

Pimentel, Diego (mayo 2006). *Cultura digital y diseño de información : Infodiseño*. En: Encrucijadas, no. 37. Universidad de Buenos Aires. Disponible en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad de Buenos Aires: <<http://repositorioubi.sisbi.uba.ar>>

Cultura digital y diseño de información

Infodiseño

El diseño de información es una disciplina en donde convergen los parámetros de análisis del arte, la arquitectura, el diseño y la tecnología. Nos rodea más de lo que imaginamos o notamos, ya que está presente en cada instancia de decisión de nuestra vida cotidiana.

por Diego Pimentel

Especialista en gráfica digital. Estudió arquitectura en la FADU, UBA. Consultor en medios digitales, arquitectura de la información, diseño y producción de sitios web. Titular del estudio de diseño Simplestudio (www.simpleweb.ws), junto con Andrés Sobrino. Coordinador y coautor del diseño curricular del Programa de Posgrado de Actualización en Diseño Digital de la FADU/UBA. Docente de grado y posgrado en la FADU/UBA, en la Licenciatura en Diseño Gráfico de la UADE y en la carrera de Diseño Multimedial del IUNA. Es miembro titular del Consejo Asesor del Centro de Comunicación Científica de la UBA desde 1997. Ha publicado junto a Martín Groisman y Arturo Montagu el libro *Cultura Digital, Comunicación y Sociedad* (Paidós 2004).

De qué diseño estamos hablando

El diseño es algo que se nutre del arte, la cultura y la tecnología contemporáneos. Hay un diseño del Medioevo, otro del Renacimiento, otro de la Modernidad y también otro de la Posmodernidad. Esto sucede porque existen diferentes valores tecnológicos, culturales y artísticos en cada instancia. Las disciplinas de diseño que conocemos convencionalmente nacen en la modernidad, al calor de la revolución industrial, sin embargo son herederas de la tradición del arte y de la arquitectura principalmente.

A su vez, el diseño no es solamente cultura, arte y tecnología. La economía ya representaba un valor en la Grecia clásica –eikonon–, y este concepto reaparece en la modernidad cuando se habla de “economía de recursos”. Se vuelve sobre el tema, en un sentido material, pero también en un sentido estético. Menos es más [1]. A la economía de los recursos estéticos se le suma el valor de la planificación, propio de la economía como ciencia social. Sin planificación no hay un buen producto de diseño.

Desde lo tecnológico, hay una palabra que le otorga particularidades al diseño: la ergonomía, que estudia la relación del cuerpo humano con los objetos y su contexto. A su vez, en el mundo digital la ergonomía produce dos nuevas palabras: la usabilidad y la accesibilidad. Es decir, tenemos que hacer de nuestro diseño algo que sea entendible, fácil de usar y a su vez que la mayor cantidad de gente acceda a él. Si bien dentro de la usabilidad existen autores que hablan de ella en un sentido recetario y cerrado o bajo ópticas meramente cuantitativas [2], resulta importante entender estos conceptos desde un lugar más abierto, lo que implica pensar al diseño de información como un sistema complejo, de variables amplias, con un sentido social y un espíritu democratizador de los datos que contiene.

Utilitas / Firmitas / Venustas

En el siglo I a.C., un tratadista del arte y de la arquitectura llamado Vitrubio trató de definir

qué era arquitectura y qué no, y llegó a la conclusión de que había tres ejes fundamentales para estudiar cualquier obra: utilitas, firmitas y venustas. La utilitas es la función, la firmitas es la constructibilidad y la venustas es la belleza. Recientemente, en un libro publicado en el año 2002, Paul Mijksenaar analiza productos de diseño industrial y gráfico contemporáneos desde estos mismos tres ejes.

Éstos siguen siendo valores esenciales en el pensamiento del diseño. Si no hay función, no hay diseño. Si no hay una forma de construir esa función, no hay diseño, es decir si tengo ideas brillantes quizá sea un excelente pensador, pero puedo resultar incapaz de plasmar esas ideas en el mundo real. Realidad virtual en el diseño digital o realidad física en el mundo material del diseño industrial, gráfico o arquitectónico. Si no puedo desarrollar la “firmitas” no voy a poder construir el objeto (o proceso) de diseño.

