programas informáticos para elaborar unos gráficos interactivos y con las características que ofrece Internet: interactividad, multimedia e hipertextualidad.

Asimismo, los soportes periodísticos impreso, online o audiovisual, permiten la visualización de la información publicada en un medio. Esto surge de la unión de las áreas relacionadas con la comunicación visual y el periodismo. De los autores que han definido a la infografía, hay algunos que la consideran un género periodístico.

3.1. Infografía periodística

Una característica del periodismo de hoy y del inmediato futuro es, precisamente, la aparición en prensa del infográfico como un nuevo género periodístico formado por la convergencia de soluciones fotográficas, informáticas, de diseño y de contenido, que dan como resultado un mensaje informativo más claro, más ameno, más rápido, más bello, más bello, más objetivo e incluso más exacto y más completo y por supuesto, más eficaz (Casasús, 1991:33).

Adriana Romero sostiene que “este nuevo género es una combinación de dibujos, ilustraciones o fotografías con una serie de hechos, en una forma que llama la atención de su audiencia, al mismo tiempo que la informa” (Romero, 1996:59).

Por el contrario, hay autores que prefieren utilizar vocablos como disciplina, recurso o ilustración para definir la infografía. “La infografía es la disciplina del diseño gráfico

orientada a la producción de unidades informativas verbo-icónicas que se llaman infógrafos aunque –quizás se imponga mejor la voz-infográficos” (Colle, 1998).

Es evidente que los géneros tradicionales del periodismo como la noticia, el reportaje, la crónica o el fotoperiodismo, no se parecen a la infografía. De ahí que, la infografía pueda encuadrarse como un género más en la que se enmarca una serie de formas de comunicación. Está integrada por un texto acompañado de un dibujo explicativo, y todo ello en armonía, con gran capacidad comunicativa y fácil de aprender por el lector. La infografía también tiene sentido por sí misma porque permite la comprensión de un hecho sin necesidad de otros soportes textuales fuera de sus límites gráficos.

Como excepción, algunas infografías se hacen sobre la base de una o más fotografías. Y sin embargo, la infografía puede ocupar el lugar de la fotografía cuando haya un mínimo de transmisión visual en los hechos que se van a comunicar. Recurrir a este género es lo más adecuado para narrar acontecimientos de los que no se dispone de imágenes que reflejen la acción.

En suma, la infografía es un modo visual de representar la información que no se puede explicar simplemente a través de palabras escritas. Además, según el tipo de soporte, los infógrafos realizan infografías con movimiento o sin él, es decir, estáticas o dinámicas.

3.2. Infografía estática y dinámica

Según la información que un periodista recoge de un determinado acontecimiento o los datos que tiene, una infografía puede ser estática o dinámica.

Las infografías estáticas se realizan para soportes en papel como periódicos, revistas, folletos, literaturas o catálogos, y también se pueden adaptar para formato web, como Tablet o teléfono móvil. Sin embargo, otras veces se realizan infografías dinámicas porque son más atractivas. Este tipo de infografías son idóneas para un diario web, una revista digital o una app.

Habitualmente, el periodista acomoda el texto y el infografista se encarga de realizar los elementos dinámicos o estáticos para que sean claros y fáciles de entender por el

receptor. Atendiendo a los datos que un medio de comunicación recoge, hay una amplia variedad de infográficos.

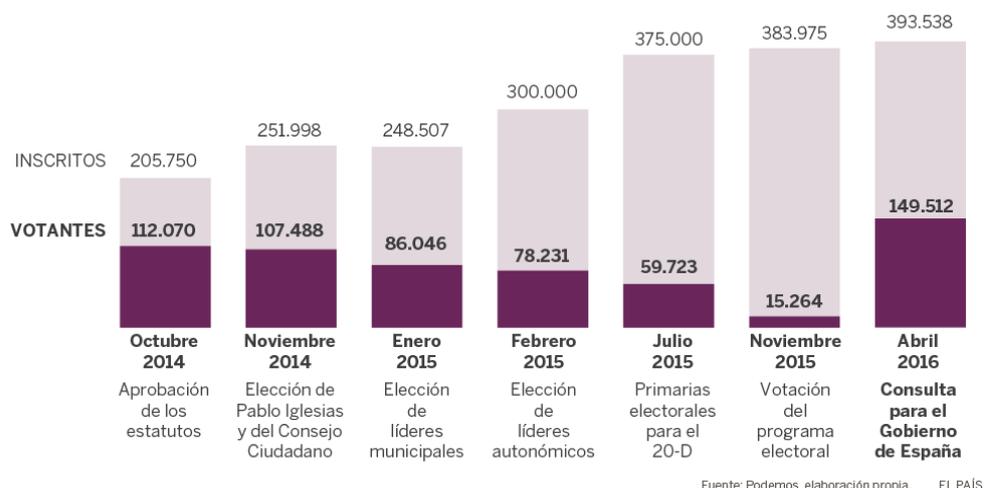
3.3. Elementos que conforman el infográfico

Los infográficos deben presentar la información de manera rápida, accesible y comprensible para ayudar a los lectores. Algunos tipos son los gráficos, los mapas, los símbolos, iconos y emblemas, entre otros.

Los más utilizados son los gráficos y presentan información numérica. A su vez, se dividen en gráficos de barra, de torta y de fiebre, entre otros. Los primeros funcionan con unidades y establecen una comparación entre ellas. El gráfico de torta se utiliza para indicar la división de sus proporciones, especialmente en porcentajes. Asimismo, está el gráfico de fiebre o línea que muestra los cambios, expresados en números, a través del tiempo. Por tanto, un gráfico muestra datos numéricos que de forma textual significan poco pero que, de manera visual, refleja el impacto de esos números (Bernal, 2014).

A continuación se presenta la figura 3, un ejemplo del diario *El País* el 17 de abril de 2016 para explicar las principales votaciones en Podemos.

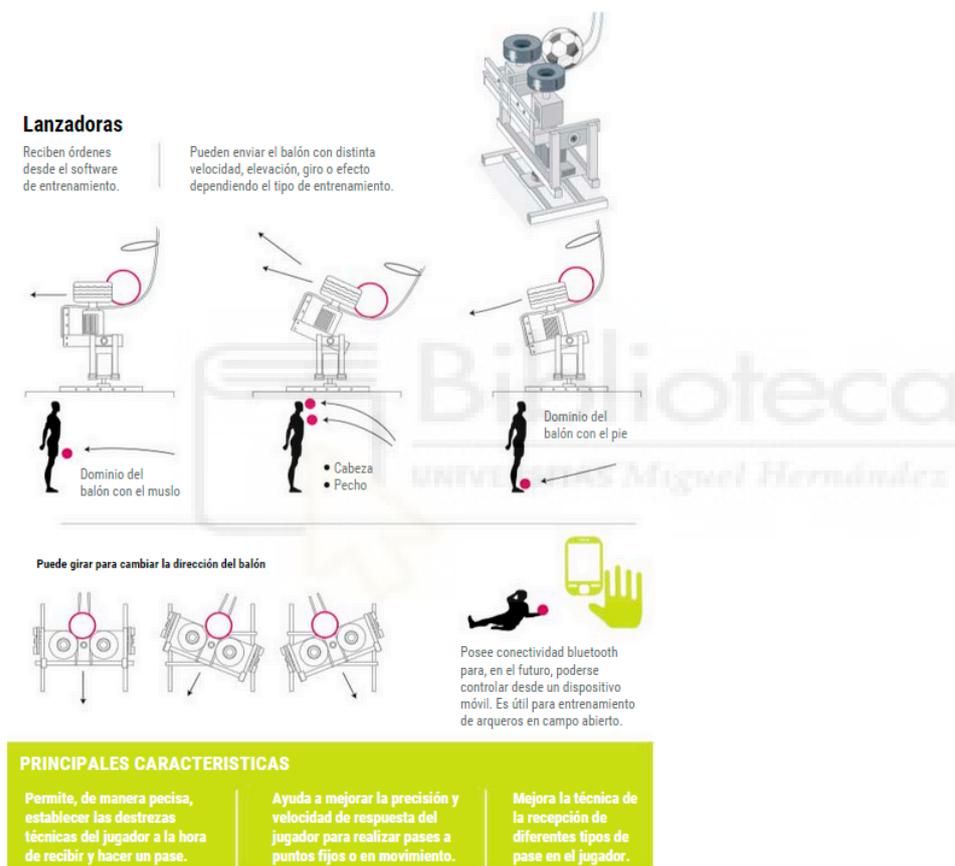
Figura 3, votaciones de Podemos, Podemos.



