

Reflexiones sobre diseño GRAFICO para la sociedad

Autor: Beltrán Mercado Diego Huáscar

Filiación: Facultad de Arquitectura y ciencias del hábitat carrera de Arte y diseño grafico

Resumen

El diseño gráfico, como método o disciplina para ejercer su práctica en la sociedad actual, requiere conocimientos tanto teóricos, técnicos, artísticos y actitudinales que se ajusten a la nueva estructura cultural, social, política y económica. Ahora nos acerca a un conjunto de conocimientos multidisciplinarios y nos obliga experimentar una transformación social, asumiendo que la forma habitual de concebir su naturaleza ha sufrido cambios importantes. En este sentido, el impacto social del diseño gráfico es un espacio de investigación que aun se encuentra en etapa actualización permanente.

Este artículo de reflexión nos lleva a repasar y asumir nuestro rol como universidad dedicada a la generación de nuevo conocimiento, cuyo principal objetivo es la respuesta local e internacional a los nuevos retos del siglo 21.

Introducción

El diseño significa la configuración de objetos bi y tridimensionales, elaborados regularmente en serie mediante procesos sistemáticos.

Históricamente, la naturaleza del diseño ha centrado sus métodos en el hacer (asociado a la actividad practica), es decir en la producción y la forma de los objetos (aplicado formalmente en el contexto de la industria, la ingeniería, la arquitectura, las comunicaciones y otras disciplinas que requieren creatividad.).

El diseño gráfico originalmente era identificado como una actividad emergente en el siglo XX como división técnica de las obras de arte, tenía el objetivo primordial de insertar estructuras armoniosas y perfectas en objetos con funciones estéticas y funcionales, es por ello que el diseño gráfico comparte, actualmente estas dos funciones básicas: artística y técnica donde el objeto producido por el diseñador gráfico se ajusta al enfoque del emisor o productor (objetivando la intención de las propuestas), ahora bien.

Tanto el diseño gráfico como la comunicación visual derivan de una actividad central que debe conferir una ventaja competitiva, resolviendo un problema de carácter funcional vinculando significados con significantes de referencia, gráficos con significados emocionales, que los productos y servicios tienen para los usuarios, citando a Laszlo Moholy-Nagy uno de los más importantes profesores y teóricos del arte y de la fotografía desde su trabajo en la Escuela de la Bauhaus alemana.

“El fin del diseño no es el producto, sino el hombre”

Los diseñadores observan a los usuarios potenciales en la vida real y tratan de percibir las necesidades y dificultades que encuentran en su cotidiano vivir (por ejemplo, problemas de identificación señalética en lugares públicos, interacción con empaques de consumo alimenticio, comercialización de productos por catálogo, etc.).

Estas dificultades son pistas para diseñar piezas de comunicación visual nuevas. La observación es el punto de partida, pequeños rituales: hacer te, o usar cubiertos, o símbolos culturales de objetos específicos, estos comportamientos conviven con nosotros y ayudan a darle al producto una forma específica, guían al diseñador a entender cómo debe ser la forma de los objetivos a diseñar.

Conseguir una conexión empática con la gente, dentro su contexto. De modo que, como diseñadores, recogen el sentimiento de lo que ocurre. Eso es lo que se está buscando cuando se diseñan para la sociedad, los modos en que podemos hacer que las personas optimicen sus actividades y mejoren su vida cotidiana sin siquiera pensar en ello.

Una gran definición de lo que son los diseñadores es la manera como miran al mundo.

Áreas de intervención del diseño gráfico

Identidad corporativa	Marca Grafica (Logotipo, isotipo, imagotipo ,etc), Manual de identidad, papelería, rotulación de transporte, diseño para impresos y pantalla, Señalética
Diseño Editorial	Revistas, libros, periódicos, manuales, prospectos, etc
Diseño Publicitario	Anuncios, carteles, vallas, folletos
Diseño Multimedia	Interfaz, paginas web, aplicaciones móviles, gráficos para tv, cine, motion
Packaging	Embalajes, cajas, bolsas
Diseño Tipográfico	Fuentes, glifos

Funciones del diseño gráfico

Identificar: Entendido como el establecer, demostrar o reconocer la identidad de un objeto animal o persona u organización.

