

PIENSO, LUEGO DISEÑO

Tomás Aversa

Cual es aquella profesión que en el inconsciente colectivo casi todos suponen dominar y que más aún en esta época de virtuosos informáticos se animarán a ejercer, total existe un aliado maravilloso que resolverá todo, que se encargará de todo. Seguramente muchos coincidirán en decir Diseño Gráfico!!, hasta podrá ser recomendada por madres y abuelas complacientes para hijos y nietos de voluntades caprichosas. Será para muchos la "carrera ideal": no habrá que estudiar, leer, ni ejercer ninguna actividad que se le parezca, solo sabiendo dibujar, teniendo una computadora e "inspiración", la cual es seguro que a este hijo / nieto le sobrarán será suficiente. Término inspiración, que en el caso de alumnos universitarios "comprometidos", quizás pueda llegar a ser entendido como metodología, técnica, destreza, habilidad, etc. Pero son estas "cualidades", las que realmente deben suponer los alumnos que encontrarán en el ámbito académico? Seguramente que no. Tanto es así, que una vez en el aula, a nuestro protagonista lo asaltarán las dudas más extrañas y las palabras diseñar, comunicación, concepto, entre otras, se apoderarán de él, textos hostiles: *"Muchos piensan en el diseño como en algún tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas, ciertamente, el solo embellecimiento es una parte del diseño, pero el diseño es mucho que eso, el diseño es un proceso de creación visual con un propósito definido; 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 cubre exigencias prácticas"...* Wucius Wong ; frases inquietantes: *menos es más!*, *uno ve lo que sabe!* y palabras de difícil pronunciación: *bauhaus, tschichold, gestalt, moholynaghi* lo harán comenzar a dudar sobre aquella inspiración detectada precozmente por la abuela.

Las diversas definiciones existentes sobre el Diseño Gráfico o Comunicación Visual, sin temor a equivocarnos, distarán mucho de esa imagen asociada a lo que podríamos denominar "inconsciente colectivo aplicado al diseño gráfico", que llevará a emitir opinión y juicio sobre nuestra disciplina a cuanta persona se nos ocurra consultar. Dicho esto sería por lo tanto más que interesante comprender que es lo que motiva este supuesto conocimiento pre adquirido o mejor dicho "destreza" que muchos suponen tener.

Una primera respuesta claramente efectiva que se desprende, estará vinculada sobre todo, como ya se ha expresado al comienzo, al manejo obtenido de algún programa informático; de alguna manera este hecho nos permitirá definir entonces según esta "visión social", que el conocimiento profesional será directamente proporcional al informático. Si bien este argumento parece ser sólido y propone una hipótesis de segura comprobación, esta relación de causa / efecto no es aplicable en una situación que podríamos denominar al menos como similar. Cabe aclarar en este punto que lo aquí expresado ha sido observado a lo largo de los años de labor docente, surgido como reflexión a partir tanto de charlas espontáneas, como también producto de un análisis más profundo propuesto como tema de debate en el aula. Volviendo entonces sobre esta causa / efecto de características inconscientes y colectivas, veremos que al aplicarla en otro contexto se comportará de manera muy diferente, dándonos pie a la siguiente contradicción: porque si continuando con el mismo razonamiento, ante la consulta a los alumnos sobre si el manejo de un software de arquitectura, como por ejemplo Autocad me habilita a ser considerado socialmente como arquitecto o me otorga al menos conocimientos para proyectar o construir , nos dá como respuesta segura un rotundo y categórico no!!; que es entonces lo que provoca semejante diferencia de criterios entre una situación y otra? Esta respuesta, al menos por ahora la dejaremos abierta, y no por crear suspenso, sino porque realmente se ve como un enigma de difícil deducción en lo inmediato. Enigma que naturalmente es prioritario trasladar al alumno para que realice su propio análisis, el cual, aún siendo el protagonista, en sus primeros momentos como estudiante universitario muchas veces no logra descifrar. Como ya se ha mencionado anteriormente, afortunadamente el solo citar algunas definiciones que reconocidos profesionales dan sobre la Comunicación Visual les debiera aclarar ese preconcepto y comprender que las bondades informáticas que hoy están a nuestro alcance deben ser entendidas tan solo como una herramienta, un medio de desarrollo, y muy por el contrario nunca entendidas como un fin en si mismo: *"El diseño es un proceso intuitivo, racional y operativo de creación de formas útiles al hombre ya sean estas destinadas a cumplir funciones de vida urbana, habitabilidad, o de comunicación visual..." Guillermo González Ruíz. / "El diseño gráfico, visto como actividad, es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados" Jorge Frascara. / "El diseño es la organización de materiales y procesos reunidos de la forma más productiva con un equilibrado balance de todos los elementos necesarios para cumplir una función. No es una limpieza de la fachada, o una nueva apariencia externa, diseñar*

es una compleja e intrincada tarea. Es la integración de requisitos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado..." Laszlo Moholy Naghy. / "El Diseño Gráfico es una forma de pensamiento, es el desarrollo consciente de la capacidad ontológica del ser humano, de crear un universo de signos, símbolos y señales. Y es la posibilidad de producción de cambios sociales, antes que un emergente de ellos..." Alfredo Yantorno.

