

---

## Monogràfic

---

Innovación en periodismo visual: oportunidades  
y desafíos para la conceptualización,  
el ejercicio y el consumo del periodismo

Innovació en periodisme visual: oportunitats  
i desafiaments per a la conceptualització,  
l'exercici i el consum del periodisme

Innovation in Visual Journalism: Opportunities  
and Challenges for the Conceptualization,  
Practice and Consumption of Journalism

Editors convidats:

**Bella Palomo (Universidad de Málaga)**

**Mario Pérez-Montoro (Universitat de Barcelona)**



---

## Innovación en periodismo visual: oportunidades y desafíos para la conceptualización, el ejercicio y el consumo del periodismo

---

**Bella Palomo**

Universidad de Málaga (España)

**Mario Pérez-Montoro**

Universitat de Barcelona (España)

---

**E**l periodismo visual atraviesa su edad de oro. La expansión del periodismo de datos, los rediseños flexibles, graduales y constantes en los cibermedios y la automatización de tareas han favorecido su desarrollo. Pero más allá de una tendencia transformada en nueva especialización periodística, la visualización aspira a adquirir el rango de lenguaje universal, facilitando el consumo informativo y cumpliendo una función formativa básica para una sociedad democrática.

La cultura de los datos abiertos, la apuesta por la transparencia y la creación de equipos multidisciplinares en los que periodistas, programadores, diseñadores web, desarrolladores de bases de datos y expertos en estadística colaboran para transformar contenidos complejos en soluciones informativas atractivas y ágiles de consumir han enriquecido la producción informativa, lo que ha favorecido incluso exclusivas, que en periodismo pueden ser un seguro de vida. En este sentido, muchos medios confían en que el *big data* ilumine el camino de retorno a los beneficios.

Este contexto justifica un monográfico en *Trípodos* en el que hemos evaluado y seleccionado seis artículos que exploran la innovación en el actual periodismo visual desde diferentes perspectivas. Concretamente, se afronta aspectos relacionados con el periodismo de datos y la infografía, el universo del periodismo y el relato transmedia, el análisis temático de noticias y la dimensión estética de los formatos.

Relacionados con el periodismo de datos y la infografía, encontramos dos trabajos diferentes: uno que aborda la presencia de este tipo de periodismo en los medios de referencia españoles, y otro que trata la formación sobre esta disciplina en España.

El primero de ellos se titula “El periodismo de datos en los medios de referencia españoles” y sus autoras son Laura Teruel Rodríguez y Elena Blanco Castilla, ambas de la Universidad de Málaga (España). En este trabajo se subraya la juventud del periodismo de datos en España, que surge y se instala a partir de la aprobación de la conocida como Ley de Transparencia, a finales de 2013. También trata de definir teóricamente y monitorizar esta práctica periodística, estudiar la actual tipología de

equipos de datos y su concepción dentro de la estructura de las redacciones de los medios impresos y digitales más importantes.

El segundo de los trabajos que versa sobre el tema del periodismo de datos se titula “La formación universitaria sobre infografía periodística y visualización de datos, un reto en España: estudios de caso”, y sus autoras son María Sánchez González (Universidad de Málaga y Universidad Internacional de Andalucía) y Encarni Hinojosa Onieva (Colpisa-Vocento y Universidad Internacional de Andalucía). En el artículo se destaca la importancia de la capacitación en materia de periodismo visual y cómo el actual contexto de cultura digital y consumo inmediato de datos han revitalizado la figura del infografista. Realiza también un análisis de las materias dedicadas a tales competencias en el ámbito de la educación superior en España, y concluye con dos análisis de caso: el de la materia optativa de Periodismo Tipografía y Edición Digital, de la Universidad de Málaga, y el de un taller de formación permanente de la Universidad Internacional de Andalucía, que muestran la demanda y el potencial de este tipo de programación formativa.

En relación con el universo del periodismo y el relato transmedia, el monográfico incluye dos interesantes textos. El primero de ellos, “El relato transmedia y su significación en el periodismo. Una aproximación conceptual y práctica”, escrito por Ainara Larrondo Ureta, de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) (España), nos aporta un enfoque conceptual. Examina cómo la narración periodística ha querido dar un paso más allá a partir de los relatos cercanos a la filosofía transmedia, especialmente desde el surgimiento de la web. Defiende también que el mundo del entretenimiento se presenta como el campo de cultivo por excelencia para los relatos transmedia, y cómo estos han comenzado a mostrarse además en el ámbito del periodismo y la no ficción, donde la narrativa transmedia surge como respuesta a la necesidad de abrir nuevas propuestas comunicativas. Finalmente, el trabajo concluye con un análisis de los actuales desarrollos del transmedia en el ámbito periodístico a partir de una revisión de casos.

