

Capítulo I

El Diseño de Información

"[...] porque todo diseño comienza cuando se comprende y se interpreta"

Paul Mijksenaar

El Diseño de Información es una manera de trabajar en el diseño para la solución de problemas de información, hacia el entendimiento. Debido al poco conocimiento de la disciplina, no sólo entre el público general, pero también entre la comunidad de profesionales del Diseño, así como para el tratamiento del papel de la Fotografía en el Diseño de Información, se busca partir de una concepción uniforme de la disciplina. Es por eso que se presenta un conjunto de definiciones con las que se pretende presentar los aspectos más importantes del Diseño de Información. Para ello, se define antes que nada el concepto de información, distinguiéndolo del proceso de comunicación con el que está estrechamente relacionado.

1. Definición de Información

La información es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción. No es lo mismo que comunicación, aunque la supone (Paoli, 1989: 15). Dos sujetos tienen la misma información, no cuando tienen los mismos datos, sino cuando tienen el mismo modo de orientar su acción. Cuando evocan en común el significado de su acción, se comunican la misma información (Paoli, 1989: 16).

La comunicación es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado (Paoli,1989: 11). Hay experiencias similares y comunes entre los que participan en el acto, al utilizar significantes comunes. Los significados para poder ser comunes, y con ello lograr la comunicación, tienen que estar referidos a estructuras de la realidad, que en algún grado sean comunes a emisor y receptor (Paoli,1989: 45).

Así, para recibir información no es necesario evocar en común con otras personas. Pero, si se quiere difundir el modo de dirigir la acción diseñada –la información– a partir de los datos de un medio ambiente, se deberá transmitir esto en los términos de los otros, de tal modo que se pueda evocar en común y entenderse –comunicar– (Paoli,1989: 15).

2. Algunas definiciones del Diseño de Información

1. El diseñador y comunicólogo Nathan Shedroff, considera que el Diseño de Información trata con la organización y presentación de datos: su transformación a información valiosa y significativa.

[Information Design addresses the organization and presentation of data: its transformation into valuable, meaningful information (1994)]

Si bien es cierto que se trata con datos, es importante señalar que los sentimientos, impresiones, y en general todo tipo de emociones, también pueden considerarse como datos aunque no tengan carácter estrictamente científico, como se suele esperar de aquello llamado como datos.

2. En el Design Council on Information Design, Consejo de Diseño de Inglaterra, el Diseño de Información se concibe como la transformación de datos en información, haciendo de lo complejo, algo fácil de entender y de usar. Se considera que es una disciplina que crece rápidamente, donde participa tipografía, diseño gráfico, lingüística aplicada, psicología aplicada, ergonomía aplicada, computación, y otros campos de conocimiento. El Diseño de Información emerge como respuesta a la necesidad de entender y usar tal conocimiento a manera de formas, documentos legales, interfaces computacionales e información técnica.

El Design Council percibe en el Diseño de Información, procesos de selección, estructuración y presentación de la información del mensaje en base a propósitos, habilidades, experiencia, preferencias y circunstancias de los usuarios meta.

[Information design is concerned with transforming data into information, making the complex easier to understand and to use. It is a rapidly growing discipline that draws on typography, graphic design, applied linguistics, applied psychology, applied ergonomics, computing, and other fields. It emerged as a response to people's need to understand and use such things as forms, legal documents, computer interfaces and technical information. They consider the selection, structuring and presentation of the information provider's message in relation to the purposes, skills, experience, preferences and circumstances of the intended users (Walker and Barratt, 2005).]

Se han mencionado elementos como la tipografía, el diseño gráfico, la computación, y otros campos de conocimiento. Sin embargo, no se ha visto que se incluya a la fotografía. Se considera que ésta tiene la misma importancia y utilidad en los procesos de selección, estructuración y presentación de la información que se realiza en el Diseño de Información.

3. La definición dada por el Instituto Internacional de Diseño de Información, mejor conocido como IIID, considera al Diseño de Información como la definición de requerimientos tales como la selección, transformación y transmisión de la información con el propósito de transmitir conocimiento, así como de optimizar la información en relación a dichos requerimientos.

[Information Design is the defining of the requirements governing the selecting, rendering, and transmission of information for the purpose of knowledge transfer as well as the optimization of the information with respect to these requirements (2004).]

