

Diseño de información.
Nociones básicas de diseño de información

Diseño de información

Introducción

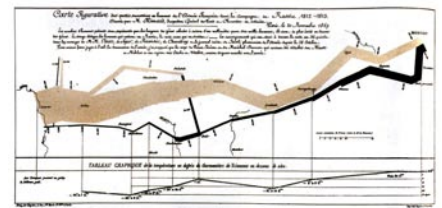
El diseño de información es un campo de conocimiento en el que el diseño gráfico viene desarrollándose con fuerte impulso en los últimos años. “Este género se ha configurado a sí mismo, y dentro de su pensamiento teórico, como la expresión gráfica de datos, horarios, tablas, espacios y sujetos, conceptos científicos y estadísticas sociales o económicas, que pueden ser usados tanto en libros, anuarios y reportes gubernamentales como en las páginas de los periódicos y revistas y en las pantallas de la computadora.”¹

En el contexto actual en el que la imagen ha tomado un rol aún más relevante aquellos que desempeñan su actividad en el campo del diseño de información necesitan repensar el modo en el que ésta es presentada al común de la gente, dado que los usuarios tienen mayores exigencias sobre los contenidos y modos en los que el material se muestra.

Aunque en una primera instancia se podría pensar al diseño de información como un campo en el que la acción de la retórica es mínima o desaparece el modo en el que la información se presenta no es, ni puede ser, absolutamente objetivo. Al respecto, Gui Bonsiepe dice que “la información sin retórica es un sueño imposible, pues la información pura existe para el diseñador únicamente en su abstracción árida, pero tan pronto comienza a darle forma concreta, a traerla al rango de la experiencia, el proceso de infiltración retórica inicia..”²

Se presupone al diseño en este campo como una herramienta que posibilita una visualización objetiva de hechos empíricos como procesos, acontecimientos, espacios, estudios, etc. Visualización que se presume carente de subjetividad, de aquello que podría denominarse como estilo. “El estilo, entendido como manifestación de la subjetividad del diseñador a través de los gestos expresivos, parecía no ser un rasgo pertinente dentro de la actividad puramente informativa y, con ello, se confía en la apariencia de objetividad que los esquemas y modelos aparentan tener.”³ Aún así es válido pensar en el nivel retórico en este tipo de piezas en que la claridad, accesibilidad y objetividad de la información debe ser el objetivo principal del la propuesta de diseño.

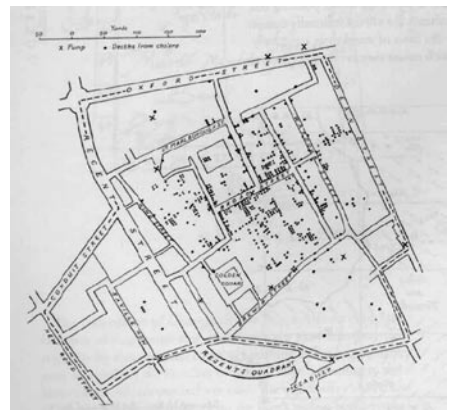
La graficación de la información tiene un rol de suma relevancia al momento de poder realizar el análisis de la misma. Poder, por ejemplo, visualizar los datos numéricos en forma de imágenes o formas gráficas permite, muchas veces, dimensionar mejor sus implicancias. Esta traducción a imagen de los datos incluídos en la información objeto de diseño debe, desde su forma, facilitar la comprensión de los mismos es por ello que algunos diseñadores de información hablan de una suerte de “transparencia” del diseño en las piezas que realizan. En ellas se intenta que el diseño pase desapercibido, su presencia sea paradójicamente imperceptible a los efectos de no interferir con la lectura de la información.



Charles Minard. Estudio sobre le evolución del ejercito de Napoleón en la campaña rusa 1861. Esta graficación permite observar cómo luego de cada batalla la cantidad de soldados que componen el ejercito decrece al igual que lo hace a medida que las condiciones climáticas empeoran.

