

**Cómo los medios de comunicación emplean las visualizaciones de datos.
El caso de El País, El Mundo, The New York Times y The Washington Post**

**Alba Córdoba-Cabús
Álvaro López-Martín
Universidad de Málaga**

Las visualizaciones de datos constituyen una de las formas más frecuentes de comunicación en la práctica periodística. Estas se suelen emplear a modo de complemento de la narrativa con la intención de agilizar la lectura, facilitar la comprensión de los hechos, posibilitar la interacción con el usuario e, incluso, generar atracción (Engebretsen, Kennedy y Weber, 2018; Nguyen et al., 2019; Ivars-Nicolás, 2019). Las visualizaciones son un elemento clave para el desarrollo del periodismo en general, sin embargo, estas se antojan aún más indispensables en la práctica del periodismo de datos (Herrero-Solana y Rodríguez-Domínguez, 2015).

El objetivo principal de esta comunicación consiste en examinar las visualizaciones de datos publicadas en las ediciones digitales de las principales cabeceras híbridas –*online* y en papel– en España y Estados Unidos para conocer cómo las emplean los medios, cuáles son sus características y el peso que estas recaban. En este sentido, se pretende establecer una comparativa basada en el uso de las visualizaciones en la práctica del periodismo de datos. Para ello, se aplicó un análisis de contenido a las piezas publicadas entre el 1 de enero y el 31 de agosto de 2021 en las ediciones online de *El País*, *El Mundo*, *The New York Times* y *The Washington Post* (n=466). La selección de los medios vino determinada por el alcance de sus ediciones web y la confianza que estas despiertan en la audiencia (Reuters Institute, 2021).

El grueso de los trabajos examinados incluye una media de cuatro visualizaciones, destacando el uso de gráficos estáticos (54,3%). En los proyectos de periodismo de datos predominan las visualizaciones frente a la narrativa (40,6%) y rara vez aparecen estas en solitario. Es decir, las visualizaciones se incorporan como parte del relato a modo de complemento (79,2%). Estas se presentan, mayoritariamente, de forma estática (55,6%) y aquellas que cuentan con interactividad se limitan a funciones simples como explorar (35%) o filtrar (20,6%). Los resultados evidencian diferencias significativas entre cabeceras al implementar las visualizaciones. Las principales distinciones residen en la estructura de las piezas, en la función de este elemento dentro del contenido y en la interactividad.

Palabras clave: periodismo de datos; datos; visualizaciones; interacción; España; Estados Unidos