

Nuevos paradigmas de la infografía digital. Desaparición de la secuencialidad como característica del periodismo de datos en el ciberespacio

Lucas Morales Domínguez - Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife – lucas.morales@eutur.es

Vanessa Rodríguez Breijo – Universidad de La Laguna – vrbreijo@ull.edu.es

Nerea Vadillo Bengoa – Universidad de San Jorge – nvadillo@usj.es

Resumen

El traslado de los medios de comunicación tradicionales al ciberespacio ha sido un caldo de cultivo para la aparición de formas periodísticas impensables en los medios tradicionales. Sin excepción, todos los productos comunicativos han seguido una evolución lógica dentro del entorno tecnológico, lo que ha provocado cambios que les conceden nuevas dimensiones a su realidad. La infografía periodística no ha estado ajena a esta transformación, experimentando un cambio de cualidades con la incorporación de algunas nuevas y sacudiéndose de otras que parecían imperecederas durante el reinado de los diarios físicos.

Con el fin de componer el producto que desea los lectores/ clientes, el periodista actual debe ser conocedor de lo que se espera y se le exige al periodismo de datos. Es una responsabilidad intrínseca al infografista, ya que en este nuevo ecosistema no vale con trasladar lo que se hacía en papel a la pantalla de un ordenador. Para ello, el presente estudio trabaja con una muestra de 118 infografías de *elmundo.es* y *elpais.com* para analizar el estado de las

características tradicionales dentro de la infografía periodística digital, centrándose en la desaparición de la secuencialidad como recurso.

Palabras clave: infografía digital; secuencialidad; periodismo de datos; interactividad

1. Introducción

Cuando hablamos de infografía periodística, la primera imagen que aparece en el imaginario clásico de la profesión es la de un mapa en dos dimensiones. Ya se trate del desglose de una operación militar, la ubicación de un accidente o la descripción del recorrido de un convoy cargado de especias, la asociación con la cartografía es ineludible. Las nuevas generaciones, sin embargo, ya están acostumbradas a ver estas piezas como algo normal y multidisciplinar, aunque probablemente algunos no sepan definir de forma certera qué es o no una infografía. Afirmar que estamos ante una disciplina nueva asemeja un subterfugio que no supera la ambigüedad de este término, ya que, por ejemplo, la primera infografía española, *Prodigioso volcán de fuego*, data del año 1638 (Imagen 1) (Tascón, 2011).

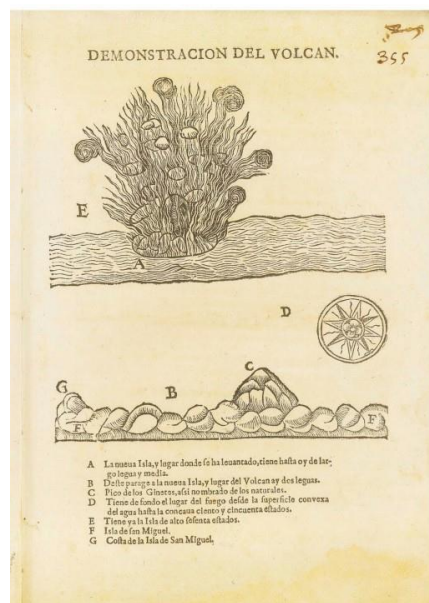


Imagen 1. *Prodigioso volcán de fuego*, 1638. Fuente: www.prodigiosovolcan.com.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

La pieza, publicada 350 años antes de la aparición de *El Mundo*, diario que forma parte de esta investigación, describe mediante un gráfico cómo se produce una erupción volcánica en el mar, pero no se queda ahí. Según Mario Tascón, se “contempla por primera vez la posibilidad de contar una historia con elementos ajenos al lenguaje escrito”, por lo que supone un punto de inflexión respecto al tipo de narraciones existentes hasta el momento. Incluso el título fue pionero por “mucho más impactante y periodístico” que lo habitual en esa época. En resumen, se recurre a un sistema secuencial de narración para describir una acción.

Quizá haya autores que argumenten que el descubrimiento de Tascón, con 377 años de antigüedad, no es ejemplo infografía pretérita. Frente a ellos, se identifican otros que han encontrado casos demostrativos de que esta no es una disciplina contemporánea. Destacamos a Gonzalo Peltzer (1991), quien estima que la primera infografía periodística data de 1806, y Roberto Gamonal (2013), para el que el desarrollo de las disciplinas Estadística y Demografía, en el siglo XVIII, influye en la elaboración de gráficos informativos.

