



## Jornades de Foment de la Investigació

# LA ANIMACIÓN INFOGRÁFICA EN LA CULTURA AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEA

**Autor**

Marta MARTÍN.

**La animación infográfica en la cultura audiovisual contemporánea<sup>1</sup>**

**Marta Martín Núñez**

Personal investigador en prácticas (FPU-MEC), Comunicación Audiovisual y Publicidad

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Grupo de investigación ITACA-UJI

Facultad de Ciencias Humanas y Sociales

Universitat Jaume I

mnunez@com.uji.es

---

<sup>1</sup> El presente trabajo ha sido realizado con la ayuda del Proyecto de Investigación “Nuevas Tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales contemporáneos”, financiado por la convocatoria del Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Ciencia e Innovación, para el periodo 2008-2011, con código CSO2008-00606/SOCI, bajo la dirección del Dr. Javier Marzal Felici.

Las imágenes infográficas —también llamadas digitales o de síntesis— han aumentado de forma exponencial durante los últimos años, invadiendo las múltiples pantallas, de las más pequeñas a las más grandes, a las que nos conectamos diariamente. Es un proceso que ha pasado casi desapercibido y que, en última instancia, se ha centrado en mostrar los avances que se han ido produciendo en la tecnología que la hace posible como progresos hacia la consecución de imágenes más perfectas, más orgánicas, más hiperreales, y en otorgarle poder a la imagen digital por su versatilidad en la representación. En esta comunicación lo que se pretende hacer es insertar las imágenes de animación infográfica, con todo lo que conllevan, en la cultura audiovisual contemporánea —que definiremos brevemente—, adoptando una posición crítica hacia lo que representan y cómo lo representan. Así, realizaremos una lectura crítica de las imágenes infográficas desde las teorías de la postmodernidad tomando como referentes a Jean Baudrillard, Umberto Eco y Fredric Jameson, donde exploraremos la naturaleza de la infografía como imagen, su relación con la repetición, la intertextualidad y los pastiches, y su capacidad para representar la hiperrealidad.

### 1. LA CULTURA AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEA: BREVE CARACTERIZACIÓN

Antes de entrar a analizar cuál es la posición de la animación infográfica en la cultura audiovisual contemporánea conviene detenerse momentáneamente en realizar un pequeño mapa de los rasgos que la caracterizan, ya que es en este contexto donde se idean, se producen y se consumen las imágenes que aquí interesan. Para ello se partirá del examen que realizan Juan Miguel Company y Javier Marzal (1999: 38-58) de los recursos retóricos que caracterizan el cine de acción contemporáneo. Los rasgos que señalan estos autores son fácilmente extrapolables a la cultura audiovisual actual por la permeabilidad inevitable entre el cine de acción contemporáneo y otros productos *mainstream* en los que se prioriza la espectacularidad, el golpe visual y una insaciable pulsión escópica como son la publicidad audiovisual, el discurso televisivo, los videoclips o los videojuegos, como señalan continuamente los autores a lo largo del texto. Con el fin de organizar y sistematizar todas las apreciaciones que realizan Company y Marzal de una forma sintética se ha optado por la enumeración de dichos recursos reorganizándolos en cuatro bloques.

#### a) Construcción de un relato verosímil

- La puesta en escena espectacular está al servicio de la construcción de un verosímil filmico, que sigue siendo fundamental para el éxito del relato.
- El público acepta de esta forma las reglas del juego de la representación espectacular, y acude al cine para gozar del espectáculo audiovisual, conociendo el juego del lenguaje que el discurso filmico articula.
- Existe un alto grado de autorreferencialidad, gracias a la creación de programas y documentales que venden los trucos visuales y la tecnología de producción, como los *making of*.
- El tratamiento que recibe la banda sonora favorece la puesta en escena de la verosimilitud filmica al componerse de sonido directo, sonido ambiente, efectos sonoros y música, que confieren a la película

un realismo extraordinario. La presencia constante de sonido envolvente tiene como objetivo hipnotizar y cautivar la atención del espectador. La música compuesta para los films cumple una clara función de refuerzo espectacular de la banda de imagen.

