

## Propuesta metodológica para el análisis de infografías en publicaciones periódicas

### *Methodological proposal for the analysis of infographics in periodicals*

**Borja Ventura Salom.** Universidad San Pablo-CEU, CEU Universities (España)

Doctor en Periodismo. Profesor del departamento Periodismo y Narrativas Digitales. Miembro del grupo consolidado ICOIDI. Especialista en cultura digital y política, ha trabajado en medios como *Yorokobu*, *ElDiario.es* o *Jot Down*, entre otros. Ha sido responsable de Comunicación de la Secretaría de Estado de Digitalización e IA del Gobierno de España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5152-1357>

**María Tabuenca Bengoa.** Universidad San Pablo-CEU, CEU Universities (España)

Doctora en Periodismo y Profesora Adjunta es miembro del grupo consolidado ICOIDI (Investigación en Comunicación a través de la Imagen y el Diseño). Su principal línea de investigación gira en torno al Diseño Gráfico y la Tipografía, y sus publicaciones se centran en el cartelismo y el diseño gráfico. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4486-9387>

**Laura González-Díez.** Universidad San Pablo-CEU, CEU Universities (España)

Catedrática de Comunicación Audiovisual y Publicidad. IP del Grupo Consolidado ICOIDI (Investigación en Comunicación a través de la Imagen y el Diseño). Miembro del Grupo de investigación INECO. Especialista en Diseño de la Información. Entre sus principales líneas de investigación se encuentra la Historia del Diseño Periodístico y la Tipografía. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1209-8845>

Artículo recibido: 23/10/2023 – Aceptado: 01/12/2023

#### **Resumen:**

El objetivo principal del presente artículo es ofrecer una propuesta metodológica que permita analizar de forma pormenorizada cualquier infografía presente en una publicación periódica, tanto desde el punto de vista del diseño como del contenido. La elección de este tema está ocasionada por la ausencia hasta el momento de una metodología precisa a este respecto y se justifica por la escasez de estudios previos rigurosos que planteen un análisis de las infografías en prensa. Se propone una ficha como instrumento para la recogida de datos que contempla el registro de distintas variables y categorías,

de las que se podrán extraer, una vez realizado el trabajo de campo, tanto datos descriptivos cualitativos, como datos cuantitativos de la infografía analizada.

**Palabras clave:**

Análisis de contenido; Infografía; Gráfico; Periodismo; Imagen

**Abstract:**

*The main goal of this article is to offer a methodological proposal for a detailed analysis of any infographic in a periodical publication, both from the point of view of design and content. The election of this topic is due to the lack of a precise methodology in this regard, and is justified by the scarcity of previous rigorous models that propose an analysis of infographics in printed press. In this proposal, the instrument for data collection is a form which contemplates the recording of different variables and categories, from which it will be possible to extract, once the fieldwork has been carried out, both qualitative descriptive and quantitative data about the analyzed infographics.*

**Keywords:**

*Content analysis; Infographics; Graphics; Journalism; Image*

## 1. Introducción

En este artículo se ofrece una propuesta metodológica orientada a facilitar un análisis riguroso y exhaustivo de cualquier manifestación infográfica presente en una publicación periódica, tanto desde el punto de vista del diseño como del contenido. La elección de este tema responde a la inexistencia de una metodología clara y precisa que posibilite dicho análisis y se justifica por la escasez de modelos previos que versen sobre el análisis de contenido de las infografías en prensa.

Si bien hemos identificado algunas propuestas ya formuladas por otros autores para el análisis de infografías (López-Alonso, 2011; Túñez & Nogueira, 2017; Frazão, 2018; Ivars-Nicolás, 2019) consideramos que no profundizan lo suficiente en el registro de los aspectos formales —gráficos, tipográficos y cromáticos— y de contenido de cualquier manifestación infográfica periodística impresa. Por ello, esta aportación tiene como fin diseñar un instrumento eficaz para la recogida de datos en investigaciones de tipo descriptivo, a partir de la observación de cualquier tipo de infografía. Se propone una ficha que contempla distintas variables y categorías, de las que se podrán extraer en el trabajo de campo posterior tanto datos descriptivos cualitativos como datos cuantitativos del objeto de estudio en cuestión.

### 1.1. Aproximación al concepto de infografía: elementos y características

Desde hace décadas, numerosos autores provenientes tanto del mundo académico como del profesional han teorizado sobre esta disciplina, ofreciendo distintas definiciones del término (Tufte, 1983; Peltzer, 1991; De Pablos, 1991 y 1999; Stark, 1991; Piñuela, 1993; Canga, 1994; Clapers, 1998; Colle, 1998; Leturia, 1998; Serrat, 1998; Valero, 2001 y 2008; Abreu, 2002; Barnhurst, 2003; Franco, 2005; Cairo, 2008 y 2011; García-González, 2014; Uyan Dur, 2014; Alcalde, 2015; Nogueira, 2018; Ivars-Nicolás, 2019,

entre otros muchos). Tras la revisión de todas ellas, podemos apuntar que la infografía es una representación visual de información que combina tanto elementos gráficos como de texto para comunicar información compleja —ya sean datos, conceptos o acontecimientos— de manera efectiva, clara, concisa y accesible, utilizando técnicas propias del diseño gráfico y la comunicación visual.

