

Infografía en el cine, un recurso estético muy contemporáneo

Escrito por :Jacqueline Gómez Mayorga



RESUMEN

La infografía es un recurso utilizado desde hace muchas décadas en distintos medios de comunicación impresos y audiovisuales, pero es hasta ahora que llama la atención como opción innovadora, al permitir visualizar información de manera rápida, fácil y precisa, dentro de ambientes digitales. En el cine, la infografía se utiliza cada vez con mayor frecuencia en películas de ficción, animadas y documentales. A pesar de ser un elemento fundamental para el diseño de créditos, sus posibilidades poco se han estudiado y analizado. Esto quizás se deba al predominio de cierta idea lineal de lo que implica la narración fílmica. No obstante, el diseño infográfico es otra manera creativa de narrar. En este ensayo, se describen característica y posibilidades infográficas, en general, y se hace un énfasis en las aplicaciones para cine como recurso estético muy contemporáneo.

PALABRAS CLAVE: infografía, diseño audiovisual, narrativa, estética, cine.

ABSTRACT

Infographics have been used in printed and visual media for many decades. But it is until now that they call the attention as an innovative option that allows the visualization of data in a very quick, easy and precise way, in digital environments. In cinema, infographics are used, frequently, in fiction, animated films and documentaries. They are also an excellent tool for the credit design. Nevertheless, their possibilities have not been studied, not analyzed, yet. This is probably because of a traditional idea of linear film narrative. But infographic design is another creative form of narrative. This essay describes characteristics and possibilities of infographics

in general; with emphasis in the applications for cinema, as a very contemporary aesthetic resource.

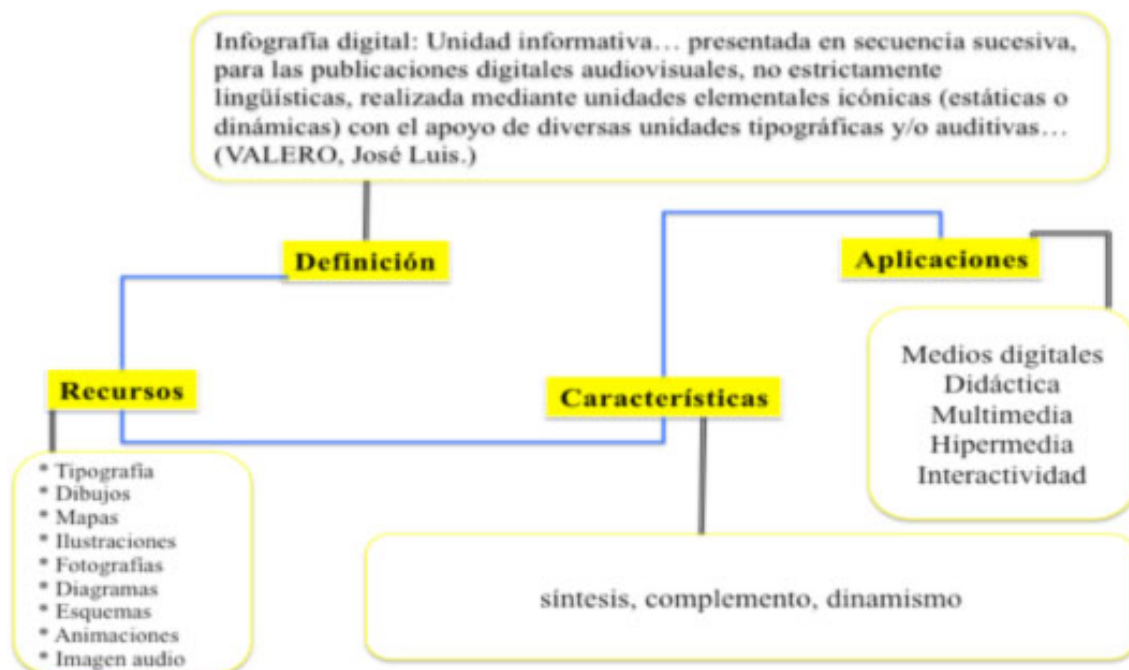
KEYWORDS: infographic, audiovisual design, narrative, aesthetic, cinema.

1. INFOGRAFÍA

Las tecnologías digitales y las aplicaciones de software para diseño han permitido un mayor desarrollo y manipulación de los lenguajes gráficos y audiovisuales con novedosos resultados, por ejemplo, transformaciones en la narrativa. Un caso exitoso de esto es la infografía como posibilidad comunicativa idónea para la presentación de datos.

En el cine, el diseño infográfico es una alternativa cada vez más recurrente, utilizada en animaciones, ficciones y documentales. Esta forma de narrar, a partir de la integración de infodatos, facilita el tratamiento de temas complejos y otorga valor estético agregado. Pero, ¿qué es la infografía?

La infografía es una forma de narrar a través del diseño mediante líneas, figuras geométricas, esquemas, mapas, ilustraciones, animaciones y cualquier otro recurso gráfico. No parece ser nada nuevo y a decir verdad no lo es, ya que estos elementos se han utilizado como base en las artes y en distintos medios, tanto impresos como visuales; aunque generalmente de manera independiente y, en ocasiones, reiterativas o poco integrada a la narración. Es en el campo del diseño gráfico y visual donde se manifiesta con fuerza la posibilidad narrativa, proyectiva e innovadora del dato infográfico, e incluso más en el contexto digital. Lo que lo hace distintivo son sus posibilidades comunicativas y estéticas, exhibidas vía la manipulación de los datos. En síntesis, la infografía digital es esto:



¿Qué es la infografía?