### b) **Pregnancia del encuadre**

- El encuadre se torna autosuficiente, recargado de efectos visuales por miedo a dejar alguna parte del cuadro vacía de algún elemento que estimule la retina del espectador.
- La dirección de fotografía está dirigida a generar una imagen pregnante que cautive y fascine la mirada, llegando incluso a acercarse a la iconografía expresionista, aunque también está dirigida a la construcción de la verosimilitud.
- La cámara goza de una gran movilidad, que contribuye a proclamar la autarquía del plano respecto a la progresión narrativa del relato a través de *zooms*, grúas, *steadycam*, *travellings* de largo recorrido, brucas panorámicas o constantes reencuadres.
- La composición del plano es dinámica, abandonando la idea de equilibrio para hacerla más atractiva al ojo. Al predominar la complejidad compositiva, la unidad de análisis ya no puede ser el plano, sino el propio encuadre.
- La escalaridad del plano se reduce, por una clara preferencia por los planos cortos, planos detalle o primeros planos, producidos con teleobjetivos que distorsionan la perspectiva.
- El espacio se fragmenta, al utilizar una gran variedad de planos cortos para representar una sola acción. El encuadre se hace así más dinámico y más atractivo.
- Se realizan constantes cambios de angulación de cámara, con perspectivas muy marcadas como los planos picados y contrapicados.

### c) **Montaje escópico y espectacular**

- El montaje sigue un principio de despedazamiento del espacio que actúa como motor de la configuración espectacular. En lugar de una absorción diegética, se busca una absorción escópica.
- La duración de los planos se reduce de una media de 6 a 8 segundos a de 2 a 4 segundos, con el fin de estimular al ojo.
- Se reutilizan e incorporan procedimientos de montaje propios del cine experimental sometidos a los principios de entretenimiento y de hipnosis escópica con el objetivo de fascinar al público.
- Se ralentiza la imagen en las secuencias de acción y violencia física, con el fin de estetizarla y sofisticarla.
- Se distorsiona la temporalidad por la composición y elaboración del encuadre (textura, color y contraste, ralentización de la imagen espectacular, fragmentación del espacio, violentas elipsis temporales y montaje abrupto).
- La cámara adquiere una gran ubicuidad con el fin de espectacularizar la puesta en escena, dotada de absoluta libertad para mostrar los puntos de vista más insólitos.
- Se realiza un montaje multicámara para poder ver una acción hasta desde cinco posiciones distintas,

lo que supone un espectáculo para el ojo gracias a su pregnancia intrínseca

- Se combina un espacio off homogéneo y un espacio off heterogéneo, como consecuencia del despedazamiento espacial que subraya el trabajo sobre la superficie de la imagen.

### **d) Dimensión espectacular frente a la narrativa**

- El arranque es sintético, tendiendo a la economía narrativa que remite al universo del spot publicitario y del serial televisivo para captar la atención del espectador en los primeros minutos del film.
- Los créditos de arranque están diseñados con un carácter decididamente espectacular.
- Existe una voluntad de mostrar la acción física para atrapar la atención de una audiencia ávida por consumir imágenes espectaculares, lo que lleva a utilizar imágenes infográficas para mostrar de forma verosímil lo no mostrable.
- Se escenifica el dolor físico y la muerte como un espectáculo para la mirada del espectador (el espectáculo se utiliza así como estrategia para construir la distancia necesaria y protección psicológica para que el público no pueda identificarse con la representación del dolor).
- Predomina una identificación afectiva íntimamente relacionada con la iconografía del spot publicitario y la sociedad de consumo. Por ello, se representa lo bello y lo atractivo.
- Los personajes carecen de profundidad psicológica interpretando papeles estereotipados, construyendo un tipo de relato simple y superficial que no necesita esfuerzo psicológico o intelectual para su consumo.
- Los diálogos son previsibles y estereotipados, de carácter artificial y de escasa credibilidad.
- Se sustituye la dimensión metafórica y poética del cine clásico por la alegoría en el cine de acción contemporáneo. Mientras que la metáfora está abierta a significados, la alegoría remite de manera mecánica, rígida, esclerotizada y cerrada, a un concepto materializado de un objeto, personaje o acción del relato.
- El final del film está gobernado por el happy-end irremediable, donde se restablece el orden inicial. Por ello se enfatiza la puesta en escena de la resolución del conflicto, concebida como apoteosis de imágenes para el goce del público.
- Se utiliza la serialidad como estrategia para compensar el trauma del final del espectáculo junto con la promesa de nuevas aventuras en el cierre narrativo.
- Su valor es meramente epidérmico por lo que es incapaz de dejar huella en la memoria del espectador.