Para que una infografía periodística cumpla el propósito de comunicar información de manera efectiva y visualmente atractiva debe incluir una serie de elementos básicos (Peltzer, 1991; Piñuela, 1993; Clapers, 1998; Barnhurst, 2003; Colle, 2004; Valero, 2008; Ivars-Nicolás, 2018):

- Un título o encabezado: debe ser claro y conciso, resumiendo el tema o el mensaje principal que se va a comunicar.
- Imágenes y gráficos: las fotografías, ilustraciones, gráficos, mapas y diagramas, entre otros, desempeñan un papel fundamental en una infografía periodística, pues son elementos visuales que ayudan a transmitir la información de manera más efectiva que el texto en solitario.
- Texto explicativo: debe acompañar a las imágenes y gráficos proporcionando contexto, detalles y explicaciones adicionales. Debe ser breve y fácil de entender, complementando la información visual.
- Leyendas: explican lo que representan los elementos visuales utilizados y proporcionan información adicional para comprender mejor el contenido.
- Firma y/o fuente: es obligado incluir la firma o autoría (individual o colectiva), la fuente de los datos utilizados en la infografía, y los créditos de las fuentes de las imágenes, gráficos o testimonios empleados.

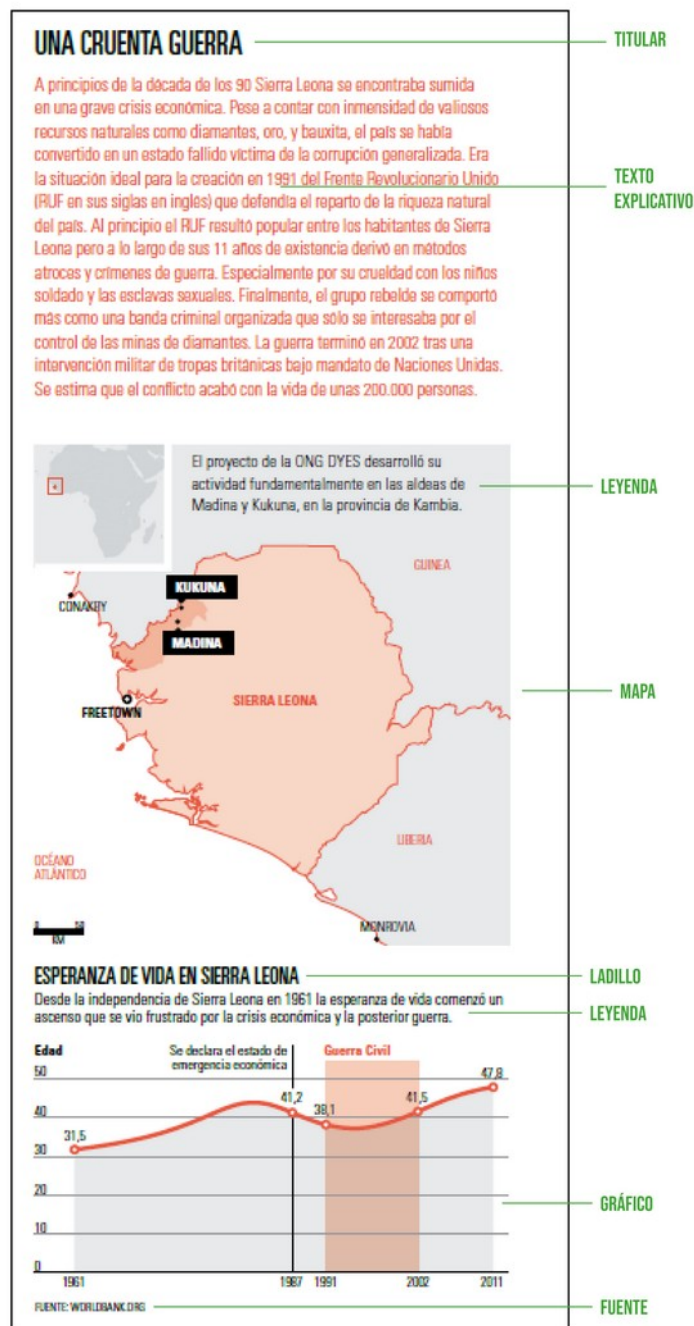
Además, si el tema lo requiere, se puede incluir una línea de tiempo visual que ayude a mostrar la secuencia de los acontecimientos de manera ordenada y clara, o iconos y símbolos, que pueden utilizarse para representar conceptos, ideas o datos de forma rápida y eficaz.

Por otro lado, resulta fundamental una adecuada elección de la tipografía —para conseguir la mejor legibilidad y generar jerarquías entre los distintos elementos textuales presentes en la infografía—, pero también del color, ya que este puede emplearse para destacar información importante o crear una jerarquía visual. El diseño y puesta en página contribuirá, finalmente, no solo a reforzar dicha jerarquía sino a conseguir un resultado atractivo y legible.

Es importante que todos estos elementos se combinen de manera creativa en cualquier infografía periodística, no solo para contar una historia o acontecimiento determinado, sino para presentar la información del modo más eficaz posible. La clave es mantener la simplicidad, la claridad y la coherencia visual para que los lectores puedan comprender fácilmente el contenido presentado.