En el gráfico se analizaron los siguientes datos:

constitución del ejército
batallas
condiciones climáticas
avance hacia el frente ruso
retirada del frente ruso



Dr Snow. Graficación de focos infecciosos en un poblado.

Datos graficados:
Casos de infección.
Ubicación de bombas de agua

La graficación de ambos datos permitió observar la mayor cantidad de casos en torno a las bombas de agua lo cual permitió intervenir sobre estas para disminuir la cantidad de casos de infección debidos a la contaminación de la fuente de agua.

¹Tapia, Alejandro; *El diseño gráfico en el espacio social*, pág. 162

² Tapia, Alejandro; pág.171

³Tapia, Alejandro; pág. 162

Organización de información

El modo en el que la información es organizada tampoco es completamente objetivo. Un mismo conjunto de datos puede ser organizado de diversos modos y cada uno de ellos dará cuenta de un modo particular de comprender la información. “Mientras que la información puede ser infinita, las formas de estructurarla no lo son. Y una vez que uno tiene un lugar en el cual puede ser enchufada la información, esta se vuelve mucho más útil. Nuestra elección estará determinada por la historia que queremos contar. Cada forma permitirá una comprensión diferente de la información, dentro de cada una de las cuales hay muchas variaciones.”⁴

Antes de realizar la propuesta de diseño es fundamental realizar una organización y categorización de la información que se diseñará. Para ello es necesario el conocimiento y análisis del tema ya que es a partir de esta instancia reflexiva que se podrán tomar decisiones en el campo de la organización y de la expresión gráfica que caracterizará a la propuesta.

Ubicación: La ubicación es la forma natural de elegir cuando se está tratando de examinar y se compara información que proviene de diversas fuentes o lugares. Si estuviéramos examinando una industria, por ejemplo, necesitaríamos saber cómo está distribuida por el mundo. Los doctores usan las diferentes ubicaciones en el cuerpo como unidades o bloques, para estudiar medicina.

Alfabeto: Este método se presta para organizar cuerpos de información extraordinariamente grandes, tales como palabras en un diccionario o apellidos en una guía telefónica. Como la mayoría de nosotros hemos ya memorizado las veintiocho letras del alfabeto, la organización de la información por orden alfabético funciona cuando la audiencia o los lectores abarcan un amplio espectro de la sociedad que podría no comprender la clasificación hecha siguiendo otra forma.

Tiempo: El tiempo funciona mejor como principio organizador para los acontecimientos que suceden a lo largo de duraciones fijas. Funciona con las exhibiciones, los museos y las historias. El tiempo es un marco fácilmente comprensible a partir del cual se pueden observar cambios y hacer comparaciones.

Categoría: La categoría pertenece a la organización de las mercancías. Categoría puede significar diferentes modelos, diferentes tipos o incluso diferentes cuestiones a ser contestadas, tales como un folleto que esté dividido en preguntas sobre una compañía. Este modo se presta muy bien para organizar ítem de importancia similar.

Jerarquía: Este modo organiza los ítem por su magnitud, desde pequeños hasta grandes, desde menos costosos hasta más costosos, por orden de importancia, etc. Este es el modo que se debe usar cuando queremos asignar valor o un cierto peso a la información, o cuando queremos utilizarla para estudiar algo como una industria o compañía.

Wurman, Richard Saul ; *Angustia informativa*

En su texto Wurman propone 5 formas para organizar la información, las tomaremos como ejemplo para analizar cómo los modos de organización permiten una diferente comprensión de la información, cada una es pertinente para un tipo de información y su utilización puede ser una alternativa metodológica válida aunque no excluyente. Cabe aclarar que en una misma pieza de diseño pueden utilizarse estos criterios en forma conjunta. En piezas complejas es posible encontrar, por ejemplo, líneas de tiempo, ubicación geográfica, categorías y todo, a su vez jerarquizado en su graficación.