El tema de la “venustas” resulta controversial y absolutamente subjetivo, es decir cuándo algo es bello y cuándo no lo es representa una cuestión filosófica en discusión constante. Para el mundo griego la belleza era una, existía un “canon”. El artista tenía que ir en busca de ese canon. Hoy resulta imposible ponernos de acuerdo en este punto de vista de la “venustas”, sin embargo me pregunto si hacer algo que tenga función y se pueda construir, pero que no aporte ningún valor bello, puede constituirse de por sí en un producto de diseño. Aunque la belleza sea un problema de subjetividad, no se puede negar que la sociedad le pide al diseño productos bellos, útiles y duraderos. En un punto, Vitrubio tenía razón.

Palabra imagen

La información es etérea. No existe en un lugar físico específico, sin embargo sirve para modificar la realidad física que nos contiene. La abstracción del lenguaje es también un elemento etéreo del cual se vale el diseño de información. Lenguaje que se interpreta como imágenes o imágenes capaces de producir lenguaje.

Voy a citar a dos autores que no provienen de lo tecnológico para entender que el diseño de información se nutre de problemas planteados por el arte, la cultura y la tecnología en un sentido amplio. Vamos a jugar con un efecto moebius en el cambio de estado entre dos instancias, el lenguaje escrito y el lenguaje visual.

Comencemos por el mundo del lenguaje poético, con Italo Calvino y el concepto de visibilidad. En su libro Seis propuestas para el próximo milenio [3], este autor habla de la visibilidad no como la capacidad de conocer a través de la observación del mundo, sino como la capacidad de imaginar. En el texto de Calvino, se menciona a dos referentes contextuales, Dante Alighieri y Jorge Luis Borges, para profundizar la relación establecida entre la palabra y la imagen.

En la literatura, la palabra se convierte en imagen, mientras que en la pintura la imagen puede transformarse en palabra. En la crítica de pintura o bien la mera opinión, cuando alguien le cuenta a otro alguna cosa que ve, estamos convirtiendo en palabras lo que antes eran imágenes. La dialéctica existente entre la palabra y la imagen representa un problema directo de la comunicación visual. La imagen deviene en verbo y viceversa. Para valerse de un ejemplo de la literatura clásica, Calvino cita a la Divina Comedia como un ejemplo en donde Dante estaba convencido de que hablaba con Dios a través de su imaginación.

En los versos “Oh fantasía que, de cuando en cuando, / arrebatas al hombre de tal suerte / Que no oyera mil tubas resonando” alude a la relación que el autor tiene con la inspiración; sin embargo, más adelante especifica que esa inspiración no es azarosa, sino que tiene un sentido específico, cuando dice “¿Quién, si no es el sentido, ha de moverte? / Muévete aquella luz que el cielo sella, / por sí o por el querer de quien la vierte”. Es decir, Dios le contaba a Dante en sus sueños cómo eran el cielo y el infierno y así él pudo iluminarse para escribir la Divina Comedia. De esta manera, Dante define a la imaginación como la Alta fantasía. Y la fantasía no era caprichosa, sino que existía un diálogo, una “iluminación” divina por parte de Dios sobre el sueño del poeta, que lo obligaba a plasmar esas imágenes mentales del verbo en la obra.

Por otro lado, Borges plantea una relación entre las imágenes y el lenguaje en clara alusión al romanticismo en una serie de cuentos en su libro El Aleph [4], especialmente a uno de sus referentes: Coleridge. En “La flor de Coleridge”, Borges cuenta que éste, en uno de sus retiros al campo, sueña con un jardín en donde toma una flor; hasta ahí el cuento es un típico cuento romántico en donde aparecen personajes en relación contemplativa de la naturaleza. El problema es que al despertar, éste tiene la flor en la mano. ¿Entonces qué? se pregunta Borges. Comienzan a establecerse relaciones entre la realidad y la irrealidad en ese espacio onírico. El sueño, que durante el romanticismo aparece como inspirador, aparece en otro de los cuentos de El Aleph, “El sueño de Coleridge”, en donde se plantea la historia de un personaje que sueña con la fortaleza del Kublai Khan. Cuando este personaje se despierta puede explicar cómo era esa fortaleza de una manera perfecta, reconociendo sus recorridos y su estructura laberíntica. Sin embargo, el personaje nunca había viajado a esa fortaleza, ya que la misma había existido en otro tiempo y en otro espacio. ¿Entonces cómo pudo reconocerla? La imaginación en el caso de Dante inspira al autor de una obra literaria para convertir su obra en un legado religioso de una estructura conceptual del cielo, el infierno y el purgatorio. En el caso de Borges, éste se mete con el sueño como motor de desplazamiento del hombre entre dos realidades.

