

Título: Paso a paso en la Infografía

Autor: DI. Nayely Requeiro Rodríguez, Instituto Superior de Diseño (ISDi), nayerequeiroz93@gmail.com / nrequeiro@isdi.co.cu. Anthony Ferino Pérez, Instituto Superior de Diseño (ISDi), anthonyferino@gmail.com / aferino@isdi.co.cu

Resumen:

Hoy en día las infografías juegan un papel importante en los medios de comunicación, buscando una manera rápida, eficiente y atractiva de presentarle los contenidos al receptor. A pesar de su auge hace varios años, es un problema profesional bastante nuevo, siendo difícil de encontrar una guía correcta para su elaboración.

El presente trabajo tiene como base realizar una metodología eficiente para el diseño de infografías. La propuesta despliega un amplio estudio sobre el tema que permite establecer las tipologías de infografía según su contenido, objetivo, finalidad y esfera de actuación del diseño en que se desarrolla. Teniendo en cuenta el contexto actual con relación a la utilización de los medios, se definen las partes y el proceso para la elaboración de Infografías.

Como resultado se sistematiza la buena práctica y la experiencia en la aplicación de una Metodología para la realización y diseño de Infografías en el Instituto Superior de Diseño (ISDi).

Introducción

El presente trabajo pretende realizar un estudio investigativo basado en el desarrollo de Infografías en la actualidad, teniendo en cuenta la carencia de estudios sobre el tema en el contexto internacional. Como objetivo fundamental se procuran definir sus diferentes tipologías, así como las partes, peculiaridades y pasos para elaborarlas.

Es una investigación novedosa e importante para nuestro país, considerada necesaria, debido al fulgor que ha tomado hoy en día el empleo de las infografías en todos los medios de comunicación por su gran utilidad.

Problema

¿Cómo se hace una Infografía?

Objetivo General

Definir los elementos necesarios para diseñar una Infografía.

Objetivos Específicos

- Identificar qué es una Infografía.
- Definir tipologías de infografía.
- Determinar partes de la Infografía.
- Establecer pasos para la elaboración de una Infografía.

Métodos y técnicas

1- Análisis documental

Objetivos: Analizar estudios previos que sean capaces de ayudar al desarrollo de la investigación.

2- Observación estructurada

Objetivos: Levantar la información necesaria para el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO 1. LA INFOGRAFÍA

Las infografías han existido siempre. Antes del surgimiento del lenguaje ya el hombre se comunicaba mediante dibujos y señales. Pero no es hasta finales del siglo XX que aparecen los indicios de lo que hoy conocemos como Infografía Moderna. Siendo un término tan joven, diversas son las definiciones que se han planteado para ellas.

INFOGRAFÍA

> *“Es una **pieza visual** que permite explicar de forma **rápida y sencilla** a través de **imágenes** procesos complejos.”*

> *“Es una **herramienta de comunicación** que se basa en la **imagen** para facilitar la comprensión de cualquier tipo de información.”*

> *“Es un **formato visual** para explicar conceptos densos, facilitando la comprensión y asimilación de conocimientos.”*

> *“Las infografías son tremendamente útiles y esenciales para representar la información que es complicada de entender a través del puro texto.”*

Por lo que queda definido que **la infografía es un producto de diseño capaz de sintetizar grandes volúmenes de información y representarlos de una manera más atractiva, dinámica y fácil de asimilar para el usuario.**

ESTRUCTURA DE LA INFOGRAFÍA

Debido a las características que presenta dicho producto de diseño y a su surgimiento en el medio periodístico, se toma como base para su elaboración la utilización de la estructura de pirámide invertida empleada en el periodismo; esta se basa en las **5W**, 5 preguntas principales para definir el eje central de la infografía.

> *Qué (**what**), sucedió?*

- > ¿A quién (**who**) ha sucedido?, o los protagonistas.
- > ¿Dónde (**where**) ha sucedido?, o los lugares.
- > ¿Cuándo (**when**) sucedió?, o el tiempo.
- > ¿Cómo (**how**) sucedió?, la forma.
- > Algunos autores adicionan el por y para qué (**why**), relacionado a las causas.

PARTES DE LA INFOGRAFÍA

Investigaciones previas han definido 5 partes básicas de la infografía: **título, texto, cuerpo, fuente y créditos**. Todas estas partes se complementan para crear un producto único.

El título

Es el nombre de la infografía, siendo el encargado de captar la atención de los lectores; por ende, debe ser conciso y directo. En ocasiones, al no ser muy descriptivo, suele acompañarse de un genérico.

El texto

Parte de la pirámide invertida, ya que nos da una breve reseña de lo que abordará la infografía. Es sintético, pero no es un resumen. Nos brinda información importante que no aparecerá posteriormente. Generalmente se ubica debajo del texto.