Cada una de estas formas de organizar la información (así como otras que surjan como posibles en función de la especificidad del tema) abren a su vez nuevas perspectivas para el análisis del material relevado. Muchas veces son estas nuevas perspectivas las que permiten que la propuesta gane en originalidad y claridad de lectura. Una misma información puede ser comprendida desde diferentes puntos de vista y una análisis profundo de los datos permite el surgimiento y clarificación de estos posibles nuevos enfoques.

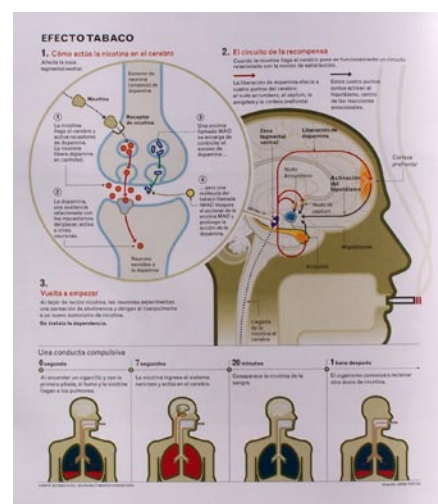
Diseño de información

En el inicio del presente texto hicimos referencia al diseño de información como un campo propio del diseño gráfico, en tanto diseño necesita de un objetivo claro para la fundamentación de la propuesta de organización. La resolución de un problema de diseño involucra dos aspectos, qué esperamos lograr con la propuesta y cómo esperamos llegar a dicho resultado. El diseño de información no escapa a esta lógica. Si bien los contenidos pueden haber surgido de un relevamiento, es decir que no son generados por el diseñador, éste si debe tener un objetivo para su propuesta (a veces de origen personal y otras como demanda del comitente) y en función de este objetivo debe tomar las decisiones en términos de forma gráfica que le permitan alcanzarlo.

“El diseño de información puede ser caracterizado como un dominio en el cual los contenidos son visualizados por medio de selección, ordenamiento, jerarquización, conexiones y distinciones retínicas para un accionar eficaz”⁵. Es decir que con su accionar el diseñador genera una pieza en la que la información se torna accesible y comprensible a partir de la utilización de recursos gráficos. Sin embargo el diseño de información trasciende la mera traducción de información textual o numérica a lenguaje visual, el hacer del diseñador de información comienza con el análisis de la información y la estructuración de los datos a presentar. El diseñador es, por lo tanto, participe de la construcción de dicha información.

Es necesario, al momento de desarrollar la propuesta de diseño considerar que el modo en el que la información se presenta debe propiciar la incorporación de un conocimiento nuevo a quienes acceden a ella a través del diseño. Los recursos gráficos puestos en juego deben clarificar la información, permitir la construcción del nuevo conocimiento y ofrecer nuevos modos de conocer. “Además, el trabajo del diseñador de información implica capacidades de coordinación... La gestión de la información no apunta tanto a la producción de las informaciones como a seleccionar los componentes de un conjunto de datos y a su coordinación.”⁶

El conocimiento que el diseñador tiene del material con el que está trabajando, el saber que no es posible desconocer, puede dificultar el proceso de organización y diseño de la información. Es necesario, en este proceso, tener en cuenta el no saber del lector y diseñar la pieza en función de operar sobre dicho no saber teniendo presente que siempre el manejo de información implica subjetividad y que dicha subjetividad no implica necesariamente una manipulación intencionada de la información. No obstante esto es necesario tener una postura clara frente al enfoque con el que la información será presentada a fin de que la propuesta de diseño tenga coherencia entre información, organización y expresión.



Los diferentes lenguajes expresivos pueden aportar mayor claridad a la información que no necesita ser expresada de modo hiperrealista para ser comprendida. Los procesos de síntesis pueden ser una etapa necesaria al momento de realizar el diseño de información cuando el exceso de detalle en la imagen no aporta a su mejor comprensión.

