

## La infografía periodística española. Una evaluación de cuatro destacados medios (1994, 2007 y 2018)\*

The Spanish Journalistic Infographic. An Evaluation of Four Prominent Media Outlets (1994, 2007 and 2018)

A infografia jornalística espanhola. Uma avaliação de quatro meios de comunicação preeminentes (1994, 2007 e 2018)

Aitor Castañeda Zumeta <sup>a</sup>

Universidad del País Vasco, España

aitor.castaneda@ehu.eus

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3887-7479>

DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp40-79.ipee>

Recibido: 11 mayo 2020

Aceptado: 01 julio 2021

Publicado: 30 diciembre 2021

José Luis Valero-Sancho

Universidad Autónoma de Barcelona, España

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4196-4573>

### Resumen:

La infografía periodística en los diarios es una comunicación visual informativa que se ocupa de lo más relevante de un asunto significativo por medios figurativos y convenciones abstractas. Así se ha entendido desde el comienzo de la tecnología informática gráfica, y de ello hay múltiples muestras en algunos de los principales medios españoles de mayor audiencia, con los que podemos comparar el pasado y presente de la infografía periodística. Para ello, se ha propuesto el estudio de los periódicos ABC, El País, La Vanguardia y El Periódico, analizando 711 infografías de 19 secciones, desde 1994 (década de oro de la infografía española) hasta 2018 con un método cuantitativo y cualitativo por variables (Valero-Sancho, 1999), referidas a la cantidad de infografías en los diarios, días de semana de publicación, características formales (tamaño, proporción y ubicación en página) y su tipología según el citado método. Se observa un incremento en cantidad infográfica hasta 2007, que decrecerá drásticamente hasta el 2018, dando lugar sin embargo a infográficos de mayor calidad estética e informativa, frecuentemente utilizados para la ubicación de sucesos.

**Palabras clave:** infografía, comparación tipológica, género periodístico, periodismo, prensa.

### Abstract:

Journalistic infographics in newspapers is an informative visual communication that deals with the most relevant aspects of a significant issue through figurative means and abstract conventions. It has been understood in this sense since the advent of computer graphics technology, and there are multiple examples thereof in some of the main Spanish media with the largest audiences, with which we can compare the past and present of journalistic infographics. Therefore, the study of the newspapers ABC, El País, La Vanguardia and El Periódico has been proposed, analyzing 711 infographics of 19 sections, from 1994 (the golden decade of Spanish infographics) to 2018 with a quantitative and qualitative method by variables. (Valero Sancho, 1999), referring to the number of infographics in the newspapers, days of the week of publication, formal characteristics (size, proportion and location in the page), and their typology according to the aforementioned method. An increase in infographic quantity is observed until 2007, which will decrease drastically until 2018, giving rise, however, to infographics of higher aesthetic and informative quality, frequently used for the location of events.

**Keywords:** infographics, typologic comparison, journalistic genre, journalism, press.

### Resumo:

A infografia jornalística em diários é uma comunicação visual informativa que trata dos aspectos mais relevantes de uma questão significativa por meios figurativos e convenções abstratas. Isso é entendido desde inícios da tecnologia informática gráfica e há múltiplos exemplos disso em alguns dos principais meios de comunicação espanhóis de maior audiência, com os quais podemos comparar passado e presente da infografia jornalística. Para isso, foi proposto o estudo dos jornais ABC, El País, La Vanguardia e El Periódico, a analisar 711 infografias de 19 seções, de 1994 (década de ouro da infografia espanhola) até 2018 com método quantitativo e qualitativo por variáveis (Valero Sancho, 1999), referidas à quantidade de infografias nos diários, dias de semana de publicação, características formais (cumprimento, proporção e localização na página), e sua tipologia de acordo com o supracitado

### Notas de autor

<sup>a</sup> Autor de correspondencia. Correo electrónico: aitor.castaneda@ehu.eus

método. Observa-se um aumento na quantidade infográfica até 2007, que diminuirá drasticamente até 2018, dando origem, no entanto, a infográficos de maior qualidade estética e informativa, frequentemente utilizados para a localização de eventos.

**Palavras-chave:** infografia, comparação tipológica, gênero jornalístico, jornalismo, imprensa.

## La infografía: definición y contexto

La infografía impresa, es una forma de comunicación visual e informativa. Se reproduce sobre todo en los diarios y revistas, no necesariamente de actualidad *breakingnews*, que muestra asuntos significativos que tienen lugar en la naturaleza: sucesos acaecidos, fenómenos o conceptos representados por medios figurativos (dibujos y fotografías) y signos convencionales abstractos, más o menos conocidos por los lectores. Dichos mensajes mixtos facilitan la comprensión y divulgación de descripciones, narraciones o interpretaciones. En palabras de Javier Errea, presidente de la Society of News Design (Sociedad para el Diseño de Noticias) de España (SND-E), “allí donde no llegan las palabras puede llegar la infografía para explicar hechos complejos de la actualidad”.

En periodismo, suelen presentarse con finalidades subyugadas a la noticia o reportaje con funciones sintéticas o complementarias; en tanto que, como asevera Corrie Parlonsen, quien fuera director del servicio de gráficos de Reuters, “hay infografías que pretenden contar toda la historia. Por muy tentador que sea, es difícil lograrlo en un medio impreso” (SND-E y Universidad de Navarra [UNAV], 2002, p. 7). Y es que una infografía puede tener tal potencial informativo que puede sustituir al convencional artículo periodístico, si bien no debe competir con él, siendo infografía y texto periodístico, interdependientes (Leturia, 1998).

Por otra parte, la infografía contiene imágenes de síntesis que pueden ser de alto grado de iconicidad junto a signos alfabéticos, como los propios de la tipografía-caligrafía y otros específicos del tema, que la propia prensa se encarga de significar por medio de leyendas presentadas en el contexto de una comunicación (Costa y Moles, 1992, p. 90).

