

## Recursos aplicados al diseño de información

Pablo Tesone

Adaptación realizada a partir del trabajo final de Taller de Diseño en Comunicación Visual 5A, "El diseño de información en circuitos urbanos turísticos culturales. El rol de la gráfica en el entorno para la orientación del usuario" (2010-2011)

Para identificar y destacar la importancia de los distintos recursos que el diseñador tiene a su alcance se utilizarán los conceptos esgrimidos por distintos autores. A modo de hilo conductor, se tomarán principalmente los elementos enumerados por Andreas Uebele en *Signage Systems & Information Graphics*, para luego ser enriquecidos por el aporte de otras fuentes.

> *Tipografía y área tipográfica*: A diferencia de otras áreas del diseño, la tipografía en la gráfica en el entorno cobra una mayor importancia. Esta no es una afirmación caprichosa, ya que el usuario dispone de una cantidad de tiempo de lectura menor estando en medio de su recorrido por la ciudad o por un espacio arquitectónico complejo que leyendo detenidamente un calendario de actividades, por ejemplo. Los mensajes deben poder ser leídos en cuestión de segundos, y la comprensión y legibilidad de las fuentes escogidas son parámetros relevantes y deberían ser tenidos en cuenta.

El diseñador tiene la posibilidad de escoger tipografías con o sin serif, de caja alta o baja -mayúsculas y minúsculas, respectivamente-, pero la elección final dependerá más de que el mensaje pueda ser leído con facilidad, que seguir parámetros de manera taxativa. Con esto se quiere decir que bien podría indicarse, por ejemplo, que las tipografías sin serif son utilizadas comúnmente en sistemas de señalización en el entorno, pero de nada servirían si son ilegibles.

Claro que no es sólo la elección tipográfica lo que incide en que un mensaje determinado sea leído por el usuario. El tamaño de la tipografía adquiere un rol importante, debiendo adaptarse a los contextos en los que ese mensaje será leído. En *The Wayfinding Handbook*, David Gibson diferencia los usos de la tipografía según la situación en la que se encuentren: "Las letras para leer son lo suficientemente pequeñas para ser usadas en textos y leyendas en kioscos de mapas o párrafos narrativos en signos interpretativos. Las letras para caminar tienen un tamaño adecuado para mensajes direccionales que guían a los peatones en las calles de la ciudad o en espacios públicos interiores. Las letras para conducir son lo suficientemente grandes para ser vistas por los conductores buscando direcciones o información. [...] Las letras en el entorno son (de gran tamaño) para un máximo efecto en entornos urbanos concurridos o autopistas" (Gibson, 2009: 82)

> *Estructuración*: El ordenamiento de la información es otro de los parámetros a tener en cuenta a la hora de intervenir sobre el entorno construido, sea este urbano o arquitectónico. La estructuración de los datos a comunicar permite al usuario la navegación a través de información compleja (Baer, 2008). A pesar de que parezca obvio, el uso de grillas es muy común en este sentido. Sin embargo, en entornos de este tipo, no sólo interesa la estructura de la información a nivel micro -es decir, en una pieza determinada-, sino también a nivel macro -la información en la totalidad del espacio a intervenir-. Así como a nivel micro la estructuración facilita la lectura de información compleja, en el nivel macro puede ser utilizada para que el usuario pueda orientarse en configuraciones con distintos grados de complejidad, comprender el orden que las rige y facilitar la creación de un modelo mental que le ayude a aprehender el lugar en el que se encuentra.

Uno de los aspectos a tener en cuenta en la estructuración de la información, ya sea en el nivel micro como en el macro, es el agrupamiento de datos. Según Kim Baer en *Information Design Workbook*, “el agrupamiento de información puede ayudar a los lectores a localizar rápidamente la información que están buscando, [...] (y) puede también indicar jerarquías de importancia, particularmente cuando es usada en conjunción con cambios en el color, el peso y la escala” (Baer, 2008: 106). Esto indica que sin importar de qué manera se dé, el agrupamiento de la información brindará la jerarquía necesaria para que los distintos elementos faciliten la comprensión del mensaje.

> *Codificación*: Si bien merece un párrafo aparte, la codificación es una parte importante de la estructuración de la información. Es aquel recurso al alcance del diseñador -más cercano de lo que muchas veces cree- que permite que los usuarios segreguen información según sus necesidades en un tiempo y espacios determinados.

Retomando los conceptos esgrimidos en el apartado anterior, podría decirse que incide sobre el nivel macro del diseño de información en entornos complejos.

Más que codificación, la tarea del diseñador es la delimitación de principios codificadores que luego serán decodificados por los usuarios para cerrar el ciclo en torno al significado buscado, dando lugar al código. El código no es otra cosa que un conjunto de normas que regulan diversos componentes, en este caso, de la intervención. Abarcan desde las distintas zonas que componen un espacio, hasta los tipos de actividades que se desarrollan en él. David Gibson especifica como tales a la definición de las distintas áreas dentro de un mismo espacio, la diferenciación de distritos o barrios de una misma ciudad o la designación de funciones dentro de un mismo espacio (Gibson, 2009: 92-93).

