



UNIVERSIDAD DE  

---

**LONDRES**

# **Teoría Conceptual de Diseño**

**Bloque Básico**

**Compilador:  
L. D. G. Mónica González Mothelet**

**Licenciatura en Diseño Gráfico**

---

CONOCERSE ACEPTARSE AMARSE CUIDARSE SUPERARSE TRANSMITIR TRANSFORMAR

---

## Índice

<b>Índice</b>	1
<b>Introducción</b>	3
<b>Objetivo General</b>	4
<b>Tema 1. Comunicación y diseño</b>	5
Objetivo general	5
1.1 Definiciones	5
1.2 Diferentes tipos de comunicación	6
1.3 La comunicación gráfica (símbolos, signos y señales)	9
1.4 Campos de acción profesional	12
Bibliografía	13
<b>Tema 2. Elementos del proceso de la comunicación gráfica</b>	14
Objetivo de aprendizaje	14
Sinopsis	14
2.1 El emisor	15
2.2 El mensaje	16
2.3 El medio	16
2.4 El receptor	17
2.5 La retroalimentación	18
2.6 Los filtros culturales	19
2.7 El marco de referencia	19
Bibliografía	21
<b>Tema 3. El diseño gráfico</b>	22
Objetivo de aprendizaje	22
Introducción	22
3.1 Definición de diseño	24
3.2 Necesidades y objetos del diseño	32
3.3 Producto del diseño	34
3.4 Definición del Diseño Gráfico	34
Bibliografía	36
<b>Tema 4. El diseño gráfico y su función en la sociedad</b>	37
Objetivo de aprendizaje	37
Introducción	37
4.1 Áreas del Diseño	41
4.2 Función social del Diseño Gráfico	41
4.3 Diseño Gráfico y cultura	42

<b>Tema 5. Factores de influencia en el diseño gráfico</b>	47
Objetivo de aprendizaje	47
Introducción	47
5.1 Culturales	48
5.2 Tecnológico	48
5.3 Ergonómicos	48
5.4 Económicos	49
5.5 Humanos	50
5.6 Formales	51
5.6.1 Punto, Línea y Plano	51
5.6.2 Color	53
5.6.3 Simetría	56
5.6.4 Redes de composición	56
5.6.5 Percepción de la forma	58
Bibliografía	61

## Introducción

¿Qué es el Diseño Gráfico y que significa ser diseñador gráfico?

Desde nuestro quehacer como diseñadores gráficos debemos poner al diseño gráfico en función de la sociedad, cuestionando al sistema y proponiendo soluciones alternativas que mejoren las relaciones entre los individuos y entre el medio ambiente y el hombre.

Todo diseño posee un fin comunicacional, estético y económico.

El diseño gráfico es una forma de vida, un compromiso con uno mismo y con la sociedad. Los diseñadores somos quienes tenemos la responsabilidad y al mismo tiempo la oportunidad de decidir que es lo que va a ver la gente y como se va a comunicar visualmente en el futuro próximo, ya que el diseño gráfico cada día tiene más penetración en la vida diaria de la gente y tenemos que hacer llegar mensajes cada vez más claros y directos de una manera novedosa y estética, en un mundo saturado de imágenes.

El diseño gráfico no es una ciencia exacta, no hay recetas mágicas que nos digan como debemos de hacer las cosas, no hay fórmulas como en las matemáticas, si bien existen normas y teorías que debemos de seguir y que nos ayudan, estas no son infalibles, la experimentación es la vía que nos va a ayudar a tener mejores resultados. Lo que nunca debemos de olvidar es que el ejercicio del diseño debe seguir una metodología la cual nos ayudará a tener resultados óptimos.

## Objetivo general

Al término del curso el estudiante reconocerá la importancia del diseño gráfico en la solución de problemas de comunicación a partir de la identificación de los factores que lo componen, las áreas donde se desarrolla y el papel cultural que en la sociedad desempeña, aplicándolo en campo de acción profesional.

## Tema 1. Comunicación y diseño

### Subtemas

- 1.1 Definiciones
- 1.2 Diferentes tipos de comunicación
- 1.3 La Comunicación Gráfica
- 1.4 Campos de acción profesional

### Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante obtendrá los conocimientos teóricos necesarios sobre conceptos fundamentales para su carrera, que podrá relacionar de forma práctica y teórica con las demás asignaturas de las área teórica y práctica.

#### 1.1 Definiciones

La palabra “Comunicación” viene del latín *Comunis Comunicare* y *Hacer Común*

**La comunicación se define como el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes.**

Siendo un acto de relación entre dos a más personas mediante el cual se evoca en común un significado.

En los últimos 150 años y en especial en las últimas décadas la reproducción de los tiempos de transmisión de la información a distancia y de acceso a la información ha supuesto uno de los retos esenciales de nuestra sociedad.

La gente puede comunicarse a muchos niveles, por diversos motivos, con gran número de personas.

La comunicación actual entre dos personas es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones.

#### Diseño

Muchos piensan en el diseño como en algún tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia de las cosas, pero el diseño es algo más.

Diseñar “es un acto fundamental del hombre ya que diseñamos toda vez que hacemos algo por una razón definida, permitiendo solucionar necesidades, las cuales pueden ser de tipo estético, cultural o información”.

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 cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado.

Como toda disciplina el diseño tiene un proceso que se divide en causas.

- **Causa Primera.** Es la intención con la que surge un diseño es la idea de la cual se va a partir para dar forma a una idea.
- **Causa Formal.** Es donde tomamos en cuenta los elementos con los que vamos a desarrollar un idea, como son las fotografías, tipografía, y colores.
- **Causa Material.** Es saber sobre que material se va a realizar nuestro trabajo.
- **Causa Técnica.** Son los materiales en lo que se va a desarrollar ya sea papel, cartón madera, etc.

## 1.2 Diferentes tipos de comunicación

**Los 4 sistemas más importantes en la comunicación humana:**

1. **La distancia entre los interactuantes.** Hall y Argyle demostraron que la distancia entre los interactuantes era una dimensión muy codificada de la comunicación, y variables según los grupos sociales y las culturas. Distinguen así la distancia íntima, la distancia personal que permite relaciones físicas rituales como los saludos, la distancia social entre 1 y 2 metros que impide el contacto físico , la distancia publica próxima (la que permite escuchar en un grupo de personas) y la distancia publica lejana (como en una conferencia ante un publico).
2. **El Sistema Corporal.** Las posiciones corporales, los movimientos y las mímicas faciales
3. **El Sistema Paraverbal.** O vocal son las variaciones del tono de voz, de timbre, el ritmo, etc. Los estudios realizados demuestran que esta en relación con el estado psíquico y emocional del locutor y con la relación que este instala con su interlocutor. Así, una voz dulce expresa la intimidad, si la del interlocutor lo es también.

4. **El Sistema del Lenguaje.** Propio de la especie humana, el más elaborado de los sistemas. Un locutor que emite una frase en cierto contexto realiza simultáneamente 3 cosas: produce un enunciado de la lengua, una forma gramatical que tiene un significado (función locutoria). Después diciendo lo que dice, realiza por lo menos una acción (función). Finalmente induce ciertos efectos sobre su auditor (función perlocutoria).

Dentro de la comunicación existen varios tipos y la podemos clasificar en dos:

- Comunicación Gráfica
- Comunicación Visual

## Comunicación Gráfica

Trumbull Baird define la comunicación gráfica **como el proceso por el cual transmiten mensajes por medio de imágenes visuales que normalmente son en una superficie plana.**

La comunicación gráfica no siempre ha sido como la conocemos actualmente, ya que nuestros métodos de comunicación han evolucionado y son el resultado de la habilidad para resolver diversos e intrínsecos problemas.

Dentro de los antecedentes de la comunicación gráfica podemos encontrar:

- **Necesidad de expresión** de tener un conjunto de símbolos que, solo o en forma colectiva representan visualmente tanto objetos como conceptos mentales.
- **Jeroglíficos** (Figuras o símbolos) los cuales son los antecedentes de nuestro alfabeto, al mismo tiempo se utilizaban los
- **Pictogramas** (escritura ideográfica) e
- **Ideogramas** (ideas por medio de símbolos). Los etruscos llevaron el alfabeto griega los romanos en el siglo IX a de. Solo el alfabeto romano tenía 23 letras.
- **Alfabeto** (Conjunto de símbolos empleados en un sistema de comunicación).

Las pinturas rupestres sobre las cavernas usadas como habitación son la prueba más remota de la comunicación gráfica y se remontan a unos 50,000 años.

El Alfabeto evoluciona partir de las imágenes y a través de los siglos el lenguaje hablado se ha ido perfeccionando. Sin embargo, en sus inicios el lenguaje hablado sufrió gran limitación, y el conocimiento solo se transmitían a las mismas generaciones.

- **Tinta** con el descubrimiento de la tinta se logro plasmar símbolos por medio del
- **Papel**
- **El tipo móvil** permitió la reproducción masiva de información, y una fácil distribución.
- **Imprenta** es el descubrimiento realizado por Gutemberg que permitió un conocimiento masivo, facilitando no solo la comunicación y el conocimiento sino creando una forma de expresión gráfica, permitiendo que se pudiera conocer la historia, cultura, desarrollo y economía.

La comunicación actual es un sistema de signos, símbolos y señales. Los cuales es importante definir.

## Comunicación Visual

Se define como **todo aquello que capta nuestra vista, desde una simple flor hasta un cartel.**

Se puede dividir en:

- Comunicación Casual
- Comunicación intencional

**La comunicación casual** puede ser interpretada libremente por el que la percibe.

Ejemplo Nube = Lluvia

**La comunicación intencional** puede ser examinada por dos aspectos ( estética y práctica )

Ejemplo Señales de Humo = Información.

La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del entorno óptico. La cual se puede clasificar en: Imagen táctil y visual

## Anatomía del mensaje visual

Un mensaje visual lo captamos desde tres niveles:

1. **Representación.** Vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia
2. **La realidad.** Es la experiencia visual práctica y básica

3. **Abstracción.** Es también conocido como un proceso de destilación, en el se produce a la reducción de factores visuales múltiples a aquellos rasgos esenciales y más específicos de lo representado.

## 1.3 La comunicación gráfica (símbolos, signos y señales)

**Símbolos.** Cosa convencional se toma como una representación de un concepto.

El símbolo encuentra su mayor utilidad cuando se estandariza y se incluye dentro del conocimiento.

Los símbolos son formas geométricas o abstractas las cuales son apoyadas con una idea.

Como símbolos pueden emplearse deformaciones personalizadas de logotipos, iconos y figuras abstractas.

Ignacio Vázquez en su libro "**Fundamentos del Diseño Gráfico**" los agrupa en clases:

- **Espontáneos:** cuando las imágenes evocan al elemento que representan. Esta relación puede ser de varios tipos:
  - **Analógica:** la mente relaciona el símbolo con lo que a él se parece. Ejemplo el símbolo de lana representa la oveja
  - **Lógica:** se basa en relaciones propias del sentido común. Ejemplo los fósforos se representan con una llama
  - **Universal:** cuando se emplean símbolos que tienen un significado universalmente aceptado. Ejemplo el corazón representa el amor.
  - **Emblemática:** cuando se utilizan imágenes que tienen relación con valores ya establecidos. Ejemplo la corona real.

**Signo.** Es un icono que representa otra cosa o así mismo, su función es la de establecer la comunicación.

El signo es una simple marca con la intención de comunicar un sentido. Tiene una sustancia y una forma, que se relacionan creando un mensaje.

Este se puede dividir en dos partes.

- **Acústica.** Significante, que es presentir con los sentidos.
- **Mental.** Significado, que se evoca por el anterior.

La relación entre significado y significante es, en todos los casos, convencional. Cuando se trata de signos motivados o de inicios naturales en función de signos, la resultante es un acuerdo entre los usuarios.

"**Ignacio Vázquez y Eugenio Vega** clasifican al signo en dos tipos según la relación que existe entre estos y la idea que representa.

En caso de que la relación sea arbitraria, como en el caso de las señales de tránsito se llamará convencional.

Mientras que si se refiere al lenguaje a través de una proyección perceptible por la vista se le denomina visual".

Otra forma de diferenciar a los signos según su relación con los objetos que representan viene dada por la siguiente clasificación.