Los textos son a menudo muy relevantes y necesarios, ya que no hay infografía de prensa cuando se tiene únicamente imagen, por mucho que el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) no proporcione una definición adecuada, en tanto que según la misma se trata de una “Técnica de elaboración de imágenes mediante computadora. Representación gráfica que apoya una información de prensa”. No es cierto que todo producto icónico sea infografía como define el DRAE, pues hay multitud de grafismos y garabatos elaborados con ordenador doméstico a los que nunca significaríamos con dicho nombre.

En cuanto a la estética, si bien es útil para la correcta u óptima presentación de formas infográficas, también facilita el acceso al conocimiento (Marín, 2007, p. 88), y quizá es uno de los “puentes” modernos que se tienen hacia la ciencia: “Pasamos del ámbito de la sensación al de la expresión (del arte a la ciencia) para demostrar que ambos son colindantes” (Català, 2005, p. 221).

Así las cosas, podríamos definir la infografía como una representación diagramática de datos, siendo un diagrama un “dibujo en el que se muestran las relaciones entre diferentes partes de un conjunto o sistema” (Cairo, 2008, p. 21). Combina texto e imagen (De Pablos, 1998), y se vale de formas simbólicas e icónicas, pudiendo ser también acompañadas de texto, siendo el diagrama el núcleo de las mismas.

La moderna infografía ya está haciendo historia en la prensa, Internet y TV. Comenzó a principios de los años 90 del pasado siglo, a desarrollarse en la prensa, de forma cada vez más profesional y adaptada a los lectores, que hoy día la interpretan como una forma más de acceso a los contenidos informativos. España es un caso ejemplar de desarrollo de la infografía de prensa desde esos primeros años y este estudio pretende mostrar dicho avance.

## La infografía en España: contexto histórico

La patria de Cervantes fue pionera en la infografía al coincidir varios medios en expansión, nacimiento y renovación tecnológica con los cambios de sistema político y social. Los medios buscaban consumidores que antes no habían manifestado interés por la lectura de acontecimientos políticos, dado el régimen de dictadura que imperaba años atrás. El comienzo de la década de los 90 fue la época de entrada de España en la Comunidad Europea. Fue también un momento de brillo deportivo y organizativo, que situó este país en un lugar de relevancia en el mundo (1992).

En el ámbito infográfico, fue también importante que los Premios Malofiej de infografía comenzaran a desarrollarse en España en 1993 (SND-E, s. f.), y dieran múltiples ideas a editores de diarios, que desde muy al principio se dotaron de recursos para hacerla posible en sus medios. Este país a menudo se ha puesto como ejemplo por la gran calidad de desarrollos gráficos en un contexto informativo, basta con ver cómo los elogian los grandes infógrafos en los certámenes internacionales.

No es para menos decir que, desde el 96, el número de tesis doctorales sobre infografía en España es de 13, siendo la última en el 2017. Asimismo, en el 2016, el Congreso Internacional de Comunicación Social Latina destinaba una de sus mesas a las nuevas narrativas de la comunicación e infografía, con un total de nueve comunicaciones, siete de ellas sobre infografía en prensa y un libro publicado dos años después (Castañeda Zumeta, 2018). El valor de la infografía contaba así con un prestigio académico consolidado por décadas.

Por estas razones, se ha decidido realizar una prueba, con la perspectiva que da el tiempo, del desarrollo que han tenido algunos de los medios de mayor relevancia en lo que concierne al infográfico, desde 1994 (un año después de la celebración de los Malofiej) hasta el 2018, mostrando la importancia de su evolución histórica.

## Objetivos de investigación

Se pretende emitir un juicio a la moderna infografía española, y por ello se comparan algunas de las principales variables y consideraciones que se toman de un estudio precedente, en 1994, publicadas en la obra de José Luis Valero-Sancho (1999). Variables diversas y confirmadas por medio de un método de investigación basado en variados aportes científicos y consultivos, que se explicarán conforme avance el análisis y que determinan cuestiones cuantitativas (rasgos medibles y propios de la infografía) y tipológicas. Todo ello con la finalidad de estudiar el estado de la infografía en la prensa diaria española, ver qué ha cambiado en sentido sintáctico de este intervalo de tiempo, siendo conscientes de que es un primer paso en la búsqueda de un método comparativo de grafismos diacrónicos, que pretende enjuiciar los diversos medios e incluso la prensa internacional.

Así, los tres objetivos de la investigación son: 1) establecer claramente las limitaciones en las que se comparan datos desde 1994 hasta el 2018, comparando los medios y sus infografías, de forma global por medios y particular por infografías, 2) estudiar tipológicamente las muestras encontradas y 3) establecer los resultados y confirmar las conclusiones para construir una reflexión evolutiva de la infografía, en este caso, de la prensa diaria española de mayor audiencia en ambos períodos.

Se parte además de la hipótesis de que los grandes avances técnicos en la infografía, a partir de los años 90, apuntarán hacia una mejora técnico-informativa de los infográficos hasta el 2018. Asimismo, la cultura visual predominante, potenciada por Internet, promoverá que los periódicos cuenten con más infografías y con mejores cualidades informativas.

## Límites del análisis

Se han comparado dos semanas centrales de marzo de 1994 con otras dos del mismo periodo del 2018. Asimismo, se tomaron otras dos de un año intermedio, el 2007, como prueba para constatar si efectivamente el tiempo altera o produce cambios en la infografía.

