



**La investigación
en las artes**



Editorial
Universidad de Nariño

craft



Editorial
Universidad de **Nariño**



**La investigación
en las artes**





La investigación en las artes

Gerardo Sanchez Delgado
Compilador



Editorial
Universidad de Nariño

La Investigación en las Artes / Gerardo Sanchez Delgado, compilador. -- 1ª. ed. -- San Juan de Pasto : Editorial Universidad de Nariño, 2022
64 p. : il. byn., col., tablas

Incluye bibliografía
ISBN: 978-628-7509-54-2 Impreso
ISBN: 978-628-7509-55-9 Digital

1. Investigación en artes 2. Artes--Investigaciones--Universidad de Nariño 3. Arte popular
4. Imaginarios urbanos 5. Diseño 6. Música 7: Expresión cultural I. Sanchez Delgado, Gerardo, compilador

700.86158 I624 - SCDD-Ed. 22



Sección de Biblioteca
"Alberto Quijano Guerrero"

La Investigación en las Artes

Gerardo Sanchez Delgado | Compilador
Editorial Universidad de Nariño
ISBN 978-628-7509-55-9 (Versión Digital)

Martha Sofía González Insuasti - Rectora
Jorge Fernando Navia - Vicerrector Académico
William Albarracin Hernandez - Vicerrector de Investigaciones e Interacción Social
Gerardo Sánchez Delgado - Decano Facultad de Artes

Diagramación y concepto gráfico

Centro de Asesoría y Producción en Diseño CAPDI
Departamento de Diseño
Oscar Nazate | Monitor (Concepto Gráfico)
Diego Fajardo | Monitor (Diagramación Final)
Danilo Calvache Cabrera | Coordinador

Facultad de Artes | Junio 2022
San Juan de Pasto | Nariño | Colombia

Las opiniones e imágenes contenidas en los artículos son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente el pensamiento de la publicación. Se permite la reproducción parcial o total, por cualquier medio, con la autorización expresa y escrita de los titulares del derecho de autor.

Esta obra se publica bajo licencia de Reconocimiento - No comercial - Sin Obras Derivada de Creative Commons. Se permite la distribución, copia y exhibición por terceros de esta obra siempre que se mencione la autoría y procedencia, se realice con fines no comerciales y se mantenga esta nota. No se autoriza la realización de obras derivadas.

Las imágenes incluidas en la presente publicación fueron suministradas por los autores.



Contenido - Índice

00	Prólogo Danilo Calvache	8			
01	Representaciones sociales del espacio urbano: una aproximación metodológica. Gerardo Sánchez Delgado	12	05	Gomez Investigación-creación y educación expresiva musical. Mario Fernando Egas Villota	64
02	Aproximación al intercambio de conocimiento en Diseño, mediante procesos de co-creación, al interior del proyecto Mtic Design Knowledge Exchange Program - Universidad De Nariño. Daniel Moncayo Guerrero	22	06	Músicas del sur- cartografía de las músicas urbanas de Pasto. Jaime Hernán Cabrera Eraso	70
03	Datos en el campo de juego. Dispositivos de visualización de información para la copa FIFA 2018: Cultura visual y comunicación. Hugo Alonso Plazas	36	07	Músicas del sur. Cartografía de las músicas tradicionales en 7 municipios de Nariño. Jaime Hernán Cabrera Eraso	84
04	Mi experiencia investigativa en el resguardo indígena de Pastás del municipio de Aldana, Nariño. Marco Antonio Santacruz	48	08	¿Es el diseño un sistema complejo? Omar David Martinez Melo	100

1 prólogo 1

Los procesos de generación de nuevo conocimiento al interior de las disciplinas creativas, además de distinguirse por un alto porcentaje de exploración, experimentación e incertidumbre, y de materializarse en obras o creaciones de diversa índole, se caracterizan por un acercamiento natural a la sociedad que facilita dinámicas de apropiación. Es así como la puesta en escena, la exposición y la presentación de dichas obras o creaciones ante diferentes tipos de públicos y mediante diversos escenarios y medios, propicia una aproximación reflexiva y crítica de la comunidad académica y de la sociedad al nuevo conocimiento que emerge del quehacer creativo.