**Figura 1**

*Elementos de una infografía.*



Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la infografía publicada por la revista *Líbero* (nº 3, invierno de 2013, p. 37).

En lo referente a las características propias de la infografía periodística, podemos apuntar que son:

- Una combinación de elementos gráficos, tipográficos y cromáticos, esto es, visuales y de texto.

- Una síntesis de información, pues la infografía periodística tiene la capacidad de condensar grandes cantidades de datos en un formato visualmente atractivo y de fácil comprensión, que permite a los lectores obtener una visión general rápida de un tema.
- Una jerarquía visual efectiva para destacar la información más relevante y que permite guiar la atención del lector.
- Una narración gráfica, ya que pueden contar una historia, un acontecimiento o explicar el funcionamiento de algo presentándolo de manera secuencial y lógica a través de la disposición adecuada de elementos visuales y textuales. Ello favorece, no solo una comprensión más profunda del tema, sino una experiencia de lectura atractiva.
- Autónomas, pues deben tener sentido por sí mismas, deben comprenderse aun cuando el lector no lea el texto.

Estas particularidades contribuyen a que la infografía periodística sea una herramienta poderosa para la presentación de información en el periodismo, ya que permite comunicar ésta de forma efectiva y atractiva en un ecosistema donde la atención del lector está muy diversificada.

## 2. Metodología

El objetivo principal de este artículo es ofrecer un instrumento de investigación válido que permita analizar de forma descriptiva cualquier tipo de infografía, tanto desde el punto de vista del diseño y puesta en página de la información, como desde la perspectiva del contenido. Como objetivo específico nos planteamos identificar las distintas variables y categorías que pueden integrar la ficha propuesta para la recogida de datos. Dicha ficha será válida para cualquier gráfico informativo que aparezca en una publicación periódica impresa, si bien será aplicable a cualquier medio o soporte. La aplicación del instrumento diseñado *ad hoc* para la recopilación de datos permitirá, de un lado, identificar el tipo de infografía y de otro determinar sus funciones y codificar sus características, por lo que la ficha permitirá describir formal y funcionalmente las unidades de análisis que compongan la muestra.

Se trata, por tanto, de una propuesta vinculada a la técnica del análisis de contenido, que ya definía Krippendorff como «una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto» (2002, p. 28). Según este mismo autor, el análisis de contenido es considerado una de las metodologías más relevantes en la investigación sobre comunicación, ya que su objetivo principal es estudiar rigurosa y sistemáticamente la esencia de los mensajes que se intercambian en cualquier acto de comunicación.

Más amplia es la conceptualización que ofrece Piñuel, para quien el análisis de contenido es un «conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han

producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior» (Piñuel, 2002, p. 2).

Otra aportación interesante es la de Berelson (1971), quien definió el análisis de contenido como una técnica de investigación que permite la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación, aunque puede ser utilizada en otros campos como en el análisis cualitativo de variables o en el estudio de la complejidad de un fenómeno.

Por su parte, Bardin lo define como «el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes» (Bardin, 1996, p. 32).

A la hora de utilizar esta técnica, como señalan Tabuenca et al. «el primer paso es definir conceptualmente las variables que se van a analizar, para después operacionalizar las relevantes, elaborar el libro de códigos y la ficha de análisis, seleccionar los contenidos determinando la muestra, entrenar a los codificadores, codificar la muestra, chequear la fiabilidad del proceso de codificación, analizar los datos para obtener los resultados y, finalmente, la elaboración del informe de la investigación» (Tabuenca *et al.*, 2022, p. 65). Para configurar estas variables, se atendió no solo a la propuesta de estos autores sino también a la formulada por Ribecca (s. f.) sobre la tipología de las infografías y a la de Ivars-Nicolás (2019) sobre sus funciones.

Dicho esto, tal y como indicábamos al comienzo de este artículo, la propuesta planteada pretende diseñar un instrumento útil para la recogida de datos en investigaciones de tipo descriptivo, a partir de la observación de cualquier infografía periodística. Para generar esta ficha de codificación se han revisado todas las gráficas informativas publicadas por la revista española *Líbero* durante sus primeros diez años de existencia, esto es desde su fundación en el verano de 2012 hasta el verano de 2022, lo que ha supuesto la observación y vaciado de un total de 41 números, en los que se han identificado 70 unidades de análisis.

Esta aproximación al universo de infografías publicadas por la revista mencionada durante el período señalado nos ha permitido identificar un corpus de 28 variables, referenciadas con la inicial “V”, que se recogen en la ficha propuesta. Así, en dicho instrumento se contemplan, en un primer bloque, los datos informativos básicos sobre la identificación de la infografía objeto de análisis (nombre del medio, número de ejemplar y fecha de publicación, su ubicación (página y sección), el título de la infografía, el título del artículo al que acompaña —si fuera el caso—, la firma, la fuente y una pequeña descripción temática de la misma.

En el segundo apartado se han incluido las variables relacionadas con el aspecto formal de la representación gráfica informativa, esto es, su tamaño —estableciéndose como categorías la página completa, doble página, media página, más de media página, menos de media página y, finalmente, una página y parte de otra—, su ubicación en la página —superior, inferior, centro, izquierda y derecha— y la presencia del color —si la info-



grafía se edita en cuatricromía, en dos tintas o es monocromática—, en caso afirmativo, se codificará tanto el color predominante en el fondo de la representación gráfica como en la forma principal.

