

Capítulo 3

El diseño y la comunicación visual

3.1. La percepción y comunicación visual

Desde los tiempos más remotos el hombre ha tenido la necesidad de comprender lo que lo rodea, darle un sentido y relacionarlo entre si para obtener un conocimiento. Desde muy pequeños empezamos a intuir las leyes fundamentales como son, la estática, el movimiento, la gravedad, almacenando de una manera todos estos datos que nos acompañaran a lo largo de nuestra vida. Desde nuestra infancia registramos, interpretamos y coordinamos las diferentes percepciones que se nos van presentando en nuestro entorno, con el afán de interpretar nuestro hábitat y explicar los fenómenos que de una u otra forma nos desconciertan cuando no tenemos conocimiento de estos.

Uno de los medios más importantes de la percepción es la visual. La importancia de la vista reside, aparte de que es inmediato y práctico, nos rememora imágenes y asociaciones emocionales, que a su vez se anclan con nuevas percepciones y de esta manera se formulan nuevos conceptos. El mecanismo por el cual recibimos y registramos las imágenes son los ojos, los cuales registran imágenes complejas y sencillas, que nos ayudan a tener mayor sentido del espacio y de esta forma nos crea experiencias propias.

Gyorgy Kepes (1968, p ii) nos dice: “ Los colores, las líneas y las formas correspondientes a las impresiones que reciben nuestros sentidos están organizados en un equilibrio, una armonía o un ritmo que se halla en análoga correspondencia con los sentimientos; y éstos son, a su vez, análogos de pensamientos e ideas.”

Es decir todo lo que llegamos a percibir de nuestro entorno se estructura y ordena de tal manera que esta ligado a nuestros pensamientos, sentimientos de una manera íntima y es imposible separarlos. Por ejemplo: Cuando por medio de una imagen evocamos un sentimiento.

La percepción es en realidad una interpretación de los estímulos de un dato del cual solo captamos fragmentos. Aprender a percibir es como aprender a explorar porque es la forma en que recolectamos información y muestras, que más adelante serán los cimientos de la formación de conceptos y la solución de problemas.

¿Qué es la comunicación visual? Bruno Munari (1985, p. 79) nos contesta diciéndonos que la comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos, desde una planta hasta las nubes que se mueven en el cielo. Cada una de estas imágenes tiene un valor distinto, según el contexto en que están insertadas.

Bruno Munari también nos dice que la comunicación visual puede ser casual o intencional.

Una comunicación casual es toda aquella que se nos presenta sin ninguna intención, es decir todo lo que sucede de manera espontánea y que no tiene un mensaje concreto dado por un emisor específico. Por ejemplo el

movimiento de las ramas de un árbol a causa del viento; Esto nos puede mandar una infinidad de mensajes, sin embargo esta acción no sucedió para darnos un mensaje concreto, ni tampoco fue manipulada por un emisor para que sucediera. Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe.

Al contrario de la comunicación casual, la comunicación intencional es cuando se persigue un fin específico, y se quiere dar un mensaje concreto, ejemplo de esto puede ser cuando se ve un cartel, un espectacular, el periódico del día, el semáforo, etc.

La comunicación visual intencional puede, a su vez, ser examinada bajo dos aspectos: El de la información estética y el de la información práctica.

Una información práctica puede decirse que no toma en cuenta la estética sino la funcionalidad, como una señal de tránsito, un dibujo técnico, etc.

Por información estética se entiende un mensaje que está estructurado por líneas armónicas que nos dan una forma adecuada y hace que el mensaje funcional, también sea agradable a la vista.

Se puede decir que un mensaje que busque comunicar, que sea funcional y estético al mismo tiempo, será mejor captado por el receptor.

La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de todos los mensajes a los que estamos expuestos por medio de nuestros sentidos (sonoros, térmicos, dinámicos, entre otros).

Un emisor emite mensajes y un receptor los recibe, pero hay que tener en cuenta que el receptor se encuentra en un ambiente lleno de interferencias, que pueden alterar o incluso anular el mensaje.