No obstante, hay otros autores que clasifican los gráficos en diagramas y en organigramas. A través de un diagrama se muestra cómo se ve o funciona algo, mientras que gracias a un organigrama se puede resaltar una jerarquía o un conjunto de relaciones. Además, suele tener aspecto de árbol genealógico (Franco, 2005).

El periódico *El Espectador* en Norteamérica publicó el 24 de marzo de 2015, la figura 4, un diagrama que muestra el funcionamiento de una máquina diseñada para mejorar las destrezas futbolísticas.

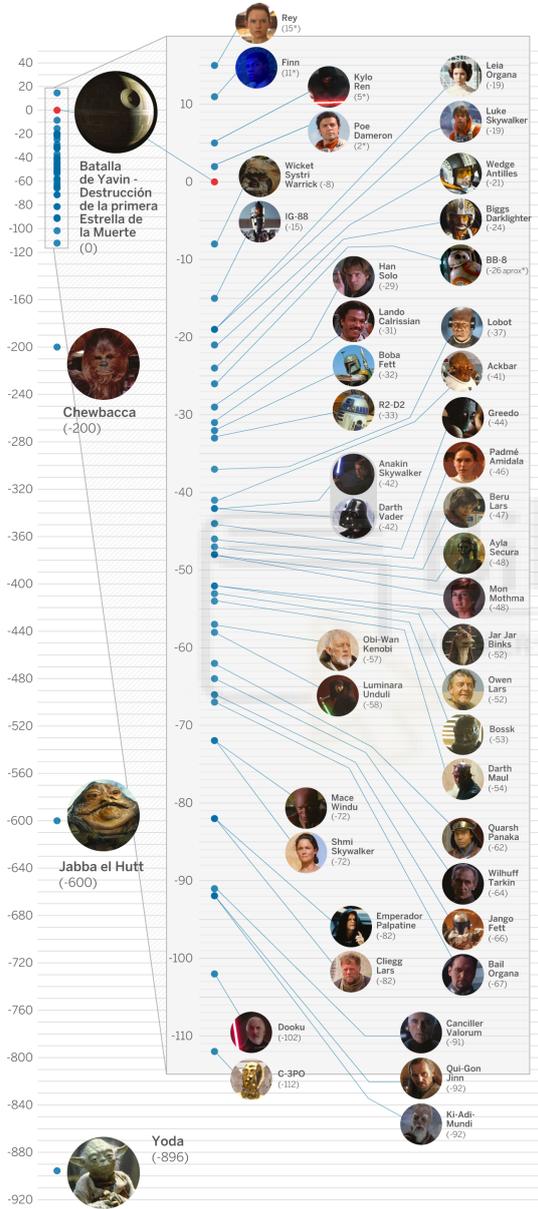
Figura 4, lanzadoras de fútbol, *El Espectador*.



La figura 5 es un ejemplo de organigrama publicado en *El País* el día 16 de diciembre de 2016 para relacionar la edad de los protagonistas de la conocida saga StarWars.

Figura 5, StarWars, TheStarWars Api.

Año de nacimiento o creación de los protagonistas de Star Wars
 La batalla de Yavin determina el año 0



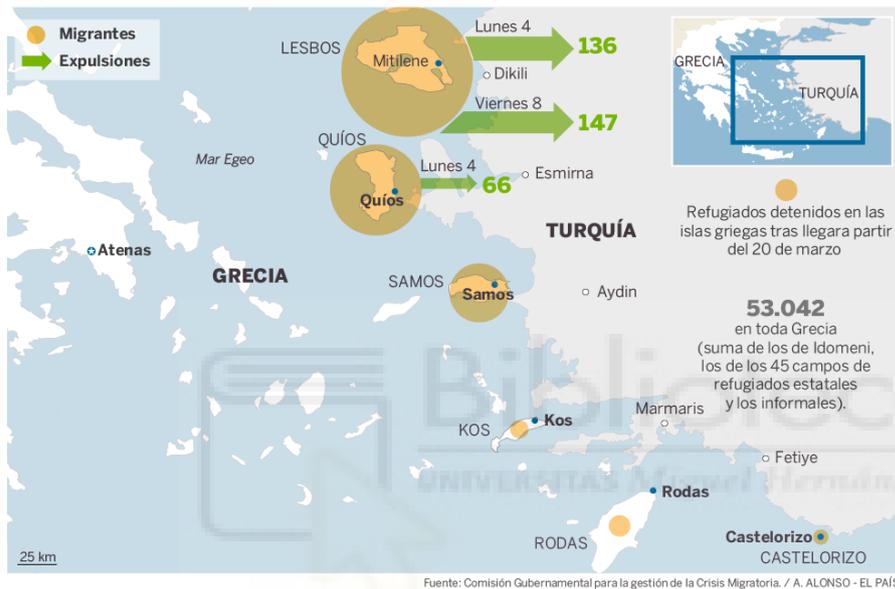
Fuentes: The Star Wars Api, *Wookieepedia EL PAÍS

Otro tipo de infográfico es el mapa que sirve para contextualizar. También se emplea para mostrar la ubicación de un acontecimiento, ya que los lectores siempre tienen interés en conocer donde ha ocurrido un determinado hecho. Dentro de los mapas se pueden encontrar otras modalidades de inserción de datos informativos que presentan la

información en puntos, en línea, por áreas o la información por volúmenes (De Pablos, 2014).

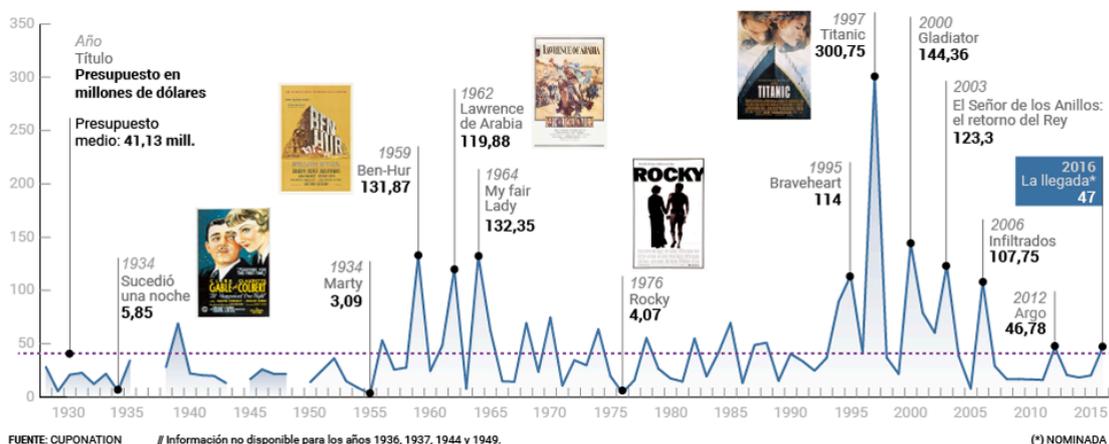
El mapa de puntos trata de señalar concretamente el lugar geográfico donde ha sucedido un acontecimiento. Un ejemplo de infografía de mapa de puntos, figura 6, es el publicado en el diario *El País* el 8 de abril de 2016 para mostrar los expulsados de Grecia a Turquía.