En el tercer bloque se atiende a las variables y categorías vinculadas al contenido, específicamente con los elementos que componen la infografía. Primero, se especifica si la infografía va acompañada por texto, la superficie que ocupa dicho texto en el global de la infografía, el tipo de texto —si es un ladillo, firma, entradilla, subtítulo, leyendas, citas literales, explicaciones puntuales y otros). A continuación, se registra si la infografía analizada incorpora imágenes —en ese caso se señala el tipo de imagen (fotografía, ilustración, gráfico, icono, etc.)— y, si fuera un gráfico (o varios), se indicará también el tipo.

En este sentido, cabe señalar que esta propuesta ofrece una clasificación propia, que parte de la propuesta por Rebecca (s. f.) en su catálogo de formatos para la visualización de datos. La taxonomía planteada distingue entre ‘cajas de datos o tablas’, gráficos ‘de área o densidad’, gráficos ‘de barras’, gráficos ‘de línea o fiebre’, ‘de tarta’, gráficos ‘de puntos’, gráficos ‘de conexiones’ o relacionales —que incluyen gráficos tipo Sankey o de coordenadas, entre otros—, ‘diagramas’ —que incluyen de red, de cuerdas o de arco—, ‘dibujos’ —que incluye gráficos de conteo, uso de figuras o diagramas ilustrados—, gráficos de ‘jerarquía’ —que incluye diagramas de árbol o diagramas de flujo—, ‘mapas’ y planos o gráficos de tipo ‘radial’. A continuación, la ficha registra la superficie que ocupa cada gráfico en relación con la infografía que lo contiene, así como su función.

En este último aspecto, ha sido fundamental la aportación de Ivars-Nicolás (2019) sobre la diferente tipología de uso de las infografías, diferenciando entre descriptiva, ubicativa, comparativa o conectiva. La descriptiva es aquella en la que a las imágenes utilizadas las acompaña un texto explicativo; la ubicativa busca localizar algún elemento de forma espacial o temporal; la comparativa asocia cifras con proporciones visuales y, finalmente, la conectiva que, según la autora (2019, p. 299) se caracteriza por «relacionar u organizar elementos o datos no numéricos».

Por último, se añade un campo abierto en el que es posible incorporar observaciones sobre aspectos no contemplados en la ficha de análisis y que pueden resultar de interés para la investigación.