Por supuesto, hablamos de las disciplinas creativas y sus dinámicas de generación de conocimiento desde el contexto académico, en el cual la Facultad de Artes de la Universidad de Nariño a lo largo de sus más de cuarenta años de existencia ha venido consolidando una producción de conocimiento fundamentada en sus particulares procesos de investigación. Prueba de lo anterior constituye la continua actividad de los 11 grupos de investigación adscritos a los cuatro departamentos académicos que integran esta unidad académica, sumando a la fecha más de cuarenta proyectos de investigación diferenciados entre proyectos concluidos y actualmente en ejecución. Cabe mencionar que, a pesar de evidenciar una gran actividad en el contexto investigativo teniendo en cuenta sobre todo

los productos derivados del desarrollo de proyectos, también se puede identificar las dificultades inherentes a la integración de los procesos investigativos propios de las disciplinas creativas en el sistema general de investigación nacional, pues tan solo un grupo de investigación actualmente cuenta con categoría B y dos grupos cuentan con categoría C, mientras el resto de grupos se divide entre reconocidos y aún sin categoría. A pesar de lo anterior, la producción de conocimiento tradicional ha sido muy amplia, y se refleja en los más de 15 libros de investigación y reflexión publicados hasta la fecha provenientes especialmente de aquellos grupos más antiguos, y en la publicación de una cantidad importante de artículos escritos por los docentes investigadores. Así mismo, se puede identificar el inicio de una producción específica de obras y creaciones gracias a la inclusión reciente de este tipo de productos en el modelo de medición del Ministerio de Ciencias, Tecnología e Innovación que ha reconocido la importancia del papel que juegan las disciplinas creativas en la generación de nuevo conocimiento desde un modelo más cercano a su quehacer: la investigación creación.

En otras palabras, nuestra Facultad ha abordado de manera continua el ejercicio investigativo como escenario creativo por excelencia, generando un importante aporte a la región en el ámbito de la cultura a través de la construcción de nuevos sabe-

res. Sin embargo, estos aportes realizados desde cada área disciplinar nunca habían sido compartidos y difundidos entre las mismas, haciendo necesaria la generación de estrategias que permitieran la integración de saberes entre las Artes Visuales, la Arquitectura, el Diseño y la Música.

En este panorama, surge como iniciativa de la Decanatura de la Facultad en el marco del Acuerdo 227 emanado de la Vicerrectoría de Investigaciones, Posgrados y Relaciones Internacionales, el primer evento de divulgación y apropiación de los procesos investigativos y sus resultados generados desde las áreas de conocimiento de la Facultad de Artes, a manera de respuesta a esa necesidad de socialización, integración y reflexión: el Seminario La Investigación en las Artes.

Este evento, celebrado en el primer semestre de 2019, reunió las experiencias alrededor de diez proyectos de investigación abordados desde las Artes Visuales, la Arquitectura, el Diseño y la Música, disciplinas creativas que componen los Departamentos de la Facultad de Artes de la Universidad de Nariño. La realización de este primer seminario posibilitó un espacio de diálogo disciplinar que hasta la fecha no existía, a través de los proyectos participantes desde los cuales se recreó una reflexión académica que, desde la actividad reciente de los grupos de investigación consolidados y de los conformados

de manera más reciente, ha motivado en el seno de la Facultad una cultura de producción crítica de conocimientos y saberes. Así mismo, los procesos socializados por los investigadores permitieron identificar un estado del arte respecto a la manera en que se manifiesta la construcción de nuevo conocimiento en la Facultad de Artes de la Universidad de Nariño, construcción que se caracteriza por una naturaleza mixta pues se aborda tanto desde el modelo de investigación tradicional, como desde el nuevo modelo de investigación creación, y que también contempla una integración de ambos modelos. En todo caso, el seminario constituyó una invitación a las disciplinas creativas orientada a la apuesta permanente por la consolidación de los procesos de innovación teórica, actualización metodológica y producción de conocimiento y saber disciplinar, mediante una inmersión en la investigación creación, la intuición, los conocimientos ancestrales y los diálogos urbanos contemporáneos.

