

Diseño Gráfico: Expresión de la Comunicación, de Convivencia y de Entendimiento Social.



Andrés Hernández
Universidad APEC (UNAPEC)
República Dominicana

Cada vez, se hace más necesario, realizar análisis y reflexiones sobre la búsqueda y reafirmación de un diseño gráfico con personalidad propia, que rescate y exponga los valores y atributos diferenciadores de nuestros países en un mundo cada vez más homogenizado, un profesional capaz de interpretar con un alto nivel intelectual los procesos de comunicación a partir del sentido científico, del sentido social y también, del sentido común. Para lo cual se requiere de un profesional teóricamente formado, para insertarse en un mundo de inteligencia que nos propone la sociedad del conocimiento.

Por lo que resulta fundamental realizar acciones que favorezcan la creación de estrategias encaminadas al posicionamiento del diseño gráfico como una manifestación de las ciencias sociales contemporánea, que por su importancia y carácter integrador, contribuye significativamente a la organización científica de los procesos que se desarrollan en la sociedad, al formar parte y complementar un proceso de comunicación masiva que se realiza a todos los niveles y escala de la sociedad moderna.

Es por ello que no podemos concentrarnos solo en el saber hacer como competencia profesional orientada solo a desarrollar habilidades técnico-instrumentales, sino del mismo modo, en la filosofía del saber pensar. Estas reflexiones nos lleva a preguntarnos: ¿A qué responde el Diseño Gráfico?

Obviamente el Diseño Gráfico responde a necesidades simbólicas de representación, como reflejo de la realidad, de la existencia de las cosas, expresión del pensamiento, y fenómeno de la inmediatez; el diseño gráfico es presencia misma, es expresión holística, que permite la mediación entre el hombre como expresión humana y el mundo que le rodea, el diseño gráfico es representación simbólica de lo material, de los proceso invisibles y de los fenómenos del mundo circundante.

El Diseño Gráfico no es solo la expresión del discurso que proporciona el contacto con un mundo nuevo y dinámico, sino que como manifestación de la cultura, enriquece el pensamiento, logrando una extensión y una participación más consciente y activa. En su concepción más contemporánea el diseño

gráfico es “Expresión de la comunicación, de convivencia y de entendimiento social”.

Los procesos mediados por la comunicación visual, constituyen la expresión misma de lo simbólico, llegando a convertirse en imágenes mentales de los atributos diferenciadores del objeto que representa, lo cual se manifiesta en las diferentes formas de expresión de la comunicación corporativa, de la comunicación publicitaria, de la comunicación de bien público, de la propaganda, de la comunicación promocional y de las múltiples formas y representaciones visuales y audiovisuales donde el diseño gráfico ejerce mayor influencia. Es por ello que hoy en día debemos enfatizar en que el diseño gráfico, su función fundamental, no se reduce al ejercicio de los procesos de conceptualización, creación y producción de mensajes, sino también y particularmente, en que esta profesión regula y garantiza la organización científica de los procesos de comunicación en su concepción más universal.

El Diseño Gráfico como manifestación de la comunicación es una profesión relativamente nueva que alcanza su madurez como expresión moderna a finales de la década del 50 y principio de la del 60 del siglo pasado, aunque ya desde 1922 el término Diseño Gráfico era definido por el diseñador y tipógrafo norteamericano William Addison Dwiggins. 12. En la década del 50 en la Nueva Bauhaus de Chicago se acuña el término de Comunicación Visual, seguido de la Escuela Alemana de ULF, la comunicación visual, en su concepción primaria estuvo relacionada con la comunicación masiva y en este sentido se extiende al resto de las manifestaciones del diseño gráfico como expresión de la comunicación, es por eso que el concepto comunicación visual hoy no constituye una novedad, sino que se asocia a una profesión en proceso de construcción y en constante desarrollo, donde las tecnologías de la comunicación han dinamizado y trascendido el propio concepto. Si el siglo XX fue definido como el siglo de la Comunicación, el siglo XXI pertenece al siglo de la interactividad, lo cual es

