

Análisis de los recursos gráficos en el discurso de las **infografías** en movimiento como forma de registro de la historia inmediata



Fuente: Marcela González-Gross y Francisco Puentes-Jimenez. Facultad de las ciencias de la actividad física y el deporte.- INEF. Universidad Politécnica de Madrid, España.



Dra. Pirela, Alaisa. Licenciada en Comunicación Social, Universidad del Zulia (1993). Magíster en Informática Educativa, URBE (2005). Doctora en Arquitectura de la Universidad del Zulia (2012). Postdoctora (2016). Profesora Titular a Tiempo Completo adscrita al Departamento de Historia de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad del Zulia. Coordinadora del Programa de Diseño Gráfico de la FAD de LUZ. Investigadora activa en las áreas de la Historia del Diseño Gráfico y la comunicación visual.

Análisis de los recursos gráficos en el discurso de las infografías en movimiento como forma de registro de la historia inmediata

RESUMEN

En tiempos donde los medios de comunicación están ajustándose a las necesidades de un mundo cambiante la infografía, como recurso informativo, ha repuntado en las últimas décadas por su dominio del lenguaje visual, que enriquecido con elementos audiovisuales, anima y agiliza la lectura de un público ávido de respuestas rápidas a sus exigencias informativas. Las infografías se han convertido en una forma de registro de los sucesos desde muchas ópticas diferentes y es por esto que en sí mismas son fuentes para el estudio de la historia inmediata. El objetivo de la investigación es la generación de una clasificación de los recursos gráficos más frecuentes en la construcción del discurso narrativo de las infografías en movimiento como fenómeno del diseño gráfico informativo de la contemporaneidad. La aplicación del

Método Tipológico (López, 1996), permitió identificar rasgos abstraibles de los objetos de investigación, y por medio de la observación, la descomposición y el análisis de las partes, entender el fenómeno. En los resultados, se evidencia como la conjunción de recursos gráficos usados en las infografías bidimensionales con las técnicas expresivas de la producción audiovisual ha propiciado un producto superior en eficiencia informativa que además facilita la transferencia informativa. Al final se registran y clasifican los recursos gráficos que permiten articular un discurso en los productos video infográficos.

Palabras Claves: infografía, video infografía, Diseño informativo, comunicación, recursos gráficos

Analysis of graphic resources in moving infographic discourse as a form of immediate history record

ABSTRACT

In times when the media are adjusting to the needs of a changing world, infography, as an informative resource, has begun to appear in the last decades by its dominance of visual language. This language enriched

with audiovisual elements enlivens up and accelerates reading of an audience eager for rapid responses to their informative demands. Infographies have become in a way of recording events from much different op-

tics, and this is why they are sources to study immediate history. The purpose of this research is to generate a classification of the most frequent graphic resources when constructing the narrative discourse of moving infographies as a phenomenon of informative graphic design of contemporaneity. The application of typological method (López, 1996), allowed identifying abstractable features of investigation objects, and by means of the observation, decomposition and analysis of their parts to understand the phenomenon. Results highlight how conjunction of graphic

resources used in two-dimensional infographies along with expressive techniques of audiovisual production have promoted a superior product in information efficiency that also facilitates information transfer. In the end, graphic resources are recorded and classified that allow articulating a discourse in video infographic products.

Key words: infography, video-infography, informative design, communication, graphic resources.

Analisi delle risorse grafiche nel discorso delle infografie in movimento come forma di registro della storia immediata

RIASSUNTO

In tempi dove i mezzi di comunicazione si accomodano secondo le necessità di un mondo cambiante, l'infografia, come risorsa informativa, ha spuntato negli ultimi decenni dovuto al suo dominio del linguaggio visuale, il cui arricchito da elementi audiovisuali, anima e alleggerisce la lettura di un pubblico entusiasta di risposte veloci per le loro esigenze informative. Le infografie si sono trasformate in una forma di registro dei successi da molteplici ottiche diverse, ed è per questo se stesse sono fonti per lo studio della storia immediata. La finalità della ricerca è la generazione di una classificazione delle risorse grafiche più frequenti nella costruzione del discorso narrativo delle infografie in movimento come fenomeno del disegno grafico informativo della contemporaneità. Applicare il metodo

tipologico (López, 1996), ha permesso l'individuazione delle caratteristiche astrabili degli oggetti di investigazione, e tramite l'osservazione, la decomposizione e l'analisi delle parti, di capire il fenomeno. Tra i risultati viene evidenziato come la congiunzione delle risorse grafiche usate nelle infografie bidimensionali insieme con le tecniche espressive della produzione audiovisuale, ha promosso un prodotto superiore in efficienza informativa, il che inoltre, facilita la trasferta informativa. Infine, vengono registrate e classificate le risorse grafiche che permettono articolare un discorso nei prodotti video infografici.