Aunque parezca contradictorio el hecho de que las imágenes infográficas construyan un relato verosímil, se atienen a este principio como lo hace el cine de acción contemporáneo. Por ello, encontramos la espectacularidad en los personajes fantásticos, los escenarios virtuales, los efectos visuales, o en los movimientos de cámara que, precisamente atraen la mirada por lo reales que parecen. Explosiones, tormentas o personajes que nunca han existido pero que tienen la apariencia y se articulan con un hiperrealismo exacerbado. ¿Y qué ocurre

con la realidad fantástica e imposible que también vemos en las películas? Manovich (2005: 384-385) ofrece una explicación: «Hollywood [...] recurre a la introducción de personajes no humanos como alienígenas, mutantes o robots. Nunca nos damos cuenta [...] porque son coherentes, en términos de percepción, con el decorado. Es decir, que parece que podrían haber existido en un espacio tridimensional y, por tanto, podrían haber sido fotografiados». De esta forma, el relato verosímil no se define precisamente por lo que es real, sino por aquello que podría haber sido grabado.

Respecto a los rasgos que caracterizan el encuadre y el montaje en la cultura audiovisual contemporánea, las producciones de animación infográfica las plasman e incluso las potencian, ya que por las cualidades intrínsecas de la imagen infográfica, todos los parámetros relacionados con la composición del encuadre, la escalaridad de los planos, la dirección de fotografía, la movilidad de la(s) cámara(s), la fragmentación del espacio, o la ralentización de los planos son fácilmente editables y animables. Al ser explotados todos sus recursos expresivos, el encuadre y el montaje de dichos encuadres adoptan una gran importancia en las producciones de animación infográfica.

Por último, cabe realizar una reflexión acerca de la espectacularidad de las imágenes de animación infográfica. La inmadurez propia de una nueva técnica de generar imágenes como esta ha provocado que quizá su utilización (especialmente en largometrajes) haya pecado de una excesiva espectacularidad y mostración de la tecnología por encima de la narración. Esto se observa en el interés que despierta en la audiencia la animación infográfica como técnica de producción audiovisual, que ha sido explotada en programas especiales sobre la producción de las propias películas, spots o videoclips, generando un discurso en el que la propia tecnología es el mensaje.

## **2. UNA LECTURA POSTMODERNA DE LA IMAGEN INFOGRÁFICA**

Una vez caracterizada brevemente la cultura audiovisual que rodea a las imágenes infográficas conviene mirarlas a la luz de las teorías de la postmodernidad, ya que adquieren un matiz distinto al que se ha mostrado hasta ahora. Es habitual definir la animación infográfica desde los avances que se han ido produciendo en la tecnología que la hace posible, como el progreso hacia la consecución de imágenes más perfectas, más orgánicas, más hiperreales, y en otorgarle poder a la imagen digital por su versatilidad en la representación. Sin embargo, lo que se pretende aquí es contextualizar estas imágenes digitales en la cultura audiovisual contemporánea que acabamos de definir, adoptando una posición crítica hacia lo que representan y cómo lo representan.

Las teorías de la postmodernidad<sup>2</sup> nos brindan el marco apropiado desde donde partir para realizar una lectura crítica de las imágenes infográficas. Como indica Javier Marzal (2007: 154)

«el debate acerca de la postmodernidad ha encontrado en el campo del arte un espacio muy fructífero [...] El

---

<sup>2</sup> El debate sobre qué es la postmodernidad, si una segunda etapa de la modernidad o un desplazamiento hacia algo distinto no nos ocupa en este momento, aunque somos conscientes del debate en torno a estas posturas (Foster en Foster et al., 1986: 7).

desarrollo de las sociedades postindustriales, los desiguales efectos de la globalización, la crisis del modelo social patriarcal, la heterogeneidad de las prácticas artísticas basadas en el mestizaje intercultural, entre otros aspectos, son síntomas que expresan el fracaso de la razón ilustrada, y la necesidad de reconocer la diversidad y heterogeneidad culturales en todos los órdenes de la actividad humana.»