**Figura 2**

*Ficha de codificación*

<p><b>A. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN (■)</b></p> <p><b>V1. Nombre del medio:</b>.....</p> <p><b>V2. Número y fecha:</b>.....</p> <p><b>V3. Página/s:</b>.....</p> <p><b>V4. Sección:</b>.....</p> <p><b>V5. Titular del artículo:</b>  <input type="checkbox"/> .....  <input type="checkbox"/> Infografía independiente / sin título</p> <p><b>V6. Titular de la infografía:</b>  <input type="checkbox"/> .....  <input type="checkbox"/> No hay</p> <p><b>V7. Firma de la infografía:</b>  <input type="checkbox"/> .....  <input type="checkbox"/> No hay</p> <p><b>V8. Fuente de datos de la infografía:</b>  <input type="checkbox"/> .....  <input type="checkbox"/> No hay</p> <p><b>V9. Tema de la infografía:</b>                  .....</p> <p><b>B. ASPECTOS FORMALES</b></p> <p><b>V10. Tamaño de la infografía:</b>  <input type="checkbox"/> Doble página  <input type="checkbox"/> Una página y parte de otra  <input type="checkbox"/> Página completa  <input type="checkbox"/> Más de media página  <input type="checkbox"/> Media página  <input type="checkbox"/> Menos de media página</p> <p><b>V11. Ubicación de la infografía:</b>  <input type="checkbox"/> Mitad superior  <input type="checkbox"/> Mitad inferior  <input type="checkbox"/> Mitad izquierda  <input type="checkbox"/> Mitad derecha  <input type="checkbox"/> Centro</p> <p><b>V12. Tratamiento cromático (forma)</b>  <input type="checkbox"/> Monocromo (incluye B/N)  <input type="checkbox"/> Duotono  <input type="checkbox"/> Cuatricromía</p> <p><b>V13. Color dominante (forma)</b>  <input type="checkbox"/> Amarillo  <input type="checkbox"/> Azul  <input type="checkbox"/> Blanco  <input type="checkbox"/> Morado  <input type="checkbox"/> Naranja  <input type="checkbox"/> Negro</p>	<p><input type="checkbox"/> Rojo  <input type="checkbox"/> Verde  <input type="checkbox"/> Otro (indicar): .....</p> <p><b>V14. Tratamiento cromático (fondo)</b>  <input type="checkbox"/> Monocromo (incluye B/N)  <input type="checkbox"/> Duotono  <input type="checkbox"/> Cuatricromía</p> <p><b>V15. Color dominante (fondo)</b>  <input type="checkbox"/> Amarillo  <input type="checkbox"/> Azul  <input type="checkbox"/> Blanco  <input type="checkbox"/> Morado  <input type="checkbox"/> Naranja  <input type="checkbox"/> Negro  <input type="checkbox"/> Rojo  <input type="checkbox"/> Verde  <input type="checkbox"/> Otro (indicar): .....</p> <p><b>C. ASPECTOS CONTENIDO</b></p> <p><b>V16. Presencia de texto</b>  <input type="checkbox"/> Sí  <input type="checkbox"/> No (saltar a la V19)</p> <p><b>V17. Superficie del texto</b>  <input type="checkbox"/> Menos del 25%  <input type="checkbox"/> Entre el 26% y el 50%  <input type="checkbox"/> Entre el 51% y el 75%  <input type="checkbox"/> Más</p> <p><b>V18. Tipo de texto</b>  <input type="checkbox"/> Ladillo  <input type="checkbox"/> Firma  <input type="checkbox"/> Entradilla  <input type="checkbox"/> Subtítulo  <input type="checkbox"/> Explicaciones puntuales  <input type="checkbox"/> Frases completas  <input type="checkbox"/> Párrafos completos  <input type="checkbox"/> Citas literales  <input type="checkbox"/> Leyenda  <input type="checkbox"/> Otro (indicar): .....</p> <p><b>V19. Presencia de imágenes</b>  <input type="checkbox"/> Sí  <input type="checkbox"/> No (saltar a la V22)</p> <p><b>V20. Superficie de las imágenes</b>  <input type="checkbox"/> Menos del 25%  <input type="checkbox"/> Entre el 26% y el 50%  <input type="checkbox"/> Entre el 51% y el 75%  <input type="checkbox"/> Más</p> <p><b>V21. Tipo de imágenes</b>  <input type="checkbox"/> Fotografía real  <input type="checkbox"/> Fotografía procesada  <input type="checkbox"/> Ilustración</p>	<p><input type="checkbox"/> Iconos (banderas, escudos, emojis...)  <input type="checkbox"/> Otro (indicar): .....</p> <p><b>V22. Presencia de gráficos</b>  <input type="checkbox"/> Sí  <input type="checkbox"/> No (finalizar registro de datos)</p> <p><b>V23. N° de elementos gráficos</b>  <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> Más</p> <p><b>V24a. Descripción del gráfico 1:</b>                  .....</p> <p><b>V25a. Tipo de elementos infográficos</b>  <input type="checkbox"/> Caja de datos / Tablas  <input type="checkbox"/> De área o densidad  <input type="checkbox"/> De barras (horizontales o verticales)  <input type="checkbox"/> De conexiones o relacional (Sankey, coordenadas...)  <input type="checkbox"/> De línea o fiebre  <input type="checkbox"/> De tarta  <input type="checkbox"/> De puntos  <input type="checkbox"/> Diagrama (de red, cuerdas, arco...)  <input type="checkbox"/> Dibujo (conteo, figuras, ilustración...)  <input type="checkbox"/> Mapa o plano  <input type="checkbox"/> Radial  <input type="checkbox"/> Texto / Ideas</p> <p><b>V26a. Superficie en la infografía</b>  <input type="checkbox"/> Menos del 25%  <input type="checkbox"/> Entre el 26% y el 50%  <input type="checkbox"/> Entre el 51% y el 75%  <input type="checkbox"/> Más</p> <p><b>V27a. Finalidad</b>  <input type="checkbox"/> Comparativa (asocia números con proporciones)  <input type="checkbox"/> Conectiva (conceptos no siempre numéricos)  <input type="checkbox"/> Descriptiva (imagen y texto)  <input type="checkbox"/> Ubicativa (espacial o temporal)</p> <p><b>*Repetir V24-V27 con el resto de gráficos incluidos en la infografía si los hubiera...</b></p> <p><b>V28. Observaciones:</b>                  .....                  .....</p>
--	--	--