Parole chiave: infografia, video infografia, disegno informativo, comunicazione, risorse grafiche.

Introducción

La persistencia del homo videmus, como criatura que emerge casi como una distorsión de la “genética social” en el siglo XX, da sentido al desarrollo de las formas de la comunicación visual que se adaptan a los medios evolucionados para un público formado por nativos, inmigrante y colonos digitales.

El papel fundamental del comunicador visual dentro de los nuevos medios informativos digitales y digitalizados ha tomado fuerza, pasando de la expresión bidimensional del papel, a las propuestas animadas audiovisuales e inclusive hacia los videos analógicos intervenidos.

El objetivo de la investigación es la generación de una clasificación de los recursos gráficos más frecuentes en la construcción del discurso narrativo de las infografías en movimiento como fenómeno del diseño gráfico informativo de la contemporaneidad.

El resultado evidencia el repunte de la infografía como lenguaje, lo cual es resultado de los avances en las tecnologías de información, los cambios de paradigmas mentales en cuanto al medio informativo y sobre todo a los avances tecnológicos en cuanto a software para diseño y edición de imágenes, los enormes desarrollos de hardware, así como a la búsqueda para el mejoramiento de las experiencias en espacios virtuales.

Sabiendo que la infografía en movimiento es un área

que está dentro de la clasificación de las infografía (Pirela, 2012), se quiere mostrar a la videoinfografía como una alternativa de expresión en medios audiovisuales que puede ser muy impactante y efectiva ya no solamente para documentales, sino para video musicales e inclusive para la producción de spots publicitarios.

El análisis parte de la clasificación realizada por Pirela (2012) para describir los distintos recursos con los que cuenta la infografía impresa para mostrar, describir, narrar, explicar lo concerniente a un hecho o una condición. La intención proviene del deseo de crear un orden de los recursos que, en muchos casos, se usan intuitivamente tomados de las experiencias con los medios audiovisuales convencionales como la televisión y el cine, pero que en otros son evoluciones propias de las numerosas alternativas que ofrece la reconstrucción en el espacio virtual.

Infografía en Movimiento

“Lo que leemos en internet está hecho de otra manera y, por tanto, no es un diario eso que encontramos, de la misma manera que no es una radio o una televisión. Curiosamente es una mezcla de los tres medios, una cosa nueva”

Juan Luis Cebrán, (Editor del El País de España).

La infografía es una forma de comunicación que hace uso de la gráfica como lenguaje y verbo. Cairo (2008) las define como una representación diagramática de datos. Su repunte como técnica ha trascendido gracias a los avances en las tecnologías de información, los cambios de paradigmas mentales en cuanto al medio informativo y sobre todo a los avances tecnológicos

cos relacionados al software para diseño y edición de imágenes, los enormes desarrollos de hardware así como la búsqueda para el mejoramiento de las experiencias en espacios virtuales. La infografía en movimiento es un área dentro de la clasificación de las infografías, sobre la cual se ha realizado este estudio a fin de entender esta modalidad altamente contemporánea de hacer infografía, y así poder hacer énfasis en elementos propios del medio que las contienen y que son tomados de los formatos impresos.

Objetivos y Metodología

Entendiendo la importancia que la infografía se ha ganado dentro de los medios audiovisuales convencionales y digitales, y sobre todo en las distintas redes sociales donde se comparte contenido, se pretende estudiar los elementos recurrentes en los discursos gráficos que expresan la historia. Se busca a través de la aplicación del Método Tipológico (López, 1996), el cual permite identificar ciertos conjuntos de rasgos abstraibles de los objetos de investigación, basándose en la observación, descomposición y análisis de las partes, entender cómo es la traslación de los recursos propios de la producción audiovisual y de qué manera estos se han amalgamado a las alternativas propuestas por el campo de las infografías digitales bidimensionales para generar una realidad superior, que se aprecia en la capacidad casi inagotable de opciones que la infografía en movimiento tienen de describir, explicar y detallar un hecho. Se clasificarán los planos, encuadres, movimiento de lente, y demás recursos que se aplican a

la producción de infografías audiovisuales como elementos que permiten plasmar con mucha precisión, carácter educativo y rapidez los hechos que transcurren en la historia inmediata.