Es por esto que el cambio en las prácticas culturales y estéticas que se viene dando en las sociedades occidentales desarrolladas desde los años 60 han hecho a los analistas de la cultura reflexionar durante las últimas décadas del siglo XX acerca de un distanciamiento respecto a la modernidad. Desde luego, los extraordinarios avances tecnológicos han revolucionado la forma de producir y consumir la cultura y, por lo tanto, «resulta difícil ignorar que este hecho ha debido de tener un profundo impacto sobre la naturaleza estética de la cultura visual contemporánea» (Darley, 1999: 103). Puede que la animación infográfica haya sido la última nueva forma de producción de imágenes que conoce nuestra sociedad, que además se viene desarrollando desde los años 60, por lo que probablemente refleje muchas de las críticas que los teóricos realizan sobre la nueva cultura visual.

Así pues, pretendemos realizar una lectura de la animación infográfica desde las teorías de la postmodernidad por lo que se abordarán los tres ejes directamente relacionados con la naturaleza de la imagen digital: la imagen infográfica como (re)presentación, el carácter intertextual que despliega y la hiperrealidad del detalle que muestra, que arrojarán luz sobre la posición en la que se encuentra en la cultura audiovisual contemporánea.

### **3. LA IMAGEN INFOGRÁFICA COMO (RE)PRESENTACIÓN**

Si se toma como partida el concepto de imagen según lo define Baudrillard, la animación infográfica estaría muy cerca de no ser una imagen, ya que para él «una imagen es justamente una abstracción del mundo en dos dimensiones, es lo que quita una dimensión al mundo real e inaugura, de ese modo la potencia de la ilusión. La virtualidad, en cambio, al hacernos entrar en la imagen, al recrear una imagen realista<sup>3</sup> en tres dimensiones (agregando incluso una especie de cuarta dimensión a lo real para volverlo hiperreal), destruye esa ilusión». (Baudrillard, 2006: 16). Para este pensador, la imagen infográfica, al recrear las tres dimensiones espaciales pierde la cualidad de ilusión que toda imagen tiene frente a su referente, por lo que deja de ser una ilusión, una representación de algo para convertirse en ese algo: «Las imágenes han pasado a las cosas. Ya no son el espejo de la realidad: han ocupado el corazón de la realidad transformándola en una hiperrealidad en la cual, de pantalla en pantalla, ya no hay para la imagen más destino que la imagen» (Baudrillard, 2006: 28). Es así, por tanto, como la imagen infográfica pasa de ser una representación a una presentación ya que para Baudrillard «el apogeo de esta des-imaginación de la imagen, de estos esfuerzos

---

3 La autora interpreta que una «recreación realista» puede hacer referencia distintos medios de representar imágenes, por lo que una imagen infográfica fotorrealista (que toma como realidad una fotografía) sería igual de realista que una imagen infográfica *cartoon* (que toma como realidad la animación tradicional).

inauditos por hacer que una imagen deje de ser una imagen, es la imagen de síntesis, la imagen numérica, la realidad virtual» (2006: 15).

El proceso de des-imaginación al que hace referencia Baudrillard surge, en última instancia, por la capacidad de la imagen infográfica de generar una *simulación* de otras imágenes, es decir, imágenes resultantes de otros medios de representación. Por ejemplo, en un plano de animación infográfica tan fotorrealista en el que el ojo humano no pueda distinguir si se trata de un plano de cine real o de un plano de imagen de síntesis, lo que se está simulando no es la realidad, sino la realidad que estamos acostumbrados a percibir a través de una cámara de cine. No se trata, por tanto, de simulación de la realidad sino de simulación de la fotorrealidad. De esta forma, quizá el paso más importante para el desarrollo de la infografía no haya sido la evolución de la tecnología sino el hecho de «aceptar la imagen fotográfica como la realidad» ya que de esta forma «el camino a su simulación futura quedaba abierto» (Lev Manovich, 2005: 264-265). La fuerza con la que los medios de representación como la fotografía y el cine han penetrado en el imaginario colectivo durante parte del siglo XIX y el siglo XX ha sido tal que hemos aprendido a leer estas imágenes como la realidad (nada más lejos de ella), cuando sólo son una representación fotorreal de la realidad.