Figura 6, expulsados de Grecia a Turquía, Comisión Gubernamental.



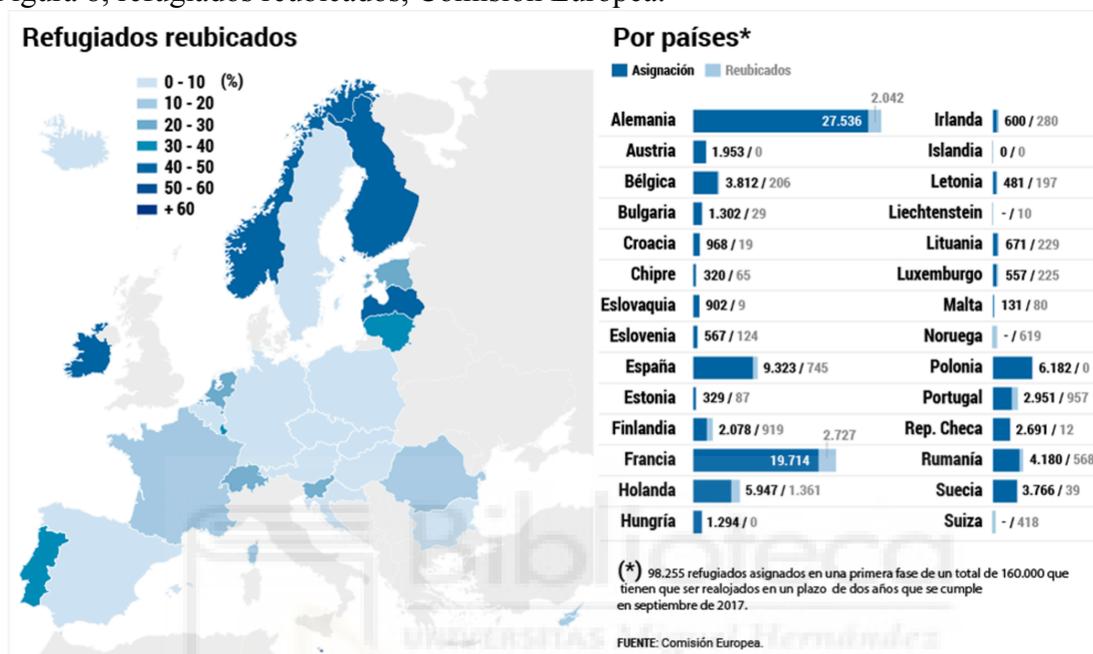
Por otro lado, el mapa de líneas se utiliza para cubrir una información a lo largo de una serie de puntos contiguos que explican un recorrido. Por ejemplo, la figura 7 acerca del crecimiento económico de los presupuestos de grandes películas, publicada en el diario *20 Minutos* el 24 de febrero de 2017.

Figura 7, presupuesto de las mejores películas, CUPONATION.



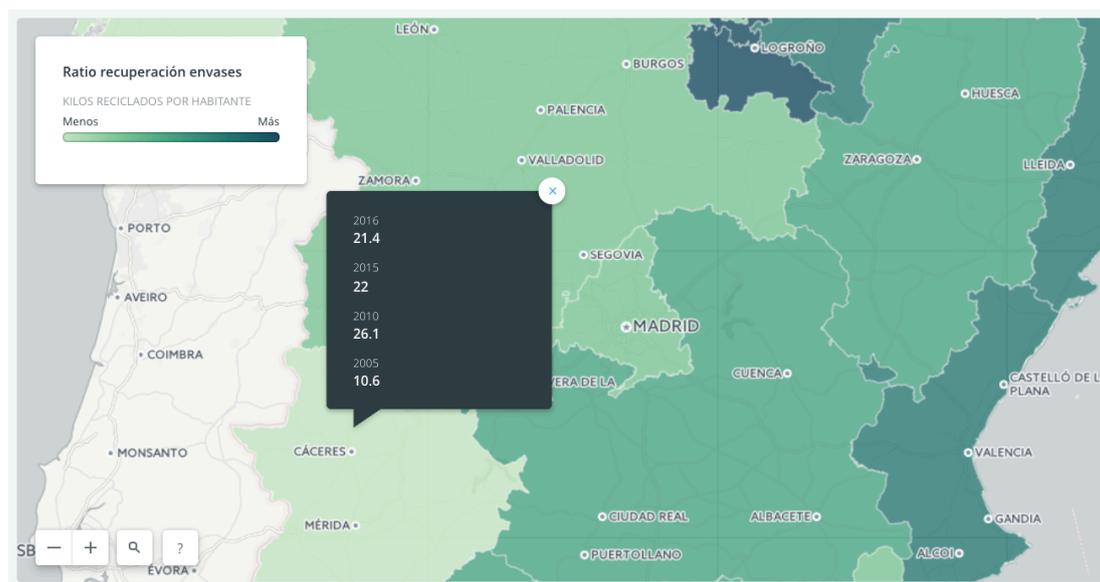
Al mapa de áreas se le relaciona para señalar una información que ha ocurrido en una superficie de gran extensión. Un ejemplo es la figura 8 publicada por *20 Minutos* el 15 de febrero de 2017 sobre el realojo de refugiados.

Figura 8, refugiados reubicados, Comisión Europea.



En cuanto al mapa de volúmenes, se emplea cuando a los datos hay que añadirles la altura e informa de datos cuantitativos. *El País* publicó el día 27 de abril de 2017, un ejemplo, la figura 9, para comprobar provincia por provincia, cuanta basura de cartón, plástico y metal se recupera en cada Comunidad Autónoma.

Figura 9, el reciclaje de envases domésticos, *El País*.



Por último, otros tipos de infográficos son los símbolos, iconos y emblemas. Un símbolo representa un dibujo de un objeto, letra o número que indica el acontecimiento siguiendo una clave que ya conoce el lector. Sin embargo, un icono es una unidad superior formada por la unión de un conjunto de elementos (Franco, 2005). Un emblema, por tanto, es la representación simbólica de alguna cosa.

La infografía combina las habilidades periodísticas con los elementos visuales que explican algo y sitúan a los lectores en un contexto determinado. Para comprender la infografía, hay que conocer su evolución a lo largo de los años.

4. Cómo ha evolucionado la infografía

La historia de la infografía es tan antigua como la de la unión de un texto informativo con una imagen. Este fenómeno visual se encuentra en antiguos restos de culturas primitivas en paredes de cavernas o de piedras alzadas como en Babilonia o Egipto. El sistema de signos en los templos ya concentraba en sí misma la esencia de la infografía puesto que era una escritura figurativa, simbólica y fonética (De Pablos, 2014).

Podemos situar su origen en la prehistoria a raíz de que el ser humano descubriera el trazo. Se trataba de un material que dejaba huella al ser frotado en una superficie dura y estática y se convirtió en un gran descubrimiento para el mundo entero.

[...]“El binomio gráfico + texto existe desde antes del primer alfabeto fenicio, desde las primeras manifestaciones primitivas, cuando el hombre insertó un cierto mensaje escrito junto a los dibujos que dejó en abrigos naturales” (De Pablos, 2014: 20).

Esta definición puede ser el motivo por el que los infógrafos siempre usaran la misma fórmula, la del texto acompañado de un boceto o una figura. Con esta táctica, el mensaje comunicativo llegaba a un mayor número de receptores por su eficacia y persistencia.