El establecimiento de principios codificadores se realiza a partir de distintos elementos. Andreas Uebele, en su libro *Signage Systems & Information Graphics*, expone cuatro parámetros a tener en cuenta a la hora de delimitar estas normas: color, imágenes, caracteres alfanuméricos y nombres. A estos pueden sumarse variables que para el área disciplinar son fundamentales y que no tienen que ver exclusivamente con lo gráfico, como la relación con el entorno y la ubicación de la información en el mismo, así como la morfología de las estructuras portantes.

No obstante, y más allá de la manera en que se dé, el foco deberá situarse en la diferenciación de la información y la asignación del significado buscado en su planeamiento.

Aquí pueden sumarse dos conceptos que se encuentran íntimamente ligados a la estructuración de la información -y por ende, a su codificación- y alrededor de los cuales se combinan elementos gráficos, estructurales y contextuales: *previsibilidad* y *secuencialidad*. El primer término hace referencia a la estructuración sistemática de la información, haciéndola predecible. Por su parte, la secuencialidad remite a la estructuración sucesiva de los datos que se brindan al usuario. Esta sucesión debe darse de forma pautada para que su comprensión se dé fácilmente. Cabe aclarar que si bien estos conceptos no son recursos (en lo estricto del término y en comparación con los citados hasta aquí), configuran aspectos a tener en cuenta para que el diseño de información sea lo más eficaz y eficiente posible.

> *Color*: Así como lo es la tipografía, el color es uno de los elementos de la comunicación visual más importantes para el diseño de información en el entorno urbano. En *Wayshowing*, Per Mollerup define este hecho diciendo que “el color puede ser visto desde distancias más largas que cualquier otro elemento gráfico. En señalización, el primer y principal rol del color es la diferenciación” (Mollerup, 2005: 161). En este sentido, Andreas Uebele explica que en entornos y sistemas complejos “el color puede ayudar a ordenar la información de manera jerárquica” (Uebele, 2007: 64). Por su parte, Kim Baer resalta la importancia del color como elemento que permite a los usuarios aislar información de distinta importancia. Hasta aquí se han destacado algunas de las características del color y se especificó en qué aspectos reside su importancia en el diseño de información. Ahora cabe enunciar algunas propiedades del color y algunos aspectos a tener en cuenta. David Gibson hace su aporte en lo que respecta a las propiedades del color. En *The Wayfinding Handbook* explica que “los colores son [...] distinguidos por tres propiedades: tono, intensidad y valor. El tono se refiere a la variación de color (y a su pureza) [...]. La intensidad es la saturación o densidad de un color. El valor se re-

fiere a su relativa luminosidad u oscuridad. El entendimiento de estas propiedades permite al diseñador controlar una paleta para dar legibilidad y proyectar el significado deseado” (Gibson, 2009: 88).

En párrafos anteriores se destacó el rol diferenciador del color. En este sentido puede decirse que tan o más importante que la elección cromática, es el contraste. Mollerup realiza un aporte interesante en este sentido, analizando el color y su contraste en cuatro situaciones (Mollerup, 2005: 161): la primera, entre la pieza de información y el entorno en el que se halla, sea éste interior o exterior. Segundo, el contraste del color entre la señal (en tanto material que la conforma) y su contenido, haciendo legible a este último. Tercero, el contraste de color entre distintas señales, facilitando la diferenciación entre distintas tipologías de mensaje. Por último, el contraste del color entre distintos elementos dentro de una pieza, también permite la diferenciación entre distintos tipos de mensajes.

> *Mapas*: Estos elementos se hallan presentes en las piezas distribuidoras u organizacionales. No obstante, su diseño posee una complejidad mayor que el de este tipo de piezas.

A continuación se buscará definir la importancia de estos elementos como recurso para el diseño de información. En *The Wayfinding Handbook*, David Gibson explica que “mientras las señales marcan el camino hacia los destinos e identifican lugares, los mapas proporcionan la mejor manera de dar a los visitantes una vista general de un espacio público. Representan la disposición y organización de un complejo, un edificio o un espacio y muestran la relación entre los elementos de un espacio y las vías entre ellos” (Gibson, 2009: 100). Por su parte, Per Mollerup realiza su definición de estos elementos diciendo que “los mapas planos son representaciones pictóricas bidimensionales de un mundo tridimensional. Representan el mundo a escala reducida, excluyendo todo excepto características seleccionadas” (Mollerup, 2005: 153). Son, además, convenciones culturales por las cuales los usuarios interpretan un espacio determinado a través del traslado de sus características más particulares a una representación con distinto grado de detalle. Cabe aclarar que estos acuerdos tácitos responden a rasgos propios de distintas sociedades, a partir de los que puede afirmarse que existen convenciones diversas y particulares.

Para su diseño, realización y materialización es preciso tener en cuenta, en primer lugar, el área a incluir. Gibson evidencia su postura acerca de este hecho de la siguiente manera: “la zona de interés debería ser el enfoque del mapa, con el contexto suficiente como para ser útil pero que no distraiga (al usuario)” (Gibson, 2009: 100).

