



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Marafioti, Roberto

Estrategias argumentativas : el caso de la p̃y infografía



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

p̃y Marafioti, R. (1995). Estrategias argumentativas: el caso de la infografía 43-54. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1196>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Estrategias argumentativas: el caso de la "infografía"*

Roberto Marafioti**

Este trabajo se propone dar cuenta de un fenómeno que ha logrado expandirse en los medios periodísticos en la actualidad: el de la "infografía", especie híbrida que combina los beneficios de la diagramación por computación con la síntesis informativa. Suerte de "gráficos explicativos", la infografía condensa en un mismo espacio textual la noticia, la imagen y la esquematización. En la práctica propone el establecimiento de una nueva relación con los lectores a partir de suponer que es difícil mantener la atención y la lectura de un periódico.

La noción de lector de diario y los mecanismos para construir la diagramación en los periódicos aparecen resignificados por la presión de los medios audiovisuales. Para responder a este fenómeno se sintetizan "gráficamente" las informaciones proponiendo un nuevo contrato a los lectores, donde se retoman rasgos propios de otros géneros discursivos y se les asignan funciones diferenciadas. Las estrategias argumentativas clásicas que organizan un pacto entre los soportes y los lectores encuentran un medio tan nuevo como atractivo para el despliegue del análisis semiótico.

* El presente trabajo fue presentado en el Panel sobre "Medios masivos y nuevos escenarios", realizado en el IV Congreso Nacional de Semiótica organizado por la Asociación Argentina de Semiótica y la Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, septiembre de 1995.

** Universidad Nacional de Quilmes. Universidad Nacional de Buenos Aires.

1. Consideraciones generales acerca de la imagen tecnológica

*"Las máquinas son hoy como la política de antaño.
Podemos no ocuparnos de ellas, pero entonces son ellas
las que se ocupan de nosotros."*

Régis Debray. *Vida y muerte de la imagen*

El paisaje mundial de las comunicaciones está marcado por la desigualdad y el desorden. Sin embargo, al mismo tiempo se levanta una bandera incuestionable: aquella que asegura que la revolución tecnológica nos llevará a un estadio de felicidad y certeza desconocidas hasta ahora. Es la única utopía que subsistió al terremoto ideológico de los últimos años.

Es útil pues señalar algunos puntos para diferenciar entre la parte mitológica –en particular a partir de que se evocan las nuevas tecnologías– y las realidades concretas debidas a aquello que rápidamente se nombra como "globalización".¹

La ideología contemporánea de la comunicación se caracteriza por lo efímero, por la amnesia de la historia, del porqué de los objetos y de su relación social. Ya que concluye el siglo XX, se pueden ensayar algunas comparaciones con el fin de siglo anterior para comprender la evolución y el rumbo de algunas posiciones.

Hacia la segunda mitad del siglo XIX la comunicación fue consagrada como "agente de civilización". Su universalidad formaba parte del imperio victoriano de Inglaterra. A partir de las redes de los ferrocarriles, del telégrafo y del cable submarino, así como de las nuevas vías interoceánicas de Suez y Panamá y de la navegación a vapor, se tejía una representación del mundo como "vasto organismo" del cual todas las partes serían solidarias.

Las redes que entrecruzaban el globo y celebraban autores como Julio Verne se volvieron el símbolo de un mundo interdependiente en el que las economías nacionales cedían su lugar a una nueva división internacional del trabajo. Fue alrededor de las primeras redes de comunicación, expresión física de esta nueva "solidaridad orgáni-

¹ A pesar de la tendencia a proponer la "globalización" como imperiosa e inevitable, ya comienza a hablarse de "glocalización" (en inglés *to glocalize*), síntesis de lo global y lo local. Reconociendo que al mismo tiempo que existe aquélla hay una fuerte presión para trabajar sobre la revalorización de los espacios locales.

ca"—concepto positivista que se conectó con la vieja noción de solidaridad como obligación moral y que hoy se ve reaparecer en más de un planteo— que tomó forma la primera organización internacional de la era moderna, la primera instancia internacional de regulación de los flujos internacionales.

En 1865, más de cincuenta años antes de la Sociedad de las Naciones, se fundó en París la Unión Telegráfica Internacional (UTI) por una veintena de países, la mayoría europeos. Es el antecedente lejano de la actual Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que nació de una conferencia en Madrid en 1932.