Analizando la situación de la infografía en movimiento

Gracias al creciente desarrollo en la tecnología así como el hábito cada vez más difundido de hacer de las computadoras una herramienta imprescindible sin la cual nuestra vida se torna hacia el caos, las infografías han podido dar el gran salto de lo estático a lo dinámico. Sobre todo porque el indetenible uso de las computadoras está generando un usuario cada vez más habilidoso en el manejo de los softwares y los distintos hardwares que el mercado pone a disposición a una velocidad vertiginosa.

Existe la idea extendida de identificar el concepto "video" con la imagen obtenida mediante el uso de una cámara videograbadora, pero hemos de tener presente que el producto que sale de un software de edición o bien de composición es también video. Este video puede contener solo la imagen obtenida con cámara de video, la imagen que ha sido creada con uno o varios softwares de los que utilizan los infografistas, o bien una mezcla de ambos tipos de imágenes de video. Todo ello es imagen audiovisual digital (Rafols, 2011). El usuario medianamente tecnológico está familiarizado con la lectura en pantalla y así lee, periódicamente

cos, revistas y portales de información de manera cotidiana, lo cual ha hecho que surjan cambios hasta ahora impensables, como la decisión del diario "The New York Times" de disminuir la edición en papel y quedarse principalmente como un diario digital, que sin duda tomó por sorpresa e impresionó a millones de lectores que tal y como se esperaba migraron al cyber-periódico, más entretenido, más económico y más amigable con el medio ambiente; esto sin nombrar el efecto multiplicador que ha tenido la difusión de las redes sociales como YouTube, Twitter y Facebook. La infografía como recurso ha conseguido hacer de la información digital su nicho y en la actualidad es el área donde la infografía tiene mayor presencia por ser inclusive recursos de fácil acceso a través de teléfonos inteligente y tabletas para las cuales ya existen incluso aplicaciones capaces de capturar y reunir en un solo lugar las principales infografías sean estas estáticas o con movimiento.

Video-infografías analógicas y no analógicas

Si el trabajo que se observa es video, donde los actuales son personas y sobre estas no se aprecia alguna intervención gráfica, lo clasificamos como un video analógico. Si por el contrario el video muestra invenciones donde la mano de un comunicador visual usa el video convencional como base, pero lo enriquece con ilustración para poderse explicar mejor, lo clasificamos como un producto video infográfico analógico intervenido. Pirela (2012) también se refiere a ellas como

mixtas. En el caso de que el video sea en su mayoría presentado con gráficos, decimos que estamos ante una video infografía animada o no analógica. Recientemente se ha visto a través de canales musicales vía cable o de otros con señal abierta la presencia de infografía en producciones audiovisuales. Redes televisivas como Discovery Channel o National Geographic (NatGeo) vienen incluyendo video convencional intervenido con elementos animados como recurso de refuerzo para mejorar la calidad explicativa de la información que suministran por medio de sus documentales. El poder descriptivo de los gráficos ha hecho que sea casi un elemento fijo en la producción de documentales y material audiovisual didáctico. Un ejemplo claro de esto se aprecia en producciones hechas en formato HD (High Definition) tales como "The Body Machine" (ver imagen #1), producciones como "WWII from Space (La Segunda Guerra Mundial desde el Espacio)" (2012), piezas audiovisuales donde se entremezclan hermosas imágenes de alta definición con gráficos en movimiento de una forma magistral generando una categoría que reconoceremos como "analógico intervenido".





Imagen# 1 Video-infografías de tipo analógico intervenido, en el Documental “The Body Machine” realizado por Discovery Channel en tecnología HD (2008).

El otro tipo de video-infografía, cuando se precisa abundar en detalles que eliminen todas las posibilidades de interpretaciones secundarias, así como las limitaciones que en algunos casos no son subsanables por el tipo analógico intervenido, es cuando nos encontramos con las infografías “animadas”, las cuales se caracterizan por utilizar recursos compositivos y

de discurso visual capaces de cubrir ampliamente los objetivos informativos. Con las animadas (no analógicas) no hay límite en lo que se puede realizar; estas enuncian, describen, narran, desmotan un macro en lo micro y viceversa si fuera necesario. En estas se admite el uso de la fotografía siempre que la misma exprese algo que el nivel de representación del dibujo no permita. Este tipo de video-infografías no solo se utiliza para noticias, sucesos o fines educativos e instructivos, sino que ha sido usada en distintos productos audiovisuales con propósitos que trascienden lo informativo y llegan hasta la industria de la publicidad y del entretenimiento.