En la Edad Media y durante el nacimiento y la divulgación de la imprenta, volvemos a encontrar el mismo formato infográfico de imagen + texto. Era el tiempo del

predominio de la escritura a mano sobre el material textual por un simple motivo: la dificultad para grabar en duras tablas de madera unidades del alfabeto frente a la comodidad de volcar el mensaje al modo gráfico. Todo esto, complementado con pocas palabras o con escenas dibujadas para simplificar el mensaje y que fuera comprensible por la población (De Pablos, 2014).

Sin embargo, con la aparición de la prensa informativa, la infografía tenía que exhibirse porque la combinación del texto o binomio de imagen + texto era muy fácil de entender por cualquier persona.

Además, los periódicos se han convertido en recursos más visuales, hasta el punto de parecerse lo más posible a una revista de salida diaria con todos sus elementos, desde la abundancia de fotos en color a un diseño más ligero con menos texto.

Cabe destacar que antes de la fotografía, cuando no se podían insertar imágenes fijas en las páginas de los viejos diarios, existía un artista que explicaba con un retrato lo que era difícil de destacar con las palabras. Esto ya se consideraba infografía porque a la figura se le añadía un texto complementario, y solía utilizarse en tiempos de crisis informativa. Asimismo, la colocación de fotografías arranca en el siglo XIX, más concretamente en los años 70, en Estados Unidos y 30 años después en España, con el periódico *Abc*. A comienzos del siglo XX, con la I Guerra Mundial, se utilizaron mucho los mapas para informar sobre lo que estaba ocurriendo en los países involucrados en este conflicto. Y a partir de la segunda mitad del siglo XX, se comenzaron a utilizar más las infografías, sobre todo por los periódicos españoles que intentaban romper con la seriedad de los medios (De Pablos, 2014).

No obstante, la infografía existe mucho antes de que los periódicos emplearan el binomio imagen + texto y de la llegada de la tecnología a las redacciones. [...]”no es en modo alguno un producto de la era informática, sino fruto de los deseos de la humanidad por comunicarse mejor, por optimizar aquellas primeras formas de comunicar” (De Pablos, 2014: 18).

Por esta razón, se puede hablar de que la infografía surgiera como una necesidad de darle vida a un mensaje, es decir, de dotarle de un buen significado y de que su

contenido sea más claro. Además, los primeros diarios publicaban infografías sencillas, en blanco y negro y con muy poca ilustración, pero con el paso de los años se han desarrollado nuevas técnicas.

Con el nacimiento en 1982 del diario estadounidense *USA Today*, surge una nueva época en todo el mundo. Este periódico se aproxima a su gran audiencia gracias a su apuesta por la imagen y los gráficos que incorporó especialmente en las secciones de economía y meteorología (Valero, 2001).

Desde finales de los años noventa hasta la actualidad se ha producido un crecimiento en los programas informáticos y en las redes de transmisión de gráficos. Esto ha favorecido a la divulgación de la publicación de infografías en los periódicos. También, ha obtenido tanta importancia que en los últimos años, la mayor parte de los diarios cuentan con su propia sección de infografía.

Por tanto, aunque la prensa ha utilizado la infografía prácticamente desde su creación, su fuerte crecimiento se muestra a partir de la guerra del Golfo en el año 1991. Este fue el punto de partida de una gran explosión gráfica. Hay que acentuar que desde sus orígenes, las personas integran de forma natural, el uso de las imágenes para comunicar y contar historias porque el cerebro está diseñado de esa forma (Ferrerres, 1995). Para la realización de una infografía destacan dos líneas o técnicas: la presentación de la información, y la exploración y visualización de la misma.

5. Presentación vs visualización y exploración de la información

Los conceptos de infografía y visualización pertenecen a un mismo continuo que a su vez ocupan extremos opuestos de una línea (Cairo, 2011).

5. 1. Presentación de la información

Cuando un gráfico presenta datos, informaciones y acontecimientos, se trata de presentación de la información. Estas infografías se centran en contar y analizar acontecimientos. El periodista o infógrafo, o incluso ambos, acuden al lugar de los hechos y recogen datos que utilizan para explicar cómo ha sucedido un determinado

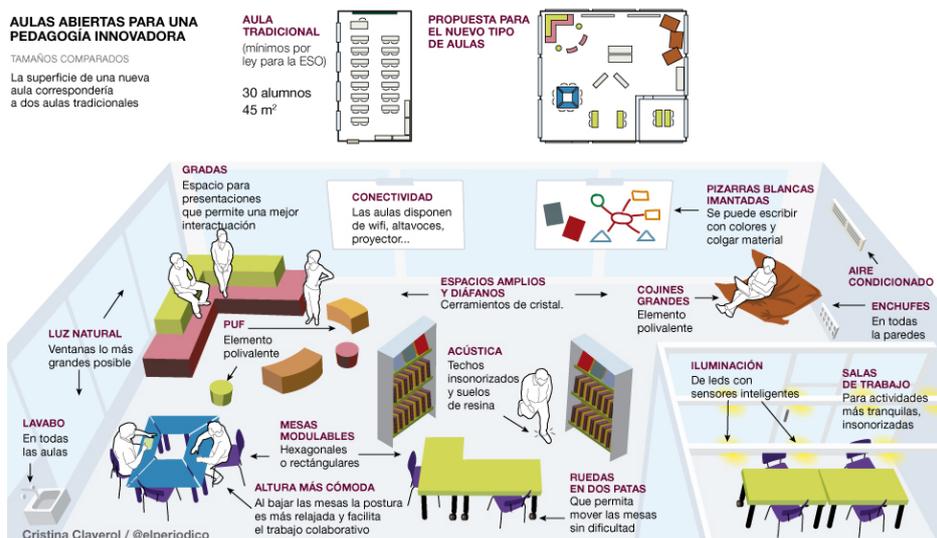
acontecimiento. El diario *20 Minutos* publicó una infografía, figura 10, para explicar las causas y consecuencias del atentado en Manchester.

Figura 10, Atentado en Manchester, Agencias.



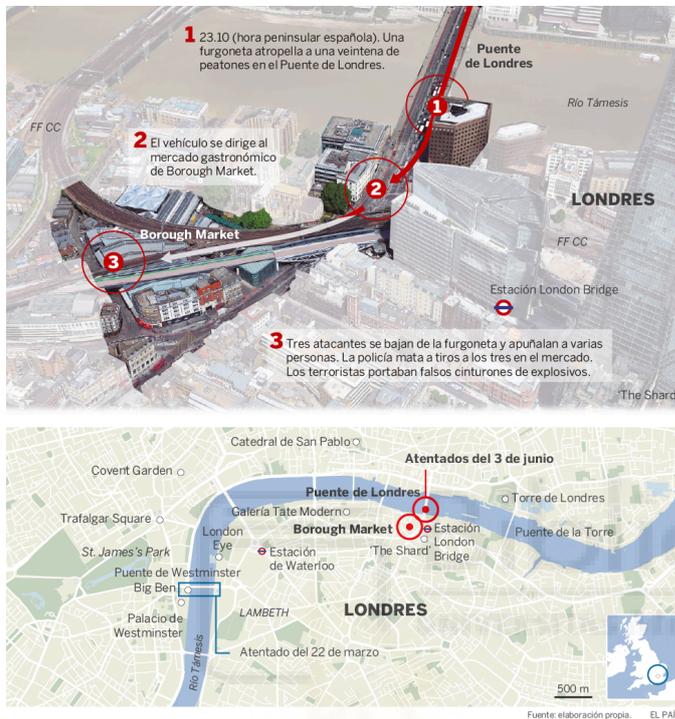
Mediante la presentación de la información, los expertos también puede describir el funcionamiento de algo. Los infógrafos se apoyan de imágenes con movimiento o sin él para que las personas vean una cosa por dentro y tengan más detalles acerca de su funcionamiento. Una infografía sobre el funcionamiento de las clases abiertas la realizó *El Periódico de Catalunya*, figura 11.