2. NARRATIVA INFOGRÁFICA

El concepto de narración lleva implícita una estrecha relación con el ámbito literario y el lenguaje verbal (hablado y escrito). Si bien la aparición de medios audiovisuales ha ampliado las posibilidades de la narrativa hacia otras formas de comunicación y lenguajes^[1], su estructura y reglas responden a fundamentos lingüístico-literarios con un dominio casi absoluto. Los conceptos y componentes de la narrativa literaria o narratología se reproducen para lo audiovisual con el mismo propósito de contar historias y relatos, generar discursos y textos.

En el cine, como caso, se habla de relato, de texto, de enunciación, también de géneros y discursos cinematográficos. De hecho, los estudios y teorías acerca de la narración y asuntos relacionados con ello son los más prolíficos. Al respecto, aquí se sugieren algunos autores cuya obra dedicada a la narrativa/narratología fílmica conviene conocer: Christian Metz, Gérard Genette, Francis Vayone, André Gauderault, François Jost, Edward Branigan, Seymour Chatman, Rick Altman, David Bordwell, Laura Mulvey, entre otros.

Otra posibilidad narrativa proviene del diseño. La infografía comparte una misma intención con la narratología: contar algo o describir algo. Pero lo hace de maneras distintas, con sus propios recursos y reglas. Sin embargo, para aquellos poco acostumbrados a la narrativa infográfica, ésta puede ser considerada mero efectismo superfluo. A decir del diseñador GuiBonsiepe, el problema es el logocentrismo y pictocentrismo con su marcada oposición esquemática entre imágenes mudas y lenguaje sin imágenes.^[2]

La **narrativa infográfica** enriquece el propósito de la comunicación;
precisa la utilidad de la información, el **énfasis** en los significados,
el **dinamismo** de los objetos gráficos y cinemáticos,
todo dentro de un mismo **entorno** o **espacio de montaje**.
Es una **integración** de elementos para ser interpretados y reinterpretados,
no necesariamente como secuencia completa de un relato,
sino como los **fragmentos** más **relevantes** de dicho relato.

La infografía es prueba contundente del potencial del diseño para integrar elementos con la intención de facilitar, jerarquizar, dirigir, describir, sintetizar y dar dinamismo a los datos. A diferencia de la narratología, el diseño infográfico rompe con la linealidad discursiva y fragmenta los textos para diversificar la lectura y sus recorridos dentro de un entorno específico. Tales cambios son muy evidentes aunque no son, aún, del todo comprensibles o aceptables para el común de los usuarios de los medios impresos y audiovisuales, acostumbrados a estructuras unidireccionales, convencionales.

Una buena infografía es un reto de diseño y comunicación porque apuesta a una mejor presentación visual (y auditiva si es el caso) para una óptima lectura. Los malos diseños de información o los estilos excesivos no logran su objetivo, presentando los mismos problemas

que las historias narratológicas convencionales mal contadas o confusas. Por ello es fundamental tener claridad en la conceptualización e intenciones.

José Luis Valero define la infografía de la siguiente manera:

es una aportación informativa, elaborada en los productos comunicativos visuales o audiovisuales, realizada mediante elementos icónicos, tipográficos y/o auditivos normalmente verbales que permiten y facilitan la comprensión de acontecimientos, acciones o cosas de actualidad o algunos de sus aspectos más significativos y acompaña o sustituye al texto hablado o escrito.[3]

Por su parte, Alberto Cario hace un énfasis importante: “la infografía es una representación diagramática de datos, no necesariamente va ligado a la prensa escrita y puede prescindir de palabras. En algunos casos, el texto de acompañamiento o explicación no es necesario, e incluso puede llegar a obstaculizar la comprensión del contenido”[4]. De acuerdo con estas dos definiciones, la versatilidad del diseño de datos no debe ser un problema para el usuario, el lector o el espectador sino una herramienta gráfica útil para facilitar la comprensión de la información. Así se ha demostrado en uno de los medios con mayor uso infográfico: la prensa digital.

BREVE CONTEXTUALIZACIÓN: SOLUCIONES INFOGRÁFICAS PARA EL PROBLEMA DE LA CRISIS DE LA PRENSA ESCRITA

La infografía digital surge en la última década del siglo XX. En aquellos momentos se vivía un cambio en la manera de generar contenidos para medios, ambientes y redes interactivas como el internet.[5] Ante tal panorama, la prensa escrita presintió su agonía pero, contrario a ello, logró evolucionar e integrarse al mundo digital. ¿Cuál fue la solución?



