



## INFORMACIÓN MÁS ALLÁ DE LOS DIARIOS

La segunda jornada del Congreso ÑH6 ha atraído la atención sobre las revistas y sobre las diferentes maneras de visualizar la información

LISBOA, 13 DE NOVIEMBRE DE 2009.- La segunda jornada del Congreso ÑH6 ha comenzado hoy, día 13 de noviembre, con una presentación relacionada con la innovación en revistas de diarios.

Marco Grieco, director de Arte de la revista Única y Paulo Barata, director de Arte de Nós, han explicado la esencia de sus respectivas publicaciones y sus diferentes métodos de trabajo.

Por su parte, Grieco ha explicado cómo Única se basa en la estructura de un menú gastronómico para organizar su contenido, propio de un entrante, un plato fuerte, un postre o una sobremesa, variando así los diferentes elementos del diseño o la carga informativa.

Cada número es monográfico, se basa en un concepto y, a partir de él, se buscan temas relacionados para completarla. El diseño y el contenido va siempre integrado, tratando de provocar una lectura directa e instantánea con imágenes conceptuales.

Nós, en cambio, se basó en una encuesta realizada a la sociedad portuguesa para descubrir las características que los definen. Publicarán 54 números correspondientes a cada una de estas peculiaridades. Por eso, Paulo Barata, al hablar de su método de trabajo presume de poder adelantar al máximo su trabajo, incluso con meses de antelación ya que los temas de cada número son conocidos con anterioridad y no existe una estructura fija.

El siguiente conferenciante, Fernando Gutiérrez, que actualmente trabaja en su propio estudio, ha hecho un recorrido a lo largo de toda su carrera profesional. Nacido en Londres pero de padres españoles ha trabajado durante los últimos veinte años a caballo entre Inglaterra y España. Desde que dejó la empresa Pentagram, busca cómo emplear su conocimiento del diseño. Desde su punto de vista, hoy en día es necesaria una reflexión sobre lo que se está haciendo dada la velocidad con la que se desarrolla todo alrededor. Sin embargo, tiene claro que el diseño es muy útil, que es una forma de comunicar y de motivar tanto a los clientes como a los lectores. En definitiva, es, según él, una forma de cambiar la calidad de vida.

A continuación Luke Hayman, que trabajó con Fernando Gutiérrez durante la estancia de éste en Pentagram, ha hecho un repaso de su larga trayectoria profesional, desde Esterson Lackerseteen, empresa de la que fue uno de los primeros fundadores hasta la revista New York. Hayman, tras estar trabajando en Londres durante unos años, viajó a Nueva York para

entrar en Content. En esta revista había una apuesta fuerte por las grandes fotografías. “Si hay una buena foto conviene usarla bien”, ha afirmado. Más tarde le llamaron de Travel & Leisure porque los editores de la revista querían saber qué era lo que se vendía bien. Según ha comentado para él fue un gran reto, puesto que había un problema en la revista: el editorial se perdía en la página por el exceso de publicidad, pero esto cambió con el posterior rediseño. Hayman ha añadido que para que una revista sea novedosa y guste debe tener mucha creatividad para no caer en los tópicos.

“Hay dos maneras de esparcir la luz: ser la vela o ser el espejo que la refleja”. Con esta frase Andrew Losowsky ha comenzado la última sesión de la mañana de las conferencias. “Ésta es una frase muy completa porque es una manera de reflejar cómo mostramos la información”. Con dos ejemplos tan sencillos como una guía de viajes o una revista para leer durante un trayecto en avión ha demostrado cómo el acercamiento a las personas a través de ellas es sencillo, si le pones sentimiento.

La sesión de la tarde ha comenzado con la conferencia de Stefan Fichtel, de la empresa KircherBurkhardt GmbH de Berlín. Fichtel ha hecho especial hincapié en la necesidad de buscar más canales de información, utilizar las redes sociales y pensar también en qué quieren los lectores. “Cada vez se lee menos, pero eso no significa que haya que explicar menos las cosas”, ha contado, con el ejemplo de la petición de ayuda que les hizo la canciller alemana Angela Merkel para conseguir explicar a la sociedad alemana cómo empezó la crisis pero de manera sencilla. Los gráficos interactivos, las viñetas y las ilustraciones no son sólo cosa de jóvenes, sino que hay que utilizarlos para toda la gente que compra productos.

El Congreso comenzó el jueves con un conferenciante portugués, y se ha clausurado también con un conferenciante portugués. Manuel Lima trabaja en Visualcomplexity.com, y su charla sobre la visualización de datos ha aportado interesantes visiones de cómo presentar y analizar el procesamiento de datos para hacer más entendible la información. Según Lima, “todo lo que puede ser digital, lo será”.