Diseño 4D

Por Carlos Calderón Urreiztieta

Todo comenzó con la autoedición en 1989. Al final de la jornada los diseñadores son unos «wannabe»: quieren ser cineastas, músicos, animadores, VJ's y, a la vez, continúan su oficio editorial sin menoscabo de lo anterior. El Diseño 4D llegó para quedarse.

Cuando el célebre diseñador suizo Müller-Brockman escribió, hace más de 30 años, en su igualmente célebre libro "Historia de la Comunicación Visual", que nuestras ideas tradicionales del diseño iban a quedar atrás, no se equivocaba. Es más, hoy los críticos ven ese pequeño epílogo titulado "El Futuro" como una visión *cuasi*-profética. En el 70 cuando las computadoras pertenecían aún a una elite (o al marco de las exposiciones mundiales como la de Osaka70) Müller-Brockman —autor paradigmático del diseño analógico, abstracto y objetivo— avizoraba que los criterios estéticos hasta ahora basados en la tradición, perderían su vigencia; que el proceso de diseño manual se desplazaría al plano intelectual y conceptual; que el diseñador debería revisar sus hábitos mentales. Lo que dijera el suizo como futuro es ya un presente que resulta hasta necio recordarlo, pero sirva eso para pasar revista a cuáles son entonces esos nuevos criterios estéticos, esos desplazamientos de procesos y, en especial, esos hábitos mentales.

Nos atrevemos a decir que nunca antes nuestros criterios estéticos y procesos de diseño habían quedado tan ligados a la naturaleza del medio técnico que se utiliza. Lo "digital" entendido como la confluencia y mezcla de software de vectores, *bitmaps*, *boxes*, tanto estática (2D) como dinámica 4D (lineal y/o interactivo) nos permiten abarcar la totalidad de las posiblidades expresivas y comunicativas que están a la mano del diseñador. Damos por sentado que esto no sustituye a las técnicas analógicas anteriores sino que en unos casos se solapan a ellas, en otras las parodian y sin duda las han obligado a revisarse y reacomodarse. El ejemplo más patético es la caída estrepitosa en la venta de mesas de dibujo...

Y decíamos "nunca antes" puesto que la Revolución Digital, al entregar el control casi total de las variables de producción al diseñador, ha potenciado la conciencia de que las "ideas" no existen como elementos abstractos. El campo del diseño había permanecido atrapado en la concepción de la "idea" como un ente puro y asexuado que solo después conseguiría su materialización. Aquel idealismo, de evidente tradición moderna, perdió su última batalla ante la peregrina idea de la computadora como elemento para "asistir" o "pasar en limpio" lo que podía haber sido concebido en la mente o borroneado en algún papel croquis. No cabe duda que hoy día, desde el propio evento digital se gesta el diseño y la creación misma. Hoy podemos decir que las aguas han bajado... y aunque aún se encuentran docentes que asumen lo digital como un evento posterior a la "concepción" y "producción" de la idea, sabemos que es una actitud producto de alguna nostalgia conservadora o de algún sobrecalentamiento del

propio medio digital.

Parafraseando a Müller Brockman, es evidente que lo digital nos remite al desplazamiento de los procesos de lo manual a lo intelectual. Veamos. Hoy se corta papel con un *click* (o un doble *click*...) se borra con un *click*, se coloca el color con un *click*, se hace un gradiente con un *click*, se saca punta al lápiz con un *click*... en otras palabras todo el diseño, desde el punto de vista técnico se hace con un *click*. ¿Es un problema técnico hacer *click* con el dedo índice? ¡Por supuesto que no! Si se daña el índice, ¡¡¡pues se usará el dedo medio y ya!!! Por lo tanto aquella motricidad fina, aquel regodeo artesanal, aquella destreza de la cuchilla y el *rubber cement*, ya no existe. ¿A dónde migró todo el problema técnico? ¿Qué se hizo aquella tierna caja de herramientas del diseñador? Pues simplemente se fue directo al cerebro. El problema técnico no existe como antes. Es absolutamente intelectual. Todo el problema gráfico, es entonces, desde el punto de vista técnico, un problema lógico y digital. El diseñador posee en sus manos una cantidad de variables que antes no eran de su dominio técnico. El fotolito entró en la computadora y con ello se pulverizó la idea de arte final. Todo, es un arte final. Y en el caso del diseño multimedia y Web todo es el producto final. Este ejemplo es paradigmático. Un Web *designer* no encuentra, entre el cliente y su trabajo, más personas involucradas que el mismo. Tiene absolutamente todo el control sobre las variables (salvo el servidor...) las cuales van desde la concepción hasta la colocación en dicho servidor, pasando por todas las truculencias de la imagen digital. Aún hoy en día, entre los negativos de pre-prensa (responsabilidad del diseñador de hoy) y la impresión final del producto hay todavía suficientes personas involucradas. El caso del diseño multimedia y Web proponen un proceso de trabajo de una gran responsabilidad y control, y por ende conocimiento y dominio, que antes no se presentaba.

