Espacio-tiempo en Diseño Gráfico

Por Eréndida Mancilla

El espacio y el tiempo son dos conceptos poco estudiados en el Diseño Gráfico. Sin embargo, cada día parecen estar más presentes en nuestro quehacer.

La espacialidad hoy es entendida en el tiempo, además de en el espacio. El «espacio-tiempo» tiende a recurrir a la desaparición de los límites. Los espacios presentan propuestas de redes,

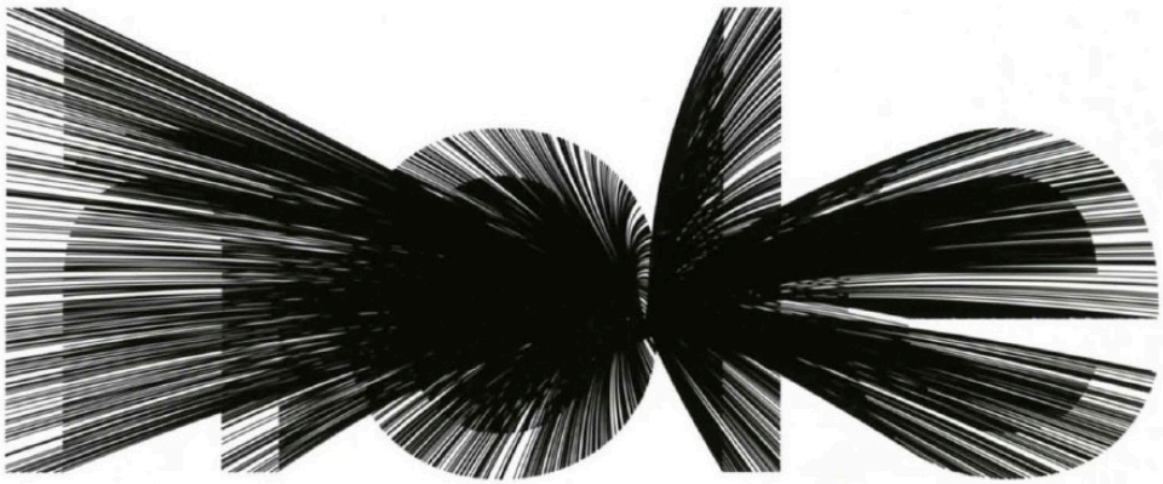
fluidez y radicalidad. Se desvanecen constantemente los límites, las jerarquías, y los órdenes conocidos.

> «La cuarta dimensión es, con toda su sofisticación, soporte físico-cuántico, una categoría mecanicista, una regla inflexible que se extiende a cualquier tipo de fenómeno. El espacio se percibe en el tiempo y en tiempo es la forma de la experiencia espacial. La rigidez inflexible de este par de conceptos tiene que ver con la rigidez de la percepción gestáltica y con el mecanicismo de la descripción del espacio».
> Solá-Morales (2002)

Los planteamientos tradicionales en el manejo del espacio, se ven inmersos en una constante transgresión e intentos de sustitución. Se está ante un cambio de paradigma que trata de desmaterializar límites mediante la transparencia y la virtualidad. Hoy el concepto desmaterialización es mas amplio y tecnológico; el espacio y el tiempo han dejado de pertenecer a una misma dimensión. Los límites del espacio pueden ser interfaces sólidas, viscosas o líquidas; la vida misma de las personas muta constantemente hacia la ingravidez, con representaciones de la realidad y la intangibilidad de los objetos. Lo que realmente no está, pero que subyace, y aquello que aún estando no logramos visualizar, ni tocar, ni sentir.