El segundo, lleva por título “Transmedia Journalism: Exploring Genres and Interface Design”. Su autora, Ana Serrano Tellería (University of Beira Interior, Portugal) reflexiona sobre cómo la investigación en periodismo puede incorporar el concepto y la lógica transmedia. Estudia, además, cómo los entornos móviles juegan un importante papel a la hora de identificar aspectos, rasgos y potencialidades como el diseño de interfaz, la interactividad, la arquitectura y visualización de la información, la localización y la movilidad o la usabilidad, entre otras.

Respecto al análisis temático de noticias, Belén García-Delgado Giménez, de la Universidad Europea de Madrid (España), nos presenta su artículo titulado “Análisis de las noticias sobre lectura digital en Portugal: *Jornal de Notícias* y *Correio da manha* (2005-2009)”. En este trabajo, la autora implementa un estudio de los discursos públicos sobre la lectura a partir del análisis de 60 noticias de dos periódicos portugueses (*Jornal de Notícias* y *Correio da Manha*). Determina el índice de frecuencia y el valor semántico de una selección de términos relevantes para el tema objeto de estudio e identifica la evolución de los discursos públicos a lo largo del periodo estudiado. También revisa la evolución del concepto de lectura a lo largo del período y aporta información acerca de la sociología de la lectura, su relación con la educación, así como sus nuevos soportes.

Por último, la dimensión estética de los formatos queda abordada en el artículo “Construcción poética estricta en el diseño editorial de cubiertas”. En este trabajo, Hernando Gómez Gómez (Universidad Europea de Madrid) nos muestra cómo los artistas se han convertido en los diseñadores de cubiertas. Se analiza cómo a través de las figuras retóricas se ofrece un diseño de cubiertas o portadas de revistas o libros más atractivo sin renunciar a persuadir orientado al consumo visual. A través de un método científico específico se relaciona también el lenguaje escrito con los recursos y formatos estilísticos.

En definitiva, “Innovación en periodismo visual: oportunidades y desafíos para la conceptualización, el ejercicio y el consumo del periodismo” aborda un objeto de estudio ambicioso, que favorece una aproximación multifocal. Esperamos que este número especial impulse la investigación de una temática que, por su novedad, resulta aún incipiente pero muy prometedora.

Este monográfico está vinculado al proyecto “La influencia de la audiencia en la innovación periodística y gestión de la participación: riesgos y oportunidades” (CSO2015-64955-C4-3-R - MINECO/FEDER).

**Bella Palomo** es doctora en Periodismo y máster en Periodismo Digital (UOC). Profesora titular del Departamento de Periodismo de la Universidad de Málaga, está especializada en las áreas de cibermedios, audiencias activas, social media y rutinas periodísticas, y es autora de un centenar de artículos y libros sobre dichos temas. Ha sido colaboradora de Vocento durante

una década, consultora de multimedia y comunicación en la Universitat Oberta de Catalunya, y profesora visitante en las universidades de Washington, Rutgers, Miami (EE UU), Shanghai (China) y Federal de Bahía (Brasil). Actualmente dirige el proyecto nacional “La influencia de la audiencia en la innovación periodística: riesgos y oportunidades” (CSO2015-64955-C4-3-R).

**Mario Pérez-Montoro** es doctor en Filosofía y Ciencias de la Educación por la Universitat de Barcelona y máster en Organización de Sistemas de Documentación en la Empresa por la Universitat Politècnica de Catalunya. Dentro de su formación académica se puede destacar que ha realizado estudios de postgrado en el Istituto di Discipline della Comunicazione de la Università di Bologna (Italia) y ha sido profesor visitante (Visiting Scholar) del

CSLI (Center for the Study of Language and Information) de la Stanford University (California, EE UU) y de la School of Information de la UC Berkeley (California, EE UU). Actualmente es profesor (Programa Serra Húnter) de la Facultat de Biblioteconomia i Documentació de la Universitat de Barcelona y director del Programa de Doctorado en Información y Comunicación de esa misma universidad.