Visualización del problema de la crisis de la prensa escrita y su solución

El recurso clave para lograr la transición exitosa de la prensa escrita hacia la digital fue la infografía. Pasó de un formato narrativo convencional, lineal y denso a una propuesta gráfica, no lineal y sintética, visualmente más atractiva, dinámica y ubicable. El cambio resultó evidente, progresivo y significativo; para muestra basta un gráfico:

Fuente: *The Washington post*
Se puede disfrutar la lectura interactiva en:
<http://projects.washingtonpost.com/top-secret-america/network/>

Prensa: narrativa convencional vs. narrativa infográfica

Como se muestra en la figura 3, la narrativa infográfica busca ser directa, clara y concisa. Recurre al uso de líneas, esquemas, mapas, tablas, despieces, tipografías, ilustraciones, colores y otros elementos para presentar datos con una intención específica, definida a partir de ciertos criterios de tipologías, sistemas de organización y jerarquización; combinación de elementos o infogramas y empleo de recursos mediáticos. De esta manera, diseñar datos es un recurso estético que saca provecho de los lenguajes involucrados para responder, de manera conveniente, a las necesidades de los usuarios de los medios digitales.

Tipología	Características	Sistemas de organización
<ul style="list-style-type: none"> • Individuales • Colectivas • Comparativas • Escénicas • De ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Directa • Clara • Concisa 	<ul style="list-style-type: none"> • Categoría • Jerarquía • Magnitudes • Orden alfabético • Tiempo • Secuencias
Infogramas <i>(combinación de elementos visuales)</i>	Elementos simples	Emplea
<ul style="list-style-type: none"> • Gráficas • Tablas • Mapas • Diagramas • Secciones • Secuencias • Despieces • Líneas de tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> • Flecha • Línea • Ángulo • Formas geométricas • Enlaces 	<ul style="list-style-type: none"> • Hipertexto • Interacción • Movimiento audiovisual • Diseño multimedia • Transformaciones

Criterios para el diseño de narrativa infográfica

3. INFOGRAFÍA AUDIOVISUAL

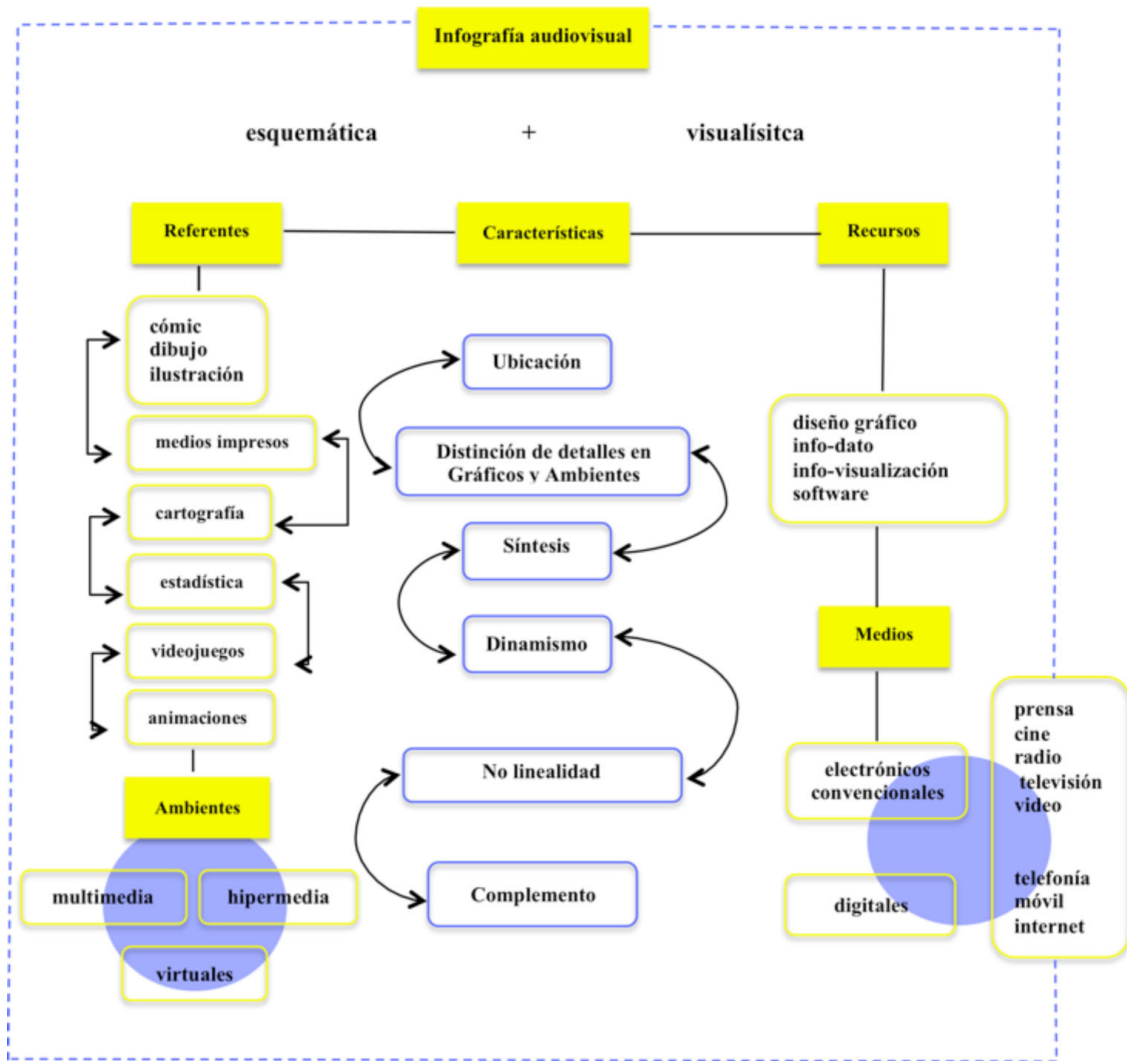
Los principios básicos de la infografía son la esquemática y la visualística. Esto es la representación gráfica y visual de datos o, como lo denomina Joan Costa; el tercer lenguaje.^[6] El diseño de información adquiere un sentido completo en el universo audiovisual, dada la posibilidad de interacción e integración con otros distintos lenguajes (p.e. sonoro, verbal, corporal, cinematográfico).