5 Bonsiepe, Gui ; Del objeto a la interface. pág. 53.

6 Bonsiepe, Gui ; Del objeto a la interface. pág. 63

Infografía

“La infografía es un género multimodal empleado en diarios, folletos, libros de texto y artículos científicos para explicar estructuras, procesos, relaciones y acontecimientos complejos. Sirven para ilustrar y clarificar temas difíciles, de modo que los lectores puedan conceptualizar y comprender con mayor facilidad aspectos estructurales complejos, relaciones espaciales, los estadios de un proceso, el desarrollo en el tiempo así como los efectos y causas de una acción.”⁷

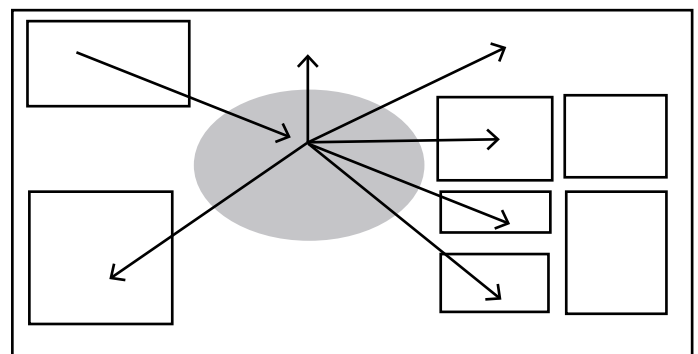
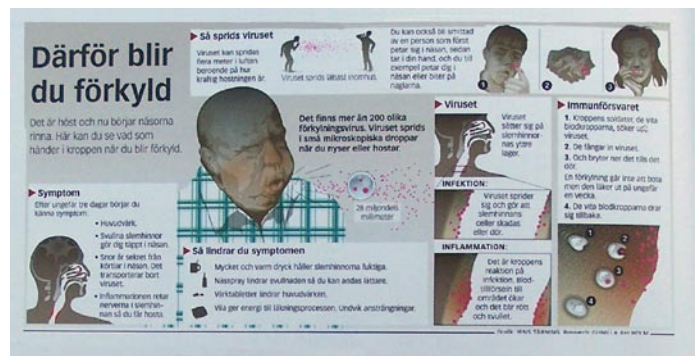
Organización de información y lectura

Como ya dijimos, el modo en el que la información se organiza en las diferentes piezas gráficas que constituyen el campo del diseño de información, de algún modo determina el modo en que dicha información puede ser procesada e incorporada por los “lectores” que accederan a los datos que se hagan visibles a partir de las propuestas gráficas.

Cada elemento que forma parte de la infografía aporta información que, en su articulación con el resto de los elementos construyen la totalidad del contenido que la pieza debe comunicar. Los elementos accesorios o carentes de relevancia complican la lectura y comprensión del tema desarrollado en la pieza gráfica.

Según el modo en el que los elementos se organizan en las piezas gráficas es posible detectar dos grupos de modalidades diferentes que producen en el lector una distinta percepción de la información. Analizaremos a continuación algunos ejemplos sin ánimo de transformarlos en paradigmas ni modelos excluyentes sino como un modo de comprender la importancia del criterio de organización.

Gráfico radial: “Son aquellas infografías diseñadas de acuerdo con el principio centro-periferia. La parte central la ocupa una imagen predominante (naturalista) rodeada por una serie de componentes menores (como listados, cuadros con anotaciones, secuencias de imágenes y destacados) en la periferia. Desde el punto de vista del lector, el gráfico radial es un formato muy “democrático”. Le da libertad de escoger entre distintos puntos de entrada y recorridos de lectura. El lector realiza sus propias conexiones ente muchos componentes que rodean la parte central. En otras palabras, este formato no guía al lector de manera explícita.” En este tipo de propuestas es importante realizar un trabajo previo de jerarquización de los componentes a fin de organizarlos de un modo lógico de lectura con el objetivo de lograr una mejor comprensión del tema por parte de usuario. Discernir lo fundamental de aquello que complementa pero no es central al tema.



En esta propuesta el motivo central de la pieza ocupa la diagonal ascendente del campo y tiene por tamaño y por contraste un primer nivel de lectura.