### Límite de tiempo

Los investigadores han estado vigilantes a la no presencia de noticias extraordinarias con necesidades especiales de seguimiento gráfico, como pueden ser los comienzos de guerras, elecciones, acontecimientos deportivos internacionales, grandes catástrofes, atentados terroristas de cierta magnitud, etc. que impliquen una cierta alteración de lo cotidiano. De haber sucedido algo inesperado y muy relevante en los años escogidos se hubiera invalidado el estudio de fechas, que se concreta del siguiente modo: 14-27/03/1994; 12-25/03/2007; 11-24/03/2018.

Se querían buscar unos días y temporadas similares en el contexto de un año, para que no quedaran alterados los datos por circunstancias excepcionales, como en épocas próximas lo fueron los Juegos Olímpicos celebrados en verano de 1994, ni su preparación, ni las noticias o desarrollos posteriores; también, se intentó evitar cualquier época de vacaciones, grandes fiestas nacionales o noticias muy espectaculares.

### Límite de cabeceras y soportes

Lo que ha sucedido con la infografía en la prensa en estos años lo podemos ver comparando algunas presentaciones en los diarios de mayor relevancia en los dos periodos, de aparición en los puntos de venta de la provincia de Barcelona, independientemente de si la edición es nacional o catalana, para días de la semana y mes equivalentes, de fechas distantes en el tiempo y publicadas en diversos medios de difusión masiva como son *El País* (grupo Prisa.), *ABC* (Vocento.), *El Periódico* (Zeta.) y *La Vanguardia* (Godó.). Se han elegido estos cuatro medios por su más alta tirada, difusión y estabilidad desde el 1994 hasta el 2018, además de su prolongada experiencia desde comienzos de los años 90 en la producción de infografías<sup>1</sup>. Se colectan las infografías de los mismos, así como las de sus suplementos, habitualmente adjuntos en los mismos.

Cabe señalar el desarrollo y construcción de departamentos de infografía de estos diarios, de los que únicamente se ha excluido el denominado en los años 90 *El Mundo del siglo XXI*, que entonces comenzaba a desarrollarse y tampoco se podía considerar como uno de los de mayor regularidad, tirada, difusión y desarrollo (en 1995, se situó entre los grandes diarios españoles tanto en tirada como en difusión). Si se hubiera incluido este, también tendría que haberse contado con algunos otros que después no han adquirido una notoriedad general como los mencionados, por razones diversas. Si es cierto y en honor a la verdad, debemos afirmar que *El Mundo* contaba con departamento de infografía y productos de mucha entidad desde el mismo día de su nacimiento el 23 de octubre de 1989, con infógrafos de prestigio internacional.

Así también se han excluido las versiones digitales de estos periódicos (*ElPais.com*, *LaVanguardia.com*, *ElPeriodico.com* y *ABC.es*), pues “los primeros diarios digitales son de algunos meses antes del mismo 1995” y “la mayor parte de los diarios de información general españoles (*ABC*, *El Mundo*, *El País*, *El Periódico de Catalunya*) contaban ya con una edición desde 1995 o 1996” (Salaverría et al., 2004, p. 162). Es así como este estudio comienza en el 94, y además, según los citados autores, las primeras adaptaciones al ciber-entorno dieron como resultado “unas páginas en lenguaje *html* estático”, por lo que de haber infografía, estaríamos hablando de infográficos ya impresos en papel volcados a la web.

Debe tenerse en cuenta, también que, en 1994, los medios no mencionados en el estudio apenas contaban con un departamento capaz de elaborar tantas infografías como el diario necesitara en un momento dado, como demostraron en el 92 con motivo de los acontecimientos deportivos y culturales de Barcelona, Sevilla y Madrid. La práctica totalidad de estos otros diarios contaban con algún dibujante o infógrafo sin apenas producción, ni sensibilidad general hacia la presentación infográfica de informaciones, aunque destacaron a veces con ejemplos especiales.

Somos conscientes de la supuesta visión limitada que estos medios pueden aportar en su comparación y por ello tomamos con reservas los resultados, pero también con el ánimo de que fueron los únicos medios que pusieron en marcha a principios de los años 90 del pasado siglo XX una nueva manera de informar por medio de la infografía (Sullivan, 1987, p. 17) y lo hicieron contratando a profesionales desconocidos en medios impresos internacionales, salvo los del entorno del *USA Today* [EE. UU. Hoy] y su área de influencia americana o los medios de largo recorrido visual histórico como *The New York Times* [Tiempos de Nueva York], revistas visuales como *Fortune* [Fortuna] u otras.

## Resultados cuantitativos generales

Los resultados cuantitativos han sido planificados teniendo en cuenta cuestiones de interés general de los medios. Todos los gráficos y tablas subsecuentes son autoría de quienes suscriben este manuscrito. Según el sistema y método planteados, se ha analizado un total de 711 infografías, repartidas por diarios y periodos anuales de la siguiente manera:

Tabla 1.

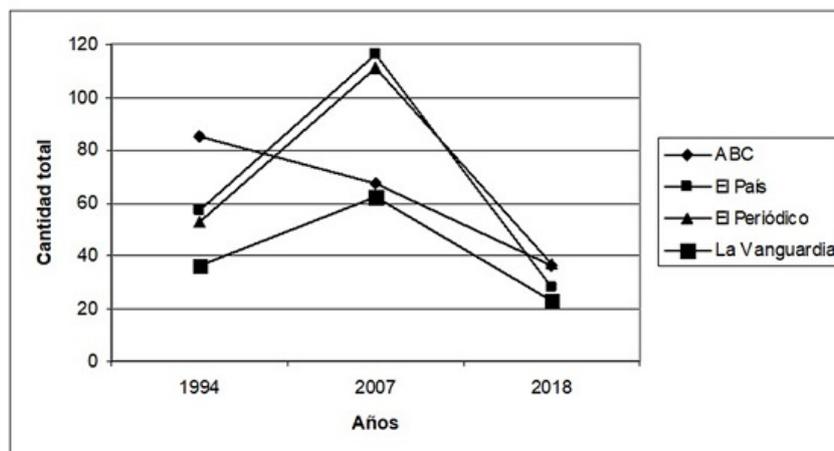
	<i>ABC</i>	<i>El País</i>	<i>El Periódico</i>	<i>La Vanguardia</i>	TOTAL
1994	85	57	53	36	231
2007	67	116	111	62	356
2018	36	28	37	23	124
TOTAL	188	201	201	121	711

Cantidad de infografías recogidas

Fuente: elaboración propia

## Crecimiento de infografías a través del tiempo

Tal como se aprecia en el gráfico siguiente, el número de infografías crece notoriamente hasta el 2007, para decrecer drásticamente hasta el 2018.



