

Utilizar diferentes técnicas de representación de imagen, explorando diversas alternativas

Identificar, elegir y utilizar diversas técnicas y procedimientos que permitan el mayor dominio en los materiales herramientas y soportes.

Adquirir una creciente autonomía en la toma de decisiones y en la organización de distintos aspectos relacionados con la tarea.

Apreciación

Aquí debemos considerar aspectos relacionados con la participación de los alumnos en la observación y la reflexión de sus trabajos, de sus compañeros y las obras de renombrados diseñadores que puedan ser analizados en clase.

Para poder crear el alumno debe desarrollar su capacidad de observación y reflexión.

Analizar y comparar material en el aula de obras de grandes autores.

Reconocer las características y las relaciones particulares que adquieren los elementos del lenguaje.

Explicar con precisión y un vocabulario adecuado aquello que observan y analizan.

Comunicar sus ideas apelando a criterios personales.

Contextualización

Debemos preguntarnos aquí si el alumno integra los contenidos vistos en clase con los trabajos que realiza en su casa.

Si es capaz de integrar conocimientos previos con los recientemente adquiridos o si busca material para aportar en clase relacionado con los temas y/o contenidos que se están viendo en el aula.

Establecer relaciones entre producciones visuales observadas y el contexto social, geográfico e histórico donde fue generada la obra.

- Participar activamente de intercambio del aula
- Como mencione anteriormente los métodos de evaluación dentro del aula que se pueden aplicar son muy diversos

Estos son solo algunos que pueden ser tenidos en cuenta para evaluar en forma diferencial y personalizada a cada grupo de alumnos y a cada uno en forma individual.

Para ver la infografía periodística como género

Javier Furer

Para analizar la infografía periodística es útil definirla como un género. El estudio de esta práctica implica, entonces, descubrir ciertas reiteraciones dentro de varias infografías que permitan definirlas como tales. Dentro de estas regularidades la que resulta más obvia es la de la suma o conjunción de texto más imagen.

El semiólogo Eliseo Verón (1987) descubre que los periódicos (o revistas) ese constituyen por tres tipos de elementos: “la serie visual lingüística” (lenguaje escrito de la prensa, títulos, bajadas, notas, etc), “la serie visual no lingüística” (imágenes como fotografías e ilustraciones) y “la serie visual paralingüística”. En esta última ubica a la infografía. Del mismo modo, siguiendo un marco semiológico, Umberto Eco (1981) pone a la infografía dentro de los “sistemas verbo-visuales”, emparen-

tados con los mapas del tiempo o las tiras cómicas.

Entender la infografía periodística como género supone comprender que existe un “contrato de lectura” o acuerdo implícito. Este se da entre la “instancia” de producción del texto dentro de la redacción periodística y el lector que puede reconocer dentro de un medio gráfico los distintos tipos y modos de información que se le presentan.

En la actualidad la gran valorización social de la cultura visual se incrementa con el aumento de señales y canales de televisión, con el crecimiento y mayor sofisticación de producciones cinematográficas, además del surgimiento y desarrollo de Internet. Los medios gráficos no son ajenos a esta realidad cultural de la que forman parte. Porque sus lectores tampoco lo son. El cambio de los modos de lectura se traduce en un cambio en la forma de llegar al lector. Esto afecta a la forma en que se produce un diario o revista y específicamente al modo de hacer una infografía.

“El texto acota un tipo de lector constitutivo de sí mismo”, explica Umberto Eco (1981) Y señala la importancia de la instancia de recepción de un medio como definidora, en parte, del modo en que se va a producir ese texto. Hoy en día la infografía periodística, al recrear el cómo se produjo un hecho, se acerca al campo de las realidades virtuales de la simulación. Responde al entorno de predominio de la cultura visual en la que se haya inserto el lector.