Atendiendo a esa invitación hacia la consolidación de una visión propia de Facultad que propende por la investigación como escenario creativo y de construcción propia de conocimiento, como una obligación académica fruto de ese primer seminario se ha reunido una selección de las experiencias presentadas en el mismo para conformar el libro de investigación que lleva el mismo nombre y que se presenta a continuación: La Investigación en las Artes.

Este libro, primera publicación que recoge una visión de Facultad permitiendo observar rasgos de su perspectiva investigativa, no solo presenta algunas de las experiencias investigativas más recientes desde las Artes Visuales, la Arquitectura, el Diseño y la Música, sino que también incluye reflexiones respecto a la implementación de ese modelo de generación de nuevo conocimiento concebido desde la investigación creación.

Es muy grato entonces, haber participado tanto en el proceso de gestión y publicación como en el proceso de diseño y diagramación, y en ese sentido es un honor presentar a la comunidad académica este primer libro de investigación que documenta los aportes teóricos y la reflexión continua suscitada a partir de la socialización correspondiente a la actividad investigativa desarrollada de manera reciente por los docentes investigadores, como un aporte importante a la generación de conocimiento de gran vigencia desde las disciplinas creativas. Conocimiento que refleja una visión de Facultad, nuestra Facultad de Artes de la Universidad de Nariño.

D.I. Danilo Calvache Cabrera PhD.
Profesor Asociado
Programa de Diseño Industrial | Departamento de Diseño
Facultad de Artes Universidad de Nariño

Datos en el campo de juego. Dispositivos de visualización de información para la copa FIFA 2018: Cultura visual y comunicación.

Hugo Alonso Plazas

Docente Tiempo Completo Programa Diseño Grafico

Universidad de Nariño, Colombia

hugoalonsoplazas@udenar.edu.co

Resumen

Este capítulo presenta y analiza un grupo de dispositivos de visualización de información elaborados expresamente por medios de comunicación, compañías de tecnología y fanáticos en el marco de la Copa Mundial de la FIFA 2018. Este análisis considera al deporte como una práctica que refuerzan los valores de la cultura y en la cual los espectadores posan sus intereses siguiendo patrones sociales establecidos por los diferentes productores mediáticos. Con esto se busca aproximarse al estudio de la visualización de información deportiva desde una perspectiva cultural que supere los acercamientos meramente tecnológicos. A partir de estos elementos, el abordaje procura rescatar la experiencia de los espectadores con la imagen y entender la construcción de visiones del de

porte en el entramado mediático. Para esto se hará una descripción de tres proyectos por medio de categorías que dan cuenta de las relaciones de las visualizaciones con el usuario, la concepción del deporte y las implicaciones tecnológicas. De esta manera se muestran los mecanismos que permiten a las visualizaciones construir el deporte como una ceremonia con múltiples representaciones simbólicas. Finalmente, se aproximarán algunas conclusiones pertinentes al campo de la comunicación contemporánea y la apropiación de la tecnología por los actores de la comunicación.

Palabras clave: Visualización de información, deporte, medios de comunicación, cultura visual, juegos.

Abstract

This chapter presents and analyzes a group of data visualization devices developed expressly for the 2018 FIFA World Cup by the media, technology companies and fans. In this approach, the notion of sport is considered as a practice that reinforces cultural values. Likewise, in sport, all type of media producers promote social patterns to be followed by their spectators. This analysis attempts to understand data visualizations for sports events in a cultural framework and beyond mere technological approaches. With this, the analysis attempts to highlight the onlooker's experience with the image and discern the way sports events'

image is presented in different visual supports. For this purpose, a survey of three projects will be conducted, employing categories that account for the user's relations, the conception of sport and technological implications. This approach seeks for deepening data visualization in showing sports events as symbolic ceremonies with multiple relationships. Conclusions regarding the contemporary communication field and the appropriation of technology by some communicative actors will be pointed out.

Keywords: Information Visualization, sports, the Media, visual culture, games.