A la luz de la teoría de Baudrillard, por tanto, se debería reflexionar acerca de si la animación infográfica (tal y como se consume hoy a través de una pantalla que proyecta o sobre la que es proyectada la imagen), no ha dejado de ser una representación para convertirse en una presentación (es decir, que deja de ser una imagen para convertirse en la cosa en sí por la tridimensionalidad que adquiere), sino que ha dejado de ser una representación para convertirse en una re-representación. Es decir, se trata de una representación de una representación o lo que es lo mismo, una imagen de una imagen ya que lo que representa no es la realidad, sino la realidad que conocemos y nos llega a través de otros medios de representación como la fotografía, el cine, los videojuegos o la animación.

Sin embargo, más allá de cuestionar el estatuto de la imagen infográfica como representación, lo que nos interesa es cómo la imagen infográfica genera un valor añadido a los productos audiovisuales si se limita a simular medios de representación previos. ¿Existe innovación en este medio de representación? ¿dónde se encuentra, si existe? Por el momento, si tenemos en cuenta que la imagen infográfica se alimenta de otras imágenes, debemos detenernos en el fenómeno de la intertextualidad, la repetición y los pastiches que surgen como tres rasgos diferenciadores de la cultura postmoderna.

#### **4. REPETICIÓN, INTERTEXTUALIDAD Y PASTICHES**

Una idea que plantean tanto Jean Baudrillard como Umberto Eco o Fredric Jameson es la de la repetición continua de patrones en la sociedad, que actúan rescatando estéticas del pasado y actualizándolas. Baudrillard reflexiona acerca de esta idea haciendo uso del concepto de modalidad, que remite a la reutilización de lo antiguo para producir originalidad en el presente, mientras que Eco se basa en una dialéctica histórica entre repetición e innovación. Para Jameson se ha llegado a la muerte de la innovación estilística por lo que los



productores de la cultura no tienen nada a lo que recurrir salvo el pasado, a través de la imitación de estilos muertos. Como resultado, la cultura se nutre de sí misma (Jameson en Darley, 1999: 120). En palabras de Baudrillard:

«Cita, simulación, reapropiación, el arte actual se dedica a reapropiarse de manera más o menos lúdica, más o menos *kitsch*, de todas las formas y obras del pasado, cercano, lejano y hasta contemporáneo. Russell Connor llama a esto “el rapto del arte moderno”. Este *remake* y esta ironía es como la trama gastada de una tela; es resultado de la desilusión de las cosas, una ironía fósil» (Baudrillard, 2006: 11-12).

¿Y cómo representa la animación infográfica esta estética postmoderna? La animación infográfica es un medio muy versátil que puede simular cualquier medio de representación previo, pero no hay un estilo o una estética innovadora que pueda llamar propia. Simula a la perfección los dibujos animados tradicionales, la animación de plastilina, la animación con marionetas, la animación de recortes, y cada vez mejor el cine real gracias a las enormes prestaciones que ofrece en cuanto a la construcción de las formas, las texturas, la iluminación y la animación. Pero la animación infográfica, ¿aporta algo más como medio de representación o simplemente *actualiza* medios de representación que ya cuentan con una larga tradición?

Eco define la intertextualidad como «el fenómeno por el cual un texto dado repite textos anteriores» por lo que «tenemos textos citados de otros textos y se considera que el conocimiento de los textos anteriores, que se da por supuesto, es necesario para el disfrute de uno nuevo» (Eco, 1985: 172). En el plano puramente formal, se puede afirmar que la animación infográfica crea intertextos con otros medios de representación ya que repite sus métodos y sus técnicas: del cine real, por poner un ejemplo, toma toda su sintaxis, mientras que del cine de animación tradicional toma sus principios para animar cuerpos e incluso su estética. Que la audiencia conozca los textos a los que hace referencia la animación infográfica supone que esta cumpla con uno de sus objetivos últimos, la fascinación por la imagen. La animación infográfica no puede fascinar al público con un movimiento de cámara imposible si éste no conoce las limitaciones de los movimientos de cámara en el cine real. Por lo tanto, para el disfrute de las imágenes de animación infográfica, que pasa por la fascinación que producen, es necesario conocer sus referentes y ver cómo se han superado los límites.