Los detalles se organizan en los dos vértices opuestos y tienen una escala, un nivel de detalle y un contraste con el fondo que los ubica en un segundo nivel de lectura.

Esta categorización expresada gráficamente permite la lectura ordenada de la información. La estructura sustentante de la propuesta se percibe claramente y aporta a la sensación de orden y claridad de la totalidad de la pieza. Las imágenes secundarias refieren directamente al objeto protagonista de la pieza, aunque representado de un modo más sintético.



Manuel Romero. Diario de Sevilla. España

En esta pieza la organización responde fuertemente al formato vertical del campo. La imagen central se ubica en el centro del campo. La columna ubicada en el sector izquierdo del campo organiza jerárquicamente la información utilizando la numeración para guiar la lectura. La secuencia ubicada en la parte inferior del campo aporta un segundo plano de información.



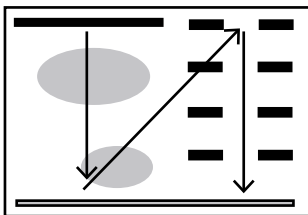
Jeff Goerzten.
St. Petersburg Times.
EEUU

Esta propuesta presenta el tema con una carga retórica más claramente expuesta que en los ejemplos analizados en otra instancia. La imagen central instala el tema, el barco, y la rodean imágenes menores que, acompañadas de texto, completan la información que constituye la pieza. El lenguaje utilizado para desarrollar la propuesta lo instala próximo a una ilustración menos realista, esto no le quita valor a la información sino que le otorga un carácter particular.



Jaime Serra. España

En esta pieza la gradación en las escalas gráficas da cuenta del orden de lectura propuesto para la pieza. El recorrido se inicia (como es culturalmente habitual) arriba a la izquierda, en el mismo cuadrante se ubica la imagen principal de la pieza y en el cuadrante inferior la de segundo nivel de importancia. El sector derecho del campo completa la información con una clara jerarquización de los datos organizados en sucesivas secuencias.



Fernando Robato. Diario As. España

En esta pieza se han determinado tres niveles de información asignándole a cada uno un espacio específico en la composición. Sin embargo la totalidad de la propuesta conserva la unidad, el uso de color, la estructuración del campo y los niveles de lectura permiten desarrollar los niveles diferenciados de información sin perjudicar a la unidad de la pieza.

Manuel Romero, Cristina García, Raquel Fera, Francisco Barquilla, David Uribarri. Diario de Sevilla. España



Recursos gráficos

Recursos gráficos

Conectores



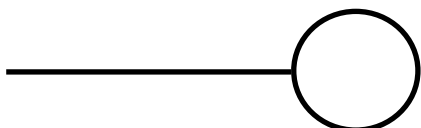
Línea

Une título o texto explicativo a un elemento.



Línea puntuada

Marca trayectorias o divisiones.



Marcado de área

Sectoriza un área dentro de un gráfico.



Punto específico

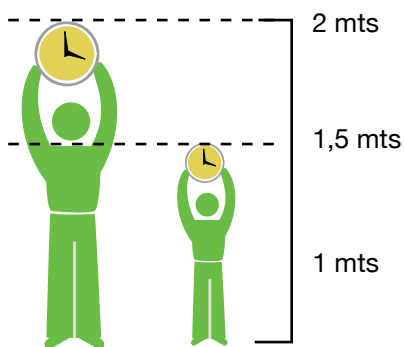
Marca un punto / lugar específico dentro de un elemento.



Delimitación de un objeto / espacio

Engloba una información visual, que necesita de una explicación particular, separada del resto de la información.

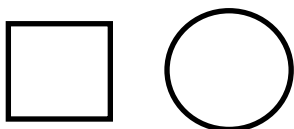
Descripción



Marcado de altura o área

Para marcar una altura, debe de colocarse las líneas al comienzo y fin de la figura mayor, en caso de compara alturas se deberá realizar la proyección de las líneas.