Correos, telégrafos y ferrocarriles formaron un soporte importante en los discursos utópicos acerca de la virtud *"universalizante y pacificadora"* de las tecnologías de la comunicación. Estas tres redes internacionales alimentaban una especie de imaginario religioso de la esfera comunicacional. Con la religión tienen en común el deseo de *"religare"* (volver a unir) a los individuos y los pueblos y alcanzar la meta ideal de la supuesta igualdad social. Es entonces a partir de la mitad del siglo XIX que se estructuró la ideología redentora de la comunicación.

Alejada de los planteos de las *"huellas pacíficas del progreso"* bajo la égida de la civilización occidental, esta solidaridad declamada coincidía con los sonidos y los furores de las guerras y las conquistas coloniales.

El fin de siglo XIX ve la emergencia de nuevas formas de asociación internacional entre sociedades civiles, por una parte, y entre estados, por otra parte.

El fin del siglo XX permitió que la comunicación se volviera a instalar como el paradigma mayor de la nueva sociedad global. Coincidentemente con una concentración de capitales nunca antes conocida, se desarrolló una economía de flujos inmateriales que tiene en la revolución en las comunicaciones y en la tecnología un paradigma que combina paradójicamente la labilidad y la contundencia.

En un planeta empujado a reconocer los estragos de la ideología del progreso, las utopías no tienen lugar. Sin embargo, a la única a la que se le permite su subsistencia es a aquella que se refiere a las virtudes de la comunicación y a los beneficios de la tecnología.

Ahora bien, más allá de las contradicciones que cualquier espectador relativamente atento advierte, en la realidad que nos rodea hay transformaciones que se producen desde y por los medios tecnológicos. Incluso, como a fines del siglo anterior, también ahora se puede

llegar a reinstalar aquel debate que sostenía que los cambios no vendrían de la mano de los protagonistas de la historia sino que más bien serían los cambios tecnológicos los que producirían las transformaciones. Los hombres, lejos de ser actores de su propio devenir, serían actuados por los cambios que se dan en su ámbito cotidiano.

Hace ya unas décadas Mc Luhan lo planteaba en los siguientes términos:

Todas las tecnologías tienden a crear un nuevo ambiente humano [...] Las tecnologías no son simplemente inertes contenedores de seres humanos: son procesos activos que remoldean igualmente los seres y las otras tecnologías [...] Cuando una sociedad inventa o adopta una tecnología que da predominio o nueva importancia a uno de sus sentidos, la relación de los sentidos entre ellos se transforma. El hombre se transforma [...].²

Estos cambios han afectado no sólo al ambiente técnico sino y sobre todo a las imágenes que circulan a través de los medios. La posibilidad de reconocer las imágenes se ha convertido en nuestros días en la alternativa única para la fundación de aquello que Mc Luhan designó con el nombre de "*aldea global*". Cada vez más lo que no se ve no existe y lo real se transforma en una categoría tecnocultural.

Toda cultura se define por lo que se propone tener por real. Los criterios de acreditación de lo real han ido cambiando a lo largo de los siglos. Hoy, una foto vale más que una figura. Un video más que un discurso. Debray dice que el "yo veo" es la sustitución del "yo comprendo".³ La construcción que se hace con la imagen a partir de los recursos informáticos ha cambiado las posibilidades de relación en términos de esta acreditación.

Los medios masivos han acusado prioritariamente las transformaciones que se vienen señalando. Aquí interesará tratar sólo de aquellos cambios que se dan en la prensa escrita y, en particular, con un tipo de modo de encarar la noticia que se relaciona con el uso de la infografía.

² Mc Luhan, M., *La galaxia Gutenberg*, Barcelona, Planeta/Agostini, 1985, p. 303.

³ Debray, R., *Manifestes médiologiques*, Paris, Gallimard, 1994.

2. La "infografía"

"[...] tocar las imágenes por medio del ordenador significa, cambiando las imágenes, cambiar la relación a la imagen y, en conclusión, cambiar cualitativamente de imaginario. No se trata sólo de añadir o yuxtaponer 'nuevas imágenes' a las existentes, se trata de integrar el movimiento de un imaginario específico, orgánicamente unido a la historia de la Representación Figurativa, sus posiciones, sus avatares y sus crisis, en otro tipo de imaginario, unido a un orden visivo completamente diferente: el orden numérico, sus dispositivos y sus procedimientos."⁴

Ocurre algo singular con el uso del término "infografía". Se llama *infografía* al encuentro de la informática -info- y del grafismo -grafía-, pero se habla de ella también cuando se hace referencia al empleo y a la combinación de la información graficada. Tomando en cuenta esta doble comprensión del término se puede sostener que la infografía comprende dos tipos de actividades:

- a) el análisis o tratamiento de la imagen a partir de una imagen ya existente con el fin de brindar una información seleccionada;
- b) la síntesis de la imagen que se produce desde una computadora y, por medio del cálculo, formas en general realistas, novedosas e incluso estéticas.