Introducción

En tanto actividad tecnológica, visualizar información involucra varias características propias del ámbito social, que hacen de la actividad de presentar evidencias visuales un trabajo más complejo del meramente tecnológico en el cual se cruzan varios modelos de construcción de la significación. En primer lugar, hay que considerar estas evidencias visuales incorporadas en la visualización de información ayudan a la comprensión de un objeto o evento y a fomentar el pensamiento analítico, así como lo plantea Edward Tufte (2006). La representación de los datos es por lo general polisémica y está atada a variadas maneras de entablar relaciones entre productores y usuarios en el entramado de la comunicación. Por lo tanto, el estudio de los procesos de comunicación que acontecen en estos dispositivos requiere un abordaje amplio de los actores, las intenciones y el contexto en el cual el tema, en este caso el deporte, se adapta a las formas de interacción social.

Es importante recordar que la organización de los datos en un dispositivo de visualización constituye la significación de éste, como resalta Sandra Redgen (2012). Esto hace pensar que la síntesis visual como característica formal de las visualizaciones acarrea la consistencia del mensaje y su amplia apropiación. Alberto Cairo (2008)

advierte que en muchos casos la lectura de las visualizaciones no se produce en cortos periodos de tiempo, sino que en muchos casos le puede tomar a un usuario regular un tiempo considerable para profundizar en los datos y comprender su sentido. De esta manera se demuestra que la organización de los datos presenta una capa de interpretaciones más profunda, en la cual los datos se cruzan con otros significados del contexto lo cual los hacen más complejos en su componente interpretativo.

La organización interna de las visualizaciones de información no agota la significación del dispositivo; desde un punto de vista pragmático es necesario reconocer el contexto donde éstas residen, cómo se acompañan, a dónde se dirigen y cómo se introducen en encadenamientos de sentido mayores. En este artículo vamos a partir de un eje de la actividad social que permite conocer la práctica social de las visualizaciones en un plano concreto; este eje es la copa Mundial de la FIFA 2018, celebrada en Rusia entre los meses de junio y julio y que dio como ganador al equipo de fútbol francés. Este evento deportivo en el ámbito mediático es uno de los que mayor expectativa genera en la víspera de su realización cada cuatro años, pues llega a congregarse frente a los televisores más de mil millones de espectadores. Dado lo anterior se desprende, naturalmente, que los medios de comunicación de muchos países, de los que asisten y los que no, se preparen con

mucha antelación para presentar un cubrimiento periodístico completo e innovador. Como parte de este cubrimiento en 2018 aparecieron varios dispositivos de visualización de información que por medio de su acción revelan procesos y estrategias que en el terreno de la vida social poseen una mezcla de lógicas tradicionales y contemporáneas de interacción entre la cultura y los medios. Así como los medios se preparan para este evento con la presentación de visualizaciones de información, así mismo lo hacen empresas tecnológicas y los mismos fanáticos. Estos últimos con alguna experiencia en el manejo de herramientas de visualización crean dispositivos con aproximaciones innovadoras que disputan a los medios institucionalizados la atención al evento deportivo.

En este contexto es pertinente volver sobre los conceptos de juego y lúdica como ejes de estructuración social de la práctica deportiva y cuyo estudio moderno, inaugura Johan Huizinga en 1938 con el libro *Homo Ludens*. Para Huizinga (1972) los juegos son actividades voluntarias que tienen lugar fuera de la vida ordinaria de los jugadores que la practican, tienen sus propios límites de tiempo y espacio, así como sus reglas de organización y funcionamiento. El juego inicia y termina cuando las reglas de éste lo determinen, no antes y tampoco depende de factores externos ordinarios. El juego tiene como único propósito la diversión, por eso deja de lado

cualquier consideración productiva ya que se concentra, principalmente, en ilusiones. El análisis de Huizinga ha sido fundamental para la comprensión de la cultura en el último siglo pues afirma el rol del juego en la génesis de muchas manifestaciones culturales que, como el arte, el lenguaje y los ejercicios militares, presentan aspectos lúdicos en medio de su práctica. Esta conceptualización ayuda a comprender la manera en que un suceso como la copa de la FIFA adquiere relevancia en la cultura a partir del desarrollo de su autonomía y su especificidad cultural, la cual hace partícipes de una experiencia colectiva tanto a los atletas como a los espectadores del juego.