Imagen palabra

Pasemos de la imagen a la palabra. Vamos a plantear un caso citado por varios autores de la realidad virtual: la perspectiva [5]. La forma de ver la realidad del Renacimiento se asocia con la forma de entender el espacio según es percibido por el ojo humano. La perspectiva “copia” la forma en que el ojo ve el espacio que lo rodea y a su vez representa una figuración para la posteridad como una forma de ver el mundo por parte de la temporalidad en donde es creada ésta. Sin embargo, el espacio de la perspectiva es una forma de ver tan arbitraria como cualquier otra. En esta obra de Bellini, de 1505 (figura 3), ayudada por la forma de representación de la perspectiva, se inventa una suerte de realidad virtual: uno ve a Cristo y a la Virgen con un aspecto florentino, la acompañan santos de distintas épocas, reunidos en un lugar imaginario: San Pedro del siglo I, Santa Lucía del siglo IV, San Jeromé del siglo V y Santa Catalina, del siglo XIV. Sin la necesidad de la tecnología del Photoshop, también un Papa o un mecenas podrían aparecer al lado de Dios, a imagen y semejanza, como representación simbólica y como manifestación de poder. Con la perspectiva, un famoso se puede fotografiar con Dios. Para contrarrestar la visión del Renacimiento de la perspectiva, acudamos a la Modernidad, en donde aparecen personajes como Mondrian, quien comenzó a pintar árboles desglosando éstos en figuras geométricas puras (figura 4). A cada momento generó ángulos más rectos, hasta que llegó a composiciones ortogonales, perfectas. En la figura 5 podemos ver cómo el autor concebía a la ciudad de Nueva York. Esta imagen no es para Mondrian una representación abstracta, sino una instancia de representación de la ciudad, según como es interpretada por él.

Estos ejemplos pictóricos fortalecen el concepto de la “visibilidad” y tornan a este valor imprescindible para un diseñador que debe representar ideas en esquemas, información con profundidad y complejidad, pero de una manera simple. Dante ve a Dios y cuenta cómo son el cielo y el infierno, Borges plantea que en los sueños uno puede transportarse en el tiempo y el espacio, quebrando barreras y generando imágenes que puede volver a contar. Bellini inventa una María y un Cristo florentinos, mientras que Mondrian “retrata” según su tamiz mental la estructura urbana de una ciudad. Todas son realidades representadas a partir del arte, que tienen una fuerte relación entre la palabra y la imagen.

Lo proyectual

Me parece importante completar el pensamiento de Calvino con el de Bruno Munari y lo que este último define como proceso proyectual (figura 6) para intentar ubicar cuál es la instancia del diseño en donde se alude a la imaginación y notar que existen otras etapas que acompañan a ésta para poder plasmar sistemáticamente el producto de diseño. Problema, creatividad y solución. En el problema está la solución y uno tiene que operar con cierta creatividad para encontrarla. Si bien existe la creatividad (en donde se plasma la imaginación) como palabra clave en el proceso, el autor le da una importancia mayor al problema y la solución, ubicándolas en los extremos del proceso.

Para Munari, en cualquier problema de diseño, primero se debe entender qué se debe resolver, analizar las partes de esos elementos y luego plantear ideas creativas. A su vez, hay materiales y tecnologías que permiten una experimentación, esa experimentación va a generar una muestra; a esa muestra vamos a verificarla con el usuario y luego de esta verificación se documenta la obra a construir. Esta lógica proyectual de Bruno Munari que presenta algunos matices más complejos en la esfera del diseño digital, hay que entenderla complementándola con la visibilidad de Calvino, entendiéndolas viables desde la arquitectura al diseño gráfico, industrial, indumentaria, textil, imagen y sonido, paisaje, multimedia, etc.