el acontecimiento más connotado de la sociedad de la información, donde cada vez más las imágenes en sus variadas representaciones, así como los sonidos digitalizados y visualizados, la cinética y la integración de múltiples manifestaciones del saber humano en un solo producto comunicativo, es a escala masiva y personalizada un excelente mediador que dinamiza los diferentes procesos educativos, culturales, políticos, económicos, gerenciales y sociales, siendo hoy en día la interactividad y la telemática en un mundo globalizado una forma fundamental de comunicación en las estructuras y funcionamiento de la sociedad donde la imagen constituye el factor fundamental de todos esos procesos.

El mundo globalizado ha integrado en su concepción hegemónica las nuevas tecnologías y los avances científico-técnicos, como parte de la transferencia y el intercambio de información a todos los niveles de las sociedades modernas, lo cual merecen una atención diferenciada en la formación de profesionales de vanguardia capaces de interactuar y dar respuestas significativas a la demanda del mercado y de un entorno virtual que está presente en cada acción de la propia realidad y del pensamiento, que trasciende a la imaginación.

Estas transformaciones que traen consigo los nuevos códigos de interpretación, han generado enormes cambios en la sociedad. En estos momentos las ideas, los conceptos y las informaciones tienen una dimensión diferente en su representación mediada por las tecnologías de la comunicación, lo que demanda en cada momento, de una modernización del pensamiento, paralelo al propio desarrollo, al mismo tiempo reclaman la necesidad de abordar los procesos formativos desde una perspectiva humanística.

El conocimiento sobre las tendencias internacionales, los procesos tecnológicos que siguen siendo una novedad por su impacto en todos los ámbitos del saber humano, así como el desarrollo que han

alcanzado las diferentes manifestaciones de la comunicación, principalmente en los diferentes niveles de las tecnologías digitales, que están presentes en todas las acciones que genera el pensamiento y la sociedad moderna, lo cual se expresa en las apremiantes demandas de un mercado mediado por las tecnologías de la comunicación cada vez más competitivo.

La dinámica de los cambios registrados tanto en lo académico como en lo profesional a finales del siglo XX e inicios del presente, ha condicionado la relación que existe entre el mercado laboral y la oferta curricular de nuevas carreras.

El Diseño Gráfico persigue informar, comunicar y a inducir modificaciones de conductas desde perspectivas económicas, político-ideológicas, sociales y culturales en general que demanda la sociedad presente y futura, satisfaciendo las necesidades en materias de presentaciones y de políticas de promoción y ventas mediadas por las herramientas y los soportes informatizados para lograr los objetivos propuestos.

En la actualidad observamos como el Diseño Gráfico al ser una manifestación de la comunicación y de la cultura se orienta cada vez más hacia el campo de las ciencias sociales, esta profesión se relaciona con: la Comunicación y el Marketing, la Informática, la Psicología y la Sociología, la Economía, la Política y la Estética. El Diseño Gráfico busca responder a las necesidades de una sociedad cada día más demandante y la aplicación de nuevas formas comunicativas a partir de los nuevos recursos. Para ser efectiva, sólo se requiere de la capacidad creativa del hombre y de sus estrategias y acciones de competitividad utilizando los recursos digitales y los medios electrónicos para contribuir a solucionar los múltiples problemas de comunicación que presenta la sociedad actual y futura.

Según De Quadros Junior (1999) “en los años 60, el diseño gráfico ya formaba parte de la cultura y de la economía de los países

industrializados”¹¹, el desarrollo de los medios de comunicación fueron determinantes en esos momentos para el desarrollo del diseño gráfico como parte inherente de la publicidad moderna, la prensa en primera instancia, el cine, la radio, la televisión y posteriormente la informática y los medios interactivos.

Durante el siglo veinte, los medios de comunicación adoptaron nuevas formas y nuevas tecnologías que aportaron al diseñador gráfico un mayor control sobre el proceso de comunicación visual. Es indudable, que en los años 90 las nuevas formas de comunicación de la era digital, presentaron nuevos retos al profesional y consecuentemente al futuro del diseño gráfico.