Roger Caillois (1986), quien continuó el estudio de la práctica del juego desde el punto que lo dejó Huizinga, considera las relaciones sociales del juego a través de una serie de categorías, dentro de las cuales se pueden clasificar la mayoría de las actividades lúdicas. En estas categorías se ubican los tipos de juegos por competencia, es decir aquellas en que impera la confrontación por medio de habilidades físicas o mentales, las cuales denomina *agon* (por la palabra griega que significa contienda o desafío). Algunos juegos que entran en esta categoría son el fútbol, el baloncesto y demás deportes reglados e institucionalizados. Otra categoría de interés para este trabajo es el juego *mimicry* (de la palabra inglesa que significa imitación),

consistente en las actividades lúdicas basadas en la representación, el simulacro y la ilusión, como el teatro o las artes del espectáculo. En este caso el juego consiste en fingir temporalmente un personaje ilusorio y conducirse en consecuencia. Las categorías de Caillois no circunscriben a los juegos, sino que muestran las múltiples adaptaciones de un juego a conjuntos de estas categorías, como el caso de la relación entre los juegos *agon* y *mimicry*. Los juegos *agon-mimicry* se reconocen como una conjunción contingente de actividades lúdicas que refuerzan el sentido del espectáculo. En la relación *agon-mimicry* la correspondencia entre el deportista y su público se robustece en tanto el primero asume el papel heroico que el segundo aclama y observa activamente; además, en él se realizan representaciones rituales para incrementar el goce. Al mismo tiempo la competencia deportiva se ejecuta tras una escenografía acondicionada (el estadio, la parafernalia del juego y los medios de comunicación) para que atletas y fanáticos transformen el juego en un evento propicio para el espectáculo. Esta lógica que subyace a la actividad atlética promueve la creación de todas las modalidades en la que se logra maximizar el drama y alcanzar a públicos masivos; como el caso del fútbol, realizado en tan solo 90 minutos y un poco más de media hectárea, pero con grandes efectos en la cultura contemporánea. De esto se concluye que el deporte encuentra la manera de ampliar su base de

lenguajes de exposición ante las audiencias como parte de su actualización cultural.

Aunque tanto Huizinga como Caillois han sido criticados por su concepción esencialista del juego y en especial su idea de aislar el juego de la realidad, sus postulados generales siguen siendo instrumentos conceptuales esenciales para pensar las relaciones que se establecen con las actividades lúdicas. En este sentido, Jacques Ehrmann (1968) piensa que el juego está construido sobre la base de la realidad y la cultura, pues éste ocurre en una sociedad y los jugadores participan de una serie de circunstancias que atraviesan el campo de juego en relación directa con esa cultura. Para Thomas Henricks (2010) la propuesta de Huizinga y Caillois busca entender cómo el mundo separado del juego se intersecta con patrones sociales y culturales, los cuales dan forma al juego y responden a sus expresiones.

En las siguientes líneas se procederá a analizar tres dispositivos de visualización de información tratando de profundizar en las maneras de construir el espectáculo. En este sentido, se busca detectar los mecanismos visuales e informativos codificados al interior de los dispositivos que permiten el avivamiento de los factores rituales para la congregación del público en torno al deporte. En esta perspectiva se consideró importante presentar un abordaje que tenga en cuenta proyectos elaborados por

instituciones pertenecientes a ámbitos dispares para comparar diferentes características que cada productor entabla en la creación de estos dispositivos. Por lo tanto se buscó una visualización elaborada por una casa periodística perteneciente a un medio de comunicación reconocido, una visualización construida por una empresa tecnológica y finalmente un dispositivo hecho por un programador independiente y dirigida a las comunidades de fanáticos.

1. Visiones de escenarios futuros: 2018 World Cup Predictions

La primera pieza de esta recopilación proviene de la famosa página de predicciones fivethirtyeight.com de la casa de medios norteamericana ABC; ambas son propiedad de Walt Disney Company. Basada en el reconocido trabajo del estadístico Nate Silver, la visualización 2018 World Cup Predictions fue lanzada para presentar los pronósticos de la tabla de posiciones de la Copa en la medida que los resultados fueron dándose a lo largo de los días de competencia. La visualización saltó a la fama mediática días previos al torneo cuando anunció que Brasil ganaría con una probabilidad de 19%. En el plano gráfico el dispositivo consta de varios diagramas basados en matrices sin ningún tipo de sofisticación interactiva, salvo el hecho de actualizar sus datos partido a partido.