Esta técnica gráfica estimuló el uso de la infografía como lenguaje por su capacidad de producir entretenimiento e instrucción de manera simultánea. Un ejemplo de esto es el video clip musical perteneciente a la agrupación noruega Royksopp, quien encargó la producción de su video promocional del tema principal para el año 2002 “Remind Me”(ver imagen #2) a la productora francesa H5, la que decidió desarrollarlo con técnica infográfica, convirtiéndose en el primer video musical realizado completamente con esta técnica. El impacto causado por este video y su atractivo discurso visual lo hizo acreedor del premio “MTV Video Awards” como el “Mejor Video Musical del Año” en el 2002.

Esta tendencia marca un hito y fue así como en el 2004 se hace pública la campaña publicitaria para ese año de la transnacional productora de energía nuclear Areva (ver imagen # 3). La compañía se presenta con un

spot publicitario hecho enteramente con infografía e impresiona por el tono “ligero” (puede que intencionalmente utilizado) con la cual se presenta una actividad tan comprometida y que por distintas razones siempre ha estado en la mira de conservacionistas y ecologistas.

Ordenando los recursos del discurso infográfico

El desarrollo del discurso gráfico informativo posee un rasgo lineal que, cuando se aplica a video infografías, se hace imprescindible romper a fin de aumentar la capacidad que el público tiene de aprehender lo que se le comunica. Dicha ruptura se justifica en la forma cómo se aborda eficientemente la reconstrucción de la realidad en un espacio que pretende sustituir la realidad, e incluso en muchos casos puede llegar a mostrar espacios inexistentes o imaginarios, pero que son necesarios para ahondar en temas muy específicos. Es así como aparecen los elementos que dominan la pantalla (imágenes y objetos que en su configuración recrean una historia) bien sea de un computador, de un televisor o de cualquier dispositivo inteligente con capacidad de reproducir video, lo cual permite clasificar lo que ocurre en ese espacio.

Los encuadres:

El desarrollo de los productos informativos basados en la infografía como lenguaje se fundamenta en la teoría de la transferencia visual (De Pablos, 1999). El hecho a comunicar, sea de tipo informativo, educativo o de entretenimiento, comienza siendo una idea que

se plasma en texto; es imprescindible que ese texto sea, ante todo, susceptible de ser presentado gráficamente, no de manera analógica sino dibujada, una realidad recreada por un artista con el fin último de mostrar el contenido y hacer más eficiente la comunicación. La representación de la realidad debe adaptarse a un espacio limitado al tamaño de una pantalla de televisión, monitor o dispositivo móvil; ese espacio se conoce como encuadre. Encuadre es el área que capta una cámara. Para la representación infográfica un encuadre es el espacio donde se presenta el tema y sobre él se enfoca la infografía.

Los encuadres, tal y como se estiliza en televisión y cine, serán definidos por la distancia entre la cámara y el objeto principal y la ubicación del mismo en el recuadro. En el ámbito de las infografías en video, se reserva un lugar protagónico para el objeto que se describe; no se insinúa, no se soslaya, se muestra en la toma más completa y detallada posible. Existen dos encuadres básicos en que se destacan en las video infografías.

- Centrado, donde el objeto principal recibe el peso equitativo de los cuatro lados; dirige y enfoca toda la acción hacia el centro de la pantalla. Los elementos secundarios estarán supeditados a dicho centro.
- Izquierdo o derecho, cuando el objeto principal se sitúa en uno de los lados de la pantalla para que otros elementos como gráficos secundarios o textos actúen a su lado.