**Figura 1.**

Cantidad total de infografías por años y diarios  
Fuente: elaboración propia

El gráfico muestra que todos los diarios obtienen cifras totales del 2018 más bajas que en 1994, habiendo alcanzado un pico significativo en el 2007. Solo ABC ha estado en decrecimiento constante, línea que todos han seguido después de la famosa crisis del 2008.

**Tabla 2.**

	ABC	El País	El Periódico	La Vanguardia	TOTAL
1994	85	57	53	36	231
2007	67	116	111	62	356
2018	36	28	37	23	124
TOTAL	188	201	201	121	711

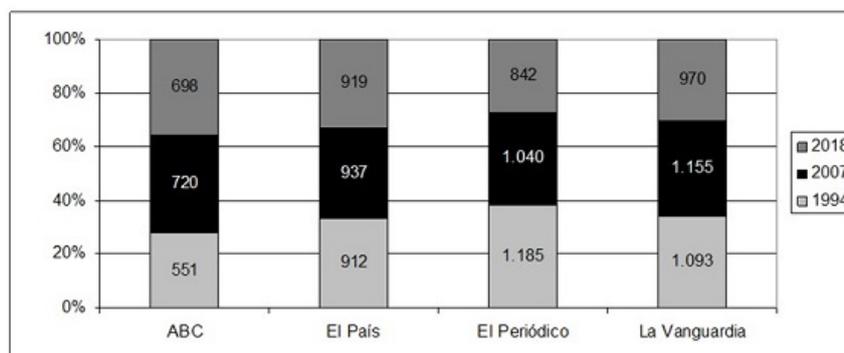
Tasa de (de)crecimiento por periodos, en cifras totales  
Fuente: elaboración propia

De estos primeros datos se deducen algunas cuestiones:

- A) En 1994, el diario que más infografías publicaba era *ABC*, seguido de *El País*, *El Periódico* y *La Vanguardia*. Los diarios de Prisa y Zeta contaban con cantidades muy similares, que crecieron en la misma proporción hasta el 2007 (un 30 % aprox.), con una importante diferencia respecto a los otros. El 2018 ha venido casi a igualar a todos, con unas pérdidas cuantitativas muy dolorosas para *El País* (-44 % aprox.), al que *El Periódico* ha seguido muy cerca durante estos años. A día de hoy, este último es referente en producción infográfica.
- B) Se vislumbran aquí los efectos de la mencionada crisis del 2008 en la producción periodística, así como la necesidad de adaptación al nuevo entorno digital, que cobra fuerza desde finales de los 90 y sigue aún sin dar con un modelo de financiación estable (Cerezo, 2017). Aun así, las infografías son más grandes por página, y por lo tanto más visuales, como se indicaba en el epígrafe anterior.

## Tamaño y proporción de las infografías

Si se repara en el tamaño de las infografías, debe saberse que los cuatro medios citados han cambiado su tamaño, sin modificaciones significativas.



**Figura 2.**

Tamaño de las páginas de los diarios estudiados en cm<sup>2</sup> durante el tiempo

Fuente: elaboración propia

Puede así apreciarse que, hasta el 2007, todos experimentaron un crecimiento medio de un 2 %, salvo *El Periódico*, que decreció casi un 5 %. De dicho año en adelante menguaron un 3,5 % de media, siendo de nuevo *El Periódico* el que más lo hizo (-6,5 %).

**Tabla 3.**

Tamaño medio	1994	2007	2018
Infografías	177,1	193,5	237,1
Páginas	935,3	963	857,3
%	18,9	20,1	27,7

Tamaño medio de infografías respecto a páginas por años (cm<sup>2</sup>)

Fuente: elaboración propia

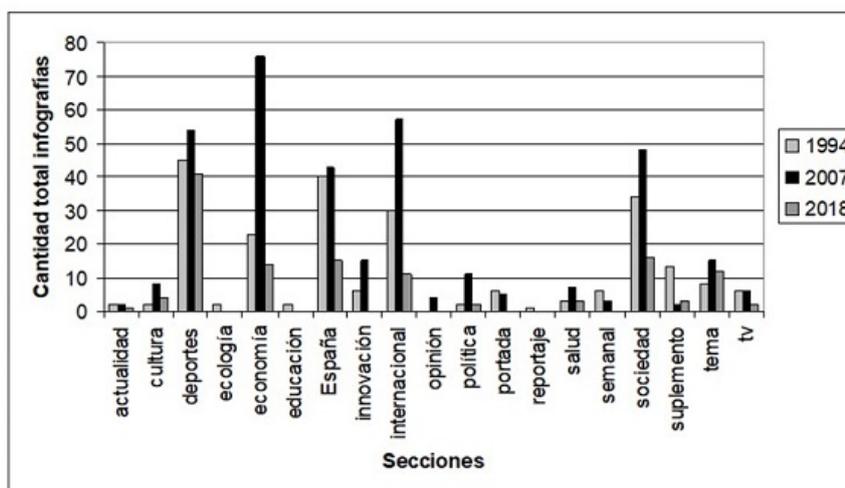
Si se repara empero en el tamaño de las infografías, se observa que su tamaño medio crece ligeramente en el periodo 1994-2007, cuando comienza a decrecer hasta el 2018. Sin embargo, considerando dicho tamaño respecto al de la página-soporte, se concluye que la infografía aumenta a lo largo de los años, ocupando un mayor espacio de página.