De ahí la importancia que adquiere en la actualidad como modo de relatar un hecho o descripción de un acontecimiento que toma este tipo de texto. Dentro del cual se pueden descubrir algunos elementos que se repiten y que ponen a éste género periodístico en autoevidencia. Como ejemplos podemos mencionar el uso de “la lupa, el cristal y el corte” como herramientas visuales usadas de forma reiterativa. “La lupa” se utiliza para focalizar la vista de un sector específico dentro del corpus infográfico. “El cristal” que consiste en hacer transparente superficies que impedirían dar una explicación visual clara. La herramienta de “corte”(también llamada *cutaway*) es el corte transversal que permite observar el interior de un objeto y mostrar la parte que es imposible de captar por una fotografía. El uso de estos recursos en la infografía se hacen de forma reiterada. Esto posibilita el reconocimiento por parte del lector de rasgos que se repiten y que hacen a la infografía un género identificable como tal.

Por eso, puede ser útil para el aprendizaje o la enseñanza de esta práctica el estudio de ella como género. Esta es la única posibilidad que tenemos de desconstruirla. Y en esta desconstrucción se pueden distinguir los rasgos que la constituyen como género. Podremos observar, entonces, cuáles son los recursos visuales más característicos usados en la infografía periodística. Cómo se estructura esta forma de relato. Cuáles son los elementos que toma de otros géneros (como pueden ser los *comics* u otros géneros periodísticos o no).

La aparición de carreras profesionales de periodismo, comunicación o diseño de la información. La formación de asociaciones que nucleen profesionales de este medio. La organización de conferencias, encuentros y la entrega de premios. Ayudan a que la infografía sea considerada como género. Si se los analiza como fenómenos metadiscursivos estos acontecimientos pueden ser entendidos como discursos que hacen referencia al género por fuera de éste. Hablan de la infografía pero exiliados de ella. No dentro de la producción. Lo hacen desde un momento crítico o de análisis.

Con la creciente importancia de estos tipos de eventos se estimula la vida social del género infográfico. Su relevancia deja de ser exclusiva de las redacciones y alcanza a toda la comunidad de lectores. Son estos, los que en definitiva, tienen que ser capaces de encontrar en la infografía su definición. Los elementos que la constituyen. Y al reconocerlos le dan a esta la categoría de género.

Esta existencia se da en el marco próspero del predominio de la cultura visual. Dentro de la cual el periodismo gráfico vive una nueva convergencia de soluciones fotográficas, de ilustración, diseño y contenido que son posibles, en parte, por la informática. Coyuntura que apunta a un mensaje más claro, ameno, con minucioso cuidado estético, aumento de la cantidad de la información y fundamentalmente, de rápida lectura. Porque en esta época de desarrollo de la cultura visual los tiempos parecen acelerarse cada vez más. Aparece la necesidad de una forma rápida de informarse. Y la infografía periodística parece responder a esta demanda.

Entender a la infografía como género - dentro del género del periodismo gráfico- supone situarla en un contexto social. En el que los nuevos modos de lectura de un periódico o revista y su comprensión adquieran una especial relevancia. Porque resulta imposible estudiar un género por fuera del entorno en el que se construye a él mismo y al significado que da a su práctica.

Pierre Bourdieu (1991) ve “la práctica como reproducción de lo social”. Explica que el pensamiento no determina la práctica. Sin embargo, los contenidos de un pensar se hacen presentes en la práctica y en la obra. Para este sociólogo francés los motores de la práctica se dan desde “afuera”. Lo que significa considerar el origen social de los contenidos. Y desde “adentro”. Que es la interiorización en el agente individual de los contenidos sociales. Y aunque se lo critique de no responder a cómo pasan los contenidos de lo pensado a la práctica, lo cierto es que hay un pensar y el pensamiento se pone fines a realizar en la práctica.