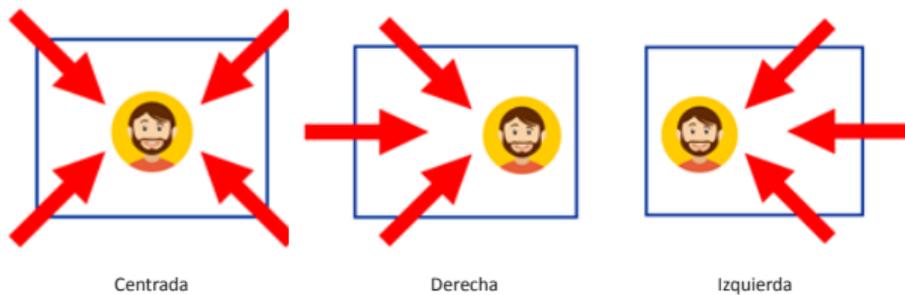


Imagen #2 Encuadres más frecuentes en video infografías

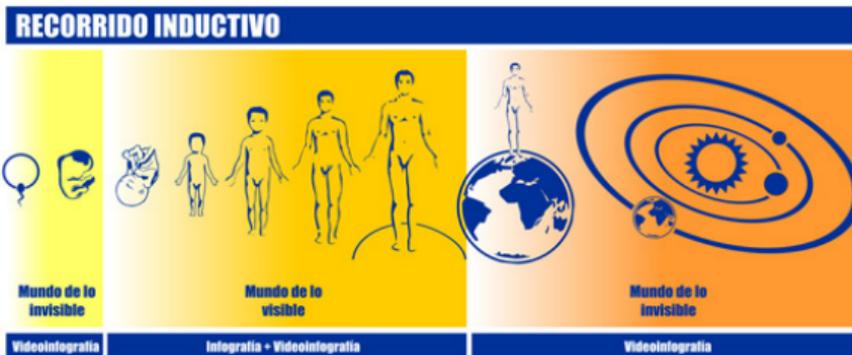
Con el encuadre se inicia la construcción del relato, lo que se dice; el cómo se dice queda a juicio del comunicador, que al tomar decisiones sobre cantidad de elementos, calidad gráfica, color, jerarquías, textos, movimientos, sonidos, construye una realidad superior, una que va más allá del texto, de la infografía impresa y a veces de la propia realidad visible.

Es en ese momento cuando las video infografías superan al video analógico, por la capacidad de ir más allá del mundo de lo factible y visible a otros campos más complejos, como la vida microscópica, celular o atómica, llegando incluso a mostrar y explicar ideas complejas como la existencias de tamaños tan pequeños como un quark, es decir, cosas reales pero que son invisibles a nuestros ojos. En el caso inverso también se podría hacer ese viaje, pudiendo llegar a referenciar y proporcionar objetos tan grandes como galaxias o el mismo universo (o cualquier otro elemento que en la mayoría de los casos se hace invisible a los ojos por

su enorme tamaño). El video convencional deja ver claramente las limitaciones de hacer estos viajes entre las distintas realidades, los cuales son un recurso de alta valía para la comprensión de los mensajes. Esta capacidad de las infografías en video las clasificaremos de dos modos:

- Recorrido inductivo: que va de lo específico al hecho general.
- Recorrido deductivo; que va de lo general al lo específico (contario al inductivo).

La capacidad anteriormente explicada es lo que ha permitido que la video infografía pase del mundo de lo real a lo irreal, de lo visible a lo invisible, apoyándose en los recursos más usados por las infografías bidimensionales.



Recursos infográficos estáticos que se animan

La constante búsqueda del detalle descriptivo en las infografías ha llevado a los creadores de este tipo de diseño de la contemporaneidad a desarrollar recursos gráficos que mejoran la capacidad descriptiva y por ende instructivas de las infografías y que, gracias a la animación, se incorporan a la tarea de hacer que un mensaje sea mejor comprendido. Los avances en cuanto al software para el diseño vectorial, 3D, animación y de retoque de imágenes han proporcionado un universo de posibilidades casi infinita al diseñador actual. Entre los elementos más resaltantes que se usan en video infografías actualmente destacan:

1. Representaciones
2. Vistas
3. Planos
4. Acercamientos
5. Cortes

6. Transparencias

A continuación se describe cada una en su dimensión:

1.- Representaciones.

- **Planas:** Son gráficos que no presentan volumen, se mantienen en el rango de altura y ancho. Suelen ser muy simplificadas y con poco detalle. Se usan frecuentemente para mostrar sin profundizar.

- **Isométricas:** El término isométrico quiere decir “de igual medida”. Sirve para representar un objeto tridimensional en dos dimensiones permitiendo su representación a escala, ya que los tres ejes básicos tienen el mismo tamaño. El objeto se presenta en 45° y tiene como desventaja que no se puede apreciar la reducción del tamaño de los objetos producto de la distancia pues se ha eliminado la perspectiva.