Figura 11, las nuevas aulas abiertas, Cristina Claverol.



Existe otro ejemplo de presentación de una infografía. En este caso, los infógrafos se centran en demostrar cómo ha ocurrido un acontecimiento. La siguiente infografía, figura 12, se publicó en el diario *El País* para reconstruir los hechos del atentado de Londres del 22 de marzo de 2017.

Figura 12, reconstrucción del atentado de Londres, *El País*.



Por el contrario, si una infografía permite que una persona analice los contenidos desde su propio punto de vista, se trata de exploración y visualización de la información.

5.2. Visualización y exploración de la información

La visualización consiste en presentar visualmente las ideas sobre cualquier ámbito de la sociedad, apoyándose en gráficos que muestren y expliquen la información con datos o palabras.

“La visualización ideal no solo debe comunicar con claridad, sino que también debe estimular la participación y la atención del espectador” (Viegas&Watenberg, 2006).

Asimismo, la visualización se entiende como una multidisciplina que representa los datos transformándolos en información semántica a través de medios gráficos. Es capaz de combinar la funcionalidad y la estética con la simplicidad, y estimular la participación de los usuarios. Está compuesta por el contenido (información), formas y métodos de presentación (diseño) (Alcalde, 2015).

La visualización/ exploración de la información se basa en crear herramientas visuales (estáticas o interactivas) que pueden ayudar a una persona a animar, explorar y analizar datos sencillos, tanto numéricos como no numéricos. Además, permite que las infografías sean leídas y para ello, se apoya en el uso de gráficos como estadísticas, mapas o diagramas. Estos gráficos pueden clasificarse en figurativos y no figurativos y ayudan a que los usuarios descubran los contenidos infiltrados en ellos.

Los gráficos figurativos son aquellos que representan fenómenos físicos. En ellos, existe una semejanza entre lo representado y la forma visual. Los gráficos no figurativos, sin embargo, personifican fenómenos abstractos. En ellos, la correspondencia entre lo representado y su forma visual es convencional. Se basa en un acuerdo entre el emisor y el receptor (Cairo, 2011).

A través de un gráfico, una persona puede retener más fácilmente la información porque visualizar o explorar un hecho activa el cerebro y le ayuda a retener los datos. Por lo que, cuanto mejor realizado esté un gráfico, será más sencillo para el receptor usar todos sus sentidos y recoger la información útil. También, las palabras clave combinadas con los tamaños de la fuente, los colores y los elementos visuales ayudarán a concentrar la atención del público sobre los hechos importantes.

El objetivo de cualquier trabajo de visualización no es la estética ni el impacto visual, sino que el infográfico sea comprensible primero y bonito después. Sin embargo, si que es fundamental el cuidado estético y que haya un equilibrio entre la información que se ofrece.

Cabe destacar que la visualización es una tecnología plural que transforma datos en información semántica, o crea las herramientas necesarias para que cualquier persona complete por sí sola el proceso y pueda alcanzar su objetivo. De este modo, la

representación gráfica de hechos, datos y fenómenos se puede considerar arte funcional, una especie de técnica visual de la información, un lenguaje (Cairo, 2011).

Por tanto, se puede hablar de que la infografía y la visualización unidas constituyen una nueva disciplina profesional que recoge una gran cantidad de recursos. Proceden de una amplia variedad de áreas como el periodismo, el diseño gráfico tradicional, la cartografía, la estadística, la arquitectura de la información, entre otras. La infografía de prensa, en concreto, debe ser tratada como periodismo visual con el estricto respeto por la verdad, la objetividad y la ética profesional (Cairo, 2011).

La exploración de la información es un valor que no está muy presente en los medios de comunicación actuales. Esto se debe a la falta de confianza que los editores y reporteros tienen en la inteligencia de sus lectores, de las personas que consumen su producto. Para que dicha confianza funcione, un buen comunicador debe tener un cierto espíritu de explorador y un interés genuino y algo inocente por una amplia variedad de temas.

La clave para resolver el dilema de qué nivel de complejidad es adecuado, es encontrar la importancia que se le va a dar a la presentación y a la exploración y visualización dentro de cada gráfico. Hay que encontrar el equilibrio entre estas dos dimensiones (Cairo, 2011). Estos aspectos hay que tenerlos en cuenta a la hora de realizar una infografía.

6. Elementos que conforman la infografía

En el proceso de creación de una infografía es fundamental la presencia del periodista que debe procurar mejorar su cultura visual desde bien temprano, si es posible desde el inicio de su formación universitaria en el ámbito de la Comunicación.

A pesar de que el producto final, es decir, la infografía publicada, no sea responsabilidad total del periodista, la creación del material de calidad es más fácil con la colaboración de la persona que ha estado en el lugar de los hechos. Incluso, del informador que ha elaborado una composición de los hechos consultando diversas fuentes para después, redactar un texto noticioso. Para ello, el periodista no necesita saber dibujar porque un boceto de lo sucedido, por muy básico que sea, constituirá un

elemento de gran valor para el profesional del diseño que realizará la infografía (De Pablos, 2014).

La ilustración y el arte del dibujo aporta a la infografía la creatividad de transformar las ideas en lenguaje gráfico. La sencillez, claridad y la exactitud de los bocetos que se aproximan a la realidad pueden aportar propuestas informativas individuales sobre lo que sucede (Pascasio, 2013).

“No podemos considerar infografía lo que solamente son números o textos sin dibujos de ninguna clase. El límite se lo ponemos en la intención de explicar con dibujos informativos y otras formas icónicas los acontecimientos diarios o alguno de sus aspectos significativos” (Valero, 2000).

La ilustración se ha convertido en una gran forma de comunicación visual que logra aportar emociones. Recoge características de otras ramas como la exactitud, el cuidado de los detalles, lo didáctico y el conocimiento. Un dibujo es capaz de crearse a través de diferentes elementos gráficos muy identificables porque están definidos por unos cánones de precisión, perfección y semejanza con la realidad. Presenta referencias visuales y formas gráficas, que los lectores de una infografía o simplemente, los que contemplan una ilustración, están acostumbrados a manejar. Por ejemplo, los símbolos o los iconos (Pascasio, 2013).

Un aspecto fundamental a la hora de planificar la ilustración para crear una infografía es la estética. Este aspecto plasmado en un texto, incitará las emociones en un lector. Esa determinada persona se pone en situación o en la piel del periodista para entender mejor la información. También, sirve para acercar al receptor al acontecimiento que se muestra, haciéndolo más creíble. Aquí entran en juego valores como la empatía o la propia imaginación.

[...] “A veces, fruto de la creatividad y de las posibilidades que ofrecen los programas informáticos, los infógrafos realizan obras de arte poco prácticas, incoherentes o inútiles para presentar la información” (Ochoa, 2009: 280).

Sin embargo, en el periodismo existe el miedo a utilizar las artes en el desarrollo de su tarea y de usarlas con naturalidad.

La colocación de la infografía en un medio de comunicación es fundamental para realizar una buena lectura de su contenido, especialmente porque el mayor peso va a recaer sobre las imágenes. Por eso, debe cuidarse su ubicación, siguiendo preferentemente el orden de lectura occidental que va de arriba abajo y de izquierda a derecha. Los títulos y los textos deben situarse pensando en un equilibrio visual entre la posición, la forma y el peso del propio título. Mientras que los subtítulos deben mantenerse dentro de las guías establecidas y tratarse con precaución para que añadan variedad.