La visualización consta de tres partes. La primera tabla muestra en detalle la información de los 32 equipos y sus probabilidades de ganar, empatar o perder cada encuentro, así como la posibilidad de obtener la Copa. En la tabla se pueden aplicar filtros de datos como grupos de juego, clasificación de los equipos, oportunidad de terminar primero o segundo en la fase de grupos y las probabilidades de alcanzar las fases de octavos, cuartos, semifinal y final. Antes del inicio de la Copa, la tabla presentaba al seleccionado de Brasil con las mejores opciones seguido del equipo español; no obstante, a medida que pasaban los encuentros, estos cálculos se corrigieron oportunamente para mantener la vigencia informativa.

La segunda parte de la visualización presentó los chances de victoria para cada equipo en cada partido en una tabla que actualizaba en tiempo real las predicciones según los resultados del momento en combinación con los datos previos consignados en la base de datos. De esta forma se puede observar como en el partido final del torneo, que ganó el seleccionado de Francia, el equipo croata levantó sus probabilidades de ganar en dos momentos del partido casi hasta un 50%, desde el principio del partido hasta el minuto 18 cuando ocurrió el primer gol en contra y, luego, del minuto 28 al 38, cuando Croacia logró el empate parcial. De ahí en adelante sus chances cayeron a la tercera parte y lue-

go se derrumbaron a los 14 minutos del segundo tiempo con el tercer gol francés. La tercera parte de la visualización permitió a los usuarios comparar diferentes resultados en las fases de grupos a partir de la selección de los ganadores (primero y segundo) de cada grupo. Con esto el usuario podía hacer predicciones acerca de las siguientes fases teniendo en cuenta las llaves que se conformarían en caso de que se dieran los resultados deseados.

Para hacer los cálculos fivethirtyeight.com recurrió a un mecanismo estadístico que le ha valido reconocimientos a Silver y que actualmente ESPN —el canal de deportes, propiedad también de la Disney— utiliza para predecir otros campeonatos. El mecanismo, llamado para este torneo Soccer Power Index —SPI, realiza sus cálculos a partir de los resultados de cada equipo en los partidos internacionales jugados desde 1905, las listas de diferentes torneos de fútbol en los cuales los equipos hayan jugado y los resultados de Mundiales pasados. A pesar de que el indicador es de tipo histórico, también tiene en cuenta la relación de tarjetas rojas, efectividad, entre otras de los últimos partidos jugados. Adicional a esto el indicador trabaja solamente en planos de organización de grupos y fases, es decir hace cálculos partido a partido, no de forma general, lo que le permite alcanzar una mejor contextualización en la construcción de las predicciones.

2. Configuraciones de la tras escena virtual: How every country is searching

El siguiente dispositivo de este estudio es World Cup 2018: How every country is searching (<https://googletrends.github.io/world-cup-2018>), el cual recurre a la máquina de tendencias del buscador de Google para tomar datos en tiempo real y proporcionar un reporte de los porcentajes de búsqueda en la red que los usuarios de una determinada área geográfica ejecutan en la plataforma de Google. A partir de este principio los usuarios introducen como único término de indagación el nombre del país, independientemente de si éste participa o no en el torneo, o se usa por defecto el reporte general del mundo para mostrar las tendencias de búsqueda en 5 categorías específicas.

En el primer cuadro de la interfaz se expone un gráfico de tendencia que señala, desde que inicia hasta que termina el partido, los porcentajes de búsqueda en la red de los equipos en disputa, en cada uno de los 30 días del torneo. De esta forma es posible saber, por ejemplo, detalles como el comportamiento de búsqueda de los ucranianos mientras se disputaba, el 20 de junio, el partido entre el equipo japonés y el colombiano. En un segundo cuadro se reconocen, por medio de barras estratificadas, los equipos que mayor interés despertaron en el torneo, suponiendo, claro

está, que el cúmulo de indagaciones en la plataforma de Google muestra el interés general del público. Esta muestra se hace por cada una de las cinco fases de la copa: la fase de grupos, octavos, cuartos, semifinal y final. Esta estratificación se presenta también según el país de referencia en la indagación. Por ejemplo, es claro que el seleccionado de Brasil fue el más buscado en Brasil durante las tres primeras fases, mientras estuvieron en competencia, luego en semifinales y finales el interés del país se volcó por los equipos de Bélgica y Croacia, respectivamente.