La "infografía" puede tratar el empleo de los recursos que ofrece la computación en el nivel de la imagen fija o en el de la imagen en movimiento. Los documentales, los vídeos y la televisión ya hacen uso permanente del trabajo sobre las imágenes filmadas con el afán de brindar más datos sobre aquello de lo que se trata.

Por su parte, los sistemas gráficos engendran dos tipos de imágenes: bidimensionales o tridimensionales. Toda imagen infográfica surge a través de medios informáticos de tipo y función variada.

El dibujo bidimensional se realiza sobre un plano o sobre una hoja de papel. Existen dos tipos de grafismos, el "bit-map" y el vectorial. El primero significa que se trabaja punto por punto, creando trazos a mano alzada. Se pueden encontrar en los dibujos dedicados a la ilustración y al retoque de una foto. El vectorial es utilizado en computadoras dedicadas a la creación de gráficos, "tortas" o histogramas. Por su parte, el dibujo tridimensional se define por su relación con un es-

⁴ Renaud, A., "Comprender la imagen hoy. Nuevas Imágenes, nuevo régimen de lo Visible, nuevo Imaginario", en AA.VV., *Videoculturas de fin de siglo*, Madrid, Cátedra, 1990, p. 18.

pacio tridimensional y, en este punto, se propone como más cercano a la escultura.

La infografía actúa también como:

- un "zoom" que selecciona algún aspecto del acontecimiento que le interesa tratar;

- un *congelamiento del acontecimiento* y en este sentido es pariente de todas las imágenes fijas y

- un *mosaico (collage)* que reconstruye el tiempo de la información, permitiendo superponer en un mismo espacio diferentes zonas geográficas en función de ubicar al lector. Al hablar del segundo atentado en París, la infografía de *Clarín* ubica a Francia, París y, finalmente, el sitio donde estalló la bomba, en los Campos Elíseos. Se conforma en esta ocasión un procedimiento que es frecuente en el género: desplegar lo local, lo regional y lo nacional para brindar una rápida ubicación acerca de la información que suministra el medio gráfico.

El uso que realiza el periódico de la infografía es una de las muchas posibilidades que brinda una herramienta con la que recién estamos acostumbrándonos a coexistir.

Hay distintas alternativas de empleo de la infografía en el periodismo gráfico:

- la que se refiere exclusivamente a la construcción de cuadros gráficos que ya son conocidos desde antes de la computación y que ahora pueden adquirir mayor sofisticación y son más llamativos a partir del empleo de las 3D;

- la que apunta a "retocar" o "esquemmatizar" la fotografía: el trucaje adquiere formas más elaboradas y brinda posibilidades más operativas en función de los objetivos que se fija el medio;

- una zona intermedia en la que se combinan los datos con las imágenes;

- la combinación de datos, interpretaciones de los hechos, grafismos y esquematizaciones que se constituyen en verdaderos "relatos" graficados donde se combinan las técnicas propias de la televisión con las de las historietas.

El uso de la infografía no corresponde sólo a la imagen fija y a la palabra, sino que debe ser visto como aquel uso que se hace de los recursos computacionales para el trabajo sobre las imágenes y que combina el empleo de recursos verbales. Es, en este sentido, un elemento destinado a modificar en buena medida los hábitos de enseñanza en un conjunto importante de disciplinas. Y de hecho ya se emplea para la enseñanza de la anatomía, la química, la geología, la arquitectura,

las matemáticas, etc. La posibilidad de acceso a la información también se ve alterada por el empleo de este elemento tecnológico en la medida en que supone una posibilidad de síntesis conceptual a partir de la combinación de los registros verbal e icónico.