## Esbeltez de las infografías

Además del tamaño, se ha analizado asimismo la esbeltez de las proporciones gráficas, entendiendo por tal la altura y anchura de las infografías en proporción a la página. Así, comparando la altura respecto a la anchura se obtiene una relación media de 1, durante 1994 y 2007, ampliando a 1,2 en el 2018. Ello indica que la mayoría de las infografías son cuadradas ( $\leq 1$ ) y a partir de 1,5 esbeltas; y es así como, en el 2018, estas presentan una ligera amplitud del lado vertical respecto al horizontal. Proporcionalmente, un 13% de infografías serían esbeltas en 1994; un 17 %, en el 2007 y un 22,6 %, en el 2018. Puede concluirse que de la misma forma que las infografías aumentan de tamaño respecto a la página conforme pasan los años, también se hacen más esbeltas.

## Infografías por secciones y páginas

Las secciones, cuyas particularidades son diversas dependiendo de la época y del diario, han sido aquí agrupadas en grandes bloques comunes, a fin de una sistematización más efectiva.



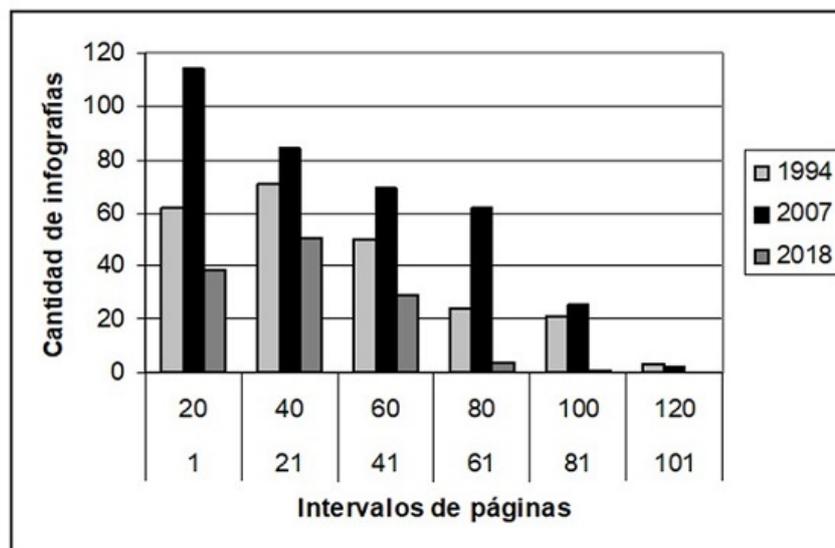
**Figura 3.**  
Cantidad total de infografías por años y días de la semana  
Fuente: elaboración propia

Si bien hay que tener en cuenta que las cabeceras de las secciones y la edición de los diarios condicionará su denominación, se han distinguido aquí un total de 19 secciones, que permiten deducir lo siguiente:

- En 1994, predominaban las infografías en Deportes, Sociedad y España (dentro de esta última se han recogido también las secciones específicas de la región y provincia).
- En 2007, además de Deportes y Sociedad, adquieren un importante valor las secciones sobre temas internacionales y, por supuesto, la economía, previa a la crisis del año siguiente.
- En 2018, vuelven a predominar los deportes, mermando las infografías en las secciones más sobresalientes del 2007. Adquieren fuerza Sociedad y España.
- En cualquiera de las tres etapas, la sección más alimentada de infográficos sigue siendo la deportiva, de especial relevancia en los 90, debido a los eventos deportivos citados al inicio de este manuscrito.

### Infografías por ubicación en página

En atención a las páginas en las que se sitúan las infografías, debe observarse el siguiente gráfico que define seis intervalos:



**Figura 4.**

Cantidad total de infografías por años y páginas

Fuente: elaboración propia

Si se consideran los dos primeros para las primeras páginas y portada (1-20; 21-40), los segundos para las centrales (41-60; 61-80) y los restantes para las últimas y contraportada, existe un fenómeno curioso: si bien la sección deportiva es de la que más infográficos suele gozar, su situación en los diarios corresponde al final, allí donde curiosamente hay menos concentración. Durante todos los años estudiados, las primeras páginas (*break news*) y las centrales serían las más beneficiadas, consecutivamente. Y es que las secciones de temas sociales, a la vez que locales, regionales y nacionales, suelen estar al principio de los diarios. No se olvide la importancia de las mismas, así como Economía durante el 2007, generalmente en páginas centrales.

Asimismo, estas infografías solían situarse en páginas impares durante el 94, allí donde tienen mayor visualidad, tendencia que cambia los años posteriores: aunque la diferencia en proporción no es abismal, estas comienzan a trasladarse a las pares a partir del 2007, tal vez por destinarlas a las inserciones publicitarias, con anunciantes que pagan tarifas mayores por aparecer en las mismas.