Si hacemos un breve recorrido histórico, también podremos observar que las capacidades profesionales en el desarrollo de la Comunicación Visual no están ligadas bajo ningún concepto a la aparición de las computadoras, muy por el contrario, podremos encontrar ejemplos característicos mucho antes aún que la propia denominación Comunicación Visual o Diseño Gráfico. Ya desde la Antigüedad Clásica existía una preocupación por lograr proporciones funcionales y estéticamente interesantes. En ese contexto surge la *Sección Áurea*, un sistema de proporciones al que se le han atribuido cualidades sorprendentes pues aparece una y otra vez en las artes; especialmente en la arquitectura, desde las pirámides egipcias y el Partenón hasta los más modernos edificios. Es así que este análisis de las proporciones, se traslada al diseño de libros y aún antes del surgimiento de la Imprenta se utilizaban estos sistemas de proporciones para determinar el área que ocupaba la superficie escrita con respecto al blanco del papel. Por medio de los rectángulos armónicos se establecían las proporciones del bloque o de los bloques de texto.

Varios métodos han sido utilizados a lo largo de la historia del Diseño Editorial, podremos citar uno de ellos, la *Escala Universal*, generado por el impresor, dibujante y bibliófilo argentino *Raúl Mario Rosarivo*, el cual cabe destacar analizó el método aplicado en la Biblia de 42 líneas impresa por *Johannes Gutenberg* y en el año 1947 publicó este redescubrimiento y lo llamó *Divina Proporción Tipográfica Ternaria*. Este método presente en muchos manuscritos medievales y en célebres incunables se lo llama también *Canon Secreto*.

Si hacemos algo de historia nacional, también nuestro Diseño Editorial comenzaba hace mucho tiempo atrás, en las Misiones Jesuíticas, con una imprenta pedida a Europa que nunca llegaría, y con dos religiosos, el austríaco *Juan Bautista Neumann* y el español *José Serrano*; los cuales en la reducción de *Nuestra Señora de Loreto* son los primeros en armar una prensa, fundir los tipos necesarios y publicar los primeros libros de "estas tierras". Serrano también en la reducción de *Nuestra Señora de Loreto* imprime la obra denominada como "*La Biblia de Gutenberg en América*", el trabajo de imprenta de mayor reconocimiento de las reducciones guaraníicas; el

libro *De la Diferencia entre lo Temporal y Eterno*, el cual se trataba de una edición en español y guaraní.

Ya dejando aspectos históricos, en los cuales podríamos seguir profundizando, para volver a nuestro presente, y analizar las diversas áreas que componen el vasto abanico de aplicaciones que posee la Comunicación Visual, podremos comprender que los alcances de esta disciplina exceden aquellos que pueden estar dados simplemente por el manejo o conocimiento asociado a un programa informático específico. Es así que cada una de estas 4 áreas en las que varios autores la dividen nos permitirá observar desarrollos particulares que nos vincularán con problemáticas concretas, en donde la Comunicación Visual tomará diversos protagonismos y resolverá situaciones comunicacionales de diversa índole.

Diseño para la Información: en esta área específica el diseñador gráfico será el encargado de organizar y presentar la información sin influir en la conciencia del público receptor, ya que no se busca generar en este un cambio de conducta. Por el contrario se tienen en cuenta problemas de legibilidad, eficacia comunicacional de imágenes y relación de forma y contenido de textos. Algunas de las piezas gráficas desarrolladas son: tablas alfanuméricas / gráficos y diagramas / manuales de instrucciones / señalética, etc. Dentro de esta área cabe mencionarse de manera muy destacada todas aquellas piezas de diseño que se agrupan en lo que se denomina Diseño Editorial, al cual podemos definirlo como la rama del Diseño Gráfico que se especializa en la estructuración y composición de distintos tipos de publicaciones: *Impresos Editoriales* (Libros) / *Impresos Paraeditoriales*, las denominadas ediciones periódicas: revistas, periódicos, boletines, etc. y los *Impresos Extraeditoriales*: dípticos, trípticos, desplegados, etc.