Por otra parte, es usual que en los mapas se utilice la consigna *Usted*

*está aquí*<sup>1</sup>. Sobre este aspecto, Gibson explica que “una designación de Usted está aquí es esencial en un mapa para indicar la actual ubicación del visitante así como otras instalaciones del mapa” (Gibson, 2009: 100). En este sentido, Mollerup hace una distinción entre los mapas portables (aquellos que se entregan en mano) y los que se encuentran en las señales, es decir, aquellos que componen las piezas distribuidoras. En este sentido, explica que “los mapas en las señales, principalmente los mapas UEA están situados en el entorno que representan. [...] Es importante que los usuarios del mapa puedan establecer su posición exacta comparando su ubicación con el mapa. Los planificadores de mapas deberían facilitar esta comparación incluyendo en el mapa características reconocibles” (Mollerup, 2005: 153).

Hasta aquí se han descrito distintos recursos referidos al contenido de una intervención de comunicación visual en entornos urbanos y/o arquitectónicos. Ahora pueden explicarse aquellos que lo relacionan con el continente y el contexto.

> *Forma y Materialidad*: Estos elementos interrelacionados serán descritos a partir de los conceptos enunciados por David Gibson en *The Wayfinding Handbook*. Así, explica que los sistemas de orientación “...suelen tener señales, o bien autoportantes<sup>2</sup> o adheridas a un edificio y otras estructuras. Agrupadas en un sistema coherente, estos diferentes tipos de señales pueden expresar el carácter distintivo que establece la identidad de una entidad o un lugar” (Gibson, 2009: 107). Ésto quiere decir que las formas y materiales utilizados en cualquier intervención sobre el entorno urbano son tan importantes como la información que quiere transmitirse.

Con respecto a la materialidad, puede decirse que los materiales pueden ser utilizados para enriquecer la propuesta gráfica. Su definición puede estar basada por tres cuestiones: estéticas, semánticas y/o funcionales. En primer lugar, la elección material para una propuesta de comunicación en entornos urbanos y/o arquitectónicos puede agregar determinados valores visuales que destaquen la intervención, principalmente desde el plano formal. Segundo, la carga de sentido que distintos usuarios dan a diferentes materiales y tratamientos resulta relevante a la hora de la definición de la materialidad de una propuesta. Es decir que, además de la información, el elemento que la contiene está cargado de

1 Por una cuestión de simplicidad, y siguiendo el uso que dan distintos autores a esta expresión, de aquí en adelante se utilizará la abreviación *UEA* (*Usted está aquí*).

2 El autor utiliza el término *freestanding*.

una significación que busca causar en los usuarios algún tipo de respuesta. Por último, la materialidad de una propuesta de este tipo puede darse por cuestiones estrictamente funcionales que derivan de las características propias de los distintos materiales: resistencia a agentes externos (intemperie, vandalismo), peso, versatilidad, flexibilidad, facilidad de mantenimiento, entre otras.

A partir de estas definiciones puede decirse que el diseñador puede partir de conceptos abstractos o referencias literales que permitan dar forma a las señales, y utilizar diversos materiales para enriquecer su propuesta. No obstante “un dispositivo gráfico simple, hábilmente aplicado, puede ser todo lo necesario para hacer distintivo un programa de señalización” (Gibson, 2009: 108).

> *Escala y altura*: Estos dos términos tienen en común su vínculo con la ergonomía dentro de una intervención en entornos complejos. La ergonomía, aplicada a la comunicación visual, habla de las relaciones establecidas entre la pieza o estructura comunicacional, el usuario y el contexto de uso. Entre ellas se encuentran, por un lado, la *escala*, que hace referencia a la relación de tamaños entre la información dada y la forma que la contiene, los usuarios -tanto se encuentren en el espacio de manera individual o grupal- y el contexto. Por el otro, la *altura* está íntimamente relacionada con la posición de la estructura comunicacional respecto de un eje vertical. Es necesario aclarar que este eje, a su vez, estará condicionado por el entorno en el cual se inserte la pieza.

Per Mollerup indica en *Wayshowing* que “la altura promedio del ojo es un punto de partida razonable para posicionar los signos que usuarios de a pie o caminando deben leer” (Mollerup, 2005: 181). La altura de cualquier elemento visual que se utilice en una intervención determinará no sólo la distancia de lectura, sino que ésta condicionará también su legibilidad. La altura de la información presentada condicionará la lectura del usuario. Pero así como la altura es uno de los aspectos a tener en cuenta al hacer foco en la legibilidad de los mensajes, factores como la circulación de personas en el área en cuestión también deben ser considerados.

A través de la explicación de estas cuestiones y el traslado de características generales de la comunicación visual al plano de las tres dimensiones, puede concluirse con facilidad que la elección, manejo y utilización de diferentes recursos deberá correr el eje de cuestiones meramente formales y priorizar la transmisión eficiente de la información, y así facilitar la circulación -pero sobre todo, la orientación- de los usuarios en entornos complejos, sean estos urbanos o arquitectónicos.