### Figura 3

#### Ficha de codificación aplicada a una infografía concreta

<b>A. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN (■)</b> <b>V1. Nombre del medio:</b> <i>Libero</i> <b>V2. Número y fecha:</b> <i>1 (Nov 2019)</i> <b>V3. Página/s:</b> <i>118-119</i> <b>V4. Sección:</b> <i>Eurocopa</i> <b>V5. Titular del artículo:</b> <input type="checkbox"/> ..... <input checked="" type="checkbox"/> Infografía independiente / sin título <b>V6. Titular de la infografía:</b> <input checked="" type="checkbox"/> <i>El balón de la Eurocopa</i> <input type="checkbox"/> No hay <b>V7. Firma de la infografía:</b> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Artur Galocha</i> <input type="checkbox"/> No hay <b>V8. Fuente de datos de la infografía:</b> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Adidas y FIFA</i> <input type="checkbox"/> No hay <b>V9. Tema de la infografía:</b> .....		<input type="checkbox"/> Amarillo <input type="checkbox"/> Azul <input checked="" type="checkbox"/> Blanco <input type="checkbox"/> Morado <input type="checkbox"/> Naranja <input type="checkbox"/> Negro <input type="checkbox"/> Rojo <input type="checkbox"/> Verde <input type="checkbox"/> Otro (indicar): .....		(Sankey, coordenadas...) <input type="checkbox"/> De línea o fiebre <input type="checkbox"/> De tarta <input type="checkbox"/> De puntos <input type="checkbox"/> Diagrama (de red, cuerdas, arco...) <input checked="" type="checkbox"/> Dibujo (conteo, figuras, ilustración...) <input type="checkbox"/> Mapa o plano <input type="checkbox"/> Radial <input type="checkbox"/> Texto / Ideas	
<b>B. ASPECTOS FORMALES</b> <b>V10. Tamaño de la infografía:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Doble página <input type="checkbox"/> Una página y parte de otra <input type="checkbox"/> Página completa <input type="checkbox"/> Más de media página <input type="checkbox"/> Media página <input type="checkbox"/> Menos de media página <b>V11. Ubicación de la infografía:</b> <input checked="" type="checkbox"/> Mitad superior <input checked="" type="checkbox"/> Mitad inferior <input checked="" type="checkbox"/> Mitad izquierda <input checked="" type="checkbox"/> Mitad derecha <input checked="" type="checkbox"/> Centro <b>V12. Tratamiento cromático (forma)</b> <input type="checkbox"/> Monocromo (incluye B/N) <input type="checkbox"/> Duotono <input checked="" type="checkbox"/> Cuatricromía <b>V13. Color dominante (forma)</b> <input type="checkbox"/> Amarillo <input type="checkbox"/> Azul <input type="checkbox"/> Blanco <input type="checkbox"/> Morado <input checked="" type="checkbox"/> Naranja <input checked="" type="checkbox"/> Negro <input type="checkbox"/> Rojo <input checked="" type="checkbox"/> Verde <input type="checkbox"/> Otro (indicar): ..... <b>V14. Tratamiento cromático (fondo)</b> <input checked="" type="checkbox"/> Monocromo (incluye B/N) <input type="checkbox"/> Duotono <input type="checkbox"/> Cuatricromía <b>V15. Color dominante (fondo)</b>		<b>C. ASPECTOS CONTENIDO</b> <b>V16. Presencia de texto</b> <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (saltar a la V19) <b>V17. Superficie del texto</b> <input type="checkbox"/> Menos del 25% <input checked="" type="checkbox"/> Entre el 26% y el 50% <input type="checkbox"/> Entre el 51% y el 75% <input type="checkbox"/> Más <b>V18. Tipo de texto</b> <input checked="" type="checkbox"/> Ladillo <input checked="" type="checkbox"/> Firma <input checked="" type="checkbox"/> Entradilla <input type="checkbox"/> Subtítulo <input checked="" type="checkbox"/> Explicaciones puntuales <input type="checkbox"/> Frases completas <input checked="" type="checkbox"/> Párrafos completos <input type="checkbox"/> Citas literales <input type="checkbox"/> Leyenda <input type="checkbox"/> Otro (indicar): ..... <b>V19. Presencia de imágenes</b> <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (saltar a la V22) <b>V20. Superficie de las imágenes</b> <input type="checkbox"/> Menos del 25% <input checked="" type="checkbox"/> Entre el 26% y el 50% <input type="checkbox"/> Entre el 51% y el 75% <input type="checkbox"/> Más <b>V21. Tipo de imágenes</b> <input checked="" type="checkbox"/> Fotografía real <input type="checkbox"/> Fotografía procesada <input checked="" type="checkbox"/> Ilustración <input checked="" type="checkbox"/> Iconos (banderas, escudos, emojis...) <input type="checkbox"/> Otro (indicar): ..... <b>V22. Presencia de gráficos</b> <input checked="" type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (finalizar registro de datos) <b>V23. N° de elementos gráficos</b> <input type="checkbox"/> 1 <input checked="" type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> Más <b>V24a. Descripción del gráfico 1:</b> Las pruebas de la FIFA		<b>V26a. Superficie en la infografía</b> <input checked="" type="checkbox"/> Menos del 25% <input type="checkbox"/> Entre el 26% y el 50% <input type="checkbox"/> Entre el 51% y el 75% <input type="checkbox"/> Más <b>V27a. Finalidad</b> <input type="checkbox"/> Comparativa (asocia números con proporciones) <input type="checkbox"/> Conectiva (conceptos no siempre numéricos) <input checked="" type="checkbox"/> Descriptiva (imagen y texto) <input type="checkbox"/> Ubicativa (espacial o temporal) <b>V24b. Descripción del gráfico 1:</b> Evolución de la pelota <b>V25b. Tipo de elementos infográficos</b> <input type="checkbox"/> Caja de datos / Tablas <input type="checkbox"/> De área o densidad <input type="checkbox"/> De barras (horizontales o verticales) <input type="checkbox"/> De conexiones o relacional (Sankey, coordenadas...) <input type="checkbox"/> De línea o fiebre <input type="checkbox"/> De tarta <input type="checkbox"/> De puntos <input type="checkbox"/> Diagrama (de red, cuerdas, arco...) <input checked="" type="checkbox"/> Dibujo (conteo, figuras, ilustración...) <input type="checkbox"/> Mapa o plano <input type="checkbox"/> Radial <input type="checkbox"/> Texto / Ideas <b>V26b. Superficie en la infografía</b> <input type="checkbox"/> Menos del 25% <input type="checkbox"/> Entre el 26% y el 50% <input type="checkbox"/> Entre el 51% y el 75% <input checked="" type="checkbox"/> Más <b>V27b. Finalidad</b> <input type="checkbox"/> Comparativa (asocia números con proporciones) <input type="checkbox"/> Conectiva (conceptos no siempre numéricos) <input checked="" type="checkbox"/> Descriptiva (imagen y texto) <input type="checkbox"/> Ubicativa (espacial o temporal) <b>V28. Observaciones:</b> .....	