1. **Pictograma.** Cuando se representa una imagen de una manera figurativa. Se puede dividir en dos:
  - a) **El icono.** Se forma a imagen del objeto que representa, al menos en alguna de sus cualidades, ejemplo la silueta del peatón en una señal de tránsito.
  - b) **El índice.** Cuando el signo sólo tiene alguna relación con el objeto o con una propiedad de éste. Ejemplo el humo significa fuego.
2. **El Símbolo.** Representa al objeto sin tener en cuenta sus características extremas o materiales. La relación signo-significado se hace con una norma convencional.
3. **Ideograma.** Cando representa una idea no visualizable, ejemplo " Punto de Encuentro "

La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes.

"Está operación implica un objeto, una cosa de la que se habla o referente, signos y por lo tanto un código, un medio de transmisión y evidentemente un destinatario y un destinador"

"El signo es un estímulo cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar con el objeto de establecer una comunicación"

## Las funciones de los signos

- **Función emotiva.** Cuando emitimos un mensaje expresamos nuestra actitud con respecto a ese objeto (bueno, malo, bello, feo)
- **Función connotativa o conminativa.** Define las relaciones entre el mensaje y el receptor pues toda comunicación tiene por objeto una reacción del receptor.

**Señal.** Son aquellos signos artificiales con significado arbitrario cuya finalidad es originar, modificar o determinar cierta acción.

Estos son signos que representan una acción del hombre, las cuales pueden ser de orientación, información, dirección, identificación, prohibición, ornamentales, seguridad o preventivas.

- **Informativa.** Alertan al usuario con respecto a las acciones de algún lugar.
- **Direccional.** Es un signo con un elemento que indica la situación que el usuario debe saber.
- **Prohibitiva.** Indica la acción que no debemos realizar.

Dentro de las señales **prohibitivas** existen tres tipos:

- **Absolutas.** No estacionarse, en este caso el usuario no tiene otra opción que la señal.
- **RestRICTIVA.** Solo transporte público, en este caso la señal es para algunos usuarios.
- **Ilustrativa.** Solo a la izquierda, en este caso es indicativa por seguridad del usuario.
- **Identificativa.** Representa al lugar mismo donde se encuentra la acción.

En el libro de “**Gráfica del Entorno**” de Mitzi Sims agrupa a las señales o rótulos en:

- **Orientadores.** En ambientes poco habituales, complejos o amplios pueden ser necesarios los rótulos orientadores para ubicar al usuario en su entorno
- **Identificativos.** Sirven para identificar fácilmente el edificio o el entorno. Es necesario estudiar cuidadosamente su tamaño y ubicación
- **Direccionales.** Para los rótulos direccionales cada ruta debe quedar reflejada esquemática en las plantas y en cada punto de decisión o cruce debe colocarse un rótulo que indique zonas de dirección, ( escaleras, elevadores, etc.)
- **Informativos y ornamentales.** Estos rótulos son específicos de localización

## 1.4 Campos de acción profesional

El diseñador gráfico podrá incorporarse en las siguientes áreas de trabajo:

- Proyectos de Diseño Gráfico, atendiendo problemas específicos de comunicación visual y audiovisual
- Diseño de señalización y organización de información visual.
- Diseño de portadas de libros, discos, calendarios, etc.
- Diseño de empaques de diferentes productos.
- Diseño y organización de campañas políticas, comerciales y de concientización.
- Diseño editorial, libros, agendas, revistas, folletos, Etc., diseño de carteles con diversos propósitos (sociales, políticos, promocionales, etc.)
- Diseño de imágenes corporativas; logotipos, emblemas, papelería, tarjetas, etc.
- Ilustración de medios impresos.
- Diseño y producción de audiovisuales, diseño y edición de videos y páginas web.
- Diseño asistido por computadora.
- Diseño de productos artesanales.
- Diseño y exposiciones, y organización visual de museos.
- Dibujo u organización de historietas.
- Asesoría de diseño dirigidas a empresas públicas y privadas.
- Docencia.

## Bibliografía

- Tumbull Arthur T y Baird N Russell, Comunicación Gráfica, Ed. Trillas, 2000, Capitulo 1
- Páginas webs

## Tema 2. Elementos del proceso de la comunicación gráfica

### Subtemas

- 2.1 El Emisor
- 2.2 El Mensaje
- 2.3 El Medio
- 2.4 El Receptor
- 2.5 Los filtros culturales
- 2.6 El Marco de referencia
- 2.7 La Retroalimentación

### Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante identificará cada una de las partes del proceso de comunicación gráfica, así como su relación con el diseño gráfico.

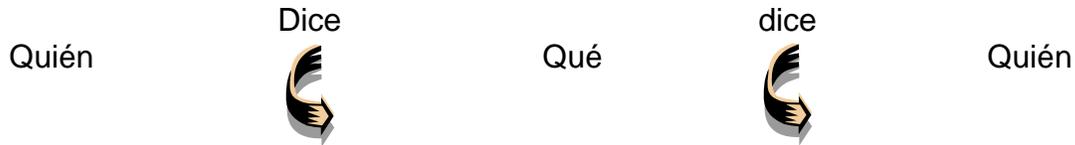
### Sinopsis

Para desentrañar una información gráfica es necesario, además del entendimiento del terreno perceptivo que es común a todo ser humano, interpretar correctamente su contenido por medio del conocimiento de aquellas claves concretas con que el productor de la imagen la construyó. Todo esto es posible hacerlo si entendemos bien aquellas características precisas del proceso de comunicación.

### Introducción

Entre los principios básicos de la teoría de la comunicación encontramos que el emisor y el receptor pueden ser la misma persona como ejemplo: cuando una persona hable consigo misma, otro principio básico es que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos. Podemos elaborar un mensaje solamente con los signos que conocemos y podemos dar a esos signos solamente el significado que hemos aprendido con respecto a ellos. \* Schramm

## Quién dice qué a quién

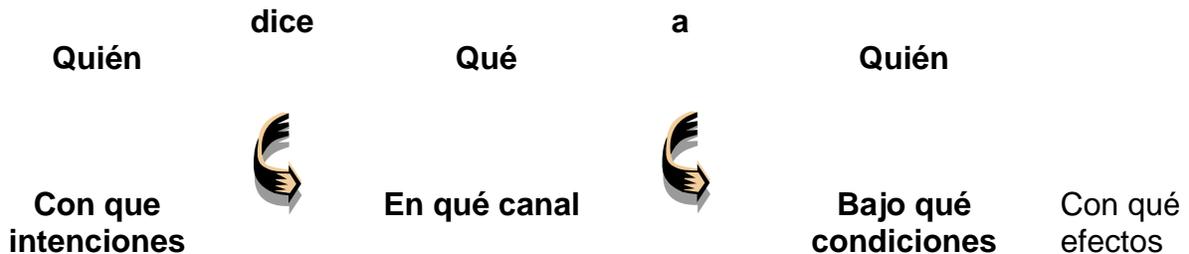


### Esquema de Aristóteles

## Quién dice qué en qué canal a quién con qué efecto



### Esquema de Lasswell



### Esquema de Lasswell y Nixon

## 2.1 El emisor

Puede ser un individuo, un grupo una institución , el estado. Este transmisor debe tener intencionalidad o fin, debe tener la intencionalidad de: persuadir a alguien.

En todo proceso de comunicación se distinguen varios elementos.

El emisor es también llamado fuente o transmisor. Es el que concibe el mensaje, el que desea comunicarlo, el que ejecuta la comunicación, con la idea utiliza un código, elabora un mensaje, elige un canal.

El que la comunicación transmitida por el emisor resulte eficaz depende de su credibilidad, esto influye en la aceptación e influencia del mensaje.

La credibilidad comprende dos factores:

- **Cognoscitivo.** Poder, prestigio, conocimiento
- **Emotivo.** Simpatía, confianza

## 2.2 El mensaje

Es aquello que nos llega a los sentidos tal cual aparece, esto nos lleva a una estructura, la estructura formal del mensaje. En los mensajes no hay nunca nada casual, nada es inconsciente, todo esta con una finalidad. En los mensajes se seleccionan los signos para estructurar el mensaje.

Un mensaje esta compuesto de signos combinados entre sí.

El mensaje consiste en una señal o conjunto de señales organizadas y emitidas que el receptor interpretara.

Para Schramm el mensaje tendrá un significado manifiesto y una significado latente.

Cuando uno nos transmite el tono de la voz, el gesto, nos dice tanto o más del contenido.

El mensaje puede tener varios mensajes paralelos por ejemplo:

De una frase hablada, además de lo que se diga podemos suponer por el acento, el lugar y el origen más del mensaje.

El mensaje tiene que ser entendible, ha de ser fácil de descodificar e interpretar, ha de ser convincente y adecuarse a las características del receptor al que va dirigido.

Tiene dos niveles:

- El contenido
- El estilo o forma

## 2.3 El medio

Es el medio por el cual se desarrolla la comunicación y puede ser el cartel, televisión, radio, periódico, etc.

Se refiere a los medios y los recursos físicos a través de los cuales se hace llegar el mensaje al perceptor, (grabaciones, voz abierta, cartel, t.v.)

Medio o Canal es el vehículo por el cual se transmite el mensaje.

Tiene que ser el más adecuado según el contenido del mensaje, el objetivo de la comunicación y las personas a las que se dirige.

Será el de mayor impacto y el que mejor domine el receptor.

## 2.4 El receptor

Al igual que el emisor, este puede ser un individuo, un grupo, etc. El receptor recibe el mensaje y lo interpreta.

A continuación presentaremos diferentes modelos de comunicación según diferentes autores.

Receptor es también llamado destinatario.

Es el que recibe el mensaje, lo descodifica, lo asimila y utiliza, lo interpreta, pone en práctica el deseo transmitido por el emisor.

Lo que entiende el receptor es el resultado de la comunicación. El receptor organiza el mensaje recibido de forma que tenga sentido para él (le añade subjetivismo): lo interpreta.

Para que el proceso de comunicación sea correcto, el receptor debe tener una actitud positiva, no evaluar, demostrar interés, dejar hablar y escuchar de forma activa.

**Shannon y Weaver.** Estos alemanes **consideraron que la comunicación es un proceso de transferencia de información que puede ser afectado no sólo por las dificultades de expresión del emisor, sino por problemas en el canal por el cual se da a conocer el mensaje.** Ellos son los primeros en hablar del ruido que impide una comunicación adecuada y también hacen referencia al llamado feed-back, que significa una interferencia técnica para que el mensaje pueda ser captado de la mejor manera posible. Esa interferencia puede ser un micrófono mal ubicado o un ruido que supere a la voz humana.

emisor -----mensaje -----receptor

Schramm, Wilbur presenta el modelo más sencillo dentro de la comunicación.

Definiendo la comunicación como: compartir una orientación con respecto a un conjunto informacional de signos.

**Fuente---Codificador---Mensaje---Decodificador -- Destinatario**  
-----Retroalimentación-----

Shannon y Weaver

Feedback (mensaje de retorno o retroalimentación)

## 2.5 La retroalimentación

Cuando un sistema ingresa información, sale información y ésta informa que sale, vuelve a entrar al sistema como nueva información. La interacción es circular (retroalimentación). A este tipo de sistema se lo llama retroalimentación. Este sistema mantiene el equilibrio mientras sea posible. Al sistema que busca mantener el equilibrio se lo llama homeostasis (equilibrio).

Cuando no se puede mantener más el equilibrio, se tiene que cambiar la norma, sino se rompe el equilibrio. Existen dos tipos de retroalimentación:

- **Retroalimentación Positiva**  
Cuando sale del sistema. Ej: jugando al truco, uno mezcla y luego otro corta, sabe lo que tienen que hacer, si no lo hace, está saliendo del sistema, lo está cortando. Es cuando la norma se muestra ineficaz y hay que cambiarla.
- **Retroalimentación Negativa**  
Es la que mantiene el sistema funcionando. Devuelve al emisor toda la información que necesita para corregir la pauta de entrada. Mantiene el sistema estable y que siga funcionando

## 2.6 Los filtros culturales

Los filtros culturales pueden ser de tres tipos:

- **Sensoriales**-----Biológicos ( oído, vista, habla )
- **Culturales**----- Educación, Religión, Moral, Ética
- **Operativos**----- Mecánicos, Canal

Supongamos que el mensaje visual está bien proyectado, de manera que no sea deformado durante la emisión; llegará al receptor, pero allí encontrará otros obstáculos. Cada receptor a su manera, tiene algo que podríamos llamar filtros, a través de los cuales ha de pasar el mensaje para que sea recibido.