La disposición de las imágenes, sin embargo, no se realiza de forma aleatoria. El equilibrio se logra con la división vertical en columnas y horizontal creando módulos para evitar el desconcierto. La infografía sigue teniendo poco peso relativo en relación al resto de formatos que componen la página. Pero ello no le ha impedido demostrar que es un género preparado para transmitir las noticias de forma independiente. (Pascasio, 2013)

Para que la comunicación a través de imágenes sea eficaz, el informador gráfico debería tener conocimientos de arte y diseño gráfico. Pero hoy en día, lo más habitual en los periódicos es que los infografistas sean licenciados en Bellas Artes y eso puede tener dos consecuencias.

Por una parte, puede que el dibujante sea capaz de pensar como un periodista y de comunicarse con los reporteros. Entonces, seguramente ese profesional terminaría convirtiéndose en un periodista. Por otra parte, hay infografistas que no tienen curiosidad por conocer lo que pasa en el mundo, que no se interesan por la actualidad y por lo tanto, no tienen idea de periodismo ni dotes de creatividad. En este caso, lo mejor es completar el equipo de infografistas con un redactor que elabore los textos e interprete periodísticamente los hechos (Ferrerres, 1995).

[...] “El verdadero profesional de la infografía es periodista o se convierte pronto en periodista” (Pancho Reyerro, 1992: 22).

Aunque hoy en día un infografista sea una figura ideal, en el futuro un informador gráfico deberá poseer la habilidad para pensar como un periodista. Y la capacidad para dibujar y diseñar tendrán una importancia secundaria (Ferrerres, 1995).

Como periodista, un informador gráfico debería reunir una serie de condiciones. La primera, investigar los hechos e interesarse por el tema, por lo que tendrá que consultar archivos y documentos. Seguidamente, cubrir las informaciones, bien solo o bien con los redactores. Y por último, redactar o dibujar las informaciones buscando la comprensión del editor y del lector. Además, un periodista gráfico debería poseer capacidad para trabajar en equipo, creatividad, velocidad y no abusar del valor artístico.

Es preferible que la infografía sea una labor de equipo, de un equipo mixto entre dos tipos de profesionales, redactores y dibujantes, periodistas redactores y periodistas dibujante. Por eso, el estado para crear una buena infografía debe ser la colaboración entre el escritor y el dibujante. Un redactor es capaz de visualizar los hechos y preparar bocetos infografiables, y un grafista tiene la habilidad de realizar el trabajo a partir de los borradores o indicaciones. Este último, le dará su particular visión gráfica dentro del estilo peculiar del medio al que ambos pertenecen.

Lo ideal es que el redactor junto al dibujante vayan a cubrir una determinada información cuando se piense que los hechos pueden ser infografiables. La imagen del infografista enviado especial en solitario o acompañado mejorará la calidad de la infografía.

En el caso de que en la redacción de un periódico no exista una comunicación entre redactores e infógrafos, debería existir un redactor de enlace, es decir, un informador que facilite la conexión entre ambos. Este redactor también debe aportar información literaria, ser conciso en su lenguaje infográfico, y al final, ser el responsable de los textos de cada infografía (De Pablos, 2014).

Al ser una labor en equipo, tanto el dibujante como el redactor deben firmar el gráfico. Se debe a que el redactor aporta la información básica para que el artista opere con mayor tranquilidad y para que surja una gran labor de comunicación entre el medio y el receptor. Esta es la meta de una obra infográfica (De Pablos, 2014).

A la hora de realizar una infografía, los expertos deben elegir la herramienta más adecuada y gracias a las tecnologías actuales, disponen de una amplia variedad de técnicas. Sin embargo, aunque la informática imita casi idénticamente los trazos y las particularidades de un dibujo hecho a mano, aún siguen existiendo infografías realizadas con las técnicas tradicionales porque son más eficaces. Actualmente, cualquier persona en su hogar o en su lugar de trabajo, tiene a su alcance las herramientas informáticas más comunes que permiten crear pequeñas visualizaciones de datos para crear un proyecto.

7. Cómo se elabora una infografía

Las herramientas de diseño han cambiado mucho a medida que Internet ha evolucionado. Al principio, los infografistas y periodistas utilizaban el programa Adobe Illustrator, que se empleaba para crear y tratar imágenes vectoriales. Estos profesionales también trabajaban con Adobe Flash, una aplicación de manipulación y creación de gráficos vectoriales. Por lo tanto, ambas herramientas de animación estaban destinadas a la elaboración de contenido interactivo para diferentes usuarios.

Actualmente, un software muy efectivo para la realización de infografías es el HTML5, HyperTextMarkupLanguage. Se trata de la quinta versión del lenguaje básico HTML y se utiliza para la construcción de sitios web, aplicaciones para móviles y trabajos en red.

“HTML5 incluye elementos nuevos destinados a enriquecer la presentación de documentos” (Franganillo, Jorge, 2010: 262).

El HTML5 es el resultado de la combinación de HTML, las hojas de estilo CSS y el lenguaje de programación JavaScript. Estas tecnologías son muy dependientes y actúan como una única unidad. HTML se encarga de la estructura y CSS presenta la estructura y el contenido en la pantalla, mientras que JavaScript hace el resto de la tarea (Gauchat, 2012).

Dos elementos principales que presenta el lenguaje HTML5 son el video y audio. Permite reproducir contenido multimedia y adaptarlo a las necesidades del infógrafo.

Gracias a estas funciones, un infógrafo puede realizar infografías más complejas y con una gran variedad de datos. Aportan toda la información necesaria para que el lector no pierda detalle. El HTML5 también posee habilidades como datos binarios y animaciones vectoriales que dan movimiento a las infografías. Por otro lado, permite describir con más claridad el contenido, almacenar contenido en las páginas webs y trabajar sin conexión a Internet.

Con el HTML5, un infógrafo puede hacer gráficos, crear dibujos, manipular fotografías e incluso, realizar animaciones en una página web de forma dinámica. Una vez que se ha realizado la infografía, el infógrafo puede darle movimiento, es decir, crear acciones para que el receptor interactúe con ella.

En suma, el HTML5 es un lenguaje de marcación avanzado que está al alcance de todas las personas y les permite diseñar todo tipo de infográficos.

8. Método

Para la realización de este trabajo, se ha optado por la modalidad académica porque para averiguar el funcionamiento de la infografía en los distintos medios de comunicación, es necesaria una profunda investigación.

Inicialmente se ha hecho una revisión bibliográfica del asunto para contextualizar el estado de la cuestión. A continuación, se ha realizado una mezcla entre cuestionario y entrevista a través del correo electrónico a profesionales de distintos medios de prensa impresa españoles. Por tanto, se ha elegido la opción de una entrevista a través de un cuestionario, presente en el anexo 1, sobre una selección de profesionales en los distintos medios de comunicación. Este híbrido nos permite recoger la opinión directa de los profesionales.

La experiencia y la opinión de una selección de infografistas y periodistas españoles ayudarán a exponer los procesos para la creación de una infografía. La intención es recoger información para conocer en profundidad el estado actual de la infografía en España. Los resultados se han valorado de forma cuantitativa y cualitativa.

Con preguntas tipo test y de respuesta corta, se ha conseguido que los protagonistas sigan un orden de contenido y unas pautas generales establecidas en el cuestionario. Esto les ha permitido centrarse en los contenidos del estudio que se plantea e impedir que el sujeto cambie de temas o se desvíe del objetivo de la investigación.