Presentar y Promocionar

Comunicar: En tanto comunique un mensaje grafico en el que se ordena tanto la información visual como textual para hacerla más clara y legible

Persuadir: Intencionalidad dirigida a un público determinado sobre el que se intenta influir para que se realice una acción

Construir: Actividad creativa de interpretación de la realidad mediante signos visuales en la construcción de mensajes visuales

Didáctica: Con fines casi siempre educativos y docentes (por ejemplo, piezas editoriales de transmisión cultural)

Estética: Vinculada a la forma y función a cuál fundamentalmente se define como una teoría filosófica de la belleza formal y del sentimiento que ella despierta en el ser humano, pertenece al razonamiento lógico del hombre y a los principios fundamentales de la humanidad, y que se engrandece cuando se apega a estos principios.

Contexto

La cultura es un conjunto de experiencias, creencias, valores, rituales, comportamientos y saberes objetivos y subjetivos individuales y colectivos, compartidos y debatidos en el grupo o sociedad que la produjo y configuró. En este sentido, a través de sus roles, los diseñadores gráficos, los centros de formación en diseño, los "consumidores" del diseño, los clientes del diseño, los medios y la sociedad pueden denominarse "La cultura del diseño".

Según un estudio de antecedentes de arte y diseño realizado en 2010 en las principales ciudades de Bolivia, los diseñadores gráficos en el mercado laboral se dividen en tres partes claramente definidas:

- Profesionales que han recibido formación en arquitectura, pintura, comunicación social, publicidad, fotografía, ilustración, ingeniería comercial, marketing.
- Empiristas autodidactas, que visitaron de forma independiente los procedimientos y tutoriales de diseño.
- Diseñadores Gráficos formados en un centro técnico o centro universitario.

Meyer, F. N. (2014, 28 marzo)

Entendido nuestro contexto local y aún más en particular el de la ciudad de Sucre se considera esta estrecha relación entre el mismo diseño social y la cultura, poniendo como centro de las decisiones al individuo y los propósitos que persigan de cada proyecto como tal.

Los individuos son la razón fundamental de la actividad de diseñar, caracterizados por lo que son, hacen y requieren. Citando a Tapia Alejandro en su libro "El diseño gráfico en el espacio social, 2004 "

Se advierte que esta relación, que se constituye en el aspecto central del discurso en el espacio cultural y social, está lejos de haberse caracterizado como uno de los fenómenos de nuestro tiempo, a pesar de su creciente importancia, incluso de la propia disciplina".

En el desarrollo del ejercicio profesional local, se observan debilidades en los resultados a consecuencia de visiones sesgadas en tanto la identificación cultural y su representación, por lo cual es importante considerar que el diseño proviene de actividades co participativas en las que la realidad opera como el referente cultural más importante, teniendo en cuenta la cultura y el orden social como dos elementos de una misma condición, tanto abstracta como práctica, que participan en el proceso de diseño

Reflexión

Hoy en día, el diseño gráfico constituye el medio básico de comunicación social por el cual se desarrollan diferentes procesos culturales, sociales, educativos, tecnológicos, económicos, políticos, etc.

Siendo del diseño gráfico el objetivo noble como el de mejorar la calidad de vida; brindar información y mejorar procesos sociales; difundir información y la cultura de los intereses ciudadanos y colectivos. Su particularidad como sujeto radica en la transmisión de "sentimientos, emociones, información y conocimiento".

Pero el diseño también puede hacer lo contrario: atraer la ideología y el fundamentalismo; fomentar el consumismo y alienación; generar ruido y contaminar el entorno urbano; convertirse en cómplice del desprecio por la identidad cultural y la libertad individual y colectiva.