- **Volumétricas:** El diseño volumétrico pretende representar las tres dimensiones de un volumen, busca acercarse con detalles al objeto real, procurando un

retrato de él. Se trabaja con las luces y las sombras para acentuar el volumen de las cosas y generar mayor realismo.

2.- Vistas.

Se llama vista a la relación que guarda el objeto con quién lo observa y la imagen que el espectador capta de dicho objeto. Las más comunes para el desarrollo de infografías suelen ser:

- **Frontales:** la imagen se muestra en su cara de forma que se aprecia poco la perspectiva.
- **Laterales:** el objeto se muestra en su cara derecha o izquierda. Suelen llamárseles perfiles.
- **Superior:** son vistas cenitales del objeto, también conocidas como aéreas.
- **Inferior:** son poco frecuente y muestran en objeto por la parte que regularmente toca la superficie; suele dar la apariencia de un objeto levitando.

3.- Planos.

La selección de los planos en infografía es muy importante pues permitirá mostrar el hecho desde el punto de vista más favorable para lo que informativamente se pretender alcanzar. Los planos en infografía suelen usarse según la nomenclatura que el diseñador conoce en sus experiencias en el campo de lo audiovisual y la fotografía.

- Panorámica: son representaciones que abarcan un

rango muy ancho donde pueden incluirse una gran cantidad de objetos. Son más frecuentes para representar espacios exteriores y por tratarse de tomas lejanas no se recomiendan cuando se tiene mostrar detalle.

- Plano General: Los planos generales abarcan el todo de un espacio cuyos límites son próximos a quien lo observa. Contemplan mucha información pues poseen amplia profundidad de campo. Un plano general es bueno para contextualizar un suceso donde la locación tiene relevancia en la información.
- Plano Entero: Este tipo de plano muestra el objeto en su totalidad, aunque no necesariamente se vaya a usar completo.
- Plano Medio: Se enfoca en mostrar solo la mitad de del objeto donde radica el hecho informativo.
- Plano Detalle: Se enfoca en representar sólo el objeto del cual se habla y que describe el asunto informativo. Suele consistir en tomas cerradas que muestran mucho detalle de manera magnificada.

4.- Acercamientos

Si se quiere observar el detalle de algún objeto o situación, lo que instintivamente hacemos es acercarnos; la infografía evita que el usuario se acerque para detallar y le brinda esa posibilidad acercando el gráfico a los ojos descansados del lector. Todos los acercamientos suelen ser reproducciones de cómo se podría hacer en la realidad, es decir, se hacen por medio de un lente hecho para tal fin, y el tipo de detalle que se desea nos dirá el tipo de lente a implementar. Por esta razón, los acercamientos en su mayoría se harán dentro círculos que simulan virtualmente la redondez del lente. Los

acercamientos suelen ser:

- **Lente de telescopio:** En este caso el acercamiento se hace sobre objetos muy lejanos a fin de mostrarlos enteros o hacerlos reconocibles; es un tipo de acercamiento que con frecuencia se observa en gráficos donde se quiere destacar la ubicación de un país en un continente, de una ciudad en un país, de un edificio en un perfil urbano, etc. Con lente de telescopio reconocemos el objeto pero es poco probable que podamos ver numerosos detalles del mismo; se acepta que el objeto muestre sus rasgos pertinentes. .

- **Lupa:** Con este tipo de lente se podrá mostrar al público detalles del objeto a fin de ahondar sobre el mismo. Las lupas aumentan los detalles que son visibles a los ojos, o elementos tan pequeños que pueden escapar a las observaciones convencionales sin llegar a mostrar elementos microscópicos.

- **Microscopio:** Las vistas de microscopios permiten ver el mundo que es invisible a la visión humana. Mostrarán los detalles de circunstancias que de otro modo serían posibles sólo a niveles de la abstracción del lector y esto las expone a cualquier tipo de comprensión distorsionada. Las vistas en microscopio poseen una considerable libertad cromática ya que un gran número de elementos de la vida microscópica carecen de color y aquellos que lo tienen han sido vistos solo por una minoría científica. Así mismo, aunque se sepa que una bacteria es verde, con dificultad podríamos acertar cual tono es o cual verde conocido se le parece.