Si por el contrario el mensaje llega de manera correcta al receptor, este se va a encontrar con otros obstáculos. Cada receptor tiene lo que puede llamarse filtros a través de los cuales pasa el mensaje para que sea recibido. Estos filtros son: Sensoriales, Operativo o dependiente de las características constitucionales del receptor, y el Cultural.¹

El estudio de la percepción y la comunicación visual nos ayudarán en la presente Tesis para entender la forma en que percibimos el mundo exterior y todos los mensajes que nos manda. De esta manera también ayuda a que se puedan estructurar mensajes sencillos y claros para que puedan ser decodificados de manera correcta y rápida por el receptor, que en este caso son los niños con discapacidad auditiva en edad preescolar.

¹Bruno Munari, Diseño y comunicación visual, Barcelona 1985, Octava edición, Editorial GG, p 82-84

3.2. ¿Qué es el diseño gráfico?

A lo largo del tiempo se ha generado mucha polémica en cuanto a la formalización de un concepto que defina al diseño gráfico de una manera simple y concreta. Esta polémica siempre ha estado presente debido a que muchas personas conciben al diseñador gráfico como un “artista” sin marcar una línea entre un artista plástico y un artista gráfico, que ciertamente se puede decir que un diseñador es un artista debido a que trabaja en mundo creativo con ideas, imágenes y medios que lo implican así, pero con un objetivo diferente “Comunicar”.

El padre del término “diseño gráfico” fue el americano William Addison, un diseñador que trabajó con material publicitario en distintos formatos, desde carteles y panfletos hasta anuncios en periódicos y revistas en 1922.²

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño descubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico se debe colocar a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado.

Todo diseño, incluso el más novedoso, sigue modelos, códigos, formas y géneros ya existentes, estos modelos constituyen toda la red de nuestro lenguaje visual, el cual esta en continua evolución y expansión.

En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo, ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que este algo sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser solo estética si no también funcional mientras refleje o guíe el gusto de su época.³

Con lo anteriormente citado se concluye que el diseñador es un comunicador visual, en donde uno de sus principales objetivos es diseñar para comunicar y de esta forma hacer la vida del ser humano más práctica. Por lo tanto se definirá al diseño gráfico como: La creación de medios visuales o audiovisuales combinando texto y gráfico con el objetivo de transmitir o comunicar un mensaje específico a grupos determinados de personas.

² Quentin Newark, *¿Qué es el diseño Gráfico? Manual de diseño*, México 2002, Editorial GG, p. 10

³ Wucius Wong, *Fundamentos del diseño*, España 2002, Editorial GG.

3.2.1. Antecedentes del diseño en México

En el Panorama Mundial puede detectarse una relación directa entre el desarrollo del diseño gráfico y el grado de industrialización de un país. En México, esta actividad empezó a asumir un papel importante hace apenas tres décadas y recibió un impulso definitivo en 1968. La Olimpiada de ese año convirtió al diseño gráfico en un componente definitivo del medio ambiente visual del país. Según Lance Wayman, diseñador neoyorquino al que se debe el logotipo de México 68 y la simbología de las estaciones de la línea 1 del metro, entre otros símbolos, durante la XIX Olimpiada hubo que desarrollar un lenguaje gráfico y un sistema de identificación capaz de hablarle a un grupo multilingüal.⁴

A partir de todo esto el diseño gráfico empezó a florecer de una manera rápida y espontánea, tomando partes de aquí y de allá recibiendo influencia de los países del primer mundo, de la moda de lo que en su momento se consideraba como vanguardista, pero a su vez adaptándolo para un público mexicano lleno de tradiciones, costumbres, tabúes, etc. toda esta mezcla de ideas, cultura y sentido dio como resultado al “Diseño gráfico Mexicano”, que hasta la fecha todavía lucha por tener un lugar digno y de calidad en el competitivo mundo del Diseño.

