

Comunicación visual en Concepción

Por Ricardo Molina Arranz

Gráfica diseñada versus apropiación salvaje del espacio público.

En el ámbito de la comunicación visual, al menos en Chile, existe un tipo de práctica profesional que considero preocupante. En las imágenes, se aprecia una serie de carteles que son instalados sin control por ciertos practicantes (no necesariamente diseñadores) de reproducción e implantación de gráficas (no necesariamente diseñadas).



Epígrafe. Muros, algunos de ellos patrimoniales, cubiertos con gráfica en el centro de la ciudad de Concepción.

Mi interés es separar lo que hacen los responsables de estos disparates con lo que hacen los diseñadores de comunicación, que trabajan sobre la base de una metodología proyectual. En diseño se deben plantear objetivos de comunicación, y estos deben considerar un plazo; es decir, el tiempo disponible para llegar a cumplir el propósito que se busca alcanzar con el artefacto de comunicación. Todo artefacto de diseño debe tener una vida útil determinada por el objetivo que busca lograr, acordada entre diseñador y cliente. Instalar comunicación en un contexto determinado, sin acuerdo alguno en cuanto al tiempo que debe estar en funcionamiento, conlleva al deterioro del medio ambiente y, por cierto, no permite evaluar la efectividad del artefacto: si se logró la intención para la cual fue materializado y cuál fue el impacto en la audiencia.

El contexto es otro componente que define la implementación de diseño. La ciudad donde vivo, está angustiosamente invadida por carteles que son instalados sin piedad en los muros. Incluso algunos de los muros intervenidos son parte del patrimonio histórico y cultural de Concepción y sus alrededores. Se debe entender que estos muros no son soportes de comunicación para las masas, no están preparados para el uso que se le están dando, no están hechos para sostener metros y metros de papel que, con el pasar del tiempo y por efecto de lluvias, vientos y manos ociosas, caen fragmentados al suelo, dado que sus responsables se han desentendido de ellos por completo.

Los mensajes deben focalizarse, considerando en todo momento la audiencia a la que van dirigidos. Se deben establecer los canales adecuados, procurando una extrema economía de medios. Lo ideal es enviar mensajes solo a quienes corresponda. Usar canales sin criterio de focalización, como lo describen las imágenes, es una irresponsabilidad, pues atenta contra nuestro medio ambiente, la calidad de vida de las personas y el patrimonio urbano.

En publicidad la repetición es considerada como un recurso retórico para lograr objetivos de comunicación, pero cuando la repetición se implementa sin una intención premeditada, se transforma en ruido. Un molesto ruido al que estamos a diario sometidos quienes circulamos en ese contexto.

Lamentablemente, lo que vemos en imágenes, se enmarca en la comunicación visual. Y aunque en este contexto los diseñadores gráficos somos los expertos, estos mensajes están siendo elaborados solo por personas con conocimientos básicos en manejo de programas de diagramación y edición de imágenes. De lo contrario, los trabajos atenderían a mínimos criterios estéticos. Los diseñadores sí consideramos al aspecto estético como un componente inherente a la actividad profesional. Lo dice en su libro *Diseño de Comunicación* don Jorge Frascara:

«La estética es un requisito comunicacional que debe ser satisfecho [...] contribuye a la calidad cultural y sensorial del medio ambiente, contribuye a la memorización de un mensaje, contribuye a la vida activa de un diseño, genera atracción o rechazo «a primera vista», comunica, afecta a la extensión del tiempo perceptual que el observador otorga a un mensaje».

Las imágenes aludidas, por lo menos en su conjunto, a mi juicio, no tienen «calidad estética».

Supongo que señalar y evaluar esta realidad en unas pocas palabras no resuelve el problema, es por eso que mi firme convicción será buscar respuestas de quienes regulan la política de hacer ciudad. El diseño es eminentemente una cultura de hacer bien las cosas. Me comprometo a dar a conocer más adelante los resultados que arroje mi búsqueda de respuestas.

Publicado el 03/09/2013



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/comunicacion-visual-en-concepcion>