La infografía digital *audio*^[7]visual tiene como antecedentes aplicaciones esquemáticas y visualísticas de la cartografía y la estadística, para el manejo de datos y sus relaciones. El diseño de mapas y de datos graficados o cuantificados implica el uso de información sucinta y precisa para su representación a partir de esquemas. El pionero en trabajar teóricamente el asunto de la información visual fue Jacques Bertin^[8], quien definió la gráfica como un estricto y simple sistema de signos que cualquiera puede aprender a usar y que conduce a una mejor comprensión^[9]. En el contexto actual de los medios digitales, la visualización de datos gráficos resulta aún más enriquecedora y adecuada para la conformación y comprensión de sentido.

Además de la cartografía, otros de los referentes gráficos son el cómic, el dibujo y la ilustración. El diseño de infografía digital integra también referentes de los medios audiovisuales como son los videojuegos, la animación y el cine. Para Valero, la infografía audiovisual puede entenderse como:

Aquella que tiene elementos gráficos tales como fotografías, dibujos cinéticos, textos escritos dinámicos o estáticos y /o elementos de tipo sonoro tanto verbales como musicales y ruidos. Además contienen elementos de navegación, interactividad, comunicaciones relacionadas... ...soporte audiovisual, con o sin continuidad espacio temporal.[10]

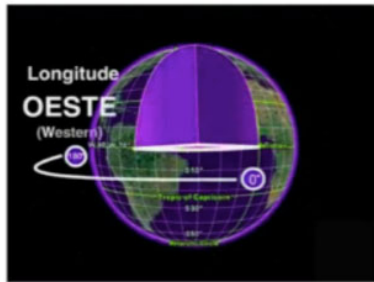
El auge de los videojuegos dirigió la atención a la animación de gráficos de tal manera que previó la integración de los recursos ya utilizados en medios impresos y electrónicos, manipulados vía software especializado, para su presentación como info-visualizaciones (*info-vis: visualización de la información*), info-datos (*info-data: unidad de información manipulada en programación y diseño*) o infobits (en cibernética sería la unidad digital de información). A esto se añade el ámbito de acción en ambientes convergentes multi e hipermedia. Lev Manovich[11] hace la distinción de lo multimedia como un ambiente con interacción de medios autónomos y lo hipermedia como un ambiente con interacción de usuarios en ambientes tanto multimedia como en espacios virtuales integrados por medios híbridos.



Referentes, características y recursos que integran la infografía audiovisual

Referentes y recursos infográficos otorgan características de ubicación; distinción de detalles gráficos y de ambientes; síntesis de elementos o datos; dinamismo en la narrativa y en la lectura; disposiciones no lineales estratégicamente ordenadas; complementos multimedia e hipermmedia para propuestas interactivas como las que se muestran en seguida:

referentes **audio** visuales

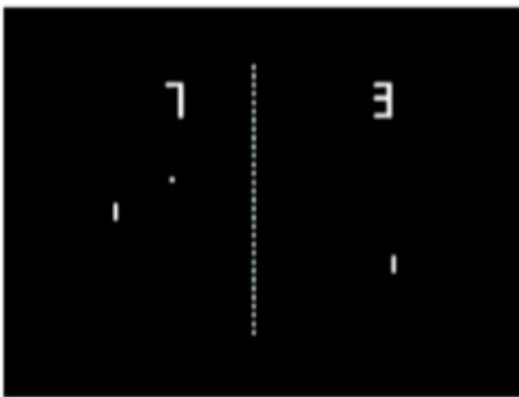


cartografía

ubicación

ubicación espacio temporal
con precisión de datos

Fuente: video animado, producido por João Henrique Quoos
disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=RxLrXbGH82A>



gráficos de videojuegos

simplificación

implementación gráfica con
economía de datos (info-dato)

Fuente: secuencia de juegos de los 80
disponible en: <http://youtu.be/ukqbv8eC5SI>



ambientes de videojuegos

distinción de detalles

precisión en la información
lectura guiada pero no lineal

Fuente: Rugby World Cup 2011, videojuego oficial tráiler de lanzamiento – PS3 / Xbox 360

disponible en: <http://youtu.be/k80JlhuPfwA>



Fuente: Caperucita roja en infografía realizada por el diseñador Tomas Nilsson

disponible en: <http://youtu.be/VrbXHn4B8D0>

Es pertinente señalar aquí un aspecto característico de la infografía audiovisual, especialmente la digital; si bien ésta se presenta simple, clara y fácil de comprender, al mismo tiempo se reconoce su densidad creativo-conceptual que involucra varios talentos. Es resultado de un trabajo complejo, de equipo multi o interdisciplinario, entre diseñadores gráficos, diseñadores audiovisuales, diseñadores de contenido, programadores, animadores, artistas visuales, videoastas, cineastas, comunicólogos, ingenieros, informáticos, etc. Es producto del diverso potencial creativo implícito en el diseño de información visual, asunto muy similar al ámbito de la cinematografía.