### 3. Resultados

El resultado de esta propuesta metodológica es un instrumento original e inédito que consideramos de utilidad para el registro y recopilación de datos, y que es válido para el análisis de cualquier infografía periodística, independientemente de su temática, formato o tipo de publicación, ya que se trata de una ficha replicable y adaptable a cualquier investigación que trate de identificar las características de una infografía, tanto en el plano de su diseño como de su contenido.

Por tanto, la utilización de esta herramienta que permite llevar a cabo un análisis de contenido descriptivo de cualquier infografía nos ofrecerá resultados sobre:

- a) Su función.
- b) Su temática.
- c) Su ubicación en la página y en la publicación.
- d) Su tamaño y superficie ocupada.
- e) Si utiliza imágenes y el tipo de estas (fotografía, ilustración, etc.).
- f) El modo en que emplea los elementos tipográficos textuales (titular, entradilla, texto explicativo, fuente, etc.).
- g) La manera en la que emplea el color, ya sea como fondo, en los elementos tipográficos —textuales o no textuales— y en la imagen utilizada —o imágenes—.

A través de esta ficha se pueden llevar a cabo distintos tipos de investigación. Por una parte, se pueden llevar a cabo aproximaciones descriptivas que permitirían conocer los usos y costumbres infográficos de una publicación, un grupo de medios concreto o, incluso, distintos proyectos mediáticos en función de temáticas o áreas geográficas. Por otra, y de forma más concreta, se podría cuantificar el uso de distintos aspectos, pudiendo descubrir tendencias y elaborar comparaciones.

Así, sería posible plantear investigaciones que respondan a cuestiones como qué medios usan más o menos texto en sus infografías, si hay diferencia en el uso de colores en función del área geográfica del medio en cuestión, o si el ámbito temático de la publicación determina el tipo de infografía que se utiliza de forma prioritaria, por poner tres ejemplos distintos.

### 4. Discusión o Conclusiones

Consideramos que el resultado de esta propuesta metodológica se concreta en un instrumento de investigación válido y fiable para abordar el estudio del diseño y contenido de cualquier infografía periodística, independientemente de su temática, público objetivo o periodicidad del medio en el que se inserta.

Aunque hemos evidenciado la existencia de investigaciones precedentes en las que se analizaban de forma descriptiva infografías, en su metodología no se presentaban de forma pormenorizada las variables y categorías que hay que tener en cuenta para una aproximación holística al objeto de estudio, ni tampoco permitían obtener resultados tan diversificados como los que aporta la presente herramienta.

Por otro lado, resulta de interés que ésta podría ser utilizada también para abordar el análisis de las infografías presentes en publicaciones no periódicas, como pueden ser los libros, informes o guías, entre otras, si bien en ese caso habría que tener en cuenta otro tipo de variables y desestimar aquellas que no fueran procedentes, debido a las particularidades del tipo de publicación en cuestión.

Finalmente, queremos apuntar algunas limitaciones de este trabajo, como el hecho de que nos encontramos ante una propuesta que es válida solo para infografías en publicaciones periódicas impresas, por lo que no serviría para analizar de forma completa y exhaustiva las infografías publicadas en medios periodísticos digitales.

El desarrollo del contenido digital en las últimas dos décadas ha dado lugar al nacimiento de formatos específicos de infografía interactiva, con usos y estándares diferenciados de la infografía impresa. Tal es su importancia en el periodismo actual (Cairo, 2023; Arza-Otano & Salaverría, 2019) que consideramos que, sin duda, merecería el desarrollo de la presente ficha para atender esas especificidades y ahondar en su estudio.

De este modo, nos planteamos como futura línea de investigación completar esta ficha de análisis con variables y categorías que permitan el registro de la presencia de animaciones (elementos gráficos en movimiento), de interactividades (elementos que permiten la participación del usuario), e incluso la incorporación de contenido multimedia, como vídeo o sonido.

Tal y como se menciona anteriormente, la ficha de análisis aquí presentada se ha utilizado como herramienta metodológica en una investigación sobre las infografías publicadas en la revista *Líbero* durante sus primeros diez años de existencia. Dicha investigación está en proceso de revisión por pares en el momento de publicación del presente artículo, y esperamos que, una vez completado ese proceso, estemos en disposición de aplicar esta ficha a otros objetos de análisis, que nos permitan explorar futuras adaptaciones de la misma.

## 5. Referencias bibliográficas

- Abreu, C. (2002). ¿Es la infografía un género periodístico? *Revista Latina de Comunicación Social*, 5(51), s. p.  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002abreujunio5101.htm>
- Alcalde, I. J. (2015). Infografía. ¿Dónde está el conocimiento que se perdió con la información? *Communication papers: media literacy and gender studies*, 4(8), 54-56. [https://www.doi.org/10.33115/udg\\_bib/cp.v4i08.22060](https://www.doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v4i08.22060)
- Arza-Otano, A. & Salaverría, R. (2019). *Playing with readers' expectations: types of predictive infographics in digital media*. MonTi: Monografías de Traducción e Interpretación, 2019, pp. 187-210,  
<https://raco.cat/index.php/MonTI/article/view/369881>
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido*. Akal.

