**INFOGRAFÍA**

Una [infografía](http://es.wikipedia.org/wiki/Infograf%C3%ADa) es una representación visual de información “en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos y/o sonidos”.

Las **infografías** nos facilitan el acceso a información compleja, normalmente en la que aparecen datos numéricos, mediante el uso de diagramas y otras representaciones gráficas y a menudo acompañadas de narrativa que ayuda a entender mejor el contexto en el que se dan esos datos.

**10 Pasos para diseñar una infografía increíble:**

En el blog de Hyperakt hemos encontrado los pasos claves para poder realizar una infografía realmente buena; os lo tramos traducido y resumido, directamente desde el Inglés. Si quieres encontrar un generador de infografías para hacerlas tú misma(o) en las clases, mira en nuestra sección de**Aplicaciones 2.0**y supera el Power Point

La información puede ser útil - e, incluso, bonita - pero sólo cuando está**bien presentada**. En una era de*infoxicación*, una orientación entre el desorden se presenta como un soplo de aire fresco. De ahí la reciente y creciente popularidad de esos gráficos llamados**"infografía"**:. diseños visuales que ayudan a explicar datos complejos de una manera sencilla. Pero, ¿cómo se crean? ¿Qué podemos aprender de ese proceso de diseño? Durante la última década, Hyperakt se ha especializado en este tipo de diseño; hemos encontrado un proceso que nos funciona. Aquí os traemos un tutorial para hacer, en diez sencillos pasos, una infografía

**1. RECOPILAR LOS DATOS**

Todo empieza cuando nos movemos a través de los**crudos y sucios datos, en bruto, sobre el papel.**Todo hecho un desastre: hojas de cálculo, archivos PDF y algunos enlaces a otros recursos. Lo típico. A veces  tenemos fijada una guía -- por ejemplo, "nos gustaría comparar las listas de éxitos en las páginas 12 y 65" --, y, entonces, la tomamos como una pista para encontrar la línea argumental de lo que vamos a "narrar". Pero, claro, en este momento tenemos que empezar a recopilar nuevas investigaciones de nuevas fuentes. Tendremos el cuadro completo de la infografía cuando tengamos materiales diversos, dispersos y suficientes, agrupados y (moderadamente) ordenados.

**2. LEER TODO**

Aunque te resulte terriblemente tentador leer solo hechos destacados y dejar lo demás olvidado en el*baúl de cosas que algún día te vas a lee*r (aunque creas lo contrario),**el hecho de acceder directamente a lo remarcable te hará perder una cantidad infinita de tiempo**; de hecho, tardarás menos si haces la selección a posteriori. Más pegas a esta práctica tan común: vas a sesgar la investigación y, por supuesto, vas a sesgar el informe y la infografía. ¿De verdad quieres eso? Los agujeros en los datos, no respaldados, son más fáciles de detectar por tu público de lo que crees.

**3. ENCONTRAR LA NARRATIVA**

Una infografía aburrida comienza con datos aburridos; pero, obviamente, necesitas esos datos. Tienes que encontrar una "gran historia" que contar; por ejemplo, aclara un conjunto complejo de datos,**explica el proceso poniendo una tendencia de relieve o apoya un argumento a través de esos abrumadores porcentajes.**Una vez que los datos te sean familiares, no te será tan difícil encontrar la narrativa

**4. IDENTIFICAR LOS PROBLEMAS**

Una vez que la historia ha surgido de esos datos en bruto, deberías contrastrarla con la realidad. Parece obvio este consejo, pero no siempre se hace y, en muchos casos, los datos no son compatibles con la historia. Lo que sigue es una discusión algo torpe. A veces, tú, tu equipo o tu cliente (si eres diseñador) querrá optar por el**fraude**conocido como "**cocina de datos**": utilizar sólo los datos que nos convienen y obviar los que nos vienen mal, torciéndolos y evitándolos. (...)

**Hallar Verdad en la información necesita un contraste en la experiencia**, a la que tenemos que acudir. Los datos pueden darnos la clave para saber si un argumento es válido o no lo es, una vez analicemos con precisión a éstos y tengamos en cuenta variables de confusión, estadísticas engañosas o prejuicios de diversa índole (...)

**5. CREAR UNA JERARQUÍA**

**Fija prioridades**, encuentra al "héroe" que conduce la narración: este dato, objetivo o variable será el**eje de organización**del proyecto y fijará una necesaria e imprescindible estructura jerárquica. Es aquí cuando empieza a aparecer la imagen del producto final.

**6. CONSTRUIR UN WIREFRAME**

*Wireframe*viene a respresentar algo así como un**marco de soporte**(su traducción literal es "alambre"); nos referimos a una**estructura**sólida, que surgirá una vez que refinemos los datos, seleccionemos los hechos más interesantes y los coloquemos según una jerarquía determinada. Construimos una representación visual de la información que hemos plasmado en el trabajo de investigación que, aun en este punto, es modificable.

**7. ELEGIR UN FORMATO**

¿Cómo presentamos la información? El enfoque tradicional se centraría en barras, líneas, y gráficos cirtulares pero no necesariamente los diagramas son, siempre, la mejor forma para contar nuestra narración investigadora. ¿Mapas? ¿Números? ¿Esquemas?**La forma de la infografía depende de tí y del objeto de tu estudio**, pero decídete ya por un formato

**8. DETERMINAR LA PROPUESTA**

Hay dos enfoques generales para determinar el aspecto y la sensación que nos transmite una infografía. Hay quienes prefieren tomar**datos en bruto**y, normalmente, utilizan tablas y gráficos. El uso del color, la tipografía, y la estructura son las piezas de enganche, como una obra de arte abstracto. Otros prefieren utilizar la**ilustración o la metáfora**; en este caso, los datos se disfrazan, entregado a su público en una narrativa visual.

(...)

**9. PERFECCIONAMIENTO Y PRUEBAS**

A medida que la infografía toma forma, toca comenzar con las**mejoras**. (...) Internamente, se incluye todo el estudio en infografía de prueba para asegurar que la pieza es legible y**fácil de entender, especialmente para aquellos que no han visto los datos antes**. Se evalúa el diseño y repetirmos hasta la pieza sea tan clara y simple como sea posible y transmitamos la información de la mejor manera posible.

**10. LIBERARLA EN EL MUNDO**

La mayoría de las infografías**se comparten en línea**. Esta es la**prueba de fuego**del trabajo. Estos datos serán leídos de muchas maneras y en repetidas ocasiones por diferente tipo de público, lo cual es muy interesante porque, incluso una vez que su obra está publicada**, la discusión en línea puede ampliar (o destrozar) nuestra infografía**. Esta "investigación de antecedentes" colectiva a menudo significa que el proyecto no estaba lo suficientemente atado y queda bastante por hacer para lograr finalizarlo, si es que lo finalizásemos algún día. Las revisiones y los nuevos datos salen a la luz. Si bien es intimidante permitir esta parte del proceso, también es tan útil como gratificante.