4. ANTECEDENTES CINEMATOGRAFICOS INFOGRAFICOS

El diseño infográfico se ha relacionado más con el ámbito de los medios impresos, sin embargo, su mayor potencial sucede en los ambientes audiovisuales. Por ejemplo, el cine es un medio infográfico por excelencia, al tener como uno de sus principales recursos de

expresión a la gráfica en movimiento, en juego con la diversa gama de lenguajes involucrados en la realización de películas.

La **infografía** es un recurso presente en el **cine** que da prioridad al **diseño de información**, haciendo uso de todos los **recursos** formales **audiovisuales** y **comunicativos** posibles, para **integrarse** de manera armoniosa a la propuesta fílmica. El diseño de información se ha utilizado desde los inicios del cine para **presentar créditos**.

Las tecnologías digitales dan pie a la existencia de infografías cinematográficas sofisticadas, lo cual hace del recurso algo novedoso, aunque este tipo de aplicaciones están presentes casi desde inicios del cine, en los créditos.

Los créditos iniciales y finales de las películas suelen presentar síntesis de información audiovisual para narrar o sugerir la forma, el contenido y el sentido del filme en cuestión. Los créditos narran, pero éstos no son responsabilidad de un guionista, sino de un diseñador, quien se encarga de visualizar la propuesta general para presentarla de manera concisa y atractiva.

En los créditos de las películas se aprecian diversas analogías mediante imágenes gráficas y visuales (también auditivas) expresadas en diversos niveles de abstracción, para lo cual el uso del diseño es fundamental e incluso es prioritario para la propuesta narrativa. A

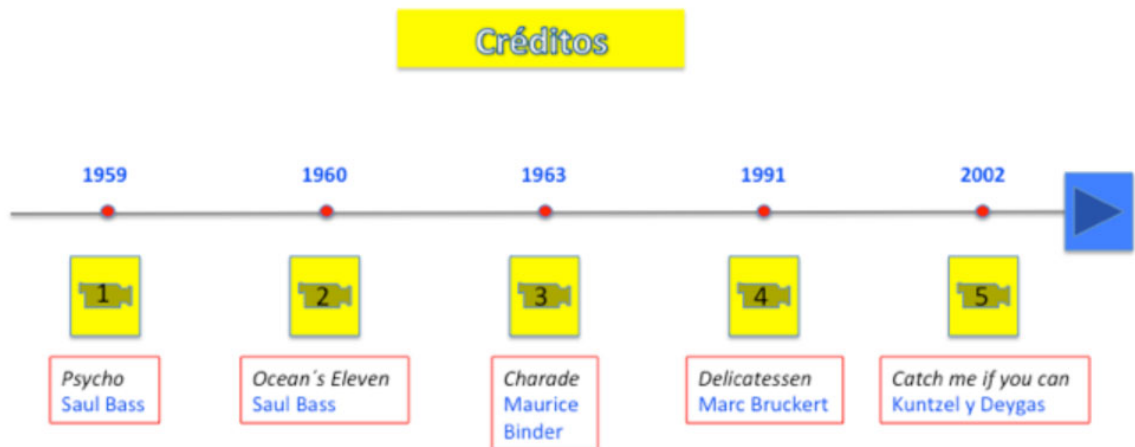
diferencia de la narratología fílmica cuya base discursiva es literaria, la narración infográfica se vale de elementos como el uso de tipologías, infogramas (combinación de elementos visuales), la utilización de elementos gráficos simples como flechas, conectores y líneas; y, por supuesto, grafismo animado para trabajar desde la lógica organizativa de la esquemática y la visualística.

Los diseñadores Saúl Bass y Maurice Binder han sido reconocidos como grandes talentos para la creación de créditos[12]. En sus secuencias se distinguen elementos narrativos propios de la infografía. Algunos ejemplos tomados de su prolífica producción son las clásicas secuencias de títulos de Bass para *Vertigo*[13] *Psycho* [14] y *Ocean's Eleven*[15] y los de Binder para *Surprise Package*[16], *Charade*[17] y *Dr. No*[18].

Si bien en la actualidad los créditos de Bass y Binder pueden parecer elementales al ser comparados con los generados mediante tecnologías digitales (como es el caso de las espectaculares aplicaciones infográficas en las producciones de Steven Spielberg), éstos se construyeron con base en los mismos fundamentos del diseño de información, es decir, con los recursos, características, aplicaciones, elementos y sistemas de organización ya descritos.

Gracias al boom digital, en las últimas décadas algunas películas muestran verdaderas obras maestras en cuanto a diseño de créditos se refiere. Casos destacados son las creaciones de diseñadores como Marc Brucket quien se encargó de los créditos de *Delicatessen*[19] y la secuencia absolutamente infográfica generada por los artistas Kuntzel y Deygas para *Catch Me if You Can*[20].