Una visión simplista nos podría hacer caer en la tentación de considerar a la infografía como una variante en la que la imagen se acopla a la palabra y, por medio del "anclaje", se produce la obtención de un nuevo sentido. Si esto fuera así no habría una gran diferenciación respecto de otras situaciones en las que también se combinan estos fenómenos. La diferencia sustancial, y hacia allí apunta este trabajo, es que en la infografía hay un trabajo deliberado por parte del enunciador para "manipular"⁵ el contenido de lo que se transmite. Emplea, en este punto, el desarrollo de "estrategias argumentativas" mucho más arduas y trabajosas que si sólo se contentara con transmitir la información y se abstuviese de "modalizar" sus enunciados en función de lo que quiere transmitir.

La infografía permite entablar una relación con el interpelado diferente porque construye y retoca las imágenes, pero, al mismo tiempo, construye un discurso que tiene las características propias de la síntesis extrema.

La palabra pretende abandonar las posibilidades que brindan las "modalidades" y se propone como un sostén puro de las imágenes. Así como las imágenes son construidas con una intención de representación y de reproducción y, en este punto, hay una vocación de poner en infinitivo al objeto, sus soportes –las palabras–, pretenden también en esta instancia aparecer como definitivas y clausurantes. Se conformaría la ilusión de la posibilidad de la existencia real del *dictum*.

La infografía, como tantos otros productos de la cultura massmediática, también es *simulacro*.⁶ Y ello en sus dos acepciones. Es *representación* y también es *falsedad*.

⁵ La manipulación se caracteriza por ser una acción del hombre sobre otros hombres para hacerles ejecutar un programa dado; se habla en este punto de un "hacer-hacer". Se trata de una relación de comunicación en la que el destinatario-manipulado impulsa al destinatario-manipulado hacia una posición de carencia de libertad (no poder no hacer), hasta verse obligado éste a aceptar el contrato propuesto. Cfr. Greimas, A. J. y Courtés, J., *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1990, p. 251.

⁶ En semiótica "*simulacro*" es empleado casi como sinónimo de modelo, permitiendo entonces subrayar el carácter no referencial de las construcciones con ayuda de las cuales la semiótica se esfuerza por dar cuenta de los fenómenos de producción del sentido.

Pero también hay que precisar que existe una simulación que es cognoscitiva. Con el fin de reconstruir un sentido se recurre a una representación simulada del recorrido generativo de la significación. Hay otra simulación que puede ser adecuada y hasta necesaria desde el punto de vista de la construcción del referente pero que no lo es desde el punto de vista de la dimensión ilocutiva que realiza. Las imágenes que componen un texto infográfico sobre un acontecimiento pueden ser adecuadas en su afán simulativo-representativo y puede ser adecuada la simulación que se construye por el montaje, pero, no obstante esto, pueden actuar en forma inadecuada y falsificadora sobre el receptor otros elementos que conforman la "fuerza ilocutiva" del texto, por ejemplo, la colocación contextual del fragmento o el contenido de lo que se dice. Así, cuando se produjo en París en julio de 1995 el primer atentado en el Metro, se realizó un texto infográfico en el que se combinaban distintas alternativas de desarrollo de la acción. Cuando se colocó la hora de la explosión se aclaró que se había intentado lograr mayor difusión porque el artefacto detonó a las 17.05, lo cual daba tiempo para que los noticiosos de la noche incluyeran más detalles del suceso. La explosión tenía dos tiempos previstos por los autores del atentado, el del Metro y el de las pantallas de televisión. Se advierte aquí la voluntad por parte de quien construye la noticia de realizar interpretaciones que llevan a imponer una tendencia argumentativa (de orientación de la voluntad del auditorio) al tratamiento de la noticia.

3. El uso argumentativo de la infografía en el discurso periodístico

El uso de los recursos tecnológicos en el ámbito del diseño gráfico cambió no sólo la estructura informativa de los medios gráficos periódicos, sino que también propone nuevos acuerdos con sus lectores tradicionales. Pero estos nuevos "contratos"⁷ apuntan al mismo tiempo a redefinir un espacio en el que la información deja de ser un resultado, una construcción en la que participan el soporte, el lector y el

⁷ Eliseo Verón habla de "contrato de lectura" como el conjunto de las estructuras enunciativas que propone el soporte massmediático al lector. El tema es desarrollado en "El análisis del 'contrato de lectura': un nuevo método para los estudios de posicionamiento en los soportes de los media", en *Les Média: expériences, recherches actuelles, applications*, Paris, IREP, 1985.

enunciador, para correr la balanza del lado del que produce, organiza técnicamente el espacio gráfico y transmite la noticia.