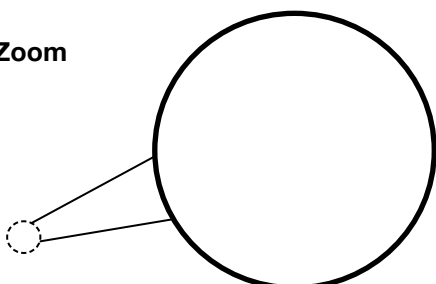
Área



Marcado de elementos

Marcar un área dentro de una ilustración para luego hacer referencia a la misma.

Zoom



Tipografía

Nivel 1 - textos generales

Biela

Elemento mecánico que sometido a esfuerzos de tracción transmite movimiento articulando.

Biela

Elemento mecánico que sometido a esfuerzos de tracción transmite movimiento articulando.

Cualidades de un grupo
Sedist intem aborum que voluptatem hiligendis aut es estiber

Dar niveles de lectura utilizando variables tipográficas.
Jerarquizar subtítulos remarcándolos con el vector que une al objeto.

grosor de las líneas 0,5

A

Cualidades de un grupo
Sedist intem aborum que volupta

Cualidades de todos

B

Cualidad de un grupo
Sedist intem aborum que voluptatem hiligendis aut es estiber

Cualidades de todos

En la opción B se realiza un refuerzo cromático para unir el subtítulo al objeto que enuncia; dándole mayor jerarquía visual que en el caso A, donde solo se utiliza la variable tipográfica para destacar el título.

grosor de las líneas 0,5

A

Cualidad de uno
Sedist intem aborum que voluptatem hiligendis

Cualidades de un grupo
Sedist intem aborum que volup-

B

Cualidad de uno
Sedist intem aborum que voluptatem

Cualidades de un grupo
Sedist intem aborum que volup-

En la opción A se alinean los textos para organizar la información.
En la opción B los textos se colocan próximos al objeto que enuncian.
Ambas formas son válidas en la organización de la información, la selección dependerá del caso.

grosor de las líneas 0,5

Nivel 2 - textos destacados

La sobreinformación y el vacío

Una edición semanal de The New York Time contiene más información de la que persona promedio probablemente encontrara en toda su vida en la Inglaterra del S XVII. (Wurman, 2001, p. 5)

La sobreinformación y el vacío

Una edición semanal de The New York Time contiene más información de la que persona promedio probablemente encontrara en toda su vida en la Inglaterra del S XVII. (Wurman, 2001, p. 5)

En A se remarca el título generando una unidad de información semicerrada.

En B el título es destacado a través de una variable tipográfica; se genera una unidad de información gracias a la alineación del título al texto. Esta unidad de información se percibe más abierta que en el caso A.

Nivel 3 - información complementaria

La sobreinformación y el vacío

Una edición semanal de The New York Time contiene más información de la que persona promedio probablemente encontrara en toda su vida en la Inglaterra del S XVII. (Wurman, 2001, p. 5)

Una edición semanal de The New York Time contiene más información de la que persona promedio probablemente encontrara en toda su vida en la Inglaterra del S XVII. (Wurman, 2001, p. 5)

A, B y C se tratan de unidades cerradas. Se utilizarán cuando se pretenda que la información que contienen, sea separada del resto de los datos que componen la pieza. Por ejemplo al trabajar con informaciones complementarias.

Una edición semanal de The New York Time contiene más información de la que persona promedio probablemente encontrara en toda su vida en la Inglaterra del S XVII. (Wurman, 2001, p. 5)

Línea de 0,5 puntos

Bibliografía

Bonsiepe, Gui; *Del objeto a la interface*,
Ed. Infinito, 1999

Tapia, Alejandro; *El diseño gráfico en el espacio social*,
Ed. Nobuko, 2005

Wurman, Richard Saul ; *Angustia informativa*,
Ed. Pearson Education, 2001

Malofiej 2003

Malofiej 12+1 2005

Premios Internacionales de infografía

SNDE Society for News Design. Capítulo Español.

Universidad de Navarra. Facultad de Comunicación

Elaboración:

Prof. DG. Cecilia Mazzeo

Colaboración:

DG. Jimena Toledo