### Ejemplo

Un daltónico no ve determinados colores y por ello los mensajes basados exclusivamente en el mensaje cromático se alteran o son anulados.

## 2.7 El Marco de referencia

Llamamos marco de referencia a que los signos pueden tener solamente el significado que hemos aprendido a atribuirles, y en función de este es como puede comunicarse a un sujeto o una colectividad.

En la medida de que el "marco referencial" de dos colectividades sea diferente, aumentará la dificultad de comunicarse o de compartir un conjunto informal. Pero la interpretación del mensaje se complica más ya que hay diferentes tipos de significados. Uno denotativo, que es común, como la palabra árbol, mesa, etc. tiene significados señalados por el diccionario, pero existen significados connotativos, de contenido emocional. ejemplo la estrella de David puede representar al pueblo hebreo mientras que para los hebreos significa algo más.

El marco de referencia es una colección de experiencias y significados y decimos que una persona habla sobre su marco de referencia.

### Ejemplo

Si un hombre primitivo no hubiera visto ni oído nunca un aeroplano, y apareciera súbitamente uno, tendría que interpretarlo en función de experiencias que hubiese tenido con las cosas que vuelan. Pensando probablemente que se trata de un pájaro gigantesco.

## Ejemplo

Una profesora Norteamericana que ejercía en una misión de África relató que la primera vez que paso los lista todos los estudiantes se reían y trato desesperadamente de aprender a pronunciar los nombres correctamente, por que pensó que se reían de su torpeza al pronunciarlos. Tiempo después teniendo la habilidad necesaria para pronuncia los nombres se seguían riendo y aprendió que era una muestra de amistad.

En el marco de referencia de la maestra, la risa en este punto significa burla.

En el marco de referencia de los alumnos la risa significaba algo distinto.

## El diseñador y el cliente

En el proceso de comunicación, el diseñador gráfico y el cliente juntos constituyen el transmisor. El mensaje será el resultado de su colaboración.

## El diseñador gráfico y el receptor

La relación entre el diseñador gráfico y el receptor sólo puede funcionar con eficiencia en presencia del cliente. La noción de calidad compartida por el cliente y el diseñador quedará determinada por la estima que se haga del receptor.

La relación entre el diseñador y el receptor también funciona dentro de la mediación del mensaje. En la mayoría de los casos, esta mediación impone una comunicación de una vía. La comunicación no comunica: monologa. El derecho a responder en iguales términos no existe.

## El diseño gráfico y el mensaje

Es a través del mensaje que el diseñador gráfico como coautor termina por conformar su conocimiento, cultura, concepciones y sinceridad. El diseñador gráfico debe definir una estrategia y tomar conciencia de otras estrategias sociales existentes.

## Bibliografía

- Paoli J. Antonio, Comunicación e información, Ed. Trillas, 2001, Capítulo 1

## Tema 3. El diseño gráfico

### Subtemas

- 3.1 Definición de diseño
- 3.2 Necesidades y objetos del diseño
- 3.3 Producto del diseño
- 3.4 Definición del diseño gráfico

### Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante identificará las diferencias entre el diseño gráfico y producto de diseño.

### Introducción

Diseño es un término italiano Disegno que significa delineación de una figura, realización de un dibujo. Crear algo nuevo por alguna razón definida con el objetivo de satisfacer las necesidades humanas las cuales pueden tener origen estético, funcional, o de comunicación.

El diseño es una de las representaciones más antiguas de la humanidad ya que el hombre desde sus inicios siempre ha creado ya sea para comunicarse o con fines prácticos.

¿Es el diseño una arte, una ciencia, tipo de matemática?

El punto de vista que mantenemos aquí estriba en no confundir al diseño con un arte, una ciencia o una matemática, es una actividad que depende para su ejecución con éxito una mezcla de las tres.

El diseño esto da acción creadora que cumple su funcionalidad la cual puede ser de nivel intelectual, o material.

### La visión de Bauhaus

El famoso y controvertido Bauhaus fue establecido en 1919 en Weimar por Walter Gropius como el Instituto de Arquitectura y Artes Aplicadas, la fusión de las dos instituciones de arte más importantes de Sajonia. Se transformó en el centro más importante de las artes europeas después de la Segunda Guerra Mundial. Los ideales didácticos del Bauhaus constituyeron un esfuerzo trascendental para

sobreponerse a la crisis del arte moderno uniendo el arte de la producción industrial a las necesidades específicas de la sociedad.

La institución se mudó a Dessau en 1925, donde Walter Gropius diseñó un edificio educativo confortable. que sigue siendo uno de los principales ejemplos del racionalismo en la arquitectura. El mismo Gropius fue director del Bauhaus hasta 1928. sucedido luego por Hannes Meyer quien fue expulsado por los socialistas demócratas en 1930. La institución se trasladó a Berlín donde Ludwig Mies van der Rohe fue su director hasta 1933. año en que los nazis clausuraron la institución por sus ideales democráticos y experimentación con el arte moderno.

En la historia del Bauhaus. es posible identificar dos etapas: la mística expresionista, correspondiente al período Weimar, que influenció sus métodos de enseñanza y el período Dessau, caracterizado por el constructivismo de la "estética industrial". que proponía constantes elementales a través del uso de los medios básicos. Este seguimiento del reduccionismo drástico resultaría en "formas puras". El último período se vio condicionado por su relación y disidencia con el movimiento holandés de De Stijl. en particular a través de Theo van Doesburg, a quien Walter Gropius jamás permitió ingresar en el instituto

"El objetivo último de toda actividad plástica es la construcción. Servir como un ornamento para la construcción fue, durante ciertos períodos, la tarea más importante de las otras artes plásticas. que eran entonces inseparables componentes de la arquitectura. Actualmente. la pintura. la escultura y la arquitectura se encuentran en un estado de individualismo autosuficiente, del que pueden liberarse sólo a través de las acciones conjuntas. conscientes y coordinadas de todos los artistas... Las viejas escuelas de arte fueron incapaces de crear esta unidad.

## ¿Qué es la creatividad?

Imaginemos la psiquis humana como una esfera enorme, con una superficie consciente llena de facetas con marcas y colores, rellena de contenidos inconscientes, y con un núcleo central que es el YO interior o sí-mismo. Imaginemos en ese núcleo anidando las verdaderas necesidades y posibilidades de "ser hombre". Podemos decir que la creatividad es lograr conectarse desde la superficie con ese YO, con ese sí-mismo, con ese núcleo luminoso interior, y descubrir o escuchar lo que allí tenemos. Así de simple y así de difícil.

Como nos ha enseñado el psicoanálisis, una gran porción de nuestro psiquismo se mantiene alejado de la conciencia. El famoso inconsciente, que Jung diferencia entre inconsciente personal, generado por nuestra propia historia, nuestra propia vida, y el inconsciente colectivo que sería el heredado donde recibimos la experiencia acumulada de la especie.

El mismo Jung define también el sí-mismo, como el centro de nuestro yo, pero el centro real, que abarca tanto el consciente como inconsciente. Heidegger, desde la filosofía, en el análisis existencial que hace del humano en su obra "El Ser y el Tiempo" nos habla exactamente de lo mismo. También las escuelas espirituales de Oriente coinciden en esto.

Podemos decir entonces, con fundamento, que en la psiquis humana se distingue ese yo esencial o sí-mismo, una especie de centro de gravedad del yo total. Es como la concentración de lo que somos.

Tanto el psicoanálisis como la filosofía existencialista nos dicen que en ese centro están concentradas las posibilidades básicas de cada uno, sintetizadas en una especie de misión a desarrollar. Se nace con una tarea a cumplir de acuerdo a las posibilidades, al momento y lugar. Esa tarea se construye a lo largo de la vida, con la capacidad innata; condicionada por la herencia recibida, por el momento del nacimiento, por el ámbito familiar de los primeros meses y finalmente por el ámbito que rodea en los primeros años. Todo esto forman las posibilidades que puedo, o debo desarrollar. Cuando en el discurso cotidiano nos referimos a "estar realizados", ambigüamente nos referimos a esta situación: Hacer lo que debemos hacer para sentirnos más YO, o más auténticos. Heidegger habla del vivir propio y del vivir impropio. La existencia es propia cuando nuestro accionar está alineado con necesidades esenciales. Para sentirme auténticamente "yo" necesito conectarme con esas necesidades que son flechas indicando hacia donde y con qué. Es una linda manera de entenderlo, imaginarnos que desde ese sí-mismo parten flechas apuntando en varias direcciones, y la tarea como seres humanos consiste en descubrirlas, en conocerlas y luego realizarlas.

## 3.1 Definición de diseño

### (Bauhaus) Antecedentes



Gran parte de la historia del diseño gráfico es paralela a la del arte y la ilustración.

El Norteamericano William Addison dio el término de Diseño Gráfico mismo que se utilizó sino hasta el año de 1922.

Sin duda una de las cuestiones claves de todo proceso iniciado por la Revolución Francesa en el siglo XVIII, fue el incremento espectacular que adquirieron los medios de mecanización de productos, lo cual hacia más fácil la reproducción mecánica de productos.

Desde el siglo XIX, al hacerse más fácil la reproducción de la ilustración y cobrar importancia la representación y el empaquetamiento de productos comerciales debido a la competencia, el arte del diseño gráfico ha ido ganando importancia. De manera paralela, también ha aumentado la tecnología, la arquitectura y el comercio.

La invención de la imprenta, la revolución industrial y la aparición de la litografía; fueron factores que propiciaron que el siglo XIX fuera el punto de partida del diseño moderno.

Al final de la Segunda Guerra Mundial las ideas del diseño alemán habían llegando al otro lado de Atlántico y habían influido en los diseñadores americanos, tal es el caso de grafistas como Paul Rand.

El éxito de buena parte de estas ideas de diseño fue inmediato, debido a su sencillo y el uso de la retícula.

La Bauhaus (**casa de la construcción**) fue una escuela del diseño, artes gráficas y arquitectura fundada en Weimar en 1919, por Walter Gropius, uno de los arquitectos contemporáneos más importantes, en esta institución se pretendía formar estudiantes que fueran igualmente expertos en el arte y en los trabajos manuales, además de artesanos funcionales, con ornamentación industrial.

Entre los primeros nombres que formaron parte de la Bauhaus fueron Vassily Kandisky, Paul Klee, Herbert Bayer, entre otros.

## **Bauhaus, la escuela que cambió al mundo**

En abril de 1919 abrió sus puertas una de las escuelas más importantes del mundo, instituyó una nueva forma de pensar y cambió el futuro de la industria.

Existió durante 14 años pero lejos de ser olvidada dejó una profunda huella.

Las consecuencias de la industrialización de finales del siglo XIX, surgida primero en Inglaterra y luego en Alemania, influyeron en la clase obrera y en la producción de los artesanos. El progreso tecnológico también trajo consigo cambios en las estructuras sociales. Entre ellas destaca la proletarización de amplios sectores de la población, pero también el hecho de que así pudieron racionalizar y abaratar los costos de producción de bienes. En el siglo XIX Inglaterra se alzó como la potencia industrial más prominente de Europa.

Hasta bien entrados los años noventa del siglo XIX, los ingleses se mantuvieron a la cabeza en lo que se refiere a adelantos técnicos y culturales, resultando en indiscutibles vencedores. Esto ya se anunciaba desde los años 50, cuando reformaron los procesos educativos tanto para artesanos como para las Academias. En éstas se enseñaba a los alumnos a diseñar por sí mismos en lugar de copiar modelos anteriores.

Sin embargo con este sistema no se lograba el propósito de las reformas, es decir, no se alcanzaba la creación de una cultura que llegara al grueso de la gente. Por ello la afiliación al socialismo planteó una mejor solución. Lograr una cultura del pueblo y para el pueblo se convirtió en aquellos tiempos en el desafío de casi todos los movimientos culturales innovadores como la Bauhaus.