Varias formas de construcción de la noticia con la apelación al diseño gráfico por computación han aparecido en los medios gráficos y suponemos que también otras nuevas formas aparecerán. Estamos en la prehistoria de la construcción de imágenes por computación y en los albores de un nuevo periodismo, determinado en una buena medida por las transformaciones tecnológicas. Pero lo que interesa señalar aquí es el hecho de que este tipo de información se da en un contexto en el que la lectura del periódico comienza a transitar carriles diferentes a los conocidos hasta ahora. Ya no se trata de trabajar a partir de la relación que se establecía entre el titular, el copete, el texto informativo y, eventualmente, la fotografía, sino que ahora se apunta a construir un nuevo espacio de lectura que es definido gráficamente por la computadora y los programas que tienden a congelar la gráfica y, al mismo tiempo, darle un virtual movimiento al texto escrito. No resulta desdeñable el hecho de que, a partir de entonces, se produce una nueva forma de organización y de recorte de la significación que pasa por lo que decide quien construye la imagen gráfica.

La relación que se entabla entre el titular y el gráfico computarizado es importante porque se produce un desequilibrio entre la carga enunciativa que tiene aquél y la virtual condensación de la información que ofrece el gráfico.

Siempre ha sido conocido, y la bibliografía sobre el tema abunda, que aquel que desde el empleo de recursos discursivos se ubica en la realidad aplica un recorte que hace que se fundan espacios reconocidos por la palabra o zonas en las que lo que queda es el silencio y, por lo tanto, están fuera de la realidad. Pero el fenómeno que aquí se señala es el que se muestra por la curiosa relación que se establece entre un sujeto humano y una máquina que le brinda posibilidades de organizar un discurso y se lo impone al receptor.

Otro aspecto que interesa es que el uso de la infografía recupera las tradicionales estrategias argumentativas señaladas ya por los clásicos. Aristóteles hablaba de los cinco momentos de un texto argumentativo: la *inventio*, la *dispositio*, la *elocutio*, la *memoria* y la *actio*. Si bien es cierto que en todo discurso periodístico (ya se trate de una crónica, un comentario o un editorial) el empleo de estos momentos es de rutina, no deja de ser llamativo que en la infografía este tipo de mecanismos sea mucho más evidente desde el punto de vista de la organización del discurso y el establecimiento de secuencias que permitan al lector su

individualización y comprensión inmediata. Incluso se llega a mostrar no sólo el punto de vista que se quiere jerarquizar, sino también las alternativas u opciones que ofrecen quienes contraargumentan. La *dispositio* actúa con una presencia y una importancia mayor a la de otros textos periodísticos.

La infografía utiliza la técnica del *collage* argumentativo. Todo se fragmenta y superpone. Se intenta de este modo alcanzar un cierre en el tratamiento de la noticia. Se describe, se narra y se argumenta. Al realizar estos tres tipos de operaciones, se logra el efecto de cerrar las posibilidades que se ofrecen sobre una determinada temática.

Surge aquí otra problemática. Desde que tenemos conocimiento de la teoría de la argumentación sabemos que hay secuencias que pueden ser repuestas en los textos y que el autor de manera inconsciente es trabajado por este tipo de moldes textuales. La infografía no es ajena a esta posibilidad. La ejercita y en más de una ocasión se pueden reponer las preguntas clásicas de la argumentación tradicional: ¿quién?, ¿qué cosa?, ¿a quién?, ¿para qué?

Es factible en todo empleo infográfico de la noticia periodística reponer las tres grandes articulaciones interrogativas de las que hablaban los clásicos: la *factualización* que se realiza con el ¿qué? cuando se pregunta acerca de la *existencia* o no de un hecho; ¿cómo es?, que alude a la *calificación* del hecho. Así, no se pregunta para saber si tal individuo está muerto, por ejemplo, sino si fue un crimen o un accidente. Finalmente, el *tercer nivel* interrogativo trata de cuestiones de *legitimidad*: legitimidad de quien habla, del derecho a preguntar, de las razones que puede o no invocar, de las normas argumentativas que se reconocerán como válidas.

En el primer tipo de *interrogación*, se asocia la argumentación a la dialéctica, emplea los lugares de resolución propios del debate; es la tradición que va de Aristóteles a Toulmin y a Perelman. Se busca saber si una proposición es verdadera, si un hecho ocurrió. La resolución brinda acuerdo y adhesión.