En todos los ejemplos arriba mencionados, la infografía de créditos presenta un universo gráfico que no es sólo una sumatoria de imágenes y textos, sino la aplicación del paradigma propuesto por Joan Costa: integración de imagen, esquema y signo[21]. Esto para concebir un sistema de organización, por categorías, jerarquías, magnitudes, secuencialidades, contemporaneidades y espacialidades primordialmente no lineales. Y, en los casos más recientes, el empleo de recursos como el hipertexto, la interacción, el diseño multimedia y la animación digital. Todo ello con un solo objetivo: transformar elementos complejos y abstractos en visualizaciones concretas, dinámicas y atractivas.



Línea de tiempo que muestra propuestas infográficas en créditos de películas.

Para visualizar las secuencias dar clic en el link correspondiente:

1 <http://youtu.be/Tek8QmKRODw>; 2 <http://youtu.be/xnG3OjlcN8M>; 3 <http://youtu.be/yjGDjwxRwp>; 4 <http://youtu.be/VtbTe52lmlc>; 5 http://youtu.be/gaLDyrun_Cc

5. CONSECUENTES INFOGRÁFICOS EN EL CINE DE FICCIÓN Y EL DOCUMENTAL

Además de los créditos, la infografía se incorpora con progresión a la narración fílmica en películas de ficción animadas y documentales. Para los espectadores, los críticos y los estudiosos del cine acostumbrados a lo convencional, este tipo de diseño de información puede percibirse como un exceso o manierismo sin intención, debido a que suele relacionarse la idea de contar o narrar con la secuencialidad lineal literaria.

Lejos de los meros efectismos, las propuestas infográficas potencian las cualidades de los lenguajes gráficos cinematográficos. Un caso interesante es la película ***Stranger than Fiction***^[22], en la cual Marc Foster presenta una historia que combina el desarrollo argumentativo lineal con la narrativa infográfica no lineal para resaltar aspectos significativos en el filme.



Fotograma de ***Stranger than Fiction*** (Marc Foster, Estados Unidos, 2006)

Visualización de la secuencia infográfica inicial, disponible en: <http://youtu.be/aTI42sYCLHc>

La primera secuencia de la película (3 min. aprox.) presenta a Harold Crick (interpretado por Will Ferrel), el personaje principal. Desde la primera toma se reconocen las aplicaciones infográficas con intención narrativa. Las imágenes introductorias en *zoom in*, cuyo referente son los recursos cartográficos, son útiles para ubicar a Harold en momentos precisos de su ambiente urbano cotidiano. Durante el desarrollo de la secuencia, la infografía apoya en la

descripción de la personalidad del protagonista: hombre exacto, meticuloso, pulcro y cronometrado. Al tiempo que se muestran cada una de sus acciones, se recurre a la tipografía para distinguirlas con datos visuales mientras que una voz *off* femenina cuantifica cada cosa y asunto realizado por él.

El diseño de información de ***Stranger than Fiction*** utiliza tipografía, esquemas, animaciones, despieces e info-datos para precisar detalles como el número de nudos en la corbata de Harlod, la cantidad de pasos que éste da rumbo a su trabajo, las operaciones mentales que realizan él y un compañero, la ubicación esquemática de objetos y espacios, en fin, todo aquello complementario para facilitar la comprensión del espectador. El filme combina narraciones lineales y no lineales para presentar una propuesta narrativa que saca provecho de lo visual.

El cine documental es otro caso significativo de aplicación infográfica. El diseño de información adquiere un sentido didáctico, dirigido a un propósito específico, el cual puede ser crítico, reflexivo, educativo o cualquier otra intención o motivación que se busque expresar.

Este tipo de filmes utilizan abundantes recursos de postproducción. Pueden ser considerados documentales animados, de collage y de hipermontaje[23], definidos así por el uso de recursos gráficos producidos con software y tecnologías digitales que derivan en propuestas visuales y narrativas distintivas por su estética dinámica, diagramática, de síntesis, de composición en capas con economía de información ordenada y jerarquizada.

Documentales como ***Super Size Me***[24], ***An Inconvenient Truth***[25], ***Fuel*** (Josh Tickell, 2008), ***Theage of Stupid***[26], ***Sea Rex 3d***[27] o ***Freakonomics***[28] son algunos ejemplos de esta forma narrativa actual.

De los documentales mencionados, ***Fuel*** resulta ser un infográfico en pleno. Aquí, el activista Josh Tickell se propone evidenciar los efectos perjudiciales que generan los combustibles fósiles y promover el uso de biodiesel como alternativa ecológica. Para ello recurre a todas las posibilidades del diseño de información, con la finalidad de describir, explicar, exponer, jerarquizar y dirigir la atención del espectador, informarlo y sensibilizarlo

mediante visualizaciones de datos, grafismo animado y esquemas presentes en la mayoría de las secuencias.





	<p>Ubicación geográfica</p>		<p>Síntesis gráfica y estadística</p>
	<p>Animación 2D</p>		<p>Intención didáctica</p>

Imagen 10. Recursos infográficos en *Fuel*, de Josh Tickell, Estados Unidos, 1990.