En los procesos de selección, transformación y transmisión de la información que distingue el IIID, la fotografía puede ser útil de varias maneras, lo que se verá más tarde, en el desarrollo de esta tesis.

Procurando resumir los puntos fundamentales, se concluye que:

1. El diseñar información es trabajar con datos que pueden llegar a convertirse en información valiosa para un lector meta.

2. En el diseño se persigue no sólo la comunicación de información, sino también su asimilación o aprendizaje a fin de convertirse en conocimiento.
3. Esto es posible mediante procesos de selección, transformación y presentación de información relevante, útil y pertinente al receptor, lector o usuario final. Procesos mismos que se pueden llevar a cabo con la ayuda de la fotografía.
4. En el diseño de sistemas informativos, se optimizan recursos con los que se cuenta, como los humanos, los perceptuales – visuales, auditivos, táctiles, etcétera – , los económicos, entre otros.
5. La información que se diseña, se hace con base en la intención, experiencia, cultura, maneras de ver y sentir, y otras características propias del lector o usuario meta.

3. El uso de la Fotografía en el Diseño de Información

En este capítulo se presentan ejemplos de fotografía vista como una herramienta para el Diseño de Información, principalmente, en los procesos de registro, transmisión y/o presentación de información. Así, se seleccionaron casos pertenecientes a distintos momentos temporales y espaciales de la historia de la Fotografía.

Ejemplo 1. Vista aérea de París, de Gaspard Félix Tournachon Nadar

Registro de información

Con el desarrollo de la cámara fotográfica y el mecanismo de fijación de la imagen, fue posible registrar imágenes de áreas urbanas por primera vez. Esto significó un gran avance en el diseño de información cartográfica, para la presentación de imágenes de localización con fines urbanísticos, militares y políticos. Fue Gaspard Félix Tournachon, mejor conocido como Nadar, quien le dio forma al método de trabajo donde la fotografía se empleó en la producción de información visual, en el registro de la imagen.

En Francia, en el siglo XIX, se comenzaba a tener conocimiento del paisaje desde el aire, gracias a viajes en globos que se elevaban a base de aire caliente sobre la tierra. No era posible registrar la imagen, es decir capturarla de manera fija, hasta que Nadar realizó experimentaciones con la cámara fotográfica. Ésta se la portaba consigo durante sus expediciones aéreas muy a pesar de las dificultades que representaba debido a dimensiones y la técnica desarrollada hasta la época.

Aprovechando un perfil multidisciplinario de diseñador, caricaturista, reportero, aeronauta y fotógrafo, realizó una exhaustiva investigación, hasta que el 23 de Octubre de 1858, obtuvo su primera foto aérea, realizada desde un globo aerostático a 80 metros de altura. Nadar había fotografiado las casas de la Villa Petit-Becêtre, cerca de Paris (The Escambia School District, 2005). Según Bentón, Nadar siguió adelante con su trabajo para contribuir con las primeras fotografías aéreas de una ciudad europea como Paris en 1868 (Benton, C., 2000).



La fotografía aérea más vieja de Nadar, aún conservada.

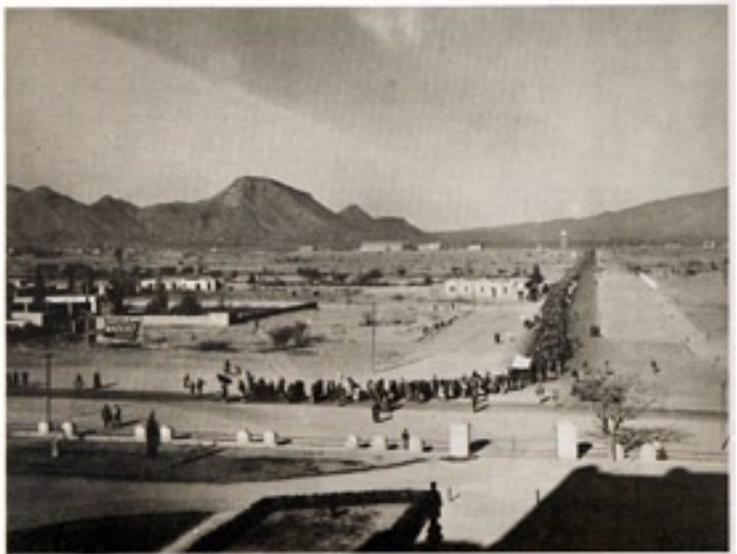
Ejemplo 2. La Caravana del Hambre, de Ismael Casasola

Presentación de información

Al fotógrafo mexicano Ismael Casasola se le asignó la tarea de comunicar un movimiento que estaba sucediendo en Torreón, Coahuila, norte de México. Se había registrado una huelga de hambre en protesta de los bajos salarios que recibían los mineros. Así, Casasola elaboró un ensayo fotográfico, acompañado de la narración crónica de José Revueltas y textos de Victoria Novelo, para presentar fotografías como imágenes de información.

