

El diseño gráfico, sus implicaciones sociales



Félix Beltrán
Universidad Autónoma Metropolitana
México

12

Desde que contamos con antecedentes de lo social resulta evidente las acciones de unos y de otros entre sí. Desde esas etapas distantes el hombre trata de satisfacer sus necesidades, clasificables entre no tener lo que se tiene o en tener lo que no se tiene. Para satisfacerlas es necesario el estar consiente de éstas y poder enfrentarlas en diversos niveles de posibilidades.

Entre las necesidades del hombre se encontraba la de hacer representaciones sobre diversas superficies, que eran interpretaciones de sus experiencias, sus recuerdos, en el plano visual como en el plano táctil consideradas apáticas por los especialistas. Paso a paso el hombre satisface sus necesidades con la creación de herramientas como flechas y posteriormente arcos para mantener la distancia suficiente de los animales, vasijas, vestuario para protegerse de las inclemencias del tiempo o pinturas para establecer una comunicación.

Las herramientas creadas para satisfacer las necesidades o su mundo de objetos artificiales eran correspondientes a cada una de estas etapas, testimoniales de sus características. En este sentido la historia del hombre, de sus crecientes circunstancias artificiales, es la historia de su crear, que se define en un sentido amplio como diseño, palabra relativamente reciente y posterior a esta práctica que consiste en tratar de encontrar soluciones a necesidades. El crear de ese hombre era eminentemente artesanal, posteriormente y

con el incremento de los medios se convierte en manufactura, que culmina en lo industrial propiciando resultados como nunca antes en la historia. Algo similar sucedía con la transmisión de sus experiencias que se hacía de manera oral de persona a persona, posteriormente fue con el uso de pictogramas hasta el uso de la escritura alfabética que todavía conservamos. Todo este crear podía aportar o no a otros individuos de acuerdo al nivel de resultados.

La edad media es una evidencia del adentrarse en sí mismo, de construcciones sólidas para resistir las invasiones, de la presencia del hierro, de la madera sólida, de epidemias y de los albores de una etapa fructífera de las ideas preservadas indistintamente. Como todas las etapas de las historia la edad media tenía sus deficiencias y como contraparte paulatinamente aparece el renacimiento sobre todo el italiano que pretendía retomar de nuevo los aportes de etapas anteriores así como incrementarlas.

El diseño en ésta, como en sus etapas anteriores, tiene una presencia y es testimonial de los diversos niveles sociales, es decir desde un diseño para los pobres hasta un diseño para los ricos, siendo el Taj-Mahal, entre otros, una evidencia de esto. El diseño transita de por diversas etapas hasta la más reciente que tiene sus antecedentes en lo que se define como moderno, lo más actual, donde

las rupturas resultan más radicales que en etapas anteriores, como consecuencia de lo industrial, del incorporar nuevos materiales y de liberar al diseño de la ornamentación que tenía una función decorativa y enaltecedora de las clases más dominantes.

Desde sus incipientes inicios en la historia el diseño tiene responsabilidades que podemos considerarlas poco atendidas en cuanto a lo social, esto puede tener dos causas, una que el diseño no tuviese los resultados esperados y la otra que si los tuviese pero que fuesen cuestionables desde una perspectiva ética, como fue el diseño realizado para ciertas confrontaciones bélicas.

No hace falta ser un especialista para percatarse de que con el desarrollo de la estructura social predominante el diseño se convierte en uno de los medios más poderosos para la comunicación de cualidades aparentes, para la manipulación, donde las palabras se convierten en el principal de sus recursos por su poder implícito para acentuar sus influencias en el público. En la actualidad lo nuevo es alentado como nunca antes en la historia, ahora es más transitorio, tiene un enfrentamiento competitivo y su público