El test incluía seis apartados, todos relacionados entre sí y con una gran variedad de preguntas. A los infografistas se les ha preguntado tanto por el funcionamiento de la sección de infografía en un determinado medio hasta por los distintos elementos visuales que consideran que integran una infografía.

Entonces, para este estudio, debido a las limitaciones de espacio y tiempo, se ha decidido plantear un cuestionario cerrado, sobre los temas que se van a tratar para que el entrevistado se ciña a ellos.

Siguiendo el ranking de medios impresos publicado por la Audiencia General de Medios, se ha realizado una selección de los principales diarios españoles que tienen una sección de infografía, con el fin de conocer su trabajo: Pon los medios a los que has enviado. Se ha contactado con los medios a través de la dirección de correo electrónico obtenida....

Después de contactar con todos ellos mediante email, algunos mostraron su buena predisposición a colaborar respondiendo a las cuestiones planteadas. Finalmente, han respondido a la entrevista los infografistas del diario *Las Provincias* y *20 Minutos*.

9. Resultados

Se ha enviado un cuestionario a los diarios españoles que más lectores tienen y únicamente se ha obtenido la respuesta de dos periódicos: *La Verdad* y *20 Minutos*.

Como se ha expuesto, el cuestionario-entrevista está dividido en seis apartados tipo test y de respuesta corta, e incluyen información personal para conocer la opinión de los infografistas.

Con el primer apartado, se ha descubierto que ambos infógrafos tienen una edad media de entre 40 y 50 años y que ambos son licenciados. El primer entrevistado es un hombre

y trabaja en el cibermedio de *20 Minutos*, mientras que el segundo, es una mujer y pertenece al diario *Las Provincias*. Este último medio, cuenta con un departamento de infografía en el que trabajan 2 personas. Ella lleva dedicándose al ámbito de la infografía más de 10 años y actualmente, ocupa el puesto de redactora infografista. Este cargo también lo tuvo en la *Revista Jump* y en *Actualidad Comarcal*. Además, tiene claro que una infografía es una noticia o reportaje contado de forma visual, y que la realización de un infográfico parte de un análisis de datos.

Por el contrario, el diario *20 Minutos* no cuenta con un área de infografía sino que una única persona se encarga de dicha sección. Sin embargo, él también ocupa el puesto de infografista desde hace más de 10 años y anteriormente, ha trabajado en *Marca*, en *Diario Médico*, *Diario de Sevilla*, *5Winfographics*, *El País* y *La Información*.

En cuanto al apartado sobre qué consideran acerca de la infografía periodista, ambos infografistas están de acuerdo en que es una aportación informativa elaborada con criterios periodísticos. También en que dicha infografía periodística es una unidad autónoma de la información, que se conforma a partir de elementos icónicos y tipográficos y de expresiones gráficas de información. Asimismo, ambos coinciden en que la infografía periodística no debe estar complementada por un texto siendo éste el elemento informativo principal. Estos infografistas no concuerdan en la necesidad de un texto anexo para que se comprenda la información representada, y en recurrir al texto solo para contar o matizar lo que el lenguaje visual no puede mostrar.

Los dos expertos, tampoco se muestran a favor en emplear la infografía periodística para comunicar cualquier noticia o información, ni para notificar informaciones difíciles de contar con el lenguaje verbal apoyándose en elementos descriptivos. Vuelven a coincidir en que sí que se utiliza para comunicar informaciones difíciles de contar con el lenguaje verbal, y para describir cómo funciona una cosa o cómo es por dentro. También en que se usa para presentar datos numéricos abstractos, o como patrones de referencia para contextualizar al lector con respecto a la información. Al hablar de que se emplea para describir hechos o acontecimientos que no se pueden contar con palabras, no coinciden.

El infógrafo del diario *20 Minutos* no tiene claro si la infografía periodística surge del avance de las nuevas tecnologías y está de acuerdo, en que requiere de procedimientos informáticos para su realización. Por el contrario, la infografista de *Las Provincias* afirma que no surge de la tecnología y que tampoco requiere de la informática. No obstante, ambos concuerdan en que no solo se puede hacer en el medio Internet, que su finalidad es informar y que se puede considerar género informativo. La contestación a la cuestión sobre si la infografía periodística debe responder a las 5W es opuesta. Además, en este apartado, la infógrafa ha hecho un apunte. Ha especificado que la infografía periodística se emplea para comunicar informaciones que pueden ser difíciles o no de contar, y que puede o no requerir textos.

En el siguiente punto se ha planteado qué es la infografía y la respuesta no ha sido la misma. Ella afirma que se trata de un género periodístico, mientras que él garantiza que es una disciplina.

Le sigue el apartado acerca de los elementos que conforman la estructura de una infografía. El infografista de *20 Minutos* indica que debe tener un título, un subtítulo, un cuerpo formado por elementos gráficos y elementos tipográficos que clarifiquen el contenido del mensaje visual. También, que debe estar compuesta por una fuente de información, la autoría, firma o créditos, y la fecha de publicación. Por el contrario, la infografista de *Las Provincias* afirma que realizar una infografía depende del tipo de gráfico.

A continuación, se trata la composición de una infografía, es decir, los elementos visuales que la integran. Ambos infógrafos concuerdan en las ilustraciones, ilustraciones secuenciales, gráficos y diagramas, mapas, líneas temporales, elementos de organización o jerarquía, símbolos, iconos y fotografías. Pero ella, no está de acuerdo en relacionar los emblemas a elemento de una infografía.

Del mismo modo y en el siguiente apartado, se exponen los elementos visuales que integran la infografía en Internet. Él responde que la forman los vídeos, animaciones, audios, herramientas de formulario para explorar la información y las de personalización de la información. Por el contrario, ella indica que depende de la infografía que se vaya a realizar.

A la pregunta sobre qué programa o herramienta utilizan para realizar una infografía, no han coincidido. El infografista de *20 Minutos* emplea HTLM5, mientras que la infografista de *Las Provincias* usa otro programa que no especifica. Del mismo modo, ella considera líder español en el campo de la infografía al diario *El Correo* y líder internacional al *New York Times*. Sin embargo, él considera líder español a *La Vanguardia* e internacional al *National Geographic*.

Para finalizar el formulario, se ha incluido un campo abierto de respuesta larga para que los infógrafos den su opinión acerca de cualquier tema no abordado. Él no ha querido exponer su opinión, pero ella ha recalado que un mapa localizador o unas barras también son infografía. Ha añadido que según los datos de la información a comunicar, se utilizar un tipo de infografía u otro, con unos elementos, distribución e ilustraciones distintas. Asimismo, ha señalado que no solo varían las técnicas sino que también los programas que intervienen en su elaboración.

10. Conclusiones

Hoy en día, la infografía puede considerarse un género periodístico porque presenta elementos de otros géneros, ya que muestra un título, un subtítulo e incluso bloques de texto. Además, su realización también incluye una previa investigación sobre un determinado acontecimiento y la recogida de información. Por lo tanto, se puede decir que la infografía es una unidad autónoma de información porque no necesita de otro género para cobrar sentido.

La infografía se utiliza para contar una noticia que no se puede narrar simplemente mediante palabras escritas. Normalmente, se emplea para describir el funcionamiento de una cosa o para presentar y analizar datos numéricos, vertiente en pleno auge y en constante evolución. Esto facilita su comprensión y contextualiza al lector respecto a la información.

Actualmente, se puede hablar de era digital. Con la aparición de Internet, los medios de comunicación han tenido que modificar sus métodos de trabajo y aprender nuevas herramientas informáticas para la realización de infografías. No obstante, no hay ningún

procedimiento específico a la hora de diseñar y elaborar una infografía, sino que cada diario emplea su propio sistema. Lo que sí que se tiene en cuenta son los elementos visuales que la integran ya que dependiendo de los datos, la infografía se presentará de una forma u otra, por ejemplo, como un mapa o un diagrama. Su realización y su diseño también varía en función de si se trata de una infografía para la web o para un medio impreso, es decir, estática o dinámica.