Su trabajo se distingue ya que para la década de los 40's, no se conocía otra manera de trabajar que sólo tomar imágenes de sucesos y mandarlas a la redacción. En este caso, las fotografías de Casasola no pretendían ser sólo ilustrativas, sino transmitir de manera crítica los padecimientos de las personas involucradas, y así, provocar una reflexión en sus lectores. De acuerdo con Novelo, Casasola debió seleccionar y crear una narración visual que ofreciera una historia fuerte, basada en argumentos textuales y pruebas visuales, sin preocuparse por la probable carga retórica que esto significa (Novelo, 1986: 5).

Su trabajo se considera un ejemplo de Diseño de Información porque ha logrado darle al contenido, un significado para presentar información. Esto es, a partir de las escenas y formas seleccionadas en cada fotografía, así como en la edición de una narrativa visual.



Caravana del Hambre, de Ismael Casasola

Ejemplo 3. The Family of Man, de Edward Steichen

Presentación y transmisión de información

La fotografía como exhibición ha sido útil en la presentación y transmisión de contenidos informativos dirigidos a un público específico. En una presentación, se propone una idea general conformada por medio de unidades de información que se refuerzan entre sí para ayudar a la comprensión.

El entonces Director del Dpto. de Fotografía del Museo de Arte Moderno de Nueva York, Edward Steichen, organizó en 1955, una exhibición fotográfica titulada *The Family of Man*.

El propósito de esta exposición era promover la idea de belleza en la humanidad tanto en tiempos pasados como en los contemporáneos, ya que era urgente una expresión de humanismo en la década siguiente a la Segunda Guerra Mundial. Como diría el propio Steichen: "The mission of photography is to explain man to man and each man to himself" (1983: 3).

Para la exposición se seleccionaron quinientas tres fotografías que, agrupadas según temas de la cotidianidad del ser humano -por ejemplo el amor, la maternidad, la infancia, la muerte entre otros- resultaban sencillas de comprender. Eran imágenes familiares para cualquier persona, aunque sin pretensiones artísticas algunas de ellas, todas de un alto valor estético. Cada una de ellas representaban unidades de información que relacionadas entre ellas reforzaban una idea, la de la humanidad en el hombre.

Este trabajo dio vueltas al mundo por ocho años, pasando por treinta y siete países en los seis continentes. El alcance que tuvo fue de millones de personas que observaron el mensaje. En su libro *The Family of Man*, Steichen escribe que la exhibición demuestra que la fotografía es un proceso dinámico de dar forma a las ideas y de explicarlas de hombre a hombre (Steichen, 1983:3).

En el campo del Diseño de Información, las tomas fotográficas pueden ser unidades de información que al relacionarse den forma y presentación a una idea y así, transmitir un mensaje. Como se ha visto en un análisis de *The Family of Man*, realizado por Joan Fontcuberta, las fotografías fueron agrupadas en dife-

rentes módulos; el esqueleto conceptual tenía la estructura estereotípica de un álbum familiar en el que se hace constancia de los sucesos considerados como más felices y los más penosos. Fontcuberta escribe que se repetían algunas fotografías clave para crear un cierto ritmo; para él, el formato de cada imagen había sido estudiado para producir un efecto distinto según su mensaje, de tal modo que fuese más intimista o más épico. “Steichen había articulado un claro discurso manejando sólo fotografías” (Fontcuberta,1990: 173).



Estados Unidos, de Nell Dorr. The Family of Man.



China, de Chien Hao. The Family of Man.



U.R.S.S. Diament . Publicado en Moscow Journalists Club. The Family of Man.



Guatemala, de Lisa Larsen. Publicado en *Life. The Family of Man*.