En Alemania se intentó alcanzar el mismo éxito logrado por los ingleses, por lo que al inicio de la década de los noventa se dió impulso a la importación de ideas y reformas desde Inglaterra. Más tarde, en 1896, el gobierno prusiano envió a Hermann Muthesius a Inglaterra por un periodo de 6 años, en calidad de "espía del gusto", su estancia tuvo como finalidad estudiar las causas del éxito inglés. Gracias a esto se establecieron en el país germano Escuelas de Artes y Oficios en las que diversos artistas modernos fungieron como profesores. En esas escuelas y talleres se producían principalmente enseres de casa, muebles, textiles y utensilios de metal. Estilísticamente, los productos alemanes de final de siglo no tenían parecido alguno con los producidos por los ingleses de las Arts and Crafts, movimiento profundamente arraigado durante el siglo XIX. En esa década de 1890, Alemania adelantó a Inglaterra como nación industrializada, asegurándose ese puesto hasta 1914, cuando estalló la 1a Guerra Mundial.

En 1918, el gobierno alemán puso a cargo de Walter Gropius la dirección y administración de las dos escuelas más importantes de arte en Weimar, la Sächsischen Kunstgewerbeschule y la Sächsischen Hochschule für bildene Kunst. Finalmente, tras la unión de ambas, el 12 de abril de 1919 Gropius fundó la Statliches Bauhaus en Weimar, la escuela de arte más moderna en su tiempo. En un manifiesto de la Bauhaus distribuido por toda Alemania, Gropius aclaraba el programa y la meta de la nueva escuela: artistas y artesanos debían trabajar juntos en la construcción del futuro. Gropius declaraba los principios que, en su opinión, deberían regir la escuela desde su inicio.

Se refirió a ellos en los siguientes términos retóricos, que evocan un ideal casi cercano a la Edad Media por unificar las artes alrededor del eje de la arquitectura: "Arquitectos, escultores, pintores, todos nosotros debemos regresar al trabajo manual ... Establezcamos, por lo tanto, una nueva cofradía de artesanos, libres de esa arrogancia que divide a una clase de la otra y que busca erigir una barrera infranqueable entre los artesanos y los artistas. Anhelemos, concibamos y juntos construyamos el nuevo edificio del futuro, que dará cabida a todo -a la arquitectura, escultura y pintura- en una sola entidad que se alzaría al cielo desde las manos de un millón de artesanos, símbolo cristalino de una nueva fe que ya llega"

Siguiendo las ideas del consejo, construir se convirtió para Gropius en actividad social, intelectual y simbólica. Reconcilió los oficios y especialidades hasta entonces independientes, uniéndolos como trabajo en común en el que la construcción allana diferencias de condición y acerca a los artistas al pueblo. Todas estas ideas y conceptos se aplicaron en talleres de la misma escuela, donde se daban cita actitudes estéticas en las que alumnos y profesores trabajaban en conjunto. Ahí se experimentaba con tejidos, trabajo de metales, muebles, fotografía, diseño escenográfico, pintura, escultura y arquitectura. Esto llevó a diseños incipientes, funcionales y eficientes.

Figuras del mundo entero se unieron a esta institución que orientó el pensamiento de toda una generación de arquitectos, diseñadores y artistas hacia la creación de obras con utilidad social, producidas en serie. Entre éstos destacaron arquitectos como: Walter Gropius, Mies van de Rohe y Marcel Breuer; los artistas Laszlo Moholy-Nagy, Gyorgy Kepes y Josef Albers; pintores de la talla de Paul Klee y Wassily Kandinsky; y la tejedora Anni Albers. Otra figura de gran importancia fue Margarete Schutte-Lihotzky, diseñadora del prototipo de la cocina Frankfurt (1925), en cuya elaboración se utilizaron teorías científicas sobre el manejo del hogar y estudios sobre higiene y eficacia de movimientos. Con este diseño se resaltó un concepto esencial de la Bauhaus: reducir el tiempo, espacio y esfuerzo requeridos para el trabajo doméstico. Ello causó la adhesión de un gran número de seguidores, entre ellos Gerit Rietvelt, J. J. P. Oud y Moisei Ginzburg.

Estas grandes figuras trabajaron en la primera sede de la Bauhaus, ubicada en la ciudad de Weimar, trasladándose en 1925 a Dessau, donde ocuparon espacios provisionales que ya llevaban el nombre de Bauhaus Dessau, Hochschule für Gestaltung. Un año más tarde tuvo lugar la apertura del edificio oficial, una obra maestra de la arquitectura diseñada por el mismo Walter Gropius.

Este cambio de sitio se debió a que la ciudad de Dessau ofrecía mayor apoyo económico que Weimar y, al ser una ciudad industrial, tenía una relación más directa con la ideología de la escuela. En 1931 la Bauhaus se vio obligada a cerrar

sus puertas por motivos políticos pero Mies van der Rohe, el entonces director, decidió continuar el proyecto en Berlín. En esos años el Partido Nacional Socialista ya gobernaba Alemania y, al no aprobar el intercambio cultural con artistas de otros países, estableció que el arte debía ser puramente alemán. Por ello, en 1933 la escuela fue definitivamente clausurada.

Por otro lado, esta escuela tuvo gran impacto en Estados Unidos, grandes escuelas continuaron con esta manera de enseñar en busca de un nuevo arte útil que ayudara lo más posible a la sociedad en conjunto. Algunas escuelas con esta tendencia fueron el Instituto Tecnológico de Illinois en Chicago, el Black Mountain College en Carolina del Norte y el Posgrado de la Escuela de Diseño de Harvard, que estuvo bajo la dirección de Gropius de 1938 a 1952.

En el Bauhaus-Archiv Museum für Gestaltung, en Berlín, actualmente existe un gran número de obras realizadas por los integrantes de esta escuela. El edificio fue diseñado por el mismo Gropius y cuenta con un museo, colección documental y biblioteca. Esta organización revela la gran importancia de la escuela, su progreso a lo largo de la historia y la manera en que sirvió como plataforma vital para el desarrollo de nuestro siglo.

## La arquitectura de la Bauhaus a través de la historia

Al inicio del siglo XX encontramos a varios personajes que dieron un gran cambio a la arquitectura. Destacaron Frank Lloyd Wright, Le Corbusier, Luis Barragán y Gerrit Rietvelt, además de grupos como el constructivismo ruso y la Bauhaus. Estos movimientos negaron la arquitectura del siglo XIX y buscaron crear otra, surgida de nuevos materiales y con ayuda de la tecnología. La nueva estética, carente de ornamentos, buscaba sobre todo sencillez, utilidad y difusión. Esta ideología, al enfocarse a todas las clases sociales, evitaba que la arquitectura se siguiera desarrollando en una elite de la sociedad a través de obras públicas y monumentos. De esta manera se conformó la arquitectura del siglo XX.

La arquitectura de la Bauhaus sobresalió por ser funcional. Las clases que impartían buscaban crear una profundidad analítica en el estudiante. Los cursos trataban temas relacionados con estética, construcción, calefacción y ventilación, materiales, matemáticas y física. Asimismo, se desarrollaban estudios sobre urbanización, relación de volúmenes, los distintos caminos para desarrollar un proyecto, orientación de viviendas e interacción de interiores y exteriores; también se analizaba al habitante de la futura obra.

Los 3 arquitectos más destacados de esta escuela, Walter Gropius, Marcel Breuer y Mies van der Rohe experimentaron con el nuevo material del siglo XX, hormigón. Estos arquitectos junto con los mencionados al principio utilizaron el nuevo material combinándolo con estructuras de metal y cristal, construyendo múltiples

obras en las siguientes décadas. Un buen ejemplo de estas obras son las casas de Richard Neutra y la Fundación Miró en Barcelona, que se parece al Bauhaus Archiv.

En nuestro país, esta escuela ejerció gran influencia, empezando con los primeros arquitectos funcionales como José Villagrán García, Enrique del Moral, Mario Pani y muchos otros. Un ejemplo directo es la obra de Ciudad Universitaria, en el Distrito Federal, construida a mediados del siglo XX por 40 arquitectos. Se buscó una arquitectura funcional que exigiera un número mínimo de materiales, como hormigón armado y estructuras de metal y cristal, logrando así vanguardia a bajo costo.

El arquitecto más sobresaliente de la Bauhaus, Mies van der Rohe, influenciado por la arquitectura de Frank Lloyd Wright, comenzó construyendo casas en los 20's.

En 1929 logró su mejor obra, el Pabellón de Barcelona, la cual hizo para mostrar al mundo la nueva arquitectura. Años más tarde, al emigrar a Estados Unidos, van der Rohe construyó rascacielos con una estructura metálica cubierta por una piel de cristal, creando una transparencia y un reflejo, concepto que encontramos en menor escala en obras de Gropius.

Esta idea sería utilizada después por un gran número de ingenieros y arquitectos, como Ramón Torres y su edificio de la Lotería Nacional.

La reacción contra la Bauhaus fue el postmodernismo, encabezado por Philip Johnson. Este retomó algunos elementos clásicos y los aplicó de una manera innovadora. Algunos han eliminado el concepto de transparencia original de la Bauhaus, sustituyendo los cristales por espejos debido al deseo de privacidad de la gente. Esto se puede ver en muchos edificios actuales, aunque aún se puede encontrar arquitectura basada en la Bauhaus.

## **Influencia de la Bauhaus en el diseño**

Al comienzo del siglo XX se vio la urgencia de generar masivamente productos para satisfacer las necesidades de un mercado cada vez más amplio y exigente.

Se requerían productos que pudieran ser adquiridos por cualquier persona, evitando así que circularan solamente en una clase social o élite reducida. La demanda de más y mejores bienes impulsó y obligó a los talleres de arte y de mano de obra a convertirse en diseñadores industriales.

Debido a los problemas sociales y económicos del momento, se trataba de crear productos que fueran funcionales y atractivos a la vez, para el mercado,

manteniendo bajos costos de producción. Para esto se empezó a producir con materiales comunes y baratos como metal, vidrio, cristal y madera entre otros. Se creía que las formas y colores básicos representaban un precio industrialmente más económico, por lo que las formas de círculo, cuadrado y triángulo se tomaron como punto de partida. En las clases sobre forma se empezaba a trabajar con estas figuras elementales y a cada una se le atribuía un carácter determinado.

El círculo era "fluído y central", el cuadrado era "sereno" y el triángulo, "diagonal". Más adelante, en el arte y escultura de Bauhaus se tomó este mismo concepto con el que trabajaron Wassily Kandinsky, Paul Klee y Johannes Itten. A este nuevo desarrollo, representado princ. en Holanda y Alemania, se le llamó funcionalidad moderna o modernidad internacional.

No fue sino hasta 1919, después de que Gropius fundara la Bauhaus, que se pudo identificar la innovadora producción estética con la maquinaria industrial. Sus tendencias fundamentales se reducen a la ruptura con lo tradicional y con los estilos preestablecidos; el predominio de la función sobre la forma; la interrelación estrecha entre, por un lado, la arquitectura y el diseño y, por otro, las ciencias aplicadas; la adecuación de la vivienda a los recursos y necesidades humanas; y una efectiva planificación urbana.

La filosofía de Gropius se basaba en integrar todas las artes con la tecnología moderna y unir las con el fin de obtener un diseño disponible para todos los niveles socioeconómicos. Los productos resultantes se alejaban mucho de la clásica ornamentación excesiva. Por el contrario, poseían líneas limpias y claras, formas geométricas sencillas y, de manera característica, daban la impresión de estar hechas industrialmente y no a mano.

Fue entonces cuando se empezó a hablar de hacer diseños industriales en forma positiva. La teoría de esta escuela sobre enseñanza del diseño incluía un artista y un técnico en cada estudio de clase. De esta manera, los alumnos usaban su creatividad de forma libre y, simultáneamente, aprendían la técnica. Los alumnos eran requeridos en los talleres por periodos cortos, con el fin de que entendieran la tecnología para la que posteriormente diseñarían. Con estos principios básicos se puso en marcha la producción de enseres de uso casero y muebles.

Estos innovadores personajes, definieron la forma de nuestras ciudades y objetos personales estos son ahora prácticos, baratos atractivos y fáciles de usar.

La Bauhaus se desarrollo en tres etapas principales:

1. 1919 – 1923 Etapa idealista y romántica
2. 1923 – 1925 Etapa Racionalista
3. 1925 – 1929 Etapa Funcional

Dentro de la **etapa romántica** e idealista de la Bauhaus se recuperan los oficios artesanales y se vuelven una actividad constructiva, se eleva por lo tanto la artesanía a la categoría de Bellas Artes.