Por otra parte, para Jameson «el pastiche es, al igual que la parodia, la imitación de una máscara determinada, el habla de una lengua muerta. Pero se trata de la práctica neutral de ese remedo, carente de los motivos últimos de la parodia, de la que elimina todo impulso satírico» (Jameson, 1984, 65). La animación infográfica sería un pastiche si se limitase únicamente a la producción de imágenes simuladas de otras imágenes ya que sería una simulación neutral de otros medios de representación, sin añadir ningún nuevo valor a las imágenes que genera. ¿Puede la animación infográfica añadirle un valor diferencial a las imágenes, para no convertirse en un pastiche en el sentido en el que lo define Jameson? La subversión ante las normas que rigen el medio de representación que simula la animación infográfica en cada imagen se puede revelar como un modo de establecer una diferencia entre la imitación neutral de ese medio, que llevaría a las imágenes infográficas a convertirse en clones de las imágenes generadas a través de otros medios de representación anteriores, y lo

que sería el principio de un estilo de representación de imágenes propio que comienza, como no podría ser de otro modo, con la hiperrealidad intrínseca de las imágenes infográficas.

## 5. LA HIPERREALIDAD DEL DETALLE

Probablemente sea el hiperrealismo de las imágenes infográficas su rasgo más definitorio. No importa el estilo de representación que se simule: ya sea una animación estilo *cartoon* o una animación fotorrealista, ambas se caracterizarán por el abuso del detalle, por recrear una realidad más real que la propia realidad. Baudrillard, que es considerado por muchos como el padre de la hiperrealidad, la define como la simulación de algo que en realidad nunca existió. Atendiendo a esta definición, la imagen infográfica supone el vivo ejemplo de la hiperrealidad, ya que muestra como realidad una imagen realista de otra imagen, en otras palabras, una simulación de una imagen que no ha existido en la realidad. Pero para Baudrillard, «cuanto más nos acercamos a la definición absoluta, a la perfección realista de la imagen más se pierde su potencia de ilusión» (2006: 14) y, por tanto, su potencia como imagen. Para él, el alto grado de detalle, como el que la imagen infográfica es capaz de mostrar, no lleva sino a la pornografía de la imagen:

«Pornografía de la imagen en tres o cuatro dimensiones, de la música en tres o cuatro o cuarenta y ocho pistas, y más: siempre que se recarga lo real, siempre que se agrega a lo real con miras a una ilusión perfecta (la de semejanza, la del estereotipo realista), se da muerte a la ilusión en profundidad» (Baudrillard, 2006: 15).

Baudrillard sitúa la imagen virtual en el extremo de la imagen hiperrealista, superando así a la imagen infográfica, que se situaría en un estadio inferior, aunque está adquiriendo muchas de sus cualidades. Para Baudrillard, lo virtual acabará con lo real, dando lugar a un mundo de simulaciones en el que no habrá diferencia entre una representación y su referente. Así,

«La virtualidad tiende a la ilusión perfecta. Pero no se trata en absoluto de la misma ilusión creadora propia de la imagen (como también del signo, del concepto, etc.). Se trata de una ilusión “recreadora”, realista, mimética, hologramática, que pone fin al juego de la ilusión mediante la perfección de la reproducción, de la reedición virtual de lo real. Su única meta es la prostitución, el exterminio de lo real por su doble» (Baudrillard, 2006: 16).

Para Baudrillard, «es preciso que cada imagen le quite algo a la realidad del mundo; es preciso que en cada imagen algo desaparezca, pero no se debe ceder a la tentación del aniquilamiento, de la entropía definitiva; es preciso que la desaparición continúe viva: este es el secreto del arte y de la *seducción* » (2006: 26). ¿Cuánto puede seducir el detalle extremo? ¿Cómo puede seducir una imagen que lo enseña todo, como la pornografía? La seducción consiste precisamente en la conquista a través de los silencios, de mostrar sólo una parte del todo y en sugerir más que mostrar. Quizá el objetivo de la imagen infográfica no sea la *seducción*, sino la *fascinación*. En la fascinación, al contrario que en la seducción, cuanto más, mejor:

«Nuestro deseo se dirige hacia estas nuevas imágenes cinéticas, numéricas, fractales, artificiales y sintéticas, porque su definición es mínima. Uno casi podría decir que, debido a un exceso técnico bienintencionado, resultan asexuales, como las imágenes pornográficas. No obstante, no buscamos definición o riqueza de imaginación en

estas imágenes; buscamos el vértigo de su superficialidad, la pompa de su detallismo, la intimidad con su técnica. Lo que verdaderamente deseamos es su artificiosidad técnica y nada más» (Baudrillard, 1988: 43-44).