Helen Lupton (2009, p. 215) señala que los diseñadores actuales ya trabajan habitualmente con medios basados en el tiempo, manejan el movimiento (en la animación), y por ello tienen que pensar en todos los componentes que cambiarán e interactuarán en el tiempo. Por ejemplo, la animación, como tal, comprende diversos modos de cambios visibles, entre los que se incluyen el movimiento literal de elementos que aparecen o desaparecen de la pantalla, así como cambios de escala, transparencia, color, capas, etc. Es útil pensar en la pantalla como una superficie activa y cambiante, así como en un escenario neutral o soporte en el que los personajes entran y salen continuamente. De esta manera, un campo fijo de puntos, por ejemplo, puede iluminarse de forma secuenciada para componer un mensaje; o bien diversos objetos pueden tornarse visibles o invisibles a medida que el fondo cambia de color o de grado de transparencia. Una palabra o un elemento de diseño pueden permanecer en su sitio mientras su entorno se transforma.

En este sentido, el espacio-tiempo ya no es el espacio pictórico heredado del Renacimiento, ni el espacio representado por las cámaras fotográficas. No se trata de un espacio vacío en el que se colocan los objetos, sino más bien un agregado no sistemático de objetos. La consecuencia es, una vez más, paradójica: estamos en este siglo, ante un espacio que al tiempo que privilegia el hiperrealismo visual, incita, y a veces reclama, la experiencia táctil. Las representaciones que son colocadas en ese espacio, ya son «objetos» que tienen una apariencia tridimensional y con los que se puede interaccionar cuando se les señala o toca. Y precisamente es en esos momentos cuando manifiestan su auténtica naturaleza semiótica. Cuando son «tocadas» las imágenes se abren y remiten a otra cosa, no ya virtualmente, sino en acto; y dan lugar a otra representación que puede llevarnos a otra, y así sucesivamente. Cada vez es más común encontrarnos en el campo del diseño con la presencia de elementos ya no propiamente de naturaleza visual. Ahora, en la virtualidad, la imagen desincroniza y deslocaliza (Lévy, 1999, p.28).



Experimentación: Yeohyun Ahn, MFA Studio.

El espacio en que se colocan los objetos-signos es un espacio organizado de forma diferente a como estamos acostumbrados. El espacio humano privilegia los ejes verticales y horizontales, que son los de su propio cuerpo, y el del horizonte que se presenta ante su vista. El espacio virtual, por el contrario, es isotrópico; es decir, no privilegia ningún eje en especial (Manovich, 2005, p.332). Esa disposición del espacio permite, e incluso exige, una forma de exploración que hace mucho más pertinentes la inclusión de metáforas espacio-temporales. Ese espacio no es un espacio continuo, sino fragmentado y accesible sólo gracias a discontinuidades. Y, naturalmente, ese espacio no es un lugar, se trata de un espacio representado, que encarna la característica definitoria que Augé (1993) estableció para los no lugares:

> «El de un espacio que no es un lugar antropológico, como diría M. de Certeau, sino un espacio sin estabilidad, en el que no son posibles relaciones estables: un espacio que sólo adquiere sentido gracias a las trayectorias individuales, que sólo adquiere «realidad» en cuanto son actualizados por sus usuarios».

La velocidad ha impuesto una nueva medida del tiempo psicológico, y el espacio también se ha modificado y ha adquirido funciones diferentes que demandan nuevas formas de abordaje. Ante estos nuevos campos de indagación, existe la necesidad de desarrollar instrumentos de análisis más adecuados. Se trata entonces de dinamizar el espacio estático, de explicarlo en términos menos lineales y menos unidireccionales, en un esfuerzo por incorporar ya el «espacio-tiempo» en el proceso semiótico-perceptivo del Diseño Gráfico.

Publicado el 18/08/2015

Bibliografía

- Arnheim, R. (1976): *El pensamiento visual*. Buenos Aires: Eudeba.

- Arnheim, R. (2008). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Forma
- Augé, M. (1993). *Los no lugares*. Espacios del anonimato. Barcelona: Gedisa.
- Bauman, Z. (2002). *Modernindad Liquida*. España: Fondo de Cultura Económica.
- Dondis, D. A. (1992). *La sintaxis de la imagen* (14a. ed.). México: Gustavo Gili S.A.
- Lévy, P. (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- Lupton, E. (2009). *Diseño gráfico nuevos fundamentos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Solà-Morales, I. (2002). *Territorios*. Barcelona: Gustavo Gilli.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/espacio-tiempo-en-diseno-grafico