Se comercializan los productos los cuales serian elaborados en masa.

Se desarrollan grupos especiales de clases teóricas por maestros y practicas por artesanos.

Dentro de la **etapa Racionalista** de la Bauhaus se muestra el interés en el mundo de las máquinas y nuevas técnicas, se convierten en el periodo más productivo y rentable de los talleres.

Dentro de la **etapa Funcionalista** de la Bauhaus se crea una nueva Bauhaus, con la apertura de talleres de pintura.

La Bauhaus fue suprimida en 1933 por las autoridades nazis.

Siendo la primera escuela capaz de romper con conceptos modernistas, creando un estilo propio lleno de sencillez, evitando todo adorno innecesarios.

El diseño gráfico continuo abierto a la influencia de nuevos movimientos culturales, especialmente a aquellos cercanos a las formas de expresión más modernas, como la psicodelia de finales de los 60's o el punk de los 70's.

En los años 50`s se desarrollaron los diseñadores suizos con un estilo tipográfico internacional como uno de los tipos más utilizados en la actualidad y que surgió de este movimiento: es el Univers.

En México el diseño gráfico tuvo la influencia de nuestros antepasados y curiosamente se inicio a la tradición a la tradición de nuestras cultura por ser un legado y artístico.

El diseño en la actualidad se toma como innovación, novedad, avance, la solución renovadora, un modo de relacionar un numero de variables y factores, como una nueva forma de expresión y según quien lo emplee puede significar diferentes cosas.

Diseño + gráfico = Diseño Gráfico  
Diseño + industria = Diseño Industrial  
Diseño + tela = Diseño Textil  
Diseño +libro = Diseño editorial



Dentro de las necesidades existen tipos clasificados por Murray H.A.

## Tipos

1. **Tipos primario y secundario.** Son necesidades primarias las viscerogenéticas: de naturaleza orgánico-biológicas. Las secundarias o psicogenéticas. provienen de las primarias pero de un modo difuso e indirecto. No por llamarse secundarias ha de considerárselas sin importancia; el término se refiere más bien a estados de desarrollo. Comienzan por aparecer las necesidades primarias y luego siguen las secundarias. Estas últimas pueden volverse muy importantes en momentos de gran tensión.
  - a) Primarias: Orgánicas-biológicas más importantes son vitales.  
Secundarias: Orgánicas-biológicas de menor importancia son sociales.
2. **Tipos proactivos y reactivos.** Necesidad proactiva es aquella originada dentro de la persona. y reactiva la que tiene lugar fuera del individuo. Esta división se refiere también a relaciones entre personas y no sólo a procesos mentales. Ambos tipos de necesidades no son contradictorias y se dan en una relación causa-efecto indistintamente.
  - b) Proactivas: Originadas dentro del individuo  
Reactivos: Originadas por el exterior
3. **Tipos franco y encubierto.** Las necesidades que están sancionadas por la sociedad. que se pueden expresar abiertamente y para las cuales incluso existen recompensas para quien llega a satisfacerlas reciben el nombre de francas o francas. Aquellas cuya satisfacción se obtiene mediante la fantasía. los sueños o algún otro medio similar.. son las necesidades encubiertas. Para satisfacerlas es obligatorio hacerlo en secreto o encontrar las formas de resolverlas a través de la fantasía.
  - c) Franco: Son las aceptadas por la sociedad  
Encubierto: Son rechazadas por la sociedad
4. **Tipos centrado y difuso.** Hay necesidades llamadas centrales que son las que se satisfacen por la cercanía con uno o varios objetos ambientales. Por otra parte. están las que surgen de la necesidad de evitar daño o dolor o alguna situación indeseable; a éstas se les denomina difusas.
  - d) Cerrado: Se satisfacen por métodos ambientales  
Difuso: Surgen para evitar daño

- e) Efecto: Llevan una meta directa  
Modo: Residen en el proceso de alcanzar la meta.
  
- Nuevos objetos-----Nuevas necesidades
- Satisfacción incompleta
- Aumento de necesidades      Status, Belleza y Conocimiento
- Libertad de espejismos

Héller A. Relaciona a las necesidades con la manipulación.

- a) Autonomía: Nada detiene el surgimiento de más necesidades.
- b) Enajenación: Se valora al individuo por lo que tiene y no por lo que es.

Las necesidades se satisfacen por medio de objetos los cuales tiene que pasar por etapas.

- a) Lógica de valor de uso: Etapa funcional
- b) Lógica de valor de cambio: Etapa económica
- c) Lógica de cambio simbólico: Etapa ambivalente
- d) Lógica de signo: Etapa de consumo

Las necesidades se pueden observar desde un punto de vista:

- a) Psicológico
- b) Económicos
- c) Ideológicos

### 3.3 Producto del diseño

Porque es difícil el diseño?

La razón por la que el diseño es difícil de conseguir y duro de describir es evidente si se consideran los objetivos que se especifican. El problema fundamental consiste en que el diseñador esta obligado a utilizar una información actual para poder predecir una situación futura que no se posibilitara a menos que sus predicciones sean correctas.

### 3.4 Definición del diseño gráfico

Diseño gráfico puede definirse como la ordenación de texturas, figuras, formas y composiciones.

Diseño gráfico es una disciplina teórico – práctica que pretende resolver los problemas de una comunidad en materia de comunicación visual, de una manera lógica y con un sentido estético, funcional del manejo de la forma, color y textura.

Diseño gráfico es la disciplina en la que se emplean técnicas para procesa y crear mensaje visuales bi y tridimensionales en forma estética y funcional.

El diseño gráfico es una actividad múltiple por medio de la cual creamos un mensaje visual.

Al hablar de diseño gráfico debemos mencionar que estamos inmersos en nuestro alrededor y para esto se han creado especialidades como sería el caso del diseño industrial, el diseño editorial, el diseño de envase.

El diseñador tiene como función no solo dotar de atractivo estético a los productos, sino conseguir que la utilización que el hombre haga de los objetos sea lo más sencilla y fácil posible.

Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo ya sea esto un mensaje o un producto, su creación no debe ser solo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.

El diseño es práctico. pero antes de que este preparado para enfrentarse con problemas prácticos, debe dominar un lenguaje visual.

## Bibliografía

- <http://www.jventurini.com/Creatividad.html>
- <http://www.acleccionar.com.ar/bauhaus.htm>

## Tema 4. El diseño gráfico y su función en la sociedad

### Subtemas

- 4.1 Áreas del Diseño
- 4.2 Función social del Diseño Gráfico
- 4.3 Diseño Gráfico y cultura

### Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante valorará la importancia del diseño gráfico en la sociedad y en la cultura a partir de identificar las áreas que lo integran y su función social.

### Introducción

Toda opinión sobre la dimensión social del diseño gráfico siempre debe hacerse en una situación específica concreta y esta es una tarea muy difícil. Todos vivimos en una sociedad pero no en la misma.

En la actualidad, la producción de comunicaciones visuales consiste esencialmente en avisos publicitarios. Las producciones visuales de los avisos son enormemente sofisticadas y se articulan en relación con las redes gigantes de medios masivos.

Existe una diferencia entre publicidad y el diseño gráfico. La publicidad en la actualidad se está volviendo cada vez más centralizada, internacional, generalizada y por ende, estandarizada, como las fuerzas económicas que la producen y los productos de los que se ocupa. El diseño gráfico, en cambio continúa siendo creado y estructurado a sí mismo de una manera autónoma y diversificada, en directo contacto con los materiales sociales específicos de las diferentes sociedades alrededor del mundo.

### Antecedentes del Diseño y la Situación en México

Hace 20 años se publicó este artículo sobre el diseño en la revista Expansión. Hace un tiempo fue publicado de nuevo en la revista a! diseño. Ahora se los traigo a la red sintetizado con lo más interesante, pues considero de importancia para todos los colegas conocer los orígenes y evolución del diseño en México.

## Teoría Conceptual del Diseño

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 dos 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. Al mismo tiempo, demostró a fabricantes y compañías locales, según la opinión generalizada de los profesores del ramo, la importancia de un programa gráfico bien estructurado.

Según Lance Wayman, diseñador neoyorkino 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 multilingual".

En 1978, a 10 años de distancia, el diseñador luchaba por ascender al status del que goza cualquier otro profesionista.

Para muchos, según Ricardo Harte, el diseñador no es más que alguien que "dibuja bonito", de ahí que muchos empresarios no busquen el verdadero profesionista y se aboquen 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.

La confusión de términos 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 debieran.

Las diferencias de precios entre diseñadores, según Geurts, 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.

El diseño no es caro en México, según Aceves, lo que sucede es que el industrial no está acostumbrado a pagarlo. Es en base a resultados como puede demostrarse la conveniencia de invertir en diseño. Dice Geurts, el empresario que tiene para pagar por el diseño, lo hace. **"Lo que se intenta conquistar es que pague el hecho en México"**.

Siempre es intenso entre la relación de ser Diseñador gráfico o Artista, al final nadie queda 100% conforme, este es un tema demasiado controversial. Estas líneas se las mandé a un colega que estaba haciendo su tesis acerca de esta

eterna inquietud, él elaboró ciertas preguntas, algunos de nosotros le contestamos y esta fue mi respuesta:

Mi respuesta requiere ciertas consideraciones acerca de lo que es el arte y lo que es el diseño gráfico.

Arte como ahora la conocemos es un término moderno. Los objetos que percibimos como arte, que fueron hechos por los griegos, egipcios, aztecas, incas, etc. “El arte prehispánico no crea el arte por el arte su propósito es traducir en forma plástica su sentir religioso” -(Vaillant) tenían usos prácticos, fueron admirados, reconocidos, pero no como arte en el término que nosotros usamos. El término arte nace en el siglo 15 o 16 en Italia.

Durante el Renacimiento el mundo del Arte emerge como Pintura Escultura y Arquitectura, después se les unió Música y Poesía, desde el siglo 18 a estas 5 actividades se les denomina Arte. Quedaron afuera las Artes Decorativas, como alfarería, trabajo en hierro, la creación de muebles, el impresor, el ilustrador, etc. las cuales tenían una utilidad como finalidad.

Antes que existiera Gutemberg y sus contemporáneos, la producción de libros era totalmente artesanal, en esa época encontramos verdaderas maravillas en lo que se refiere a ilustración y tipografía.

Para el siglo XVIII y XIX, comenzó el verdadero auge en lo que se refiere a la impresión de libros y anuncios publicitarios, esto se debió a la rápida expansión de imprentas por todo el mundo. También la Revolución Industrial ayudó a que se imprimiera cada vez un mayor número de copias por hora. Esto llevó a un conflicto laboral, cada vez que salía una máquina se despedían a muchos trabajadores. (a veces los dueños de las imprentas las escondían hasta el día en que decidieran despedir personal).

Esta fue la época en donde nacieron grandes tipógrafos como Bodoni, Caslon, Baskerville, etc.

La diferencia entre el artista y el artesano comenzó en el renacimiento al darle un valor de inspiración a las actividades como la pintura, escultura o poesía. Para el siglo 19 el modernismo adoptó nuevas formas o valores distintos en la pintura, se comenzó a contradecir al arte renacentista. Marcel Duchamp en el siglo 20 declaró que cualquier objeto producido por un artista es arte, esta posición ha complicado de sobremanera el significado del Arte.

Una definición exacta de Arte jamás la hemos tenido o existen infinidad de ellas que es difícil quedarse con una:

# Teoría Conceptual del Diseño



“Arte es el uso de la imaginación y habilidad para crear objetos estéticos, ambientes o experiencias que se comparten con los demás.

“La definición de arte es tan remota que pienso que nadie se atrevería a proporcionarla” (Rosenblum).

“Arte es una esquina de creación vista a través de un temperamento” (Zola)

“Arte es un método de abrir espacios o sentimientos en lugar de ser tan solo la representación de un objeto”

“Actualmente cualquier cosa puede designarse como arte” (McEvelley)

“Después de Andy Warhol nadie puede decir que es arte y que no lo es” (Danto).

El Diseño Publicitario como tal ha estado viviendo desde los años 1700s. Fueron artesanos contratados por comerciantes para producir un anuncio de lo que vendían. La mayoría de la gente era inculta, así que el diseñador se las ingeniaba para representar las cualidades o poderes del producto lo mejor posible, de forma visual y con el texto en forma de síntesis.