5.- Cortes

Los cortes muestran los objetos como son en su interior, dando detalles y explicando cómo están configurados por dentro. Con el corte eliminamos parte de la misma, con el propósito de clarificar y hacer más sencilla su representación. Los cortes son muy útiles para mostrar la parte interna de un objeto sin perder la configuración reconocible del mismo y sin tener que destruirlo como sería al tratar de hacerlo en la vida real. Los cortes pueden ser de tres tipos:

- **Cortes axiales:** Los cortes axiales reciben ese nombre porque se hacen sobre el eje axial de los cuerpos u objetos. Puede hacerse de dos formas: cuando se divide al objeto en dos partes (una anterior y una posterior) se llama coronal, pues cuando se aplica al cuerpo humano comienza por la sutura coronal que pasa por el hueso frontal del cráneo. El corte sagital divide al cuerpo en una parte derecha y una parte izquierda, cuando se aplica al cuerpo humano ambas partes resultantes casi son casi simétricas y es el único tipo de corte que procura simetría.

- **Cortes transversales:** Son cortes horizontales hechos a un objeto. Sólo cuando se hace en la mitad exacta se llama corte medial; el resto es suficiente llamarlo transversal. Este tipo de corte al repetirse puede generar rebanadas que pueden servir para mostrar niveles y otros datos relacionados con posición.

- **Cortes de sección:** Son cortes con los cuales se extrae

una porción del objeto entero; generalmente se realizan los llamados cortes de sección media, es decir un corte de 90° que se aplica a una de las secciones resultantes de un corte axial o transversal. En el campo de la infografía, los cortes de sección se hacen sin seguir regulaciones técnicas, solo se ejecutan obedeciendo al criterio que prima en la necesidad de informar mejor y en menor tiempo. La forma más rápida de reconocer un corte de sección es cuando se observa un objeto al cual se le ha extraído un trozo de su masa para mostrar la estructura del trozo extraído o simplemente para describir lo que hay dentro.

6.- Transparencias

Las transparencias son recursos gráficos que simulan que el objeto tiene áreas donde se puede mirar a través de ellas hacia su interior.

Distinguiremos tres tipos:

- **Objetos transparentes:** Son elementos que conservan la línea de borde permitiendo que se reconozca su forma, pero carecen de relleno por lo cual permiten ver los elementos que de otra forma ocultarían.

- **Objetos invisibles:** Se llaman así a los espacios dejados por elementos que han sido eliminados de su lugar de origen, pero dentro de la composición se nota el rasgo de esa ausencia, por lo que se intuye que allí falta "eso". Los objetos invisibles tienen un tipo de presencia "virtual" pues se asume que deben estar en un lugar determinado pero no pueden verse.

- **Objetos desdoblados o superpuestos:** Reciben este nombre los objetos que pueden observarse duplicados con el fin de mostrar al mismo tiempo lo que contienen por dos o más caras o planos, o cuando se quiere representar movimiento por repetición. La figura tiende a copiarse guardando sus rasgos pertinentes de manera que se entienda que es la misma mostrando ligeros cambios en cuanto su acción o contenido. También puede montarse sobre otra para mostrar cambio o la estructura interna, como en el caso de las superpuestas. Todos estos recursos son los más usados y por lo tanto presentes en las infografías que se consideran exitosas por su gran calidad explicativa y su exhaustivo nivel de detalle.

Son en definitiva recursos de representación que exigen un nivel alto en el dominio de la técnica vectorial y de intervención de mapa de bits por parte del diseñador y que amerita entender el grado de responsabilidad que implica trabajar con la información, sobre todo por el grado de verosimilitud que amerita el gráfico con la realidad.

Consideraciones finales

Las fuentes digitales han modificado la forma en la cual se accede a la información. La fuente escrita impresa sobrevive en una competencia poco equitativa con las propuestas digitales, coloridas, animadas, multimediales y en alta definición. Esto sin hacer mención a la proliferación de medios, servicios y comunidades que se esmeran cada día en cómo hacer más atractivo el

contenido para crear lectores fieles a un espacio en un número increíble de alternativas. Los medios de comunicación se han convertido en las fuentes oficiales y a su vez en una forma de registro en tiempo real; esta misión es muy importante pues sobre ellos recaen la responsabilidad de concluir sobre lo que acaba de suceder, y con eso crear los registros para la historia inmediata que en algún momento serán material de trabajo para los que se dedican al análisis historiográfico. Estos elementos de historiografía “de lo inmediato” serán sobre lo que los especialistas deberán hacer una valoración para distinguir si se trata de verdadera historiografía, una pseudohistoria o si solo llegan a ser el producto de un ejercicio del periodismo muy exhaustivo.

