

Diseño de Información en entornos urbanos y arquitectónicos. Alcances y definiciones

Pablo Tesone

Realizar un abordaje teórico en el campo del diseño de información en entornos urbanos y arquitectónicos es una tarea compleja, sobre todo teniendo en cuenta las diferentes acepciones que posee este término entre distintos autores y las mutaciones que ha sufrido su definición a lo largo de las últimas décadas.

Muchos autores lo enfocan exclusivamente en el ámbito digital, y más específicamente en el campo de la web. Otros simplemente lo definen por oposición, que si bien no es una manera incorrecta de hacerlo es, por lo menos, incompleta.

Varios autores consultados realizan definiciones donde los límites entre los términos *information design*, *wayfinding*, *signage*, *environmental graphic design* -en el caso del idioma inglés- son difusos. El idioma español cuenta con mayores complicaciones en este sentido. Sumado al hecho de la delgadez de límites entre los conceptos definidos y que forman parte de la problemática, muchos de estos son términos compuestos y, por lo tanto, cuando se los traduce -literalmente o de manera adaptativa- no implican lo mismo que su hermano inglés. Además de esto aparecen cuestiones irresueltas como la diferencia entre *señalización* y *señalética*.

Los autores citados para enriquecer este escrito fueron escogidos a partir de la cercanía disciplinar con el objeto de su definición y porque se animan a introducirse en un terreno pantanoso, y a pesar de eso, logran salir airosos.

Este artículo reúne las definiciones consideradas más acabadas y busca definir los distintos conceptos que se ven involucrados en la problemática del diseño de información en entornos urbanos y arquitectónicos.

El diseño de información

¿De qué se habla cuando se menciona el término *diseño de información*? Romedi Passini en *Sign-Posting Information Design* aclara que este concepto es utilizado como "...un término paraguas para cubrir el planeamiento de todo..." (Passini, 2000: 83). Como es de esperar, el diseño gráfico y el diseño de información se encuentran altamente relacionados. No obstante, tienen características propias que los diferencian. Passini encuentra estas diferencias en el área sobre la que actúan. Mientras que el diseño gráfico incide sobre cuestiones estéticas y de apariencia, el diseño de información lo hace sobre la comunicación, teniendo en cuenta,

tanto el contenido como la forma (Passini, 2000). Podría agregarse que el foco está situado más sobre aquel que sobre ésta. Queda clara de esta manera la relación entre el diseño de información y el diseño en comunicación visual, otorgando este último la especificidad suficiente para enmarcar el tipo de información a diseñar. Si bien el autor indica que el concepto de diseño de información es un término amplio en sí mismo, y por lo tanto puede aplicarse a distintas áreas, su aspecto central es la definición clara de las funciones a realizar.

Siguiendo los planteos de Passini, "proveer información para la resolución de problemas es una de las mayores tareas del diseño de información. Entender cómo las personas resuelven problemas provee a los diseñadores el criterio necesario para determinar qué información es requerida y dónde o cuándo tiene que ser accesible" (Passini, 2000: 86). De esta manera, puede decirse que no sólo es necesario tener en cuenta que información se transmite, sino también quien es su receptor. Así, sus características de procesamiento de la información configuran un aspecto de suma importancia a la hora de la transmisión de mensajes.

Teniendo en cuenta al diseño de información como una disciplina abarcadora, pero estableciendo claramente los límites de su intervención -en este caso a la comunicación visual dirigida a orientar al usuario a través de entornos urbanos y/o arquitectónicos-, se dijo que desde su definición la cuestión del usuario es considerada como fundamental. Además, se avanzó sobre una definición del concepto, pero no se definió aún su objetivo máximo teniendo en cuenta la función a desempeñar, que según Passini "...no es diseñar signos sino ayudar a las personas a moverse eficientemente a sus destinos escogidos" (Passini, 2000: 87). En este sentido se dirige también Robert Horn, quien considera que uno de los objetivos primarios del diseño de información es "permitir a las personas encontrar su camino en un espacio tridimensional con comodidad y facilidad" (Horn, 2000: 16).