Fue hasta 1922 que William Addison Dwiggins le dió nombre a la actividad de darle forma y estructura a la comunicación visual: Diseño Gráfico.

Diseño Grafico es un comunicador visual. Las habilidades requeridas son: explorar ideas y conceptos, práctica visual para resolver problemas, atención a los detalles, disponibilidad por aprender producción gráfica, ya sea en forma tradicional o en la computadora, estar listo para aplicar todo esto en las diferentes áreas de la comunicación visual.

El diseño Gráfico en nuestros tiempos es más universal, la gente se da cuenta que un logo o un buen diseño de paquete puede ser la diferencia entre ser escogido o pasar inadvertido.

Un diseñador Gráfico puede diseñar desde una invitación de baile hasta la imagen corporativa de una compañía transnacional. La mayoría de los trabajos se basa en algún proyecto determinado. En numerosas ocasiones se trabaja bajo extremas presiones de tiempo y con muy definidas especificaciones en el presupuesto. El diseñador tiene que sintetizar información obtenida desde diferentes fuentes: usar la información del mercado, especificaciones del costo del departamento de presupuesto, etc. Producir una variedad de bocetos o modelos para demostrar diferentes posibilidades del producto, por lo tanto se tiene que saber escuchar comentarios referente a lo estético, al color y a las necesidades del cliente. Ser diseñador gráfico no es un solo trabajo o una sola persona: se tiene que ser

por lo menos buen vendedor de ideas, comunicador, trabajar en equipo ya sea con colegas, clientes, impresores, programadores, webmasters, etc.

Desde el punto de vista del tiempo, es posible clasificar la comunicación en una escala. En un extremo de la escala, hallamos el diseño gráfico que llamamos de permanencia que apunta al mediano y largo plazo. En el otro extremo de la escala esta el diseño gráfico efímero, que apunta a corto plazo.

## 4.1 Áreas del diseño

El diseñador gráfico podrá incorporarse en las siguientes áreas de trabajo:

- Proyectos de Diseño Gráfico, atendiendo problemas específicos de comunicación visual y audiovisual
- Diseño de señalización y organización de información visual.
- Diseño de portadas de libros, discos, calendarios, etc.
- Diseño de empaques de diferentes productos.
- Diseño y organización de campañas políticas, comerciales y de concientización.
- Diseño editorial, libros, agendas, revistas, folletos, Etc., diseño de carteles con diversos propósitos (sociales, políticos, promocionales, etc.)
- Diseño de imágenes corporativas; logotipos, emblemas, papelería, tarjetas, etc.
- Ilustración de medios impresos.
- Diseño y producción de audiovisuales, diseño y edición de videos y páginas web.
- Diseño asistido por computadora.
- Diseño de productos artesanales.
- Diseño y exposiciones, y organización visual de museos.
- Dibujo u organización de historietas.
- Asesoría de diseño dirigidas a empresas públicas y privadas.
- Docencia.

## 4.2 Función social del diseño gráfico

### ¿Qué es el diseño?

El diseño no es sólo adorno. La silla bien diseñada no sólo posee una apariencia exterior agradable, sino que se mantiene firme sobre el piso y da un confort adecuado a quien se sienta en ella. Además, debe ser segura y bastante

duradera, puede ser producida a un coste comparativamente económico, puede ser embalada y despachada en forma adecuada y, desde luego, debe cumplir una función específica, sea para trabajar, para descansar, para comer o para otras actividades humanas.

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la es- cultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor.

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 ese «algo» sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época.

## 4.3 Diseño gráfico y cultura

### El diseño, una visión global

Si bien el concepto de diseño, tal como lo conocemos en la actualidad, es relativamente reciente, su origen se retrotrae al comienzo de la humanidad, cumpliendo funciones similares a las de hoy. El camino de evolución del diseño se encuentra intrínsecamente vinculado con la misma evolución de los seres humanos, impulsados por su deseo de hacer un mundo más apto para la vida, más comunicativo y confortable.

El diseño comienza a cobrar una dimensión más amplia después de la Segunda Guerra Mundial, durante la cual fue visto por la industria como una necesidad. Fue entonces que las revoluciones industrial y técnica comenzaron a usar diseñadores, proyectando el diseño más allá de sus propios límites.

El diseñador comienza a reconocer entonces que es un profesional que maneja conceptos, códigos y estética, y que sus mensajes deberían ser estructurados, programados de una manera directa, clara, sin soluciones complicadas para poder ser fácilmente comprendido y absorbido por las audiencias a quienes se dirigen. Esto comienza a marcar la diferencia entre el arte y el diseño funcional.

Luego de ver que sus ideas podían ser transmitidas rápidamente o instantáneamente a cualquier parte del mundo, gracias a la gran variedad de

medios electrónicos a disposición, el diseñador comienza a adquirir una visión, cada vez más global de su rol y de su planeta.

Los diseñadores, cualquiera sea su cultura o país de origen, tratan, de esta manera, de identificarse cada vez más con una colectividad profesional global, haciendo circular entre ellos una prolífica masa de información, produciendo un lenguaje que reemplaza sus propias lenguas. Ahora, haciendo un salto hacia el futuro, me arriesgaría a decir que los diseñadores de este futuro deben ser capaces de medir, equilibrar para estimular y componer conceptos de su mundo con una utilidad planetaria, hacia en el mundo un bien común, sin limitarse sólo a su país o sociedad. Deben ser capaces de inventar y descubrir soluciones más allá de las tendencias estereotipadas y trilladas. Los diseñadores serán personas con una visión adelantada, responsables del mundo en que viven.

Los métodos de enseñanza de Itten, centrados en la exaltación de los talentos individuales del estudiante y en sus capacidades potenciales, exigían que el estudiante aprendiera a relajarse, a respirar y a concentrarse como pasos esenciales a tomarse antes de proceder con el trabajo intensivo. A la fase psicofísica de la enseñanza le seguía la parte didáctica. Itten discutía formas y colores y los presentaba en todos los contrastes posibles. Luego procedía a los contenidos intelectuales: derecho/curvo, oscuro/claro, duro/suave, mientras hacía referencia al contraste de color y a las dimensiones espaciales. Presentando estos contrastes separadamente o en diferentes relaciones permitía a los sentidos capturarlos.

El método de Itten se refiere a los tres modos de considerar la forma y el color: en términos de calidad y cantidad; en términos de cómo son reconocidos por los sentidos y en términos de cómo son percibidos por el intelecto y las emociones. Otro componente de la didáctica de Itten incluía el estudio meticuloso del mundo natural y el análisis de las propiedades de los diferentes materiales, así como la representación de las formas existentes, incluyendo el análisis de los trabajos de los primeros artistas.

La tendencia hacia la representación disminuiría más adelante por la influencia del arte abstracto. "Para sumergirse profundamente en las experiencias y controlarlas," decía Johannes Itten, "es necesario tocar, mirar y dibujar estas texturas hasta conocerlas totalmente, para representarlas afuera de su modelo natural, desde las propias experiencias interiores." Su didáctica muestra claramente una tendencia mimética no orientada de la manera tradicional, sino en búsqueda del más exhaustivo conocimiento de las propiedades de los materiales. Resulta posible entonces comprender que la orientación mística y expresionista de Johannes Itten tenía que desaparecer al enfrentar la tendencia constructivista que crecía en el Bauhaus. En 1922, el curso preliminar pasó a manos de Georg Muche y meses más tarde, Johannes Itten abandonó el Bauhaus. Fue sucedido

por el artista Laszlo Moholy-Nagy, que, como Josef Albers, era un artista convertido en profesor. Era ~ responsable del análisis de las formas existentes, así como de la matemática, las biotécnicas y el análisis de las nuevas formas y sus propiedades.

El aporte de materiales en sus clases fue su principal contribución. Josef Albers era responsable del análisis de los materiales, especialmente el papel. A través del plegado y la experimentación libre, el papel ofrecía infinitas posibilidades para las nuevas formas exentas de uso funcional. Los resultados fueron criticados por profesores y alumnos

## El arte y el diseño gráfico

El artista gráfico, en el sentido más amplio del término, es sobre todo un "inventor de imágenes" que dibuja obedeciendo a sus propios impulsos interiores y trata de comunicarlos a través de un lenguaje informativo y gestual. Su vocabulario, extraído de las fuentes de un medio en constante evolución y revolución y almacenado en la memoria en los misterios del inconsciente, aparece erráticamente en respuesta a las necesidades externas y tomando las formas emocionales de su mundo imaginario.

Enfrentado a los numerosos problemas de la promoción comercial, se ve necesariamente sometido a un juego en que su propia sensibilidad tiene que permanecer a un lado la mayor parte del tiempo, en pos del motivo comercial por el cual ha sido contratado; los criterios de comunicación directa, rentabilidad y efectividad tomando en cuenta a un público muy diverso tendrán que ser prioridades, sin olvidar que la significadora imagen que proponga además de ser nueva deberá sorprender.

Las múltiples corrientes estéticas que caracterizan nuestro tiempo, las múltiples tendencias que coinciden o chocan entre sí en los campos del arte - arquitectura, escultura, pintura, música, cine - , este caudal de diversos valores crea un clima espiritual que condiciona en forma estricta a los creadores de las llamadas artes "aplicadas". No es necesario demostrar esto: la influencia de Toulouse-Lautrec y Fernand Léger, Georges Braque y Picasso, entre otros, en todas las formas de expresión (en especial, el afiche) sigue presente en los medios en la actualidad.

Por el contrario, como en un "juego de espejos", el uso de elementos publicitarios específicos sirve como soporte y pretexto para proclamar una expresión pictórica reinventada (Warhol, Rotella, Schwitters, Wesselmann y otros). Ya en 1916-17, Marcel Duchamp produjo la cartelera "Apolinere Enameled" con la intención de una relación ambigua entre objeto y sujeto.

Por consiguiente, el hecho de que el arte libre ejerce incontables influencias e interferencias en la producción total de los artistas especializados en la gráfica resulta inegable. ¿Quién cuestionaría esto?

Personalmente, no puedo dejar de reconocer todo el interés que pudo darme este inmenso capital. Primero como estudiante dedicado y apasionado, luego como novato y finalmente como profesional en contacto con realidades desconcertantes; arte y comercio formando una dupla en perpetuo estado de divorcio que siempre me esmero por reconciliar con variables grados de logro. Mi trabajo gráfico, por lo menos, dará fe de mi esperanza y obstinación en llegar a este cometido.

Estos trabajos comerciales proveen una comunicación bien definida; si existe un "mensaje" es principalmente el del cliente o la organización que encarga la figura, la "señalización" de sus argumentos de venta, el prestigio o la simple información. Pero la importancia de su circulación, la proliferación de espacios publicitarios y su impacto en el público les otorga un valor como ejemplos que necesariamente debo asumir; una responsabilidad que se encuentra precisamente en el punto convergente en que la necesidad de expresión puramente personal se superpone con las restricciones externas.

### **Comentarios sobre el arte y la gráfica**

Tendemos a suponer que las personas que entran en la vida de las artes deben poseer sensibilidad creativa. Queda claro, entonces, que el arte contemporáneo ejerce una influencia directa en tales personas tan pronto como se ocupan de la adaptación pictórica de una idea. He llegado a esta comprensión de las cosas al cabo de treinta años de actividad en el campo del arte aplicado.

Habiendo actuado también en el diseño gráfico, que es otra de las artes aplicadas, siempre mantuve a la vista el aspecto práctico, ya que éste es un componente de toda forma de publicidad. Siempre me ha preocupado la "filosofía" de un mensaje que debe ser comunicado de manera general.

Si nos atenemos a la definición de Hegel de la filosofía como "la contemplación intelectual del autodespliegue de la razón," mi actitud como artista gráfico primero ha sido analítica, luego lógica y finalmente crítica, especulativa y estética. Mi punto de partida es un sistema, dentro del cual vislumbro una verdad y luego la represento pictóricamente; ya que en el análisis final, a toda serie de pensamientos comerciales corresponde su propia justificación y una adecuada expresión pictórica.

La libertad total en la creación artística me parece la base de todo arte contemporáneo: pero la libertad es un concepto que muy frecuentemente no coincide con los requerimientos prácticos de la publicidad y comercialización

actuales. La gráfica aplicada, por otro lado, es un servicio, y sería pretencioso creer que a través del arte comercial pueda hacerse consciente a un público más amplio de la problemática del arte libre.