- Barnhurst, K. (2003). Reflexiones sobre infografía periodística: respuestas (13) sobre infoperiodismo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 6(55), s.p.  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20035516kevin.htm>
- Berelson, B. (1971). *Content Analysis in Communication Research*. Macmillan Publishers.
- Cairo, A. (2008). *Infografía 2.0 visualización interactiva de información en prensa*. Alamut.
- Cairo, A. (2011). *El arte funcional. Infografía y visualización de la información*. Alamut.
- Cairo, A. (2023). *The Art of Insight: How Great Visualization Designers Think*. Wiley.
- Canga, J. (1994). *El Diseño periodístico en prensa diaria. Normas básicas*. Bosch Comunicación.
- Clapers, J. (1998). Los gráficos, desde fuera de la redacción. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1(9), s. p.  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/36infojordi.htm>
- Colle, R. (1998). Estilos o tipos de infógrafos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1(12). s.p. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/02mcolle/colle.htm>
- De Pablos, J. M. (1991). *La infografía, el nuevo género periodístico. Estudios sobre tecnología de la información*. Editorial Sanz y Torres.
- De Pablos, J. M. (1999). *Infoperiodismo: el periodista como creador de infografía*. Síntesis.
- Franco, G. (2005). *La infografía periodística*. Anroart Ediciones.
- Frazão, A. G. (2018): Controvérsias sobre a tipificação e a identidade da Infografia Online como Género Jornalístico. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 5, número 9, pp. 50-65.  
<http://www.revistaieic.eu/index.php/raeic/article/view/158>
- García González, D. (2014). Los infográficos periodísticos como género informativo. *Historia y Comunicación Social*, 19 (número especial febrero), 93-106.  
[https://www.doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2014.v19.45013](https://www.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45013)
- Ivars-Nicolás, B. (2019). La infografía periodística en España: definición y tipología de uso. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 283-302.  
<https://www.doi.org/10.5209/ESMP.63729>
- Krippendorff, K. (2002). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós.

- Leturia, E. (1998). ¿Qué es infografía? *Revista Latina de Comunicación Social*, 1 (4). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/r4el.htm>
- López-Alonso, R. (2011). *La representación gráfica de la información en el nuevo diseño de periódicos* [Tesis de posgrado no publicada]. Universidad Complutense de Madrid. <https://docta.ucm.es/entities/publication/bf926392-ff91-44fd-bf597114bc0780a1>
- Nogueira, A. G. (2018). Controvérsias sobre a tipificação e a identidade da Infografia Online como Género Jornalístico. *Revista de La Asociación Española de Investigación de La Comunicación*, 5(9), 50-65. <https://www.doi.org/10.24137/raeic.5.9.7>
- Peltzer, G. (1991). *Periodismo iconográfico*. Ediciones Rialp.
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic Studies*, 3(1), 1-42.
- Piñuela, A. (1993). Infografía. En J. A. Martín Aguado et al., *Tecnologías de la información impresa*, (pp.149-250). Fragua.
- Ribecca, S. (s.f.). Dataviz Catalogue. <https://datavizcatalogue.com>
- Salaverría, R. (2019). Digital journalism: 25 years of research. Review article. *El profesional de la información*, 28(1), e280101. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.ene.01>
- Serrat, J. M<sup>a</sup>. (1998). La irrupción del infografismo en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1(11). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/10Ainfo9.htm>
- Stark, P. (1991). Lecturas para redactores escépticos sobre qué diablos sea eso de la infografía. En VV. AA. *Documentación infográfica de la Society of Newspaper Design, Capítulo Español* (p. 2). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra.
- Tabuenca, M., González-Díez, L., & Puebla, B. (2022). Diseño y contenido en la portada de las revistas: propuesta metodológica. *Communication & Methods - Comunicación y Métodos*, 4(1), 59-72. <https://doi.org/10.35951/v4i1.150>
- Tufte, E. (1983). *The Visual Display of Quantitative Information*. Graphics Press.
- Túñez, J. M., & Nogueira, A. G. (2017). *Infographics as a Mnemonic structure: Analysis of the informative and identity components of infographic online compositions in Iberic newspapers*. *Communication & Society* 30 (1), 147-164. <https://doi.org/10.15581/003.30.35799>

Uyan Dur, B. I. (2014). Data visualization and infographics in visual communication design education at the age of information. *Journal of Arts and Humanities*, 3(5), 39-50. <https://doi.org/10.18533/journal.v3i5.460>

Valero, J. L. (2001). *La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos*. Universitat Autònoma de Barcelona (Col. Aldea Global).

Valero, J. L. (2008). Tipología del grafismo informativo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 631-648. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110631A>

**Financiación:** el artículo no recibe financiación.

**Conflicto de intereses:** los autores declaran que no existen.

**Traducción al inglés:** aportada por los autores.

#### HOW TO CITE (APA 7ª)

Ventura Salom, B., Tabuenca Bengoa, M., & González-Díez, L. (2023). Propuesta metodológica para el análisis de infografías en publicaciones periódicas. *Comunicación y Métodos - Communication & Methods*, 5(2), 5-18. <https://doi.org/10.35951/v5i2.194>