Sin embargo, la infografía aún no cuenta con el protagonismo suficiente sino que se encuentra en desarrollo. Hay diarios que cuentan con una sección propia de infografía en la redacción, mientras que hay otros en los que está arrinconada. La mayoría de estas redacciones tienen infografistas, que son personas dedicadas exclusivamente a crear infografías.

La infografía es un asunto poco investigado pero sí que se está estudiando en cuanto al auge en el periodismo de datos. No obstante, este trabajo pretendía una contextualización de la infografía en general y cómo se trabaja en las redacciones españolas. Por otra parte, lo que se ha encontrado durante la revisión bibliográfica más actualizado, no enriquecía el trabajo y por tanto, no se ha incluido. En este trabajo de investigación, tiene aún más cabida dada, la poca bibliografía reciente del asunto tratado.

Para concluir este trabajo, cabe destacar que la infografía es una forma visual muy eficaz de contar la información y que gracias a su diseño, capta más rápido la atención del lector.

11. Bibliografía

Alcalde, I. (2015): *Visualización de la información*. De los datos al conocimiento.

Ardèvol, A. (2012): “¿Qué es una infografía periodística?”. *Cuadernos artesanos de Latina*. Nº 28.

Bernal, A.I. (2014): *Herramientas digitales para periodistas*.

- Cairo, A. (2011): *El arte funcional*. Infografía y visualización de la información.
- Colle, R. (1998): “Estilos o tipos de infógrafos”. *Revista Latina de Comunicación Social*. N°44.
- Costa, J. (1998): *La esquemática*. Visualizar la información.
- De Pablos, J.M. (2014): *Infoperiodismo*. El periodista como creador de infografía.
- Ferreres, G. (1995): *La infografía periodística*.
- Franco, G. (2005): *La infografía periodística*.
- Gauchat, J.D (2012): *El gran libro de THML5, CSS3 y Javascript*.
- Karlins, D. (2013): *HTML5 and CSS3 for dummies*.
- Las Provincias (2017). Entrevista personal a su infografista.
- Ochoa, B.E. (2009): “La infografía digital: género periodístico y recurso pedagógico”. Conferencia ACORN-REDECOM en Ciudad de México.
- Pascasio, L. (2013): “La importancia de la ilustración en la infografía. Conexiones entre el periodismo y el dibujo”. *Cuadernos artesanos de comunicación*. N° 46.
- Valero, J.L. (2001): *La infografía*. Técnicas, análisis y usos periodísticos.
- Valero, J.L. (2012): *La infografía digital*. La visualización sintética.
- 20 Minutos (2017). Entrevista personal a su infografista.

Anexo 1

Encuesta: La infografía periodística en las redacciones españolas

Instrucciones para responder: Para que este estudio sea eficaz, debe leer con detenimiento cada estamento o pregunta y marcar la respuesta que más se aproxime a la realidad. Conteste con respuesta larga si lo considera necesario.

1. Edad

2. Sexo Marca solo un óvalo. Hombre Mujer

3. Formación/ estudios Marca solo un óvalo.

Formación básica

Bachillerato

Diplomatura

Licenciatura

Máster

Doctorado

Otros

4. ¿En qué medio de comunicación trabaja actualmente?

5. Marca solo un óvalo.

Prensa impresa

Radio

Televisión

Cibermedio



6. ¿Hay un departamento o área de infografía? Marca solo un óvalo.

Sí

No

7. ¿Cuántas personas trabajan en este área o departamento?

8. ¿Qué puesto relacionado con la infografía periodística desempeña en la redacción?

9. ¿En qué otros medios de comunicación ha trabajado y qué labores relacionadas con la infografía ha desempeñado?

10. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el ámbito de la infografía? Marca solo un óvalo.

Entre 1 y 5 años

Entre 5 y 10 años

Más de 10 años

11. ¿Cómo se hace una infografía?

12. A la hora de diseñar y elaborar una infografía, ¿qué sistema de trabajo lleva a cabo?
(Por favor indique los pasos a seguir y el tiempo que tarda en cada uno de ellos)

Considera que la infografía periodística...

13. Es una aportación informativa elaborada con criterios periodísticos. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

14. Es una unidad autónoma de información. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

15. Se conforma a partir de elementos icónicos y tipográficos. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

16. Se conforma a partir de expresiones gráficas de información. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc



17. Debe estar complementada por un texto siendo éste el elemento informativo principal. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

18. No necesita un texto anexo para que se comprenda la información representada. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

19. Debe recurrir al texto sólo para contar o matizar lo que el lenguaje visual no puede mostrar. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

20. Si acompaña a un texto, debe aportar un punto de vista diferente. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

21. Se puede emplear para comunicar cualquier noticia o información. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

22. Se emplea para comunicar informaciones difíciles de contar con el lenguaje verbal apoyándose en elementos descriptivos. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

23. Se emplea para comunicar informaciones difíciles de contar con el lenguaje verbal que no se pueden esclarecer o precisar mediante la fotografía o el vídeo. Marca solo un

óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

24. Se emplea para describir cómo funciona una cosa o cómo es por dentro. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

25. Se emplea para presentar datos numéricos abstractos relacionándolos para facilitar su comprensión. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

26. Se emplea para describir hechos o acontecimientos que no se pueden contar con palabras permitiendo su comprensión. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

27. Se emplea como patrones de referencia para contextualizar al lector con respecto a la información, por ejemplo, mediante un mapa o un organigrama. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

28. Surge del avance de las nuevas tecnologías. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

29. Requiere de procedimientos informáticos. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

30. Sólo se puede hacer en el medio Internet. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

31. Debe responder al qué, cómo, dónde, quién, cuándo y por qué. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

32. Tiene como finalidad informar. Marca solo un óvalo.

Sí

No



Ns /Nc

33. Posee una estructura definida. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

34. Posee unos rasgos comunes que la integran en el género informativo. Marca solo un óvalo.

Sí

No

Ns /Nc

La infografía es...



35. Selecciona todos los que correspondan.

Un género periodístico

Un subgénero periodístico

Una técnica

Una disciplina

Un procedimiento

Una herramienta

Otro:

La estructura de una infografía la conforman...

36. Selecciona todos los que correspondan.

Título (texto)

Subtítulo (texto)

Introducción o contextualización breve de la información visual (texto)

Bloque de texto principal

Cuerpo conformado por elementos gráficos

Elementos tipográficos clarificando el contenido el mensaje visual

Resumen

Fuente de la información (texto)

Autoría, firma o créditos (texto)

Fecha de publicación (texto)

Explicación sobre cómo leer/utilizar la infografía

Otro:

Los elementos visuales que integran el cuerpo de una infografía pueden ser...

37. Selecciona todos los que correspondan.

Ilustraciones

Ilustraciones secuenciales

Gráficos y diagramas

Mapas

Líneas temporales

Elementos de organización o jerarquía

Símbolos

Iconos

Emblemas

Fotografías

Los elementos audiovisuales que integran el cuerpo de una infografía en Internet pueden ser...

38. Selecciona todos los que correspondan.

Videos

Animaciones

Audios



Herramientas de formulario para explorar la información (menú desplegable, etc.)

Herramientas de personalización de la información (zoom, etc.)

Otro:

39. ¿Qué programa/herramienta utilizan para la realización de la infografía? Marca solo un óvalo.

HTML5

Adobe Illustrator

FreeHand

Otro:

40. ¿Qué diario español considera líder en el campo de la infografía?

41. ¿E internacional?

Muchas gracias por su colaboración.

