

Nuevas narrativas visuales / Novas narrativas visuais

Valero Sancho, J. L. (Dir.). (2018).
(Colección CAC núm. 150).
La Laguna: Sociedad Latina de
Comunicación Social.

El libro «Nuevas narrativas visuales / Novas narrativas visuais» surge de dos mesas en los congresos Latina de Comunicación Social, V y IX. A raíz de la reunión de diversos investigadores internacionales sobre infografía se aprovecha la ocasión para formar un libro que aglutine las diversas perspectivas o enfoques sobre el tema en común: la infografía. Este es el valor más importante del libro, la diversidad de miradas desde posiciones distintas pero hacia un objeto común. Hay capítulos en portugués y en castellano.

Los nueve capítulos, con la colaboración de diez autores nos acercan a la infografía desde campos de conocimiento tan variados como la comunicación, el periodismo, la narrativa transmedia, la educación, la accesibilidad, la epistemología y la museología.

En el libro se describe la infografía como una forma de comunicación visual que mejora la efectividad del texto simple. En primer lugar, accedemos a un estudio sobre la narración periodística sobre la cobertura informativa en periódicos del País Vasco de los atentados de Barcelona en agosto de 2017, con referencias a la idoneidad del producto visual. A continuación, se sugiere la idoneidad de la infografía en la actividad museística, como una potente herramienta para explicar los saberes de la ciencia.

Una vez más se analiza la infografía como medio visual de síntesis en el que confluyen tradiciones culturales y contextos sociales actuales para conformar un lenguaje útil que puede trazar un nuevo camino en las comunicaciones. Sobre todo, porque se desenvuelve en medios digitales y se apoya en el Big Data y la tecnología para organizar la apariencia caótica de los datos en visualizaciones de información estructuradas y comprensibles. Somos seres visuales, se nos recuerda. Y, por tanto, una lectura de la narración visual desde la semiótica es pertinente. Cuando se abren nuevas vías de comunicación hay que atender a su código de elaboración y de lectura para acercar audiencias.

Hablando de nuevos medios y sus bondades, otro capítulo hace un análisis de las características de la infografía como lenguaje multimedia y concluye que la infografía se adapta a la perfección en el lenguaje propuesto por la tecnología en lo que se viene llamando nuevas narrativas. La organización del contenido, consustancial de la infografía, no sólo es válido en las nuevas narrativas sino que adquiere relevancia en la trama y permite estructurar la narración.

Desde la experiencia académica, pero también de la profesional, se define infografía en el sentido más amplio de narración visual. Una versión corta y directa y se extiende con otra deliciosa versión más ortodoxa académicamente y avalada por la práctica disciplinar a primer nivel. La infografía periodística, estática, que empieza a incorporarse en las redacciones hace unas cuatro décadas, ahora debe transformarse, abrirse a la tecnología para atender medios digitales y dinámicos en los que, desde el profundo conocimiento nos adelanta que el ROI en las presentaciones infográficas

(narrativas visuales) es un importante activo de negocio. Concluye el capítulo con una reflexión sobre el uso de la infografía en diferentes ámbitos y con una exposición de la producción, desde la elaboración de las mismas, que aclara y dirige al productor y al infografista.

Ciertamente, en los estudios sobre infografía, visualizaciones y otras presentaciones visuales hay todavía confusión en encontrar sus límites y, por tanto, su catalogación. Con una introducción sobre las características de visualidad y visualización se propone una clasificación atendiendo a la estructura que presentan los datos mostrados, ya sean verbales o icónicos y sean estáticas, dinámicas o interactivas. La clasificación abarca ocho características aunque nos advierten que algunas visualizaciones de datos pueden contener más de una. El intento es, pues, encomiable y se propone como una actualización de anteriores clasificaciones atendiendo esta vez al medio digital y sus posibilidades narrativas.

Una investigación en consolidación es la que evalúa la utilización de la infografía como producto para el aprendizaje de personas sordas. La accesibilidad como efecto positivo de la narrativa visual en el aprendizaje de personas sordas. Es cierto, sin embargo, que deben cumplir unas características determinadas para que sean válidas.

Se describe la hiperinfografía como la infografía evolucionada al amparo de los hipermedios. Más allá de una evolución de lo que se denominó megainfografía, en el contexto periodístico, la hiperinfografía es una narrativa que emplea recursos expresivos sofisticados en el contexto digital.

Por último, el libro nos ofrece un observatorio comparativo entre dos pe-

riodos de tiempo del uso de infografías educativas en el OCW de la Universidad del País vasco. El resultado obtenido es positivo para el uso de la infografía como soporte didáctico en el ámbito digital.

Como podemos apreciar por la variedad de propuestas de estudio, aunque el producto sea uno: la infografía como vehículo narrativo, el libro abarca un amplio abanico de puntos de vista del mismo objeto. La tónica común es la de aclarar conceptos y consolidar evidencias de un producto, la infografía, que, a tenor de las conclusiones del libro, debe mantener su estatus de narración visual y, al abrigo de la tecnología, una evolución positiva en diferentes usos y funciones.

Autores: Aitor Castañeda, Beatriz-Elena Martín Ochoa, Hernán Franco Higueta, Federico Medina Cano, Francesc Morera-Vidal, Jordi Catalá Domínguez, José Luis Valero Sancho, Mariana Lapolli, Tarsísio Vanzin, William Robson Cordeiro.

Laura Morera-Úbeda

Universidad Autónoma de Barcelona