El tercer gráfico de la interfaz referencia a los jugadores más requeridos en la red según el país y la fecha de búsqueda. Visualizado en un gráfico de barras animado, es posible identificar como las búsquedas al principio del torneo se inclinaban a favor de jugadores favoritos como Cristiano Ronaldo, Neymar y Lionel Messi y al final del torneo éstas apuntaban hacia Mbappé, Modric o Griezmann, es decir que pasó de los jugadores más cotizados a los jugadores revelación. El cuarto diagrama, más conciso en información, distribuye en un mapamundi las banderas de los países más buscados en cada una de las fechas del Mundial. Con esta técnica se obtiene una panorámica de la tendencia diaria gracias a la acumulación de escudos en el plano visual. Y como quinta sección, un recuadro interactivo muestra en un gráfico de barras los partidos por venir en la siguiente

fecha del torneo y la atracción que cada encuentro y cada equipo presenta según el lugar donde se origina la búsqueda.

3. Los recordatorios del evento deportivo: Generative WorldCup

El diseñador brasileiro Zeh Fernandes desarrolló el proyecto Generative WorldCup (<http://zehfernandes.com/generativeworldcup2018/>) el cual consistió en la creación automática de 64 posters basados en los datos producidos en cada partido del Mundial. Los posters representan visualmente aspectos puntuales de cada encuentro como la cantidad de goles, faltas cometidas, la precisión en los pases de cada equipo, la posesión del balón, las amonestaciones del árbitro, la intensidad del juego y la distancia recorrida por los jugadores. A nivel textual aparecen descritos datos como los equipos en disputa, la ciudad donde se celebró el encuentro, datos climáticos, la fase de la copa en la que se dio el partido y el resultado final. La representación de esta información se produjo al ritmo que se daban los datos de los partidos, por medio de un generador de imágenes que interpretó, a través de un sistema codificado, los datos para convertirlos en imágenes prediseñadas.

Los posters son, al mismo tiempo, bloques informativos con detalladas explicaciones, (siempre y cuando se conozca el código de

decodificación) y posters alusivos al constructivismo ruso, pues mantienen los principios formales de esa tendencia artística de principios del siglo XX. Con respecto a este último aspecto cabe señalar que las formas son predominantemente geométricas, basado en colores primarios y una composición organizada por zonas en las que cada elemento presenta un motivo para justificar su presencia. La composición recuerda el constructivismo de Wassily Kandinsky y Kazimir Malevich donde imperan las formas geométricas sin ninguna pretensión mimética, solo como una representación abstracta que busca despertar la sensibilidad del espectador. Cabe mencionar que los posters no tienen la leyenda con el nombre de Rusia, país anfitrión del campeonato, como sí el uso del más reconocido estilo artístico de Rusia en el siglo XX bastará para reconocer el lugar. El uso de esta lógica estilística da pie a que las 64 imágenes presenten solo cambios sutiles en su composición, pero habría que advertir que esos cambios son precisamente los que contienen la información del partido.

Conclusiones

Este repaso por tres visualizaciones tematizadas en la última copa mundial de la FIFA muestra aspectos significativos acerca de la función que cumplen los dispositivos de visualización de información como instrumentos de representación del deporte. De la misma forma, nos recuerda que, así

como el deporte se tecnifica cada día, así mismo lo hacen las representaciones en torno a éste, especialmente a través del lenguaje visual. Como primera conclusión es posible afirmar que estos dispositivos representan la globalidad del evento enfocándose en la fuerte atención que despiertan en espectadores, aficionados, periodistas y expertos del fútbol. En el primer caso, el dispositivo de fivethirtyeight.com busca mediante la acción predictiva anticipar los resultados de los encuentros para alejar la incertidumbre y motivar la discusión en torno al evento. En el caso de How every country is searching, el dispositivo echa un vistazo a la conciencia del público mundial para tomar el pulso vital y global sobre los diferentes momentos del suceso deportivo. Por su parte, los posters de Fernandes permiten entregar recordatorios de los partidos en forma de esquemas constructivistas.