Es precisamente por la ambivalencia del diseño como herramienta de comunicación privilegiada (para bien o para mal) que su uso tiene tantos significados: economía, política, tecnología, cultura, sociedad y ética, etc.

Por un lado se tiene una visión del mundo que esta asimilado por los individuos que invitan a reconocer o no, a través de símbolos, conocimientos, prejuicios, convicciones, creencias; y por otra parte como estas fueron y están siendo ejecutadas; de las cuales se les da forma o vida por medio de acciones humanas.

Analizando desde esta perspectiva la cultura facilita en gran parte la misma articulación del sistema social, ya que la cultura posibilita la misma existencia del diseño gráfico y a este también como actividad eminentemente social, ya que despliega una toma de carácter de significados, conceptos y evocaciones a través de prácticas de diseño que también conforman la cultura tal cual la conocemos.

Conclusión

Considerando que el entorno es todo lo que rodea a algo o alguien, entonces al diseñar comunicación visual, que se inserta en un espacio en entornos y características específicas, que a menudo se pasan por alto, no podemos ignorar el trasfondo social, el capital económico, el capital cultural y otros aspectos relacionados, estos nos guiará para realizar investigaciones a través de diferentes disciplinas como la sociología, la antropología y la psicología, de manera de brindar soporte teórico a nuestro diseño.

Por lo tanto, no estamos diseñando para nosotros mismos, sino para grupos sociales, para resonar entre lo que hacemos y las observaciones de los consumidores o clientes, Por lo general, se suele asignar roles de consumidor o cliente pasivo a los destinatarios de la comunicación visual, debemos entender que cada grupo tiene una identidad, una memoria colectiva, histórica, política, y una memoria visual.

Desarrollamos discursos que se adaptan a las necesidades y deseos de la investigación de mercado, la moda, los antecedentes históricos, la globalización y nuestro bagaje cultural, somos los propios diseñadores, quienes comprendemos y aplicamos la gramática visual y la metodología, los recursos del diseño y muchas veces olvidamos que nuestro trabajo incluye la participación activa en el entorno, principalmente a través de la comunicación y el desencadenamiento de la reflexión.

El diseño y la comunicación visual influyen y deben promover una contribución al mundo y su base no es solo visual, sino también relaciones comunicativas y de apoyo. El diseño gráfico se relaciona con política, medio ambiente y educación, promueve la cohesión social, si no se consideran todos los campos de acción y participación, entonces es un tema irrelevante.

Opino que no se trata solo de apoyar al diseño, también hay que entender que somos los constructores y deconstructores de ideas, enriqueciendo el espacio social con imágenes. Al diseñar para otros, hemos ejercido mecanismos sociales y psicológicos que cambian percepciones; un ejemplo de ello es la representación del simbolismo de género y valores culturales, el simple hecho de que todos somos, entidades sociales y somos parte de un cuerpo social boliviano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Meyer, F. N. (2014, 28 marzo). Una aproximación a la cultura del diseño en Bolivia. FOROALFA. <https://foroalfa.org/articulos/una-aproximacion-a-la-cultura-del-diseno-en-bolivia>.

Villa Santillán, M. S. (2018). Relación del Nivel de Autoestima y el Rendimiento Académico en los Alumnos del 4to Grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Seminario Jesús María de la Provincia de Chachapoyas. Recuperado 6 de abril de 2021, de <https://1library.co/document/yevdd24z-autoestima-rendimiento-academico-educacion-secundaria-institucion-educativa-chachapoyas.html>

Geertz, C. (2017). La interpretación de las culturas (13.^a ed.). Gedisa Mexicana.

Mandoki, K. (2006). Prácticas estéticas e identidades sociales: Prosaica dos. SIGLO XXI Editores.

Ricard, A. (2021). Conversando Con Estudiantes De Diseño. Gustavo Gili.

Freites, C. (s. f.). Cultura del diseño. Metodología para formulación y selección de proyectos de Diseño. Recuperado 29 de agosto de 2021, de https://www.academia.edu/8153326/Cultura_del_dise%C3%B1o