No obstante, podemos confirmar que la infografía no surge con la llegada de los ordenadores y el diseño gráfico, sino que es una disciplina con 120 años de antigüedad en España, que sirve como una excelente herramienta usable en todas las disciplinas, incluyendo al periodismo. Cuenta Roberto Gamonal (2013) que su razón multidisciplinar se debe a que “el ser humano siempre ha tenido la necesidad de comunicarse de forma gráfica o visual para explicar cosas que le resulta complicado hacerlo solo con las palabras”. No es de extrañar que, por ejemplo, cuente con cada vez mayor protagonismo en las actividades educativas, ya que la experiencia didáctica de los alumnos resulta nueva y estimulante (Minervini, 2005).

En el caso de la infografía digital, ocurre lo contrario: al ser distinta de la localizada en los periódicos impresos, se precisa de profesionales que dominen competencias tecnológicas y posean habilidades espaciales que les permitan elaborarlas correctamente. Este nuevo concepto de los gráficos informativos es el “producto resultado de la convergencia de tecnologías, procesos de

producción y temas” (Marín, 2009), por lo que se precisa la implicación de profesionales polivalentes, capaces desarrollar tareas diversas (García, 2006). Hoy el periodista tiene que estar en posesión de más habilidades y competencias, como trabajar en grupo, estar actualizado en materia de grabación y edición digital, saber reaccionar ante la información que llega a última hora y saber producir piezas con imagen, audio, texto y grafismo (Salaverría y García, 2008).

Al enfrentarnos ante dos formatos completamente distintos, es lógico que sus características estén diferenciadas. Aunque las propiedades de la infografía digital están ampliamente estudiadas, es pertinente conocer qué rasgos de la infografía publicada en papel se han quedado obsoletos en la era de la comunicación virtual. Este trabajo, que constituye una sección de un estudio más amplio sobre las características de este producto comunicativo, reflexiona sobre la desaparición de la secuencialidad en el contexto del ciberespacio y del periodismo digital.

2. Marco teórico

La evolución de la infografía ha ido a remolque de los avances tecnológicos que influyen en la comunicación humana, transformándola a imagen y semejanza de los nuevos medios que emergen en los albores de la era digital. Sobre la influencia de las nuevas tecnologías, José Luis Valero Sancho (2001) aclara que se ha observado “un cambio importante entre las infografías antiguas que eran individuales, simples, sin infogramas diversos, sin adornos, [...] en parte debido a la falta de tecnología apropiada para realizarlas con rapidez y precisión que la prensa requiere”. Entendemos que la tecnología ha influido en el proceso de elaboración del producto, lo cual es cierto, pero no es el único cambio que ha experimentado el infoperiodismo. El reto se encuentra en hacer que este compendio de adelantos beneficie a la comunicación humana, sin apartar a los profesionales y sí dándoles la capacidad para aprovechar todas las peculiaridades de esta nueva realidad (Aguilera, 1998).

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

La incorporación de las nuevas tecnologías ha afectado a lo que se ha denominado como sociedad industrial, motivando su cambio hacia lo que conocemos como sociedad de la información o del conocimiento (Franco, 2005), haciendo que las industrias que se sirven de un mismo lenguaje se relacionen y fusionen términos (Larrégola, 1998). Se está produciendo una migración digital que no tiene vuelta atrás y que, sin duda, está siendo revolucionaria por las nuevas posibilidades que ofrece, como la clasificación de la audiencia a la hora de acceder a contenidos especializados (Negroponte, 2000).

Dentro de este entorno surge la infografía digital, pero no debemos olvidar que esta tipología de elemento comunicativo tiene un antecedente que, desde su aparición, ha sido utilizada en la prensa nacional con asiduidad. Este producto, la infografía periodística, es la base del infoperiodismo y, como aclara José Manuel De Pablos (1999), es el dador del “sentido periodístico o informativo del género frente a la generalidad y la confusión”. Infografía e infoperiodismo van cogidos de la mano, “pero no se queda ahí, pues implica una manera de trabajar que potencia ese renacido género visual impreso, con la ayuda de periodistas provistos de la suficiente cultura visual para saber en cada momento qué es lo que más infográficamente conviene”. Atendiendo a esta explicación, se deduce que la infografía periodística es la conjunción del diseño gráfico y las artes -en un contexto primado por la cultura visual-, y la comunicación entendida en el sentido más estricto de la palabra, pero si bien estas son las bases sobre las que se cimienta, este género periodístico abarca un universo mucho más complejo.