Hoy en día las tecnologías de la información y la comunicación expresadas mediante las telecomunicaciones, la informática y las tecnologías audiovisuales, son indiscutiblemente mediadoras de un proceso comunicativo en la interacción hombre-sociedad que dinamizan y fortalecen los procesos comunicativos, ellas son parte de las grandes innovaciones tecnocientíficas, que conforman la cultura tecnológica de la sociedad, que hoy en día constituyen unos de los retos importantes del presente siglo XXI, donde los medios de comunicación masivos y en particular el lenguaje de la imagen como expresión de la comunicación, son los soportes de mayor influencia en la inducción de nuevos paradigmas sociales.

Es por ello que consideramos que no solamente el diseño gráfico se inserta en el concepto de comunicación social desde la perspectiva del siglo XX considerado el siglo de las comunicaciones, por todos sus aportes científicos en el campo de las ciencias sociales y de las tecnológicas de la comunicación y de la información que obviamente han consolidado una visión universal del lenguaje de la imagen y a reforzar el concepto de diseño gráfico desde una perspectiva teórico-conceptual e histórica como una de las principales manifestaciones de la comunicación social de esos procesos.

El Diseño Gráfico es una de las manifestaciones de la comunicación que sin lugar a dudas, ha transformado el mundo visual de las sociedades en la era moderna, contribuyendo a modificar las estructuras y funcionamiento de la sociedad por su alcance, grado de influencia y penetración, asimismo ha contribuido a un mayor desarrollo científico-técnico y sociocultural, a partir de la práctica proyectual de soluciones inteligentes y de estrategias de comunicación gráfica calificadas, eficientes y efectivas, que coadyuvan a facilitar la comprensión de los mensajes que afecta e interesan a todos los niveles y escala de la sociedad.

Resulta obvio a partir del análisis desarrollado anteriormente asumir el diseño gráfico como una profesión de la comunicación desde una perspectiva teórico-conceptual e histórica, no solamente por los aportes significativos a la ciencia de la comunicación social en su expresión mayor “la comunicación visual” sino también por los aportes en los diferentes niveles de percepción y manifestaciones visuales que están presentes en todos los procesos de la comunicación humana, por lo que confirmamos que el diseño gráfico es expresión de la comunicación, de convivencia y de entendimiento social.

Bibliografía

1. Aicher, O. El Mundo como Proyecto. Gustavo Gili, Barcelona, 1994.
 2. Banham, R. Teoría y Diseño en la Primera era de la Máquina, Barcelona, 1985.
 3. Contreras, R.F. y San Nicolás Romera C. Diseño gráfico, Creatividad y Comunicación, ediciones blur, Madrid, 2001.
 4. Costa, J. La imagen de marca. Un Fenómeno Social. Paidós. Barcelona, 2004
 5. Dristof, R & Satran, A. Diseño Interactivo. Anaya multimedia, Madrid, 1998.
 6. Tschichold, J. The form of the book. Essays on the morality of good Design. Hartley & Marks. Washington, 1975.
 7. Frascara, J. Diseño gráfico para la gente: Comunicaciones de Masa y Cambio Social. Ediciones Infiniti, Buenos Aires, 2000.
 8. Sinofzik, A. Introducing Visual Identities for Small Businesses, Gestalten, 2012.
 9. Velthoven, W. & Seijdel, J. Multimedia graphics. Thames and Hudson. Londres, 1996.
 10. Varios autores. Geometrix Nuevas Tendencias en Diseño Gráfico. Promopress, 2012.
- Internet gráfica:
11. De Quadros Junior, Itanel Bastos (1999): El diseño gráfico: de las cavernas a la era digital. Revista Latina de Comunicación Social, 19. Recuperado el 15 de febrero de 2013 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/70ita.htm>
 12. <http://www.adgcolombia.org/archivo/diccionario-de-diseno-grafico/dwiggins-william-addison>