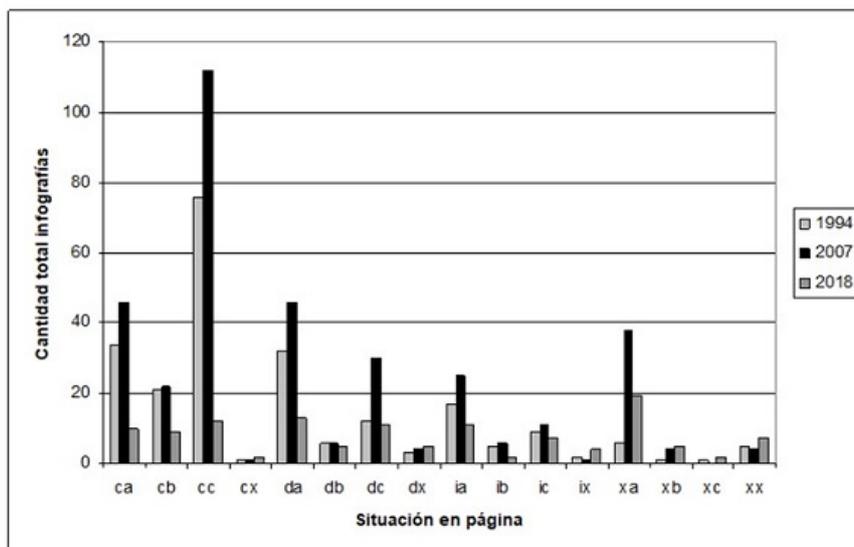
**Tabla 4.**

	1994	2007	2018
Pares	89	210	71
Impares	142	146	53

Situación de infografías por años y páginas (im)pares

Fuente: elaboración propia

A su vez, la situación de los gráficos en las páginas apenas varía los dos primeros años estudiados, situándose la mayoría de ellos en los ejes vertical/horizontal centrales (sigla cc). Empero, bien durante el 2018 predominan los que ocupan toda la parte superior de la página, arriba en el eje vertical (xa). Interesa remarcar que las mega-infografías, aquellas que ocupan páginas completas (xx), son bastante minoritarias, aunque se han contabilizado 16. Cabe remarcar que su tamaño permite hacerla altamente informativas.



**Figura 5.**

Cantidad total de infografías por años y su situación en página

El significado de las abreviaciones es el siguiente teniendo en cuenta que la primera letra corresponde al eje horizontal y la segunda al vertical: ca = centro arriba; cb = centro abajo; cc = centro centro; cx = centro todo el alto; da = derecha arriba; db = derecha abajo; dc = derecha centro; dx = derecha todo el alto; ia = izquierda arriba; ib = izquierda abajo; ic = izquierda centro; ix = izquierda todo el alto; xa = todo el ancho arriba; xb = todo el ancho abajo; xc = todo el ancho centro; xx = página entera.

Fuente: elaboración propia

Como conclusiones se destacan las siguientes:

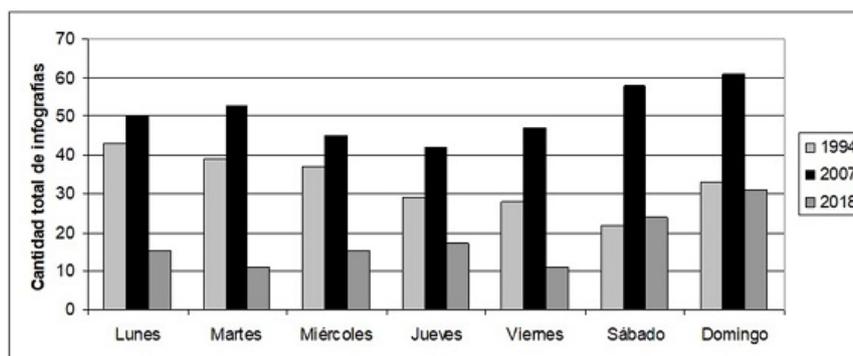
1. A pesar de reducirse la cantidad de infografías en el periodo 2007-18, la presencia infográfica se ha mantenido en las primeras páginas, donde las secciones (inter)nacional y de sociedad tienen mayor protagonismo junto a las *break news*.
2. Aunque en el 94 las infografías solían prevalecer en páginas impares, a partir del 2007, se trasladan a las pares, tal vez dejando sitio a la publicidad.
3. La posición en las páginas ha sido de privilegio, ocupando la centralidad de las mismas o la parte superior, lo que alimenta su visualidad aun en páginas pares.

Concluye este apartado añadiendo que, si bien en el 94 solo una infografía fue publicada en color ( *La Vanguardia*, viernes 18-03, p. 1), más de un 65 % (233) de infografías lo fueron en el 2007 y en el 2018, todas lo eran.

No cabe duda de que junto con la situación en página, el color las hace aún más llamativas, y su facilidad de impresión favorece aún más la visualidad infográfica.

## Infografías por días de la semana

Si se organizan las infografías colectadas por días de la semana, vitales para la organización de la agenda del periódico, así como el precio de su elucidad por número de lectores (siempre mayor los fines de semana), las cantidades permiten extraer también algunas conclusiones.



**Figura 6.**

Cantidad total de infografías por años y días de la semana

Fuente: elaboración propia

1. Es llamativo que en 1994 la mayor cantidad de infografías se distribuyeran de manera regular todos los días de la semana, siendo los tres primeros, y en especial los lunes, los días en que más había. Ocurre al contrario durante el 2018: se publican más los días de mayor concentración lectora. Algo también parejo al 2007, aunque entonces había también importantes cantidades entre el lunes y el miércoles.
2. Puede vislumbrarse que a medida que se avanza desde el 2007 en adelante, esa parcial homogeneidad se quiebra, hasta publicar mayor cantidad de infografías cuando más gente puede verlas. Sin perder de vista la crisis del 2008, es muy probable que la concentración del esfuerzo de producción se desplazase hacia el fin de semana como momento de mayores ventas y por lo tanto más audiencia.

## Infografías por características formales

Como ya se ha visto, las infografías se engrandecen proporcionalmente respecto a la página y se hacen más esbeltas en los periodos estudiados. A su vez, suelen situarse o bien en el centro de la página o bien al centro-arriba, los últimos años casi siempre a color.