El cuerpo

Es el producto infográfico en sí, abarca todo el contenido a mostrar.

La fuente

Es importante su aparición en la infografía, ya que es lo que indica de donde obtuvimos la información reflejada. No debe llamar la atención, por lo que debe ubicarse en un lugar poco visible y a bajos puntajes.

El crédito

Se encarga de dejar plasmado quien o quienes son los autores de la infografía, díganse diseñadores, ilustradores, periodistas, entre otros. Al igual que la fuente no debe llamar la atención, por lo que debe ubicarse en un lugar poco visible y a bajos puntajes.

CAPÍTULO 2. TIPOLOGÍAS DE INFOGRAFÍA

Teniendo en cuenta la variedad de productos infográficos que se producen hoy en día, así como sus objetivos y finalidades, se considera imprescindible determinar tipologías para establecer mejor sus clasificaciones y funciones. Para ello se analizan las clasificaciones establecidas para la infografía periodística por Varelo, así como

diversidad de clasificaciones que aparecen hoy en los medios digitales. Por lo que se proponen **4 tipologías principales**, teniendo en cuenta su contenido, **objetivo, finalidad y medio**.

SEGÚN SU CONTENIDO

*Individuales

*Colectivas

Individuales

Son aquellas infografías especializadas, tratan un elemento específico de un tema determinado.

Colectivas

Son más generales, pueden abordar diversos elementos de una temática, e incluso trabajar temáticas diferentes.

SEGÚN SU OBJETIVO

*Comparativas

*Documentales

*Escénicas

*Ubicativas

Comparativas

-Establecen un paralelo entre espacios, características o situaciones.

-Se valen de barras, tablas, tartas, árboles, líneas, puntos y formas geométricas.

-Su objetivo es comparar datos y representaciones.

Documentales

-Ofrecen información amplia tomada de la realidad y fundamentada en documentos que demuestran el desarrollo de los acontecimientos, los sujetos o los objetos.

-Tienen alto valor informativo y son las de mayor contenido didáctico.

Escénicas

-Proponen una narración del hecho, la descripción o reproducción de un lugar o un objeto que representa la información.

-Ubican al lector a una distancia mínima como si estuviera presente en el lugar.

Ubicativas

-Remiten a espacios físicos o geográficos que podemos reconocer, es decir mapas, planos y recintos.

-Facilita al lector la posibilidad de situarse, son utilizados en ubicaciones cartográficas y espaciales.

SEGÚN SU FINALIDAD

*Publicitaria

*Corporativa

*Didáctica

*Informativa

*Presentaciones

Publicitaria

Muchas empresas y profesionales aprovechan las ventajas de las infografías como recurso para distribuir y dar a conocer productos y servicios a través de los multitudinarios medios que están a su disposición, tanto por medio de canales físicos como online.

La práctica de sembrar infografías por los diferentes canales y medios sociales que a día de hoy invaden la web garantiza resultados positivos en cuanto a la visualización del contenido por posibles clientes o personas interesadas.

Corporativa

Aparte de la finalidad que se busque para la elaboración de una infografía, algo muy importante indiferentemente del formato y medio a elegir para su publicación es dotarla de corporatividad, tratando de que el grafismo, el color y las formas sean características reconocibles y bien diferenciadas de cada empresa, organismo, institución o profesional que pone las infografías en circulación a disposición del público.

Cuando el público considera que el contenido de la infografía le aporta valor, sin duda se genera un vínculo reconocible creando imagen y favoreciendo el engagement, la interacción y reconocimiento de la "marca".

Didáctica

Infografías científicas, de cortes, plantas y secciones o con gráficos que muestran y ayudan a describir procesos o enseñan a utilizar productos y a comprender el

funcionamiento de los elementos, contribuyen mejor que cualquier otro material didáctico a la interpretación de lo que en ellas se muestra.

Sin duda, la gráfica visual o virtual es la mejor manera de asimilar por nuestro cerebro datos o imágenes sobre cualquier temática de la forma más rápida.

Informativa

La divulgación de la información también se puede realizar por medio de infografías que aportan datos, estadísticas, resultados y otros materiales para poner de relieve cualquier acontecimiento.

La prensa escrita y online llevan utilizándo infografías mucho tiempo, pero a la vez se trata de un recurso en continuo crecimiento del que empresas y profesionales hacen uso para informar, por ejemplo, en eventos y reuniones, son incluidos en muchos casos mapas con las localizaciones para facilitar el acceso, fomentar la participación y atraer visitas.