Con una cimentación que reúne elementos del diseño, no es de extrañar que algunas de las características de la infografía periodística que se pueden medir cuantitativamente procedan del mundo del arte: forma, color, degradado, secuencialidad y presencia de elementos tipográficos. De todas estas, la que nos interesa para esta investigación es la secuencia, que puede definirse de las siguientes formas: continuidad, sucesión ordenada; serie o sucesión de cosas que guardan relación entre sí o planos que constituyen una unidad argumental¹.

¹ Extracto de las primeras tres acepciones de secuencia establecidas por la Real Academia Española.

Fuente: <http://dle.rae.es/?id=XPchg6c|XPjttna>

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

En pocas palabras, entender este concepto dentro de la infografía periodística sería similar a acercarse a la propia definición del cómic (imagen 2), ya que en la práctica lo que hace es presentar diferentes ilustraciones o dibujos (viñetas) que, al seguir un orden de lectura determinado, componen una historia donde se



Imagen 2. Una tira cómica de Mafalda, donde se aprecia una narración de forma secuencial con presencia de ilustraciones que combinan elementos tipográficos. Autor: Quino

explica un concepto de forma lógica y cronológica. Estas creaciones artísticas no marginan a la tipografía, por lo que la combinan en su composición, aunque no en exceso porque incurrirían en un error (Canga, 1994). Esta última afirmación excluye la titulación de la pieza informativa, que sigue cumpliendo los mismos requisitos que siempre se le presuponen y exigen. Es importante dominar el concepto de secuencialidad para discernir si realmente forma parte o no del mundo de la infografía digital.

3. Metodología

Como ya se apuntaba en la introducción, este estudio es un extracto de una investigación más amplia que se focaliza en las características de la infografía digital: hipertextualidad, instantaneidad, interactividad, multimedialidad, personalización, universalidad, estética, movimiento, utilidad y visualidad (Ochoa, 2009). En concreto, el trabajo analizaba la incidencia de la crisis económica española en el periodismo de datos y, durante el avance de la investigación, se evidenció que la secuencialidad, una de las características tradicionales de la infografía periodística, había desaparecido por completo. De hecho, la ficha de análisis utilizada para el estudio (imagen 3) contemplaba esta

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

característica con un ítem más en un inicio, pero al final se optó por obviarla debido a que su presencia era nula.

Datos de la infografía		
Fecha de evaluación:		
Fecha de publicación:		
Medio:		
Sección:		
Enlace:		
Título:		
	VAL.	Observaciones
CARACTERÍSTICAS INFOGRAFÍA DIGITAL		
Hipertextualidad		
Interactividad		
Multimedia		
Personalización		
Universalidad		
Movimiento		
CARACTERÍSTICAS INFOGRAFÍA ANALÓGICA		
El gráfico aparece en horizontal		
La forma del gráfico es vertical		
La infografía tiene otra forma		
Color		
Degradado		
Presencia de elementos tipográficos		
CARACTERÍSTICAS ADICIONALES		
El gráfico dispone de sonido		
Se utiliza la tercera dimensión		

Imagen 3. Ficha de análisis con la secuencialidad excluida. Fuente: elaboración propia

Aunque los resultados de este análisis todavía no se han publicado, es conveniente aclarar cuáles son los parámetros aplicados. Debido a que se perseguía analizar el impacto de la crisis económica en España, se seleccionó un año posterior a este período (2007) y uno posterior (2013), en dos medios electrónicos elaborados en esta nación: *elpais.com* y *elmundo.es*. El planteamiento de un estudio comparativo general de las versiones digitales de *El País* y *El Mundo* no es una actividad pionera, ya que son los diarios españoles de mayor tirada y cuyas ediciones digitales tienen un notable impacto mediático (Llorent, 2011).

Para no analizar la totalidad de las piezas producidas durante este año, se recurrió a la semana construida para obtener una muestra representativa de la que extraer datos fiables (Stemple y Westley, 1989). El monitoreo a través de esta metodología permite obtener una muestra aleatoria de la información de los medios ampliando el rango de su selección lo que evita distorsiones propias de un momento informativo reducido al mismo tiempo que suele conservar las marcas de la pauta editorial (Téramo, 2006).