Y es que aproximadamente 11 % de las infografías estudiadas en el 94 se anticipaban en las páginas al título, texto o fotografía de la página, lo cual tendía a situarlas más arriba, aportándoles un valor extra en lo que refiere a la capacidad de información (como decíamos al principio en palabras de Parlonson, una infografía no tiene por qué complementar la información, sino que se trata de un género periodístico *per se*). Y es que dicho porcentaje pasó de un 16 % en el 2007 y llegó a un 30,6 en el 2018.

No cabe duda entonces de que su relevancia informativa y anticipatoria, aun menguando en cantidad, va consolidándose con el tiempo, si bien suele presentarse aún como elemento complementario.

### *Títulos de las infografías*

Pudiendo ser las infografías autónomas, contar con un título que las identifique es imprescindible, si no lo hay, suelen tender a adoptar el del texto que complementan, como hacen las únicas siete de la muestra desprovistas de título. El resto, y según la clasificación de Thibaudeau (Martín y Tapiz, 1981, p. 98), utilizan siempre la tipografía de palo seco, mucho más legible y neutra en diseño gráfico, aplicada a títulos de poco más de 16

puntos de tamaño medio: 15,2 en el 94; 13 en el 2007, y 20,5 en 2018. Todo parece indicar que el tamaño titular no varía en exceso, y que si bien decreció un poco en el 2007 parece crecer a casi el doble en el 2018.

### *Uso de la fotografía*

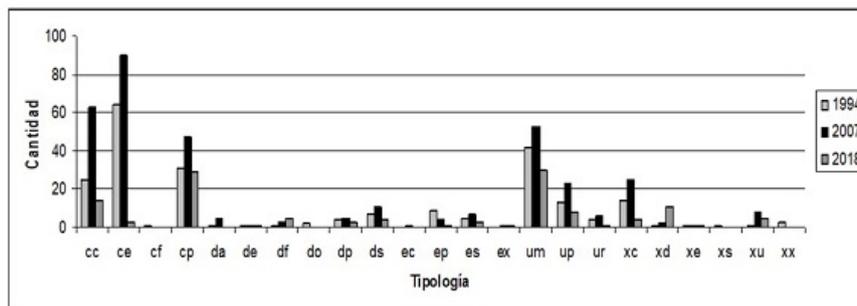
La fotografía, con sus excelentes cualidades comunicativas, se utiliza para mejorar el grado de iconicidad del infográfico. Para este caso, se observa un uso irregular de las fotos (una o más) en el interior de las infografías: 39 en el 94 (16,9 %), 59 en 2007 (16,6) y 37 en 2018 (29,8). Si bien el valor del 2007 supera en casi un tercio la cantidad del 94 en números absolutos, esta vuelve a decrecer hasta el 2018, obteniendo una cantidad muy similar a la del 94. Sin embargo, los porcentajes muestran que, en proporción a las infografías recogidas, la cantidad del 2018 es casi el doble de lo que fue en los años anteriores, si bien la fotografía no es un elemento común, atendiendo a la consideración histórica de los infógrafos de entender la fotografía como elemento extraño a su producto.

## **Resultados de la comparación tipológica**

Atendiendo a la taxonomía propuesta por Valero-Sancho (1999, 2008), y no hallando ningún otro tipo novedoso en el modo en que se presentan los infográficos, se enumeran a continuación los siguientes tipos de infografías, clasificados con base en la intención informativa que manifiestan.

1. Las comparativas (c), que contienen gráficos u otros elementos comparados. Dentro de las mismas se incluyen la cc (comparativa de características), ce (espacial), cf (de figuras) y cp (posicional).
2. Documentales (d), que permiten ver detalles significativos de tipo documental, entre las que se incluyen: da (de artefactos), de (espacial), df (de figuras), do (de objetos), dp (de panoramas) y ds (de secciones).
3. Escénicas (e), que representan actos o movimientos de los protagonistas significativos del suceso, entre las cuales se destacan la ec (comparativa), ep (panorámica), es (secuencial) y ex (mixta).
4. Ubicativas (u), que muestran de forma preferente los lugares donde ocurre un suceso, entre las que se hallan: um (mapas), up (ubicativa planos) y ur (recintos).
5. Colectivas (x), estudiadas como contenedores de varias infografías juntas. Se encuentran así las xc (comparativas), xd (documentales), xe (escénicas), xs (secuenciales), xu (ubicativas) y xx (mixtas).

Atendiendo a dicha clasificación, que se debe extender en la bibliografía citada para una información más profunda, se obtiene el siguiente gráfico para el periodo estudiado.



**Figura 7.**

Tipología de las infografías en periodos anuales

El significado de las abreviaciones es el siguiente teniendo en cuenta que la primera letra corresponde al eje horizontal y la segunda al vertical: ca = centro arriba; cb = centro abajo; cc = centro centro; cx = centro todo el alto; da = derecha arriba; db = derecha abajo; dc = derecha centro; dx = derecha todo el alto; ia = izquierda arriba; ib = izquierda abajo; ic = izquierda centro; ix = izquierda todo el alto; xa = todo el ancho arriba; xb = todo el ancho abajo; xc = todo el ancho centro; xx = página entera.

Fuente: elaboración propia

Durante los dos primeros años las tipologías que más abundan son las comparativas (de características [cc], espaciales [ce], posicionales [cp]) y ubicativas de tipo mapa [um]. La variación proporcional de dichos tipos es muy leve, si bien el 2018 las más abundantes serán las cp y las um, siguiendo a estas las cc y las xd (colectivas documentales).