Las tres visualizaciones reducen la incertidumbre propia de todo encuentro deportivo, sin llegar a subyugar la ansiedad de los usuarios, al contrario, despertándola o ampliando sus efectos. Las visualizaciones traducen a esquemas causales, donde priman las razones, situaciones donde originalmente prevalece la casualidad. Este paso de lo casual a lo causal es representado a través de evidencias contenidas en datos del mismo evento. En la medida en que la visualización no puede reproducir al evento en su totalidad, estos amplían su base informativa con elementos de contexto

para, de esta forma, generar mayores expectativas. La tensión entre el plano racional y la expectativa emocional fomenta, en la percepción del usuario, la transformación del encuentro de un grupo de hábiles atletas en una ceremonia con múltiples representaciones simbólicas; éste vendría a ser el juego de las visualizaciones, es decir su efectiva función social.

A pesar de que en el mundo digital se han desarrollado instrumentos de presentación de partidos de fútbol, como por ejemplo las visualizaciones de información o los reportes de tipo segundo a segundo, ningún dispositivo ha logrado batir a la transmisión televisiva, en directo, del pedestal de preferencias informativas de las audiencias. Sin embargo, así como la televisión construye su escenario de representación con ayudas visuales y el trabajo de los narradores, las visualizaciones de información ofrecen un complemento informativo, al que suelen referirse los periodistas deportivos, sean presentadores, comentaristas o narradores. Gracias a la profundidad en el análisis de datos, es decir el manejo masivo de unidades informativas en diferentes escalas y dimensiones y representado bajo una interfaz donde persiste la síntesis visual y la navegación intuitiva, las visualizaciones han alcanzado un lugar privilegiado en la dieta informativa de los usuarios deportivos, como parte del goce y la emoción que el evento despierta. De esto se concluye que la visualización de

información complementa la representación mediática de la transmisión televisiva, en otras palabras, ayuda a construir el escenario teatral en el cual el encuentro deportivo sucede no solo como un accidente ocasional sino como un campo de tensiones, intereses y pasiones; donde los jugadores y personal técnico aparecen como actores sujetos a la crítica razonada, a la exigencia nacionalista y la gloria histórica.

Finalmente, a pesar de la condición disruptiva propuesta por estos dispositivos tecnológicos, la cual las hace parecer lejos de cualquier representación tradicional, su lugar en la estructura mediática depende, en cierta medida, del aura sagrada que envuelve a la copa de oro entregada cada cuatro años en el torneo. Ubicándose bajo la sombra del renombre de la Copa, numerosas compañías mediáticas y tecnológicas, así como aficionados entusiastas se preparan para aprovechar tecnológica y creativamente el torneo, tratando de capturar parte de la atención pública en su beneficio. En este sentido, la diversidad de miradas sobre un conjunto reducido de bases de datos producidas por las actividades deportivas se ve multiplicado a través del número de formas de mirar, entender y disfrutar el deporte. La polisemia informativa se presenta como el valor clave en el entorno informativo para construir de cada suceso reportado con datos un entorno heterogéneo y en el cual haya cabida para toda variedad de intereses.

Referencias

- Caillois, R. (1986). Los hombres y los juegos. La máscara y el vértigo. Fondo de Cultura Económica.
- Cairo, A. (2008). Infografía 2.0: Visualización interactiva de información en prensa. Alamout publishing house.
- Ehrmann, J., Lewis, C. y Lewis, P. (1968). Homo Ludens Revisited. Yale French Studies, 41, 31-57.
- Henricks, T. (2010). Caillois's man, play and games. An appreciation and evaluation. American Journal of Play, 3(2), 157-185.
- Huizinga, J. (1972). Homo Ludens. Alianza.
- Redgen, S. (2012). "Introduction". En J. Wiedemann (ed.). Information Graphics (pp. 7-36). Taschen.
- Tufte, E. (2006). Beautiful evidence. Graphic Press.