Las secuencias de *Fuel* narran a través de ubicación geo-referenciada, síntesis gráfica y estadística, mapas, animaciones 2D, con explícita intención didáctica en los momentos donde el director presenta comparativos informativos para apelar a la toma de conciencia. Todos estos recursos son utilizados para propósitos específicos: hacer entendible al espectador un problema complejo, hacer accesible el empleo de cifras y hacer una propuesta visual dinámica con narrativa por capas para lecturas no secuenciales ni unidireccionales.

posibilidades, a enfocarse en aquellos factores específicos del medio cada vez más expuestos por las tecnologías digitales.

CITAS Y NOTAS

[1] La cita corresponde a una traducción para la revista Estudios Cinematográficos de la UNAM, cuyo original se encuentra en el libro *Post-theory. Reonctructign Film Studies*, editado por David Bordwell y Noël Carroll y publicado en 1996.

[1] Lenguaje en un sentido metafórico, como lo describió Christian Metz, refiriéndose al cine (Cfr. METZ, Christian, *Ensayos sobre la significación en el cine*, vol. 1 y 2, Paidós).

[2] Gui Bonsepe. *Del objeto a la interfase*, Buenos Aires, ediciones Infinito, 1998, pág. 52.

[3] José Luis Valero. *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*, España, Universidad Jaueme, 2001, pág. 201.

[4] Alberto Cairo. *Infografía 2.0. Visualización interactiva de la información en prensa*, Madrid, Alamut, 2008, en: <http://www.albertocairo.com/infografia/noticias/2008/infografia20.html>, [15 de junio de 2011].

[5] Para conocer más acerca de la infografía aplicada a la prensa se recomienda consultar el trabajo de: José Luis Valero, Raymond Colle, Ramón Salverría, James Stovall, Jorge Frascara y Alberto Cairo.

[6] Joan Costa. *La esquemática. Visualizar la información*, España, Paidós, 1998.

[7] Existen aplicaciones infográficas para el diseño de ambientes o información sonora que se integran o debería integrarse a la infografía audiovisual, lo cual amerita una explicación detallada. Pero este ensayo se dedica a explicar fundamentalmente lo gráfico visual.

[8] Su trabajo se desarrolla dentro del ámbito de la cartografía y dentro del contexto teórico de la semiología en la década de los 60 del s. XX.

[9] Se traduce al español a partir de la traducción al inglés, de donde se lee *Graphics: It is a strict and simple system of signs, which anyone can learn to use and which leads to better understanding. Thus, it leads to better decision making.* Jacques Bertin, *Semiology of graphics*, Wisconsin, University of Wisconsin Press, 1983 y *Graphics and Graphic Information-Processing*, New York, Walter de Gruyter, 1981.

[10] Valero, op. cit.

[11] Lev Manovich, *Software takes command*, november 30, Versión 11/20/2008, Estados Unidos, www.softwarestudies.com/softbook [5 de abril, de 2012].

[12] El trabajo de diseño gráfico para el cine se comenzó a valorar a mediados del siglo XX, aunque ya se realizaba desde décadas atrás.

[13] Alfred Hitchcock, ***Psycho***, Estados Unidos, 1959, 112 min.

[14] Alfred Hitchcock, ***Vertigo***, Estados Unidos, 1958, 120 min.

[15] Lewis Milestone, ***Ocean's Eleven***, Estados Unidos, 1960, 120 min.

[16] Stanley Donen, ***Surprise Package***, Estados Unidos, 1960, 99 min.

[17] Stanley Donen, ***Charade***, Estados Unidos, 1963, 114 min.

[18] Terence Young, ***Dr. No***, Estados Unidos, 1962, 111 min

[19] Marc Caro y Jean-Pierre Jeunet, ***Delicatessen***, Francia, 1991, 99 min.

[20] Steven Spielberg, ***Catch Me If You Can***, Estados Unidos, 2002, 141 min.

[21] Costa, op. cit.

[22] Marc Foster, ***Stranger Than Fiction***, Estados Unidos, 2006, 113 min.

[23]Aram Vidal. “Nuevas tendencias formales del cine documental en el siglo XXI”, en: <http://www.eloquepiensa.net/index.php/articulos/188>, [15 de junio de 2011].

[24] Morgan Spurlock, ***Super Size Me***, Estados Unidos, 2004, 96 min.

[25]Davis Guggenheim, ***An Inconvenient Truth***, Estados Unidos, 2006, 100 min.

[26] Fanny Armstrong, ***The Age of Stupid***, Estados Unidos, 2009, 109 min.

[27] Pascal Vuong y Ronan Chapalain, ***Sea Rex 3D: Journey to a Prehistoric World***, Francia, Gran Bretaña, 2010, 41 min.

[28] Heidi Ewing, *et. al.*, ***Freakonomics***, Estados Unidos, 2010, 93 min.

[29] David Bordwell. “Los estudios contemporáneos sobre cine y las vicisitudes de la Gran Teoría”, en: *Estudios Cinematográficos, Revista 11: Teorías cinematográficas*, Ciudad de México, UNAM, 2010, págs. 4-23.

BIBLIOGRAFÍA

ALTMAN, Rick, *A Theory of Narrative*, New York, Columbia University Press, 2008.