Queda bastante claro que durante estos años la función más destacada del infográfico es comparar objetos o situar protagonistas en lugares de los hechos, así como el uso de mapas para comparar regiones, ciudades, países, etc. en base a determinadas características. Lo que resta por definir con las palabras, es facilitado por un lenguaje gráfico-textual diagrámico, que es la infografía. Quedará saber así, si esas representaciones gráficas son muy informativas o no, para lo cual se recurre a las cinco preguntas clave del periodismo: *what/who* [qu(i)é(n)], *when* [cuándo], *where* [dónde], *why* [por qué], *how* [cómo]. Aquéllas que respondan al menos a cuatro de estas serán altamente informativas, rasgo que cumplen, 27 infografías en el 94 (11,7 %); 52 en el 2007 (14,6 %) y 36 en el 2018 (29 %).

No cabe duda, a este respecto, de que el valor informativo de las mismas aumenta, pero tampoco puede decirse que se deje de ver la infografía como elemento complementario al texto: al contrario, su uso cuantitativo ha decrecido, y si bien estas son más grandes, esbeltas, coloridas, visibles e informativas, siguen siendo un elemento de menor uso por su coste de elaboración y requerimiento de diseñadores especializados, además de su valor, más caro que el propio texto. Es así como su uso mayor deviene en la situación de objetos y personajes, comparaciones y sobre todo representación de rasgos que resultan complejos verbalmente.

## Conclusiones

Atendiendo a los resultados y conclusiones adelantadas en este manuscrito, no puede aseverarse que la hipótesis de partida se cumpla, en tanto que, si bien es cierto que las cualidades formales de la infografía han mejorado con el tiempo, teniendo en cuenta primeramente su tamaño, visualidad, proporción y situación en página, cualidades titulares e información, la infografía ha decrecido considerablemente en número respecto al 2007, que fue su época dorada. La crisis del 2008 azotó a la prensa, y la entrada en el mundo digital tambaleó su modelo de negocio, haciendo decrecer drásticamente la cantidad de un género que por sus cualidades técnico-formales facilitaba mucho la información.

Si bien hay que destacar dichas cualidades técnicas y formales a las que aludíamos, no debe olvidarse que las infografías siguen siendo complementos al texto, de modo que interesa sobre todo la comparación de datos,

más que la narración de sucesos en su totalidad. La infografía, al menos en la prensa en papel de España, no ha conseguido superar el prestigio del que gozó años anteriores, aunque los diarios *El País* y *El Periódico* siguen siendo referentes en su uso, sin una gran diferencia respecto a los anteriores.

Queda claro que la infografía es también un género que ha padecido las consecuencias de la crisis de la prensa en papel, adaptándose a otros soportes que van abandonando su habitual aparición y se adecúan a otros que les ofrecen mayores posibilidades interactivas y expresivas.

## Referencias

- Cairo, A. (2008). *Infografía 2.0: Visualización de información en prensa*. Alamut.
- Castañeda Zumeta, A. (Ed.). (2018). [Revisión del libro *Nuevas narrativas visuales = Novas narrativas visuals*, por J. L. Valero-Sancho (Dir.)]. La Laguna Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Català, J. M. (2005). *La imagen compleja*. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Cerezo, P. (2017). *En busca del modelo de negocio*. Dossier. Evoca Comunicación e Imagen.
- Costa, J., y Moles, A. (1992). *Imagen didáctica*. CEAC.
- De Pablos, J. M. (1998). Siempre ha habido infografía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5, 1-5. [http://www.vistalatinacs.org/a/latina\\_art48.pdf](http://www.vistalatinacs.org/a/latina_art48.pdf)
- Estudio General de Medios (EGM). (2020). *Base de datos. Total lectores diarios*. <https://bit.ly/3hHCpCi>
- Leturia, E. (1998). ¿Qué es infografía? *Revista Latina de Comunicación Social*, 4. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1215299>
- Marín, B. (2007). *La Infografía digital. Un modelo de transmisión alternativa de conocimiento* (Tesis doctoral). Universitat Autònoma de Barcelona. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/48653/bemo1de1.pdf>
- Martín, E., y Tapiz, L. (1981). DEAIG. *Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. EDB.
- Salaverría, R., Cores, R., Díaz-Noci, J., Meso, K., y Larrondo, A. (2004). Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y Navarra. *Comunicación y Sociedad*, 17(1), 161-189. [https://www.researchgate.net/publication/271015105\\_Evaluacion\\_de\\_los\\_ciberdiarios\\_en\\_las\\_comunidades\\_vasca\\_y\\_navarra](https://www.researchgate.net/publication/271015105_Evaluacion_de_los_ciberdiarios_en_las_comunidades_vasca_y_navarra)
- Society of News Design (SND-E). (s. f). Los ‘Pulitzer’ de la infografía. [www.snd-e.com/es/malofiej](http://www.snd-e.com/es/malofiej)
- Society of News Design (SND-E), y Universidad de Navarra (UNAV). (2002). *Infografía/Infographics* [Catálogo de exposición].
- Sullivan, P. (1987). *Newspaper graphics*. IFRA.
- Valero-Sancho, J. L. (1999). *La infografía en la prensa diaria española: criterios para una definición y evaluación*. Serveis de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Valero-Sancho, J. L. (2008). *Tipología del grafismo informativo. Estudios sobre el mensaje periodístico*. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid.

## Notas

- \* Artículo de investigación. Este artículo se inscribe en la actividad del Grupo de Investigación de la Universidad del País Vasco (GIU 20/002).
- 1 A día de hoy, y según el Estudio General de Medios (EGM, 2020), las cabeceras citadas siguen formando parte del top10 de diarios más leídos en su edición impresa en España, encabezando el ranking *El País* (1004 lectores/día). Le siguen *La Vanguardia* (532), *El Periódico* (444) y *ABC* (362).

*Cómo citar este artículo:* Castañeda Zumeta, A., y Valero-Sancho, J. L. (2021). La infografía periodística española. Una evaluación de cuatro destacados medios (1994, 2007 y 2018). *Signo y Pensamiento*, 40(79). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp40-79.ipee>