Presentaciones

Habitualmente las infografías se utilizan para la presentación de proyectos, destacando los arquitectónicos e industriales, con la finalidad de mostrar a socios, clientes o inversores sus particularidades, ventajas y beneficios justificando así el coste o presupuesto que implica desarrollarlos.

Cada vez es más utilizado este recurso gráfico que asociado a cualquier proyecto ayuda a aclarar dudas y despejar las incógnitas de las partes interesadas, ideal también para la promoción y venta dirigida hacia el consumidor final adquiriendo en este caso un carácter publicitario.

SEGÚN LAS ESFERAS DE ACTUACIÓN DEL DISEÑO

*Gráfica

*Audiovisual

*Digital

Gráfica

Ventajas:

-Son diseñadas para complementar la diversidad de soportes que conviven en el medio impreso.

-El usuario tiene el producto en sus manos.

Desventajas:

-La lectura es totalmente lineal y secuencial.

-La única manera que tiene el usuario de interactuar con el producto es al manipularlo con sus manos.

-No existe instantaneidad.

-El producto se agota y llega a un número limitado de lectores.

Audiovisual

Ventajas:

-Los recursos icónicos adquieren un mayor protagonismo y se combinan con los recursos tipográficos y audibles.

-Ofrece un recorrido por la infografía, permitiendo observar cada información en el momento que el diseñador desee.

-Presenta un alto nivel de dinamismo logrando la atención del usuario en todo momento.

Desventajas:

-El consumidor no interfiere en el modo de lectura.

-No hay interacción usuario-producto.

-No existe instantaneidad.

Digital

Ventajas:

-Los recursos icónicos adquieren un mayor protagonismo y se combinan con los recursos tipográficos y audibles, logrando productos de características multimedia.

-Presenta instantaneidad, por lo que puede ser actualizada en cualquier instante.

-Puede desarrollarse a partir de enlaces a otros infogramas o documentos.

-Tienen trascendencia y son prácticas.

-El usuario es un elemento activo en ella.

Desventajas:

-Muchas de ellas requieren de conexión a internet.

CAPÍTULO 3. PASOS PARA LA ELABORACIÓN DE UNA INFOGRAFÍA

Luego del análisis profundo de dicho producto se establecen 8 pasos fundamentales para su elaboración, quedando definida una metodología de diseño.

1. Seleccionar la información.

2. Organizar datos.
3. Definir tipología de infografía.
4. Titular.
5. Definir argumento.
6. Analizar el mercado.
7. Definir concepto de diseño.
8. Diseñar infografía.

1. Seleccionar la información

El primer paso y fundamental para el desarrollo de la infografía está en la correcta selección de la información. Se debe investigar de manera amplia el tema a tratar, con el fin de brindar información real, interesante y de utilidad para el receptor.

2. Organizar datos

Una vez seleccionada la información se debe acudir a su análisis y organización, definiendo jerarquías.

3. Definir tipología de infografía

Tener claro el contenido, objetivo, finalidad y medio de implementación de la infografía es fundamental, pues ayudará en la toma de decisiones de diseño posteriores.

4. Titular

Punto clave para llamar la atención de los lectores.

5. Definir argumento

El argumento se basa en la historia que se contará en la infografía. Se trata de buscar ese elemento que haga de la infografía un producto diferente al resto. Se puede plantear mediante un texto, plectras o incluso ilustraciones, la clave está en saber que haremos con nuestro producto teniendo en cuenta su contenido, sin importar aún el diseño.

6. Analizar el mercado

El análisis de los factores de diseño forma parte de la metodología para los productos de diseño, pero en este caso el mercado es fundamental, puesto al continuo avance de las tecnologías y a la implementación de la infografía en los medios de comunicación. Siendo de vital importancia tener en cuenta las tendencias actuales.

7. Definir concepto de diseño

Es el momento de la conceptualización, donde se tiene en cuenta la tercera etapa del proceso de diseño. Momento de echar a volar la imaginación.

8. Diseñar infografía

Teniendo en cuenta todos los pasos anteriores y los conocimientos previos de Diseño Gráfico se comienza a elaborar la infografía.

CONCLUSIONES

La **infografía** es un producto de diseño capaz de **sintetizar** grandes volúmenes de información y representarlos de una manera más **atractiva, dinámica y fácil de asimilar** para el usuario.

Diversas son las temáticas que pueden abordar estas piezas visuales. El presente trabajo recoge cuatro clasificaciones principales a tener en cuenta para diseñar infografías. Su **contenido, objetivo y finalidad** junto a la **esfera de actuación** en la que se desarrollará el producto son el punto de partida.

Se plantea una metodología **paso a paso** para el diseño de piezas infográficas, donde quedan plasmados 8 puntos a tener en cuenta para concebir un producto eficiente.

BIBLIOGRAFÍA