AUMONT, Jaques y MARIE Michel, *Análisis del film*, Barcelona, Paidós, 1993.

AUMONT, Jacques, BERGALA Alain, MARIE Michel y VERNET Marc, *Estética del cine*, Barcelona, Paidós, 1996.

BERTIN, Jacques, *Semiology of graphics*, Wisconsin , University of Wisconsin Press, 1983.

BERTIN, Jacques, *Graphics and GraphicInformation-Processing*, New York, Walter de Gruyter, 1981.

BONSIEPE, Gui, *Del objeto a la interfase*, Buenos Aires, Infinito, 1998.

BORDWELL, David, *La narración en el cine de ficción*, Barcelona, Paidós, 2000.

BORDWELL, David, "Los estudios contemporáneos sobre cine y las vicisitudes de la Gran Teoría", en *Estudios Cinematográficos, Revista 11: Teorías cinematográficas*, Ciudad de México, México, 2010, págs. 4-23.

BRANIGAN, Edward, *Narrative Comprehension and Film*, Estados Unidos, Routledge, 1992.

CHATMAN, Seymour, *Historia y Discurso. La estructura narrativa en la novela y el cine*, Madrid, Taurus, 1990.

COSTA, Joan, *La esquemática. Visualizar la información*, Barcelona, Paidós, 1998.

GAUDREAULT, André y JOST François, *El relato cinematográfico*, Barcelona, Paidós, 1995.

METZ, Christian, *Ensayos sobre la significación en el cine (1964-1968)*, vol. 1, Barcelona, Paidós, 2002.

METZ, Christian, *Ensayos sobre la significación en el cine (1968-1972)*, vol. 2, Barcelona, Paidós, 2002.

STAM, Robert, *Teorías del cine. Una introducción*, Barcelona, Paidós, 2001.

VALERO, José Luis, *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*, España, Universidad Jaueme, 2001.

VAYONE, Francis, *Guiones modelo y modelos de guión*, Barcelona, Paidós, 1996.

REFERENCIAS CONSULTADAS EN INTERNET

CAIRO, Alberto, *Infografía 2.0. Visualización interactiva de la información en prensa*, Madrid, Alamut, 2008, en: <http://www.albertocairo.com/infografia/noticias/2008/infografia20.html>, [15 de junio de 2011].

MANOVIC, Lev, "Macrocinema" en: www.manovich.net/macrocinema.doc, [28 de junio de 2011].

MANOVIC, Lev, *Software takes command*, november 30, Versión 11/20/2008, USA. www.softwarestudies.com/softbook [5 de abril, de 2012].

VALERO, José Luis, "La infografía digital en el comienzo de una nueva manera de informar", en: www.analitica.com/media/9399701.pdf, [28 de junio de 2011].

VIDAL, Aram, "Nuevas tendencias formales del cine documental en el siglo XXI", en: <http://www.eloquepiensa.net/index.php/articulos/188>, [15 de junio de 2011].

FILMOGRAFÍA MENCIONADA

AMSTRONG Fanny, *The age of Stupid*, Estados Unidos, 2009, 109 min.

CARO Marc y JEUNET Jean-Pierre, *Delicatessen*, Francia, 1991, 99 min.

DONEN Stanley, *Charade*, Estados Unidos, 1963, 114 min.

DONEN Stanley, *Surprise Package*, Estados Unidos, 1960, 99 min.

EWING, Heidi, *et. al.*, *Freakonomics*, Estados Unidos, 2010, 93 min.

FOSTER Marc, *Stranger Than Fiction*, Estados Unidos, 2006, 113 min.

GUGGENHEIM Davis, *An Inconvenient Truth*, Estados Unidos, 2006, 100 min.

HITCHCOCK Alfred, *Psycho*, Estados Unidos, 1959, 112 min.

HITCHCOCK Alfred, *Vertigo*, Estados Unidos, 1958, 120 min.

MILESTONE Lewis, *Ocean's Eleven*, Estados Unidos, 1960, 120 min.

SPIELBERG Steven, *Catch Me If You Can*, Estados Unidos, 2002, 141 min.

SPURLOCK Morgan, *Super Size Me*, Estados Unidos, 2004, 96 min.

TICKELL Josh, *Fuel*, Estados Unidos, 2008, 90 min.

VUONG Pascal y CHAPALAIN Ronan, *Sea Rex 3D: Journey to a Prehistoric World*, Francia,
Gran Bretaña, 2010, 41 min.

YOUNG Terence, *Dr. No*, Estados Unidos, 1962, 111 min.

Leer 211 veces

Jacqueline Gómez Mayorga

Maestra en Ciencias y Artes para el Diseño y licenciada en Comunicación Social por la UAM, Xochimilco. Su trabajo profesional está dedicado a la docencia, la investigación y al diseño de contenido audiovisual. Es integrante de la Asociación Mexicana de Teoría y Análisis Cinematográfico (SEPANCINE), de la Asociación Mexicana de Estudios en Estética (AMEST) y de la Asociación Mexicana de Semiótica Visual y del Espacio (AMESVE). Actualmente realiza el doctorado en Ciencias Políticas y Sociales en la UNAM, orientación en Comunicación, con el tema Estesis Cinematográfica y cine digital.