Esto lleva a suponer que la expresión de la libertad, que subyace detrás de toda genuina obra de arte, urge de la reflexión sobre el hombre y su entorno. Si se me permite expresarlo en términos .

La antropología procede de la percepción del hombre como ser biológico, pero al mismo tiempo, aprehende el lado psíquico de su naturaleza, que está íntimamente relacionado con su entorno sociocultural. Resumiendo: sólo el artista realmente dotado y que posee esta visión "antropológica" puede influenciar a un público más amplio sobre el mensaje publicitario y más allá de éste, ateniéndose a la sustancia de su personal sistema de valores. Es esto, en el análisis final, lo que constituye el arte genuino.

## Tema 5. Factores de influencia en el diseño gráfico

### Subtemas

- 5.1 Culturales
  - 5.1.1 Sociales
  - 5.1.2 Económicos
  - 5.1.3 Ecológicos
- 5.2 Ergonómicos
- 5.3 Económicos
- 5.4 Técnicos
- 5.5 Humanos
- 5.6 Formales
  - 5.6.1 Punto, Línea y Plano
  - 5.6.2 Color
  - 5.6.3 Ritmo
  - 5.6.4 Simetría
  - 5.6.5 Redes de composición
  - 5.6.6 Percepción de la forma

### Objetivo de Aprendizaje

Al término del tema el estudiante analizará cada uno de los factores que intervienen en el desarrollo de todo proyecto de diseño gráfico, con especial énfasis en los aspectos formales.

### Introducción

El lenguaje visual El diseño es práctico. El diseñador es un hombre práctico. Pero antes de que esté preparado para enfrentarse con problemas prácticos, debe dominar un lenguaje visual.

Este lenguaje visual es la base de la creación del diseño. Dejando aparte el aspecto funcional del diseño, existen principios, reglas o conceptos, en lo que se refiere a la organización visual, que pueden importar a un diseñador. Un diseñador puede trabajar sin un conocimiento consciente de ninguno de tales principios, reglas o conceptos, porque su gusto personal y su sensibilidad a las relaciones visuales son mucho más importantes, pero una prolija comprensión de ellos habrá de aumentar en forma definida su capacidad para la organización visual.

En el programa de estudios del primer año, en toda escuela de arte y en todo departamento artístico universitario, y fuera de los campos de especialización que los estudiantes puedan proseguir después, siempre existe un curso variablemente denominado Diseño Básico, Diseño Fundamental, Diseño bidimensional, etcétera, que se refiere a la gramática de este lenguaje visual.

## 5.1 Culturales

Un diseñador:

1. Configura la **forma** de los productos.
2. Estos productos satisfacen **necesidades**.
3. Satisfacen (estos productos) esas necesidades por medio de una cierta **función**.
4. Para configurar las formas funcionales que satisfacen necesidades. existen **métodos** que guían al diseñador.

## 5.2 Tecnológico

En este rubro se incluyen los elementos que permiten la realización física del objeto. Son los recursos mecánicos. eléctricos. electrónicos o manuales que permiten utilizar y transformar los materiales para lograr la forma especificada por el diseñador. Sus objetivos principales son:

- Especificar los materiales y los procedimientos constructivos de las partes que constituyen al objeto.
- Especificar los acabados de estos materiales.
- Especificar el modo de articulación estructural entre las partes.
- Proponer una secuencia pertinente en la fabricación.

## 5.3 Ergonómicos

**Factor estético.** El diseño no busca una expresión en general. Específicamente pretende que los objetos sean agradables a los sentidos e intelegibles a la mente.

Este factor ha sido utilizado como promotor de ventas en los mercados altamente competitivos y por otro lado -como ya se ha dicho- es uno de los pilares de arranque del diseño industrial. Sus objetivos son:

- Agrupamiento (composición armónica) de las partes en una estructura visual. tomando en cuenta los siguientes aspectos:
  - Lograr que este agrupamiento sea visualmente intelegible.
  - Análisis cromático.
  - Análisis de las proporciones de las partes y de éstas con el conjunto.
  - Dar consistencia a la dinámica visual del objeto.

**Factor de uso.** Este es el que más se acerca a lo que de una manera intuitiva se ha manejado como "función".

En el medio académico es en la mayoría de los casos- el eje fundamental de evaluación. y a través de su estudio se busca posibilitar alguna actividad de una manera cómoda. fácil y eficiente.

Sus principales objetivos son:

- Adecuación del objeto a la fisiología humana. lo que nos lleva al dimensionamiento de partes y del conjunto.
- Identificación de las partes operativas del objeto y de sus relaciones.
- En su caso. estudio de los sistemas (ya sean mecánicos o de otra índole) que coadyuvan a que la actividad o uso se pueda llevar a cabo.
- Estudio de la relación recíproca entre el objeto y medio ambiente físico.

## 5.4 Económicos

**Factor económico.** En este aspecto se incluyen los recursos financieros y los aspectos comerciales. En nuestro sistema económico. se espera (las más de las veces) que a través de la venta de los objetos se recupere la inversión inicial y que además. se genere una ganancia.

Es por esto que en este factor se estudian no sólo los problemas de costo. sino que se incluyen los de distribución y venta. Sus objetivos fundamentales son: Los problemas de diseño. para pasar del proyecto a su realización. deben enfrentar los costos de producción. Esto se puede sintetizar de la siguiente manera: se pretende "maximizar el valor de uso y minimizar el costo de producción".

Por ello los objetos de diseño deben necesariamente entrar en la problemática costo / beneficio inherentes a los procesos de fabricación.

Con el desarrollo tecnológico. este problema se vuelve cada vez más complejo. tanto que se ha llegado a afirmar que "lo único que se requiere de la práctica concreta en la industria es un servicio eficiente. en el cual. dada una problemática

de mercado. el sujeto sea capaz de resolverla con el objeto adecuado. al costo y recuperación de la inversión en los porcentajes que sean atractivos al inversionista"2. Con lo anterior se enfatiza la exigencia a los diseñadores de que sus propuestas. más que golpes de ingenio o utopías mágicamente .

- Optimizar la relación costo/beneficio.
- Analizar problemas de distribución y almacenamiento.
- Manejar el proyecto y la producción del objeto dentro de los límites financieros establecidos.
- Analizar los aspectos mercado lógicos relevantes al problema en cuestión.

## 5.5 Humanos

**Factor simbólico.** La sociedad se vale de los diversos elementos que conforman la llamada "cultura materia" -si bien este término es muy discutible para reafirmar o bien cuestionar algunos de sus valores fundamentales. Esto es, los objetos significan. Si bien en prácticamente todos los factores que conforman a los objetos hay componentes psicológicos y culturales, es en el simbólico donde estos adquieren una mayor relevancia.

Ya se ha dicho que este factor no ha sido más que mencionado con respecto al diseño industrial. por lo que su manejo ha sido más bien inconciente. Los objetivos que se plantean para este factor deben entenderse como hipótesis que serán desarrolladas en las próximas páginas:

- Decodificar una forma para así posibilitar su uso.
- Apoyar (o bien puede ser cuestionar) ciertos valores de la sociedad.
- Significar la estratificación social.

La síntesis de los cinco factores mencionados es lo que podemos considerar como la función de un objeto. Cada uno de ellos genera una tensión particular a cada problema.

De aquí que no varían 'las condiciones y el énfasis en los componentes de cada factor.

Si entendemos la función de un objeto como síntesis, veremos que así este concepto abarca no sólo aspectos técnicos o fisiológicos sino que los culturales también son imprescindibles al diseño y a su función.

## 5.6 Formales

### 5.6.1 Punto, Línea y Plano

No debemos olvidar que el diseñador es una persona que resuelve problemas. Los problemas que debe encarar le son siempre dados. Esto supone que él no puede alterar ninguno de los problemas, sino que debe encontrar las soluciones apropiadas. Ciertamente, una solución inspirada podrá ser conseguida de forma intuitiva, pero en casi todos los casos el diseñador deberá confiar en su mente inquisitiva, la que explora todas las situaciones visuales posibles, dentro de las exigencias de los problemas específicos

Estos elementos del diseño llevan una relación unidad entre sí y no pueden ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general.

#### Elementos del diseño

La teoría comienza con una lista de los elementos del diseño. Esta lista es necesaria porque los elementos formarán la base de todas nuestras futuras discusiones.

En realidad, los elementos están muy relacionados entre sí y no pueden ser fácilmente separados en nuestra experiencia visual general. Tomados por separado, pueden parecer bastante abstractos, pero reunidos determinan la apariencia definitiva y el contenido de un diseño.

Se distinguen cuatro grupos de elementos:

- Elementos Conceptuales
- Elementos Visuales
- Elementos de Relación
- Elementos Prácticos

#### Elementos conceptuales

Los elementos conceptuales no son visibles. No existen de hecho, sino que parecen estar presentes. Por ejemplo, creemos que hay un punto en el ángulo de cierta forma, que hay una línea en el contorno de un objeto, que hay planos que envuelven un volumen y que un volumen ocupa un espacio. Estos puntos, líneas, planos y volúmenes no están realmente allí; si lo están, ya no son conceptuales.

- a) **Punto.** Un punto indica posición. No tiene largo ni ancho. No ocupa una zona del espacio. Es el principio y el fin de una línea, y es donde dos líneas se encuentran o se cruzan

- b) **Línea.** Cuando un punto se mueve, su recorrido se transforma en una línea. La línea tiene largo, pero no ancho. Tiene posición y dirección. Está limitada por puntos. Forma los bordes de un plano ancho, pero no grosor. Tiene posición y dirección. Está limitado por líneas. Define los límites extremos de un volumen.
- c) **Volumen.** El recorrido de un plano en movimiento (en una dirección distinta a la suya intrínseca) se convierte en un volumen. Tiene una posición en el espacio y está limitado por planos. En un diseño bi-dimensional, el volumen es ilusorio

## Elementos visuales

Cuando dibujamos un objeto en un papel, empleamos una línea visible para representar una línea conceptual. La línea visible tiene no sólo largo, sino también ancho. Su color y su textura quedan determinados por los materiales que usamos y por la forma en que los usamos.

Así, cuando los elementos conceptuales se hacen visibles, tienen forma, medida, color y textura. Los elementos visuales forman la parte más prominente de un diseño, porque son lo que realmente vemos.

- a) **Color.** Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no solo los de espectro solar sino así mismo los neutros blanco y negro, los grises intermedios.
- b) **Textura.** Se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista.

## Elementos de relación

Este grupo de elementos gobiernan la ubicación y la interrelación de las formas en un diseño.

Algunos pueden ser percibidos, como la dirección y la posición, otros pueden ser sentidos o con otras formas cercanas.

- a) **Dirección.** La dirección de una forma depende de cómo está relacionada con el observador, con el marco que la contiene o con otras formas cercanas.
- b) **Forma.** Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta la identificación principal en nuestra percepción.
- c) **Medida.** Todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativo si lo descubrimos en términos de magnitud y de pequeñez, pero asimismo es físicamente mensurable.

- d) **Posición.** La posición de una forma es juzgada por su relación respecto al cuadro o la estructura.
- e) **Espacio.** Las formas de cualquier tamaño, por pequeñas que sean, ocupan un espacio. Así, el espacio puede estar ocupado o vacío. Puede así mismo ser liso puede ser ilusorio, para sugerir una profundidad.
- f) **Gravedad.** La sensación de gravedad no es visual sino psicológica. Tal como somos atraídos por la gravedad de la tierra, tenemos tendencias a atribuir pesadez o liviandad, estabilidad o inestabilidad; a formas, o grupos de formas, individuales.

## Elementos prácticos

- a) **Representación.** Cuando una forma ha sido derivada de la naturaleza o del mundo hecho por el ser humano, es representativa. La representación puede ser realista, estilizada o semiabstracta.
- b) **Significado.** El significado se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje.
- c) **Función.** La función se hace presente cuando un diseño debe servir un determinado propósito.