Debido a los conocimientos particulares que deben ser tenidos en cuenta en el desarrollo de este tipo de piezas gráficas antes mencionadas, como ser aspectos asociados a *la jerarquización de textos, legibilidad tipográfica, manejo reticular del espacio, composición y diagramación etc*, como así también al correcto uso de la tipografía; es que estos temas son abordados de manera diferenciada en la mayoría de los programas presentes tanto en Universidades nacionales o privadas, dando origen así a la confección de materias particulares que se ocuparán del dictado de estos contenidos.

Diseño para la Persuasión: a diferencia del diseño informativo, el diseño persuasivo sí busca generar en el público un cambio de conducta dirigido e incluye tres áreas fundamentales:

Publicidad / Propaganda (política o ideológica) / Comunicaciones de interés social: salud, higiene, seguridad, prevención de accidentes, etc. La labor del diseñador gráfico contribuye a la

comercialización tanto de productos y servicios de consumo, como así también a la difusión persuasiva de ideas y posiciones teóricas o ideológicas

Diseño para la Educación: aquí también, como en el diseño para la persuasión, el objetivo es provocar en el receptor un cambio de conducta, pero este cambio está orientado a motivar, pensar, juzgar y desarrollarse y no a adoptar posiciones preconcebidas. El objetivo del mensaje persuasivo es dirigir, mientras que el del mensaje educativo es contribuir al desarrollo del receptor. Dentro de esta área el diseñador podrá desarrollarse en dos ámbitos: el *educacional* y el *público*.

Diseño para la Administración: la labor del diseñador contribuye a organizar diversas comunicaciones dentro de sistemas. Algunas de sus piezas son: entradas para espectáculos, organigramas, diseños de valores (*billetes de banco, sellos de correo, acciones, cheques, etc.*).

Como pudimos observar a medida que avanzamos en la lectura de este texto, lo que hoy conocemos como Comunicación Visual o Diseño Gráfico, no comenzó hace apenas decenas de años con la aparición de las computadoras, ni con los avances tecnológicos de última generación, ni ha sido fruto de caprichos de artistas de turno, ni mucho menos producto de modas pasajeras devenidas en permanentes; muy por el contrario, su origen se genera en los albores de la comunicación humana, allí en donde el hombre empieza a construir su civilización por “necesidad”, necesidad que podemos traducirla en descubrir, relacionarse, manifestarse, proyectarse, etc.

Necesidad también entendida por resolver problemas; no es de otra forma que los Fenicios construirán su famoso Silabario para comenzar a transitar así la historia más cercana de la Escritura, o Gutenberg dará al mundo occidental uno de sus inventos más preciados, la Imprenta de tipos móviles. Toda pieza de diseño que analicemos, más allá de bondades estéticas que podrán ser mayúsculas en el mejor de los casos, deberá ante todo resolver una necesidad de comunicación, resolver un problema, problemas que a lo largo de la historia pudieron ser resueltos una vez que el hombre pudo construir civilización. Ya mencionamos a los Fenicios, podríamos agregar correlativamente a los Griegos y más tarde a los Romanos, todas civilizaciones vinculadas sobre todo a hitos de carácter tipográfico. Todo tema teórico de la Comunicación Visual que abordemos nos llevará a vincularnos así a propuestas de pensamiento; si avanzamos más hacia nuestro presente podemos citar la más famosa de las casas de oficios, la Bauhaus, allí en donde podríamos situar la aparición del diseño y del diseñador modernos en el año 1919, o algo más tarde en Zurich y Basilea a la denominada Escuela Suiza de Diseño, simplemente por

proponer algunos ejemplos de occidente y europeos. Si volvemos sobre la historia nacional podemos situarnos en la ciudad de Buenos Aires, en la década del sesenta, en el mítico Instituto Di Tella, en donde el diseño gráfico porteño encontró una importante plataforma de desarrollo, junto a otras disciplinas vinculadas al quehacer cultural ciudadano.

Como pudimos observar al citar las diversas áreas del Diseño, la Comunicación Visual nos invade más que nunca, consciente o inconscientemente, deseada o no, a veces visible y otras invisibles será casi omnipresente, y en muchas de esas veces, su característica de invisible, será su mayor cualidad.

Recorrimos palabras como *concepto, comunicación, proceso, racional, útiles, funciones, programar, proyectar, organización...* todas ellas derivadas de tan noble y eficaz actividad humana: PENSAR, palabra esta que afortunadamente, al menos aún, no aparece disponible en ningún menú fijo o desplegable de ninguna computadora. Por ello, y en consecuencia, PIENSO, LUEGO DISEÑO.

Fuentes:

Wucius Wong / Fundamentos del Diseño. Ed. Gustavo Gili

Jorge Frascara / Diseño Gráfico y Comunicación Visual. Ed. Infinito

Adrian Frutiger / Historia de la Comunicación Visual. Ed. Gustavo Gili

Louis Jean Calvet / Historia de la Escritura. Editorial Paidós