Al estudiar una práctica como es la de hacer infografías periodísticas no se podría evitar tener en cuenta la presencia del pensamiento de la época en el que se produjo esa actividad. Por eso, es importante considerar el momento de la lectura de un diario o revista como parte esencial del análisis de la infografía. En la actividad del lector cotidiano, a los que apuntan los cuadros infográficos, observaríamos una forma de conocimiento. Sapiencia adquirida, de forma consciente o inconscientemente, del entorno cultural en el que vive.

El conocimiento visual es algo aprehendido. Y como forma de saber se puede entender, analizar y ordenar. A partir de aquí se hace factible, entonces, el aprendizaje o la enseñanza de esta práctica. Y podemos considerar que el mejor método para aprender o enseñar infografías sería entonces: la práctica infográfica basada en el conocimiento teórico. Reflexionar sobre una práctica implica entonces entrar en el terreno de lo teórico. Y entender la complejidad de la infografía como práctica del periodismo gráfico basada en el conocimiento teórico se hace más sencillo si es considerada como un género.

Bibliografía

Bordieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus.
Eco, U. (1981) *Lector en Fábula*. Barcelona: Lumen.
Verón, E. (1987). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa,

Investigar desde el aula: Proyecto Supersopa

Silvia Gago

“Dignidad – Cultura – Futuro”

... “La idea es despertar conciencia sobre la importancia de la cultura entendida como el capital de recursos simbólicos y creativos que dispone una sociedad para resolver sus problemas y crear la realidad que desea” (...) “Todos compartimos esa capacidad de responsabilidad aunque sea en forma latente...”. Grupo Re:unión

Como actividad final del Taller de Reflexión Artística del primer cuatrimestre del año 2005, las estudiantes de la Licenciatura en Diseño Textil e Indumentaria debieron realizar una investigación que agrupara los contenidos dados por la cátedra. Surgió como tema de reflexión la relación entre un proyecto de bien social y su inserción en un contexto artístico a partir de la exposición colectiva MIX 05 que había sido presentada por la Fundación PROA durante el mes de enero y febrero del año en curso donde se le dio lugar, entre otras manifestaciones artísticas, al Proyecto Supersopa.

Este proyecto se desarrolló en la Universidad Nacional de Quilmes a comienzos de septiembre de 2002, momento en el cual la UNQ recibe algunas maquinarias, pertenecientes al Mercado Central de Buenos Aires, en carácter de comodato para ser utilizadas con fines educativos. Las autoridades universitarias deciden entonces montar una planta industrial sobre un edificio refaccionado perteneciente a dicha entidad. La lata de Supersopa fue un logro de un grupo de autoridades y estudiantes de Ingeniería en Alimentación, que surgió de combinar factores educativos, productivos y sociales para brindar un producto que no pretende solucionar, pero sí contribuir a mejorar las condiciones alimentarias de la población regional, sabiendo que un 30% de la misma se encuentra por debajo de la línea de pobreza.

Pero, ¿Un proyecto de bien social puede insertarse en un contexto artístico?

Si bien esta pregunta sirvió como disparador al grupo de investigación constituido por las estudiantes Josefina Aguirre, Natalia Blanco, Agustina Cossetini y Soledad Limido, fueron más allá, dando respuestas que no se limitaron al campo del arte solamente.

La investigación comenzó con la visita a la planta de Supersopa que depende de la Universidad de Quilmes donde se realizó un video y una entrevista a los ingenieros en alimentación responsables del proyecto.

En segundo término se abordó al Grupo Re:unión, encargado de la comunicación de este proyecto, cuya principal integrante es Erika Eskoda quien fue invitada a la Universidad de Palermo donde se le realizó una entrevista. En dicha ocasión se le preguntó por qué este grupo de diseño apoyó el Proyecto Supersopa, y respondió explicando: “La Supersopa es un producto que llega a la gente pero también deriva de una formación, de un conocimiento. (...) El conocimiento es un recurso simbólico. Entonces, lo que rescatamos es la importancia que tienen los elementos simbólicos. Con ellos podés transformar la materia, podés solucionar problemas. (...) Si no tenés elementos simbólicos no podés operar con la realidad”.