## 5.6.2 Color

### Características del color

Podemos expresar todos los colores como combinación de los tres colores primarios (Rojo, Azul y Amarillo). Los colores elegidos y su interacción dependerán de si se trata de un sistema emisor o reflector. El color no significa sólo el color primario o una determinada frecuencia (tal como se ve en el arco iris), sino también todas las mezclas y sensaciones que somos capaces de percibir. Necesitamos alguna manera de definir un color determinado sin ambigüedad. Una forma sería definirlo por su longitud de onda, pero esto presenta varios problemas:

- a) Solamente los colores puros, el arco iris, pueden especificarse de esta forma. La mayoría son mezclas.
- b) Incluso dos objetos del mismo color se pueden percibir distintos según la intensidad del color que emitan: uno puede ser por ejemplo de un azul brillante mientras que el otro parece más oscuro y ambos son el mismo azul en los dos casos.

### Color y sentido de la vista

Lo que habitualmente denominamos luz es radiación electromagnética cuya longitud de onda está comprendida entre 380 nm y 780 nm. Dichas radiaciones son registrados por minúsculas células receptoras ( conos y bastoncillos) ubicadas

en la retina del ojo. La misión de ambas es captar la energía de las radiaciones que inciden en ellas y transformarla en impulsos eléctricos. Con tales impulsos están formados los códigos que, a través del sistema nervioso, son enviados al cerebro, donde tiene lugar la sensación de color propiamente dicha. Como sensación experimentada por los seres humanos y determinados animales, la percepción del color es un proceso neurofisiológico muy complejo. Los métodos utilizados actualmente para la especificación del color se encuadran en la especialidad denominada colorimetría.

## Colores primarios

El ojo humano no funciona como una máquina de análisis espectral, y puede producirse la misma sensación de color con estímulos físicos diferentes. Así, una mezcla de luces roja y verde de intensidades apropiadas parece exactamente igual a una luz amarilla espectral, aunque no contiene luz de las longitudes de onda asociadas al amarillo. Puede reproducirse cualquier sensación de color mezclando aditivamente diversas cantidades de rojo, azul y verde. Por eso se conocen estos colores como colores aditivos primarios.



La mayoría de los colores que experimentamos normalmente son mezclas de longitudes de onda que provienen de la absorción parcial de la luz blanca. Los colores que absorben la luz de los colores aditivos primarios se llaman colores sustractivos primarios. Son el magenta (que absorbe el verde), el amarillo (que absorbe el azul) y el cian (azul verdoso, que absorbe el rojo).

## Los Efectos Psicológicos del Color

Los colores causan en todos nosotros una gama de sensaciones y actitudes diversas en función con la frecuencia electromagnéticas del espectro de colores, para no llenar esta página de "Nanómetros" y "Terahertz" te voy a explicar directamente con los colores:

	<p>Parecería muy obvio decir que el espacio Rojo de al lado provocará sensaciones intensas y que si lo combinas con Amarillo el efecto se maximiza. Pero no parece obvio, es obvio, pues esos colores nos han causado esa impresión todo el tiempo sin que tal vez reparáramos en ello y ese es el gran potencial del color, ahí están todo el tiempo e influyen en nuestras vidas de manera determinante y nunca nos damos cuenta. Un color así, llenando la pantalla puede resultar molesto pero si es un logotipo el que tiene la <i>combinación adecuada</i> al giro de la empresa o Firma que lo ostenta puede ser la Llave del Éxito y no exagero (<i>la llave del éxito te permite entrar a un lugar pero no depende de ella que permanezcas en el</i>) Veamos un ejemplo Simple la Coca-Cola tiene un Fondo rojo con letras antiguas color Blanco, no es casualidad, no fue el primer logo de la Coca-Cola, esto fue hasta que se dieron cuenta del enorme potencial que tenía comercializar un producto de esa naturaleza, así que acudieron a los arcanos de la Mercadotecnia que hace un siglo estaba en Pañales pero tuvieron el acierto (casual), aprovechando el color rojizo natural de la bebida de usar un rojo muy intenso con un texto dibujado a mano de color grande <i>un color intenso con el contenido Brillante</i> y casualmente hoy, cien años después es la segunda empresa más poderosa del Mundo (sólo después de Microsoft) y la de mayor producción por pieza (Cada botella cuenta)</p>

	<p>El Fondo Azul de este Sitio en General causa en teoría un estado de estabilidad y confianza, Los tonos de Rosa y Morado son adecuados para relacionar a una empresa con la creatividad (como el oficio de la mayoría de los que visitan este sitio) El Verde esta relacionado con la productividad, el Café en la vestimenta da la impresión y causa en el sujeto un estado de cansancio (es en serio) el Gris hay que usarlo con cuidado pues causa la impresión de ausencia, llanura y neutralidad,</p>

**Tabla General de Colores y sus Efectos**

	<p><b>Rojo</b> Pasión Agresividad</p>		<p><b>Amarillo</b> Vitalidad Independencia</p>
	<p><b>Verde</b> Productividad</p>		<p><b>Turquesa o Cian (mezcla de verde y azul)</b> Una mezcla de Productividad, tranquilidad y confianza*</p>
	<p><b>Azul</b> Tranquilidad Confianza</p>		<p><b>Morado, lila.</b> relacionado con la Creatividad</p>

## El Negro

El Negro es un "color" controvertido, generalmente causa desconfianza, y miedo está relacionado con la muerte, con los errores, con "lo Negro" y esta expresión es una clara muestra de este concepto. Hay que usarlo con cuidado, solo para textos, contornos y lo absolutamente indispensable.

## El Blanco

El Blanco como es de adivinar inspira pureza pero al igual que el negro hay que usarlo con cuidado ya que también genera la sensación de simpleza (no sencillez) y falta de chiste, recordemos esa frase que vienes muy al caso, "la mucha luz es tan mala como la poca luz; no te deja ver" o dicho al estilo mexicano "Ni tanto que quema al Santo ni tanto que no lo alumbre"

## La Personalidad

De estos países se refleja en los colores que prefieren, los ingleses, los franceses, noruegos aunque tienes sus ratos, son en general gente de modales conservadores, no se enredan comunmente en peleas callejeras, son gente de trato frío, en cambio puedes ver en gente de Brasil una enorme pasión por los deportes, la música, son bailadores, pasionales en su trato personal y romántico, gritan, bailan y pareciera que toda su vida es una fiesta

### 5.6.3 Simetría

Como equilibrio se entiende el centro de gravedad a medio camino entre dos objetos.

Es el equilibrio axial. Es una formulación totalmente resuelta en las que a cada unidad situada a un lado de la línea central corresponde exactamente otra en sentido opuesto. Es estático y desprovisto de movimiento.

### 5.6.4 Redes de composición

**Módulos.** Cuando un diseño ha sido compuesto por una cantidad de formas, las idénticas o similares entre sí son «formas unitarias» o «módulos» que aparecen más de una vez en el diseño.

La presencia de módulos tiende a unificar el diseño. Los módulos pueden ser descubiertos fácilmente en casi todos los diseños si los buscamos. Un diseño puede contener más de un conjunto de módulos.

Los módulos deben ser simples. Los demasiado complicados tienden a destacarse como formas individuales, con lo que el efecto de unidad puede ser anulado.

## Repetición de módulos

Si utilizamos la misma forma más de una vez en un diseño, la utilizamos en repetición.

La repetición es el método más simple para el diseño. Las columnas y las ventanas en arquitectura, las patas de un mueble, el dibujo sobre una tela, las baldosas de un suelo, son ejemplos obvios de la repetición.

La repetición de módulos suele aportar una inmediata sensación de armonía. Cada módulo que se repite es como el compás de un ritmo dado. Cuando los módulos son utilizados en gran tamaño y pequeñas cantidades, el diseño puede parecer simple y audaz; cuando son infinitamente pequeños y se utilizan en grandes cantidades, el diseño puede parecer un ejemplo de textura uniforme, compuesto de diminutos elementos.

## Tipos de repetición

Con una idea precisa, la repetición debe ser considerada respecto a cada uno de los elementos visuales y de relación:

**Repetición de figura.** La figura es siempre el Módulos Cuando un diseño ha sido compuesto por una cantidad de formas, las idénticas o similares entre sí son «formas unitarias» o «módulos» que aparecen más de una vez en el diseño.

La presencia de módulos tiende a unificar el diseño. Los módulos pueden ser descubiertos fácilmente en casi todos los diseños si los buscamos. Un diseño puede contener más de un conjunto de módulos.

Los módulos deben ser simples. Los demasiado complicados tienden a destacarse como formas individuales, con lo que el efecto de unidad puede ser anulado.

## Repetición de módulos

Si utilizamos la misma forma más de una vez en un diseño, la utilizamos en repetición.

La repetición es el método más simple para el diseño. Las columnas y las ventanas en arquitectura, las patas de un mueble, el dibujo sobre una tela, las baldosas de un suelo, son ejemplos obvios de la repetición.

La repetición de módulos suele aportar una inmediata sensación de armonía. Cada módulo que se repite es como el compás de un ritmo dado. Cuando los módulos son utilizados en gran tamaño y pequeñas cantidades, el diseño puede parecer simple y audaz; cuando son infinitamente pequeños y se utilizan en grandes cantidades, el diseño puede parecer un ejemplo de textura uniforme, compuesto de diminutos elementos.

## 5.6.5 Percepción de la forma

Es la apreciación de la realidad por medio de los datos recibidos por los sentidos. En el hombre la percepción es la unidad básica de conocimiento y consiste en un proceso de integración del individuo con lo que ve. La percepción es una interpretación de las sensaciones y son percibidas de representaciones internas de los objetos internos.

### La reflexión de la materia en la mente

La percepción a diferencia del pensamiento, tiene un carácter configuracional y no simbólico. De la memoria se diferencia por su propiedad de actualidad, ya que la percepción se realiza bajo estímulos presentes.

La percepción cuenta con características como son:

- Brillantez
- Color
- Tamaño
- Forma

La percepción se produce por el análisis que realizan los sistemas sensoriales de los patrones de estimulación. Para explicar la forma en que se realiza esta detección de estímulos han surgido varios modelos.

### La fijación de imágenes y los efectos

#### La fijación de imágenes

La imagen esta en constante movimiento en el ojo y a los ambientes, cuando se detienen los movimientos, desaparece la imagen visual. Este fenómeno proporciona información de la forma.

#### Los efectos

También conocidos como efectos posteriores entre estos efectos se encuentran el color y el movimiento. Ejemplo luz, sol.

La percepción en muchas ocasiones es confundida con las sensaciones

## Tipos de percepción

- a) **Percepción del espacio.** Normalmente percibimos el espacio en forma tridimensional, por lo que el sentido visual se ha desarrollado para poder percibir el mundo en tres dimensiones.
- b) **Percepción de tamaño.** Es la dimensión misma de la imagen.

Imágenes de desigual tamaño se pueden ver del mismo.

Imágenes del mismo tamaño se pueden ver de diferente tamaño.

- c) **Percepción de tiempo.** La percepción ocurre en el presente, pero está llena de pasado y de futuro.

## Elementos importantes dentro de la percepción

- Equilibrio
- Forma
- Espacio
- Luz
- Color
- Tensión
- Peso
- Dirección
- Simplicidad
- Dibujo
- Figura – Fondo

## Gestalt y percepción

En la historia de la psicología la primera escuela que se ocupó de forma más exhaustiva del estudio de la percepción humana fue la escuela de la Gestalt con su teoría de la forma, que define desde el momento de su manifestación hasta su integración con un mundo real.

Cuyo origen está relacionado con las dificultades halladas por la asociación tradicional para explicar los fenómenos de la percepción y el pensamiento.

Weitheimer denominó gestalt a la combinación de elementos separados en un todo y analizó los principios de esa combinación u organización.

1. **Proximidad de elementos entre sí.** Los estímulos más próximos tienden a percibirse como parte de un mismo objeto.

2. **Proximidad de semejanza.** Los estímulos parecidos tienden a percibirse como un mismo objeto.
3. **Proximidad de cierre.** Las regiones cerradas tienden a verse como un objeto
4. Proximidad de continuidad.- los elementos que guardas entre sí una continuidad de forma.
5. **Proximidad de familiaridad.** Percibimos mejor las formas que son conocidas que las que vemos por primera vez.

Edgar Rubin fenomenólogo introdujo la idea de figura fondo, los elementos que son más fácilmente percibidos y sobresalen a nuestra percepción forman una figura, mientras que el resto es el fondo.

## Bibliografía

- Wucius Wong, Fundamentos del diseño, Ed. Gustavo Gili, 1998