¿Y los hábitos mentales? ¿Qué es un objeto visual a la luz del delirio digital? Aquí el diseñador debe estar absolutamente dispuesto a dar el salto cualitativo hacia el llamado diseño 4D y en el marco de un ecosistema mediático. Aclaremos esto. Un diseñador es un profesional que gestiona lo visual no apenas como un sistema de signos en diversos medios, sino que su visión se ha tornado ecosistémica, con todo lo biológico que ésto pueda sugerir. Cualquier visión que hagamos de cualquiera de los medios conlleva hoy la inmediata lectura de las especies que cohabitan con él. La metáfora ecosistémica ayuda pues la convivencia de los medios es un auténtico sistema de simbiosis y depredación. Así la televisión rapta códigos de Internet; el multimedia simula la experiencia del cine; el libro intenta sugerir el hipertexto no lineal; el cine intenta una visualidad fragmentada. Una auténtica sodomía se desencadenó entre los medios con la seguridad de que ninguno quedó desplazado, pero eso sí, sodomizado y por ello, reacomodado.

A este reacomodo hay que cruzarlo con lo nuevos hábitos mentales que se toman en cuenta, es decir que las variables "configuradoras" con que se diseña y se produce cualquier objeto visual también coexisten ecosistémicamente. A las tradicionales variables bidimensionales 2D, valga recordar, tipografía, color y fotografía, hoy preferiblemente llamadas vectores, *bitmaps* o *boxes* le añadimos un eje Z y apareció la imagen 3D. A esta tercera dimensión le agregamos una cuarta: el tiempo, y con ello hicieron presencia varios temas que instigaron a la expansión de los hábitos.

1. **El movimiento**. Las variables 2D y 3D pueden estar animadas. Este simple agregado trastocó toda noción de composición apegada a las viejas normas plásticas del

equilibrio, el balance y la proporción. Lo que se diseña no es estático, está "siendo" en todo momento. Así entonces un diseño 2D no es sino un colapso de algo que está en 4D. El diseño es, ¡al fin!, ritmo, que en su definición más laxa y, a la vez, más correcta es: la organización de los eventos en el tiempo. El diseñador tiene la opción de ser un animador y, por ende el hábito se convirtió en cine, dibujo animado, *motion design*, como se quiera...

2. **La idea multimedia**. Las variables se han expandido. La incorporación de sonido tomó por sorpresa a los diseñadores gráficos. La cultura sonora es aún una ausente de las mayorías de las Escuelas de diseño (desde el 97 lo pudimos incorporar en *Prodiseño* como cátedra de diseño sonoro). El sonido puede hacerse presente tanto como música incidental, ambiental y descriptiva o, como puro evento sonoro, es decir, efectos que acompañan lo visual y el desencadenamiento de la información. El diseñador tiene la opción de ser músico y, por ende, el hábito compite, ahora, con la sinfonía o el *Rap*, como se quiera...

3. **La interactividad**. Nuestro accionar puede ser respondido. Tenemos algún tipo de control y mi accionar desencadena el texto escrito, pero también el vídeo, la imagen, el texto hablado y las animaciones. El diseñador tiene la opción de ser un gestor de la acción y, por ende, el hábito se emparentó con el diálogo, la conversación o el foro, *chat*, o como se quiera...

4. **La experiencia comunicativa**. Es claro que enfrentar los medios y sus variables, ecosistémicamente, significa rediseñar el hábito de lectura de los objetos visuales para llevarlo al nivel de experiencia comunicativa, es decir, una experiencia visual realmente expandida. No se diseña una marca, o un libro, o un multimedia, o un video, o un Web *site*, se diseña una experiencia comunicativa: el modo experiencial y vivencial como se transmite la información. Este es el grado más alto de compromiso creador. El movimiento, lo multimedia, la interactividad y la noción de experiencia comunicativa sugieren lo que hemos llamado un diseño 4D.

Al final de esta jornada los diseñadores se ha convertido en unos *wannabe*: quieren ser —y muchos lo son— cineastas, músicos, animadores, VJ's y, a la vez, continuar su oficio editorial sin menoscabo de lo anterior. El cómo en el encuentro de los diversos medios comunicativos coexistan las variables expandidas de la visualidad y, todo esto, al servicio de una experiencia comunicativa, se alejó, definitivamente, de la visión unidimensional del diseñador de ayer. ¿Cómo afrontar en cuatro dimensiones y de manera ecosistémica el diseño hoy? Ese es el hábito que hay que forjar tanto en escuelas como en el dialogo profesional. Desde ahí se crearán las estrategias visuales y se tomarán las decisiones. Sin sorpresas ni ingenuidades. Al fin y al cabo la tarea de un diseñador es anticiparse. Ahí es donde estaba el mérito de Müller Brockman.

Publicado el 17/02/2006

Artículo publicado previamente en la Revista Producto, Caracas (Marzo 2001) y en Objetual.com

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/diseno-4d