Llegados a este punto, para concluir, es necesario preguntarse qué es lo que busca un espectador en una imagen infográfica. Como se ha visto, Baudrillard lo expresa de forma muy clara: el espectador busca quedar *fascinado* ante los retos imposibles que suponen las representaciones infográficas, por su exceso y su detalle. Pero es necesario preguntarse también si este exceso y detalle están acabando precisamente con la esencia misma del concepto de imagen.

### BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- ANDER EGG, EZEQUIEL (1985): *Técnicas de Investigación Social*, México, Editorial Humanitas.
- BAUDRILLARD, JEAN (1988): *The ectasy of Communication*, Nueva York, Semiotext(e).
- (2006): *El complot del arte. Ilusión y desilusión estéticas*, Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- BAZIN, ANDRÉ (2001): *¿Qué es el cine?*, Madrid, Rialp.
- BENDAZZI, GIANNALBERTO (2003): *Cartoons. 110 años de cine de animación*, Madrid, Ocho y Medio.
- DARLEY, ANDREW (2002): *Cultura visual digital*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- DELGADO, PEDRO (2000): *El cine de animación*, Madrid, Ediciones JC.
- ECO, UMBERTO (1985): «*Innovation and repetiton: between modern and postmodern aesthetics*» *Daedalus*, 114, 161-182.
- FERNÁNDEZ CASADO, JOSÉ LUIS y NOHALES ESCRIBANO, TIRSO (1999): *Postproducción digital. Cine y video no lineal*, Adoain, Escuela de cine y video.
- FOSTER, H., HABERMAS, J., BAUDRILLARD, J., ET AL. (1986): *La posmodernidad*, Barcelona, Kairós.
- GÁMEZ FUENTES, MARÍA JOSÉ (2006): *Guía para ver y analizar Shrek*, Valencia y Barcelona, Nau Llibres y Octaedro.
- GARCÍA GUTIÉRREZ, ANTONIO (2007): *Desclasificados. Pluralismo lógico y violencia de la clasificación*, Barcelona, Anthropos Editorial.
- GUBERN, ROMÁN (2003): *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*, Barcelona, Anagrama.
- HANSON, MATT (2006): *Cine digital. Escenarios de ciencia ficción*, Barcelona, Editorial Océano.
- HOLTZ BONNEAU, FRANÇOISE (1986): *La imagen y el ordenador*, Madrid, Fundesco y Tecnos.
- JAMESON, FREDRIC (1984): «*Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*» *New Left Review*, 146, 53-92
- LUCCI, GABRIELLE (2005): *Animación*, Barcelona, Electa.
- MANOVICH, LEV (2005): *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- MARTÍNEZ ROBLES, DAVID (2004): *De Super Mario a Lara Croft. La historia oculta de los videojuegos*, Palma de Mallorca, Dolmen.
- MARZAL FELICI, JAVIER (2007): *Cómo se lee una fotografía*, Madrid, Cátedra.

- MARZAL FELICI, JAVIER Y GÓMEZ TARÍN, FRANCISCO JAVIER (2007): «*Interpretar un film. Reflexiones en torno a las metodologías de análisis del texto filmico para la formulación de una propuesta de trabajo*», en MARZAL FELICI, JAVIER Y GÓMEZ TARÍN, FRANCISCO JAVIER (eds.)(2007): *Metodologías de análisis del film*, Madrid, Edipo.
- MORENO, ISIDRO (2003): *Narrativa audiovisual publicitaria*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- QUÁU, PHILIPPE (1995): *Lo virtual. virtudes y vértigos*, Barcelona, Paidós Hipermedia.
- RUBIO ALCOVER, AGUSTÍN (2006): *La postproducción cinematográfica en la era digital: efectos expresivos y narrativos*, Castellón, Tesis Doctoral dirigida por MARZAL FELICI, JAVIER y defendida en la Universitat Jaume I el 25 de abril de 2006.
- VALERO SANCHO, JOSÉ LUIS (2001): *La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*, Barcelona, Editorial Universitat Autònoma de Barcelona-Bellaterra.
- VILLAFANE, JUSTO Y MINGUEZ, NORBERTO (2000): *Principios de Teoría General de la Imagen*, Madrid, Ediciones Pirámide.
- WELLS, PAUL (1998): *Understanding Animation*, Estados Unidos y Canadá, Routledge.
- WHITNEY, JOHN (1971): «*Animation Mechanisms*», *American Cinematographer*, enero, 26.