Ejemplos del diseño de información

El diseño de información nos rodea más de lo que imaginamos o notamos. Está presente en cada instancia de decisión de los que vivimos en una ciudad, en el transporte público, los edificios, las instrucciones de los electrodomésticos y obviamente en Internet. Uno de los ejemplos vernáculos de diseño de información está representado por las estaciones de metro de Londres (Figura 7). Este ejemplo utiliza un esquema claro, identifica un color para cada línea de metro, geometriza el recorrido del río Támesis y elige una tipografía muy simple inscripta en un logotipo de un grado de síntesis muy alto. El mapa del metro no tiene que ver necesariamente con el mapa real de la ciudad de Londres. Esta operación sirve para entender con precisión cómo llegar a algún destino en una ciudad muy compleja. Este diseño, de 1933, ha sido copiado y replicado en muchas ciudades a posteriori, de hecho el lector observará que el metro de Buenos Aires presenta un esquema similar más de 60 años después.

En el entorno digital vamos a mencionar un ejemplo experimental de diseño de información. BAVirtual 2050 [6] fue un proyecto en el marco del Posgrado de Actualización en Diseño Digital que planteó la necesidad de generar una interfaz para un usuario que participe de foros, opiniones e imagine cómo sería Buenos Aires en el año 2050. Para poder opinar, el usuario contaba con un conjunto de información distribuida en áreas temáticas que versaban desde lo físico a lo político. Frente a esa estructura, el usuario podía seleccionar artículos, guardarlos, comentarlos y subir imágenes de cómo consideraba que sería Buenos Aires.

La forma de entender Buenos Aires en esta interfaz trasciende las imágenes obvias del Obelisco y el tango, para pasar a un nivel más amplio de abstracción, en donde por un lado se toma el borde del Río de la Plata como un borde físico importante desde donde crece la ciudad (figura 7) y de esa forma se articula la manera física de representación geográfica en esta interfaz. Asimismo, los proyectos de distintas temáticas podían observarse con distintos colores en otro esquema que se desprende de la lectura física del mapa (figura 8), sin atarlos a la prefiguración de la ciudad real.

El diseño de información se nos presenta de esta manera como una disciplina en la cual se toman de la mano los saberes vernáculos del arte y la arquitectura, el pensamiento proyectual, las necesidades ergonómicas y el problema de la percepción. La forma de apropiación de la información se aleja cada vez más de una relación lineal usuario-información, para volverse una trama en donde el hipertexto configura relaciones complejas para este usuario-interactor. Si olvidamos la relación entre el contenido y la forma de expresarlo, su contexto e identidad, éste dejará de ser diseño de información para convertirse en meros dibujos sobre un plano o sobre un mapa de bits.

NOTAS

[1] “Menos es más”, frase atribuida al arquitecto alemán Ludwig Mies Van der Rohe, director de la Bauhaus en su última etapa. Con posterioridad al cierre de esta escuela por Hitler en 1933, emigra a Estados Unidos. Mies sigue siendo hoy en día una referencia obligada para el diseño y la arquitectura “minimalistas”.

[2] El referente más controvertido de la “usability” es Jakob Nielsen, autor de Usability Engineering en 1990 y más tarde del conocido libro Designing web usability editado en 1999 por New Riders.

[3] Calvino, I: Seis propuestas para el próximo milenio, Ed. Siruela, Madrid, 1992. Este libro es publicado por la esposa de Calvino, quien falleciera en 1985 antes de escribir la sexta propuesta del libro, titulada “Consistencia”.

[4] Borges, J. L.: El Aleph, Ed. Emecé, Buenos Aires, 1949.

[5] Para profundizar este concepto se pueden observar las reflexiones de Tomás Maldonado en Lo real y lo virtual, Editorial Gedisa, Barcelona, 1995.

[6] Buenos Aires 2050 como programa madre está dirigido por la Arq. Margarita Gutman, con sede en FADU. El equipo de trabajo que asistió al PADD estuvo conformado por los arqs. Horacio Caride y Martín Grómez. Fueron invitados a exponer en este programa los profesores Andrea Saltzman, Sergio Forster, Martín Marcos y Ricardo Blanco. El trabajo mostrado es resultado del workshop, dirigido por Arturo Montagu, Martín Groisman y Diego Pimentel.