En estas definiciones se hizo referencia a la *eficiencia*, la *comodidad* y la *facilidad*. Estos términos hablan de un tipo *ideal* de movimiento a través de un determinado lugar; pero además deja en evidencia que "...la medida de calidad para un diseño no es simplemente el producto diseñado sino también el comportamiento y la satisfacción del usuario" (Passini, 2000: 87).

Aquí es donde cabe preguntarse qué tipo de información es necesaria y dónde lo es. Bien, para responder la primera pregunta cabe decir que el carácter de una tarea dada está determinado por las distintas configuraciones del entorno. Es decir que a la hora de establecer la información a mostrar deberán tenerse en cuenta las distintas configuraciones espaciales y brindar los datos requeridos por el usuario para orientarse a

través de entornos urbanos y/o arquitectónicos. Parece una apreciación obvia, pero se retomará a Passini para explicar que en sectores donde se brinda información orientadora para el turista de manera deficiente, "...abundan las decisiones exploratorias, cuyo objetivo es usualmente encontrar información relevante" (Passini, 2000: 89). Más allá de estas cuestiones genéricas, propone tres tipos de decisiones en las que el diseñador de información debería incidir (Passini, 2000):

- > El trayecto de un punto de acceso hasta la zona de destino;
- > El trayecto de una zona de destino hacia otra;
- > La circulación dentro de la zona de destino.

La segunda respuesta parece obvia, pero es necesario hacerla explícita: la información debe estar en el lugar y en el tiempo exacto en el que se llevan a cabo las decisiones, ya que usualmente, el usuario prestará una mayor atención a lo que necesita, subordinando el resto de la información.

Parece así que los conceptos esgrimidos por Kevin Lynch en *The Image of the City* -senderos, límites, distritos, nodos e hitos-, cobran fuerza al considerarse estrechamente relacionados con los espacios en los que el usuario se verá obligado a tomar las decisiones que marcarán su recorrido por los tipos de espacios antes mencionados.

Hasta aquí se ha definido el concepto de diseño información y se definieron algunos parámetros generales a tener en cuenta para ayudar a la orientación del usuario a lo largo de su recorrido por la ciudad. También se enmarcó la tarea del diseño de información dentro del campo de la comunicación visual. A partir de aquí se definirá el concepto de *environmental graphic design* y se lo distinguirá del concepto de *señalización*.

¿Gráfica en el entorno = Señalización?

En el apartado anterior se utilizaron los conceptos esgrimidos por Romedi Passini en *Sign-Posting Information Design*. A partir de ese título, es de esperar que se confunda el diseño de información destinado a orientar al usuario en entornos tridimensionales con el hecho de crear y colocar signos y señales. Esta afirmación tiende a la simplificación del concepto, y es posible la relación con la *señalización*, pero es contradicha por el mismo autor, quien dice que en estos casos, el objetivo del diseño de información es orientar al usuario a través de un espacio determinado, más que el diseño de signos (Passini, 2000).

Parece más adecuado entonces relacionar al diseño de información con el concepto de *environmental graphic design*¹. Según David Gibson en *The Wayfinding Handbook*, "...*environmental graphic design* se convirtió

¹ Se recurre a este término por ser el más utilizado por los autores consultados. Más allá de esta aclaración, *environmental graphic design* puede ser traducido al español como *diseño gráfico en el entorno*.

en el paraguas preferido para describir las comunicaciones destinadas a la aplicación espacial, que van desde los programas de señalización hasta espacios marcarios institucionales², exhibiciones e incluso el arte público” (Gibson, 2009: 15). La SEG (Society for Environmental Graphic Design) va más allá en la descripción relacionando el concepto con otras disciplinas dentro del diseño -entre ellas el gráfico, arquitectónico, de interiores, urbano e industrial- “...concentradas en los aspectos visuales de la señalización, la comunicación identitaria y de información y dar forma a la idea de lugar” (Society for Environmental Graphic Design, 2010). A partir de estas definiciones queda claro que la *señalización* no es asimilable con *environmental graphic design*, sino que es una de sus múltiples áreas de acción.

