

Multimedia I

Gráfica. La Unidad informativa.

Lic. Daniel do Campo Spada ©

Texto extraído de

"Curso General de Comunicación". Lic. Daniel do Campo Spada (2004)

Todo lo impreso se encuentra en dos dimensiones. La profundidad (o tercera dimensión), es una construcción cerebral que vamos incorporando con el tiempo. Por ello los niños, en una etapa temprana confunden la distancia de las cosas y a su vez no ven nada en una foto o televisor. Ese es un aprendizaje que se da con la experiencia de la deformación de la imagen. Percibir la perspectiva es una señal de madurez visual.

Dentro de las expresiones gráficas, en este curso hemos elegido la que se hace sobre papel, y de ellas fundamentalmente la que corresponde a la prensa. Por ello, a continuación mostraremos algunos parámetros básicos en el diseño de cualquier revista o periódico.



La importancia de las columnas.

Aunque sea mínimamente imperceptible, cuando leemos tendemos a modificar la proyección de la vista entre un ojo y el otro. En la lectura occidental, por ejemplo, el izquierdo queda marcando el renglón, en tanto que el derecho avanza en la captación de las palabras. Las personas que no pueden soportar este mínimo estrabismo necesita apoyar su dedo sobre la línea para que al retomar el inicio de la siguiente sepa donde queda. Para ello, los textos deben ser divididos en columnas, lo que nos permite disminuir la apertura visual.

También ayuda a la jerarquización y distribución de la información, dándole un criterio estético y de ordenamiento lógico.



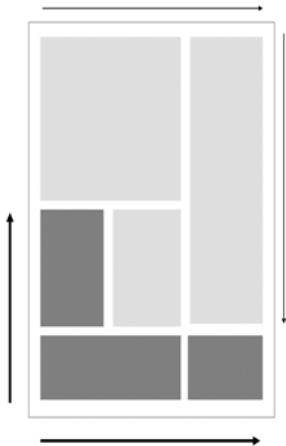
La distribución de temas.

En una tapa es donde queda de manifiesto cómo se debe distribuir la información ya que se juntan noticias de todas las secciones de una publicación. Utilizando los mismos criterios que se emplean para determinar cuando un *hecho* se convierte en *noticia*, algunas informaciones tienen mayor importancia que otras.

Desde allí, se deben diagramar desde *arriba hacia abajo* y de *izquierda a derecha* en función de su peso informativo.

Además, se debe tener en cuenta que no se pueden mezclar las sec-

ciones a las cuales pertenecen. En la ilustración vemos que las tramas distintas no se cruzan. De acuerdo a las características de la publicación, unas secciones prevalecerán sobre otras, pero jamás se deben intercalar.



Jerarquía entre notas y avisos publicitarios.

En una publicación periodística los anuncios cumplen un rol fundamental. Gracias a ellos se mantienen muchos diarios o revistas. Sin embargo, las noticias conservan un estatus de prestigio superior al de la publicidad por lo que deben ir siempre encima de los anuncios. A su vez, podemos percibir que se distribuyen de una forma sutilmente diferente. En cuanto a los extremos, las notas van *de izquierda a derecha* y *de arriba hacia abajo*. Los anuncios, en cambio, se disponen *de afuera hacia adentro* y *abajo hacia arriba*. El ejemplo corresponde a una página par, por lo que *el afuera* queda a la izquierda, ya que a la derecha queda una página impar. Con tonos mas suaves están las notas y los mas oscuros son los avisos.



Las fotos.

Las imágenes tienen una dinámica particular. Una imagen humana siempre (por el fenómeno denominado *pulsión escópica*¹) provoca mas atracción que algo inanimado. A su vez, cuando algo "apunta" o "mira", debe ser hacia adentro de la nota. En caso de que la misma sea de una sola columna, o la imagen ocupe todo el ancho de la información, la misma debe dirigirse hacia adentro, pero nunca hacia el exterior. En el ejemplo, el ejecutivo mira hacia adentro de la página (desde un anuncio). En cambio, el anuncio del pie, la foto apunta con su espada hacia el interior del mismo aviso.

La imagen del Papa Juan Pablo II observa hacia el resto de la nota. El señor de la otra nota (foto de Agnelli, presidente de Fiat) está en una posición de mirada frontal porque no le queda hacia donde ver. Si el archivo solo tuviera imágenes mirando a izquierda o derecha, la única opción es observar las notas hacia el sector en el que hay resto de centímetros.

¹ Pulsión escópica es un fenómeno instintivo, en que por autoprotección no podemos dejar de mirar hacia aquello que tiene movimiento. De la misma forma que en una foto bidimensional somos capaces de percibir la profundidad, en una imagen estática somos capaces de "ver" movimiento.