La forma como medio de comunicación para el diseño

Por Angelica Osorio Martinez

La forma como un todo estructurado, encuentra sus inicios en la naturaleza misma. La comunicación es el medio para comprender el entorno permitiendo tanto a los objetos naturales como artificiales ser interpretados en un contexto específico.

> «Lo primero hace surgir lo segundo, que a su vez hace surgir lo tercero; de lo simple se pasa a lo complejo». (Christopher, 1984, 7)

En un pequeño trozo de piedra, en el árbol más frondoso y hasta en el más insignificante pedazo de hielo está intrínseca la forma. El origen de esta no es otro que la misma naturaleza que todos los días se manifiesta o influye de algún modo en el pensar, actuar y crear del ser humano. La naturaleza comunica en todo momento un sinnúmero de representaciones que son punto de partida para el diseño y creación de elementos artificiales.

Pero antes de saber el comienzo de la forma es pertinente conocer su concepto, su significado dentro de un contexto determinado y para esto se define forma como: «un conjunto de elementos organizados y reconocibles que componen una estructura, floreciendo como orden tridimensional, configuración y representación de un concepto» (Sánchez, 2001). Por otro lado la teoría de la Gestalt parte del postulado que «la forma es un todo estructurado», donde se refiere a los elementos que la componen y se llega a establecer una relación dependiente entre ellos para constituirla.

Por lo tanto, teniendo un concepto de forma definido, es posible decir que gracias a la naturaleza, el ser humano ha construido un mundo artificial y ha objetualizado su entorno, para así satisfacer sus propias necesidades. Pero es así como surge otro interrogante para establecer ciertos criterios: ¿De qué manera la naturaleza comunica al ser humano sus formas para que estas sean la inspiración para la creación de objetos artificiales?

En este orden de ideas, es primordial concretar y definir un concepto de comunicación, el cual es el puente entre el objeto, ya sea natural o artificial, y el sujeto, quien es el encargado de hacer eficiente este proceso. Para esto es pertinente remitirse a diferentes conceptos de comunicación como:

> «En el objeto, lo comunicativo tiene un carácter representativo, permitiendo que se transmitan las estructuras y tradiciones sociales por medio de formas. El símbolo incluye la experiencia, la valoración, la intuición, las normas culturales y la expresión de los usuarios». (Sánchez, 2001)

Así pues, la comunicación se convierte en un medio esencial para llegar a una interpretación

adecuada del entorno. De esta manera la naturaleza comunica y transfiere sus características formales, espaciales y en general todo su contenido visual para que el diseñador o creativo, haga un desglosamiento de este impacto perceptual y sea éste el inicio de una creación con un propósito determinado donde se tienen en cuenta aspectos como la función basándose en la forma, ya que estos dos factores se encuentran fuertemente ligados uno con el otro para concebir cualquier tipo de objeto.

En el proceso de comunicación existen dos agentes que se definen como emisor y receptor, donde el emisor lo conforman un conjunto de estímulos dirigidos hacia ciertos propósitos significativos. En este caso se hace referencia a la naturaleza como el emisor de signos visuales que el receptor o individuo lector capta para la posterior abstracción de las señales formales del medio que lo circunda. Cuando el receptor es un diseñador, aprovecha estas formas para crear otras nuevas que tendrán un fin u objetivo establecido donde en la mayoría de los casos, cuando este proceso se termina, se suple una necesidad y permite el desarrollo de una actividad que el ser humano requiere.

Cabe señalar que «la comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos sonoros, térmicos, dinámicos etc.» (Murani, 1985, 82)

Estos mensajes contienen cada uno de los elementos visuales, como el punto, línea, contorno, dirección, tono, textura, color, la dimensión, escala y el movimiento. En la naturaleza dichas variables son innumerables y se encargan de dar vivacidad a cada representación que se manifiesta alrededor haciendo que su aspecto cambie, y pasar de ser un objeto plano para tornarse en uno con volumen y tridimensionalidad.

En el momento en que el diseñador recibe estos mensajes y decide tomar la forma de lo natural para elaborar cualquier tipo de objeto, las manos constituyen la principal herramienta para lograr este objetivo.

> «Los instrumentos que ellas fabrican son los que obtienen la especialización que la mano misma no posee y los que consiguen que los seres humanos sean expertos y especialistas en prácticamente todo». (Christopher, 1984, 8)

A partir de allí, se comienzan a generar objetos que expresan su contenido al usuario por medio de un proceso de comunicación donde se determinan todas sus características y se destaca, tal vez, una de las más importantes: la función. El objeto tiene como labor básica emitir mensajes de tipo práctico, simbólico y estético para conseguir así una adecuada interpretación funcional del objeto por parte del sujeto. Estas funciones se dan a conocer en el objeto mismo desde el momento en que se visualiza y van enormemente acopladas con la forma, pues es considerada como el todo del objeto.

Para concluir, se puede decir que el resultado formal de un artefacto se da gracias a la ejecución de un procedimiento comunicativo que comienza por la abstracción de las formas de la naturaleza, donde la multiplicidad es un punto a favor para el diseñador, quien será el que finalmente se dedique a crear formas nuevas a partir de las naturales y así objetualizar su entorno para que, posteriormente el objeto artificial comunique al usuario las funciones práctica, simbólica y estética que hacen que la forma consiga su significado dentro de un

contexto determinado.

Publicado el 13/03/2011

Bibliografía

- SÁNCHEZ VALENCIA, Mauricio. *Morfogénesis del objeto de us*. Jorge Tadeo Lozano. Santa Fe de Bogota. Ed. universidad de Bogota 2001.
- WILLIAMS, Christopher. *Los orígenes de la forma*. Gustavo Gili. Barcelona, 1984.
- MUNARI, Bruno *Diseño y comunicación visual*. Barcelona, 1985.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/la-forma-como-medio-de-comunicacion-para-el-diseno