Los trabajos infográficos representan una excelente forma para el registro de la historia inmediata pues son capaces de abordar un suceso desde diferentes puntos de vista y ahondar en sus causas, relaciones y perspectivas, acentuando los detalles. Los recursos de la producción audiovisual, sumados a los recursos gráficos de las infografías impresas, han permitido que se desarrolle una forma superior de producto comunicacional capaz de cumplir eficientemente con los objetivos informativos del medio, las expectativas estéticas y lúdicas del usuario, así como también pasar a ser formas de registro novedosas nunca antes disponibles para el estudio de la historia inmediata. Las video infografías son en la actualidad un producto de preferencia en medios digitales y redes sociales, lo que nos hace pronosticar un futuro prometedor para esta variante de la comunicación de masas.

Referencias Bibliográficas

Abreu, C. (2000): La imagen periodística no fotográfica (1). La imagen en el periodismo. Revista Latina de Comunicación Social, 28. Consulta el 05/02 de 2012 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000sab/114abreu.html>.

Abreu, C; (2000) La infografía periodística. Fondo Editorial de Humanidades y Educación/ Universidad Central de Venezuela.

Arnheim Rudolf. (1988) El pensamiento visual. Edición Paidós Ibérica, Barcelona.

Busquets; Lluís (1977) Para leer la imagen. Publicaciones ICCE. Madrid, España.

Cairo, Alberto. (2005) Curso Intensivo de Infografía Multimedia de elmundo.es. en la siguiente dirección electrónica (URL): <http://www.albertocairo.com/infografia/articulos/articulos.html> (Consulta: 2011, enero).

Cairo, Alberto (2008) Infografía 2.0. Edit. Alamut. Madrid, España.

Cajigas, Eneko (1995) El infografista. Ediciones Anaya Multimedia, Madrid, España.

Costa, Joan. (1998) La esquemática. Visualizar la información, Editorial Paidós, Colección Paidós Estética 26,

Barcelona-España.

Costa, Joan.; (2003). Diseñar para los ojos. Grupo Editorial Desing. Bolivia.

De Pablos, José.; (1999) Infoperiodismo. Editorial Síntesis. Barcelona, España.

De Pablos, José Manuel, (1991) "La infografía, el nuevo género periodístico", en el libro colectivo "Estudios sobre tecnologías de la información, 1". Editorial Sanz y Torres, Madrid, España.

De Pablos, José Manuel, (1993) "Hacia un periodismo visual / Nuevas concepciones y formación para la prensa diaria", en Telos, suplemento al número 33, Madrid, España.

Frascara, Jorge (2006) El diseño de comunicación. Ediciones Infinito. Buenos Aires, Argentina.

Ledo Andión, Margarita y Varis, Tapio (2002) Modos de pensar. A cultura, o mundo, a comunicación. Santiago de Compostela, España.

López R., Pedro. La construcción de tipologías: método de análisis. UAB En <https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n48/02102862n48p9.pdf>

Mijksenaar, P. (1997) Introducción al Diseño de información. Ediciones GG. Barcelona, España.

Matute, Alvaro. La Historia Inmediata. En [\[nals/1/articles/13513/public/13513-18911-1-PB.pdf\]\(http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/ojs_rum/files/journals/1/articles/13513/public/13513-18911-1-PB.pdf\)](http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/ojs_rum/files/jour-</p></div><div data-bbox=)

Moles, Abraham; Costa, Joan. (1991) Imagen Didáctica. Editorial CEAC. Barcelona, España.

Peltzer, Gonzalo (1991). Periodismo iconográfico. Edit. Rialp, Madrid, España.

Pirela, Alaisa (2012) De la infografía como fenómeno contemporáneo al Diseño Gráfico informativo. TD. Universidad del Zulia, Venezuela.

Prensky, Marc (2010) Nativos e inmigrantes digitales. Documento digital en: [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf).

Ráfols Cabrises, Rafael (2011) "Infografía audiovisual: de la imagen al espacio". Estudios sobre el mensaje periodístico. Vol. 17, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense. Madrid, España.

Royo, J. (2004). Diseño digital. Editorial Paidós, Barcelona – España.

Sartori, Giovanni (1998) Homo Videmus. La sociedad teledirigida. Edit. Taurus. Madrid, España.

Valero, J; 2002 Visualidad del producto gráfico, en Revista Latina de Comunicación Social, número 51, de junio-septiembre de 2002, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección telemática (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002junio5106valero.htm>