4. Resultados y conclusiones: un ciberespacio sin sitio para la secuencialidad

En este trabajo se ha recopilado un total de 118 infografías procedentes de *elpais.com* y *elmundo.es*, seleccionadas mediante la aplicación de la semana construida en los dos años de análisis, quedando distribuidas de la siguiente forma:

Diario	2007	2013
<i>elpais.com</i>	24	71
<i>elmundo.es</i>	13	10

Si analizamos la muestra de forma pormenorizada, nos damos cuenta de que solo 71 de esas 118 infografías son tradicionales, mientras que el resto es digital. Lo curioso es que ni en una dimensión ni otra encontramos rastro de la secuencialidad, por lo que parece que obtenemos unos resultados meridianamente claros: esta característica propia del infográfico periodístico ha desaparecido del proceso de producción de la infografía digital, así como del método moderno de elaborar infografías periodísticas tradicionales. Debido al tipo de investigación que se ha llevado a cabo y al tamaño de la muestra, sería imprudente plantear cuál es el motivo preciso que ha provocado que este recurso se haya desechado, pero hay una serie de factores técnicos que pueden ser responsables de esta situación.

Al parecer, el uso de la secuencia en la infografía periodística se trata de una herramienta útil en tiempos pretéritos, cuando el público estaba menos acostumbrado al lenguaje gráfico y se necesitaban varias ilustraciones para explicar un suceso o acontecimiento. En las infografías tradicionales, como las que se encuentran en *elpais.com* durante 2013, su uso fue desechado por las capacidades de los infografistas para transmitir la información mediante una sola ilustración o con la sucesión de gráficos no lineales. En el caso de las infografías digitales, la presencia del hipertexto -entendido como la posibilidad de navegar entre diferentes pantallas- ha hecho que su uso sea innecesario.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

Continuando con la analogía planteada en el marco teórico, podríamos decir que se ha abandonado el uso del cómic por el de una secuencialidad más cinematográfica, aunque con la capacidad de ser personalizable, debido principalmente a la ventaja comunicativa que ofrece el progreso tecnológico y el propio arte como canal de comunicación de masas.

5. Bibliografía

Aguilera, M. (1998): "La pantalla a otros totems. Notas para un prólogo". En Peña, V. (Coord.). Comunicación audiovisual y nuevas tecnologías. Málaga: Universidad de Málaga.

Canga Larequi, J. (1994): El diseño periodístico en prensa diaria. Barcelona: Bosch Casa Editorial.

De Pablos, J. M. (1999): Siempre ha habido infografía, en Revista Latina de Comunicación Social, 5. La Laguna.

Gamonal, R. (2013): Infografía: etapas históricas y desarrollo de la gráfica informativa, en Historia y Comunicación Social, 18, página 335 a 347. Universidad Complutense de Madrid.

García, J.A. (2006): El periodismo digital ante la convergencia digital. Elche: Universidad Miguel Hernández.

Larrégola, G. (1998): De la televisión analógica a la televisión digital. Barcelona: Libros de comunicación global.

Llorent, V. (2011): El papel educativo de la prensa digital ante la integración de los inmigrantes en España: elmundo.es y elpais.com, en Comunicar, Revista Científica de Educomunicación, 38, páginas 139 a 146.

Marín, B. E. (2009): La infografía digital: género periodístico y recurso pedagógico, en 3ª Conferencia ACORN- REDECOM. Ciudad de México (México).

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2017

Minervini, M. A. (2005): La infografía como recurso didáctico, en Revista Latina de Comunicación Social, 59. La Laguna (Tenerife).

Negroponete, N. (2000): El mundo digital. El futuro que ha llegado. Barcelona: Ediciones B.

Peltzer, G. (1991): Periodismo Iconográfico. Madrid: Ediciones Rialp.

Salaverría, R. y García, J. A. (2008): La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo, en Trípodos, 23, página 31 a 47. Barcelona.

Stempell, G. H. y Westley, B. H. (1989): Research methods in mass communication. Estados Unidos: Prentice Hall.

Tascón, M. (2011). Malofiej 18. Navarra: Index Book.

Téramo, M. T. (2006): Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros, en Palabra-Clave. Volumen 9 número 1.

Valero Sancho, J. L. (2001): La Infografía. Técnicas, Análisis y Usos Periodísticos. Barcelona: Aldea Global.