El segundo tipo de argumentación está ligada a ¿cómo calificar los hechos? ¿Cuáles son sus atributos pertinentes? Se ubica aquí la retórica del sentido, de las figuras, la interpretación y el debate contradictorio.

La tercera concepción argumentativa se conecta con los porqués de los porqués, las razones de las razones. Algunos, como Habermas, vieron en este punto el lugar de la trascendencia de la argumentación. Es el sitio que más se presta a los motivos éticos o morales.

Es factible en los textos infográficos reponer estos momentos seña-

lados por la teoría de la interrogatividad: un texto publicado en primera página de *La Nación* de Buenos Aires durante el escándalo de la venta de armas por parte de la Argentina a Ecuador se organizaba directamente sobre la base de las preguntas. Un gráfico ilustraba el pasaje de las armas y luego se le añadían las preguntas y las respuestas correspondientes.

La infografía es un género mestizo que toma de la narrativa televisiva una buena cuota de su aplicación. Es, en este sentido, el producto gráfico de la cultura *zapping*. El objetivo último sería congelar la imagen del noticioso pero con la flexibilidad que éste posee para brindarle un nuevo recurso al soporte del periódico.

Si, esquemáticamente, podemos afirmar que la narración se asienta sobre la base temporal y, a partir de allí, desarrolla sus posibilidades de reconstrucción de la realidad, la descripción actúa sobre el detalle del espacio. Narración y descripción son mecanismos que actúan, cada uno a su manera, privilegiando aspectos que son centrales para producir efectos de sentido centrales en nuestra civilización. El caso que nos ocupa es una variedad que toma características de ambas posibilidades. Acentúa la descripción a partir de reproducir una imagen de la realidad pero, al mismo tiempo, al estar conectada con la narrativa televisiva, "cuenta" una supuesta historia en el desarrollo de un reducido espacio gráfico.

Corresponde ahora señalar qué tipo de lectura proponen en la actualidad los periódicos. Cada vez más van ofreciendo mercaderías que superan el proyecto original de un diario. Ya se ha visto que pueden llegar a regalar un libro, un fascículo coleccionable. Hay Suplementos que se proponen a sí mismos como coleccionables, etc. Lo que está claro es que cualquier periódico ya no se contenta con una mera información.⁸

Por otra parte, las posibilidades de información son cada vez más amplias, con lo cual se corrobora aquello de que para que haya "información" tiene que existir "desinformación". Siempre se supone la existencia de una pérdida por la cantidad de información brindada. En este punto, la infografía funciona como un mecanismo que ofrece el periódico de jerarquización de la información (no toda la información puede someterse a la lógica de la infografía) y, además, permite una

⁸ Tal vez sea bueno recordar que en los inicios del periodismo masivo ya existió esta tendencia, evidenciada a través de las historietas o de los relatos secuenciados. Se puede recordar en ese sentido a *Crítica*, *La Nación* o el más famoso aún de "Yellow Kid".

nueva vía de entrada hacia los temas o las noticias. Ya no se lee sólo el titular y el copete, sino que se tiene la posibilidad de afrontar el recorrido de una lectura más veloz a partir de la combinación gráfica.

Es sabido que un lector habitual de diarios tiene que realizar una selección de la información contenida en los periódicos. Si a esto se suma el hecho de que, en más de una oportunidad, las mismas noticias tienen un tratamiento diferente según el medio, es de suponer que un lector avezado debe tener más de una opción de lectura. Esto supone que no se puede contentar con una única información. Es éste el caso en el que la posibilidad de la infografía es sustituir la lectura total por la síntesis de los aspectos más relevantes.

La infografía se corresponde con la era de la lectura *zapping*, con la saturación de la información y con las técnicas de predigerimiento del conocimiento. Es tributaria en este punto de la cultura del detalle, del fragmento, del trozo, el derrumbe de las antiguas dialécticas de la totalidad. El cambio por doquier de lo global por lo fraccionario, que a veces se nombra como el "declive de los grandes relatos", no debe poco a la dislocación óptica de los objetos que se manifiesta en las obras de arte, en el montaje cinematográfico, en el *zoom* televisivo, y, en el punto que aquí nos interesa, en el tratamiento informático de las imágenes. Cada uno de estos procedimientos conduce a un tipo determinado de conducta e identifica una práctica y un destino colectivos. ♦