Ya se definió el término *environmental graphic design*. Ahora es tiempo de definir el concepto *señalización*. Según Joan Costa en *Señalética Corporativa*, la señalización “...es la acción de un verbo: poner señales en la vía pública. [...] Es al mismo tiempo: el conjunto de la planeación de la acción de señalar, los elementos necesarios para ellos y los resultados prácticos que se derivan de esto” (Costa, 2007: 25). Por otra parte, Andreas Uebele en *Signage Systems & Information Graphics*, aclara que a pesar de diferentes particularidades -por ejemplo, en el caso citado el autor hace referencia a que los términos *signage* y *wayfinding* son utilizados en el idioma inglés para designar a una misma tarea-, la señalización enfatiza el valor de la señal más que del signo (Uebele, 2007). A partir de estas diferentes apreciaciones, puede afirmarse nuevamente que la señalización, apelando a su sentido estricto, es sólo una de las ramas de la gráfica en el entorno.

¿Diseño de información = Gráfica en el entorno?

Hasta aquí se han esgrimido cuestiones tendientes a marcar las diferencias existentes entre los conceptos utilizados para definir una intervención tendiente a facilitar la circulación y orientación de un usuario en entornos urbanos y/o arquitectónicos. Se realizó la distinción entre *gráfica en el entorno* y *señalización*, pero sus diferencias con el *diseño de información* no han sido clarificadas en su totalidad.

Como se dijo a comienzos de este escrito, el diseño de información es un término paraguas que abarca distintas disciplinas. La especificidad del concepto está dada por su función. En este caso, si el objetivo de una intervención es facilitar la orientación y circulación de los usuarios dentro de entornos urbanos y arquitectónicos de diferentes complejidades y características, el diseño de información deberá brindar los datos necesarios para

la resolución de problemas en estos espacios. Tal como describe Romedi Passini en *Sign-Posting Information Design*, para facilitar la resolución de problemas el diseñador centrará su atención en el trayecto de los usuarios desde un punto de acceso hasta la zona de destino, el trayecto desde una zona de destino hacia otra y la circulación dentro de la zona de destino. Como se ve hasta aquí, en ningún momento se mencionaron aspectos gráficos o relativos a la comunicación visual, pero no tanto por considerarse irrelevantes, sino por tratarse de una cuestión posterior en el proceso de *wayshowing*³. ¿Es posible centrarse en la gráfica en el entorno si no es posible encontrar un orden lógico en el espacio a intervenir? ¿De qué sirve facilitar la orientación del usuario en una configuración determinada a partir de la gráfica en el entorno si hay cuestiones previas como el ordenamiento de esa configuración o los criterios de denominación utilizados que son ambiguos o difíciles de comprender? ¿Cuál es el propósito de encarar una intervención gráfica si es muy difícil -por no decir imposible- que el usuario realice un modelo mental de ese entorno tal como es? Estas preguntas apuntan a la reflexión acerca de la afirmación de que el diseño de información no es exclusivamente una cuestión visual. Retomando a Passini, se trata de cuestiones que apuntan a formar criterios. Criterios que deberá ejercitar el diseñador a partir de la comprensión de la manera en que el usuario resuelve problemas en entornos urbanos y/o arquitectónicos, pero también del entendimiento de sus requerimientos en el momento y lugar exacto donde se encuentra. Podría decirse además, que la intervención gráfica que se realice pondrá de manifiesto el orden/desorden de ese espacio o los criterios/descriterios utilizados. De esta manera queda claro que no se trata de la clásica cuestión del huevo o la gallina. Por el contrario, no existe posibilidad de una intervención gráfica eficiente si el diseño de información no lo es⁴.

³Este término habla de la utilización de todas las herramientas para mostrar el camino. Camino que todo sujeto debe realizar para cumplir con su meta en un contexto determinado. Podría ampliarse la definición a partir de la consideración de *wayshowing* como el aporte de los medios necesarios para facilitar el tránsito de un usuario en determinado lugar, brindándole la información requerida para el cumplimiento de un objetivo más amplio.

⁴Passini explica que el diseño de información se evalúa a partir de su resultado en términos de satisfacción del usuario ante la tarea cumplida, y no tanto como producto diseñado, con eje en cuestiones formales.