Si bien el diseño gráfico se vio de una manera más importante en México desde los años 60's, no se creó una cultura establecida de lo que significaba el diseño gráfico y como podría ayudar; es por eso que hasta hoy en día suele presentarse que muchos empresarios no buscan el verdadero profesional y se abocan ellos mismos, o algún pariente o conocido, a la estructura de su propio programa de comunicación. No son raros los casos de quienes en un momento de inspiración diseñan su propio logotipo, sin ninguna investigación previa. Se puede decir que esto ha provocado que algunos diseñadores se subestimen. En un principio se tuvo que malbaratar el trabajo, y en la actualidad apenas unos cuantos cobran como se debe. Las diferencias de precios entre diseñadores, no son buenas ni para él ni para el cliente, el último puede elegir al más caro pensando que es mejor o desdeñar al barato creyendo que le entregará un mal trabajo, cuando esta relación no es en todos los casos directamente proporcional.

La lucha del diseño gráfico por tener un lugar digno de alguna manera se debe a que cada vez recibe más presión de disciplinas que trabajan con datos de alguna manera tangibles y cuantificables pero es el diseño el que utiliza las herramientas de estas disciplinas para proporcionar una imagen o “look” a los productos, es el que hace que por medio del ingenio y la estética se mande el mensaje correcto a los consumidores o público a que está enfocando.

² www.digram.net/pagina8_hist.htm

Con lo expuesto anteriormente se puede decir que el diseño en México es algo que todavía nos parece nuevo, pero realmente es porque apenas está afianzándose tanto en la visión de nuestros empresarios como del mercado aunque con paso lento pero seguro, está tratando de llegar a los mercados que aún están renuentes en cierto sentido de tener este tipo de “ayuda”. Esto se debe a que realmente nunca se ha tenido una perspectiva clara de lo que significa el diseño gráfico como una herramienta de comunicación visual y el grado en que puede ayudarlos. Esto podemos verlo en nuestra vida diaria desde la señalética de la parada del camión hasta el diseño de la etiqueta del jugo que nos tomamos, el cartel que nos anuncia un evento que nos interesa o simplemente el periódico que compramos todos los días; realmente sería una lista interminable si se empezara a nombrar todas las cosas en que el diseño gráfico participa para su elaboración. Como conclusión se podría decir que siempre estará presente y que cada vez se va ganando más su lugar como una profesión formal, cosa que anteriormente no se consideraba como tal.

3.2.2 El papel del diseño gráfico en la sociedad.

Como ya se ha abordado anteriormente el diseño gráfico cumple una función muy importante en la sociedad: Comunicar que a su vez deriva en un cierto aprendizaje, esto es quizás la parte más importante dentro de los objetivos del diseño gráfico, o al menos desde el punto que se está tomando en la presente tesis.

La sociedad mexicana, al igual que muchas es cambiante, cada vez con nuevas influencias, modas y formas de pensar; como ya se había mencionado anteriormente el diseño gráfico está implícito en muchas actividades y productos de nuestra vida diaria, existen muchas áreas en donde participa de manera importante.

El diseño debe ir acorde a los cambios que surgen en nuestra sociedad, debido a que se debe conocer al público, sus necesidades e inquietudes; esto para cada vez cubrir con mayor eficiencia y eficacia todo lo que se demanda.

Enfocándonos más al punto del aprendizaje se podría decir que en esta área se está trabajando de una manera muy fuerte, esto es con el propósito de obtener mejores resultados; Hoy en día se están elaborando softwares educativos como apoyo en la educación, nuevos materiales que hagan más fácil el aprendizaje y que sean novedosos para que de esta manera acaparen la atención del usuario e interesarlo más en el tema; Como se mencionaba el

diseño debe evolucionar a la par de la sociedad porque de otra manera se estancaría, sin funcionar y sin cumplir con sus objetivos, es decir por ejemplo es imposible que algún tipo de material educativo que se haya diseñado hace 20 años tenga el mismo impacto o los mismos resultados que el que se ha diseñado ahora para las nuevas generaciones; esto se debe a que los intereses no son los mismos al igual que las ideas y la forma de vida (hablando en todos los aspectos).

La educación es una pieza muy importante en el gran rompecabezas de nuestra sociedad es por eso que se le pone mucho énfasis a este punto en la presente tesis, el cual más adelante se extenderá haciendo un enfoque específico a este mismo.

Para concluir se podría decir que el diseño cumple un papel fundamental en la sociedad y en su historia, siempre está presente aunque no nos demos cuenta, marcándola de una manera importante y significativa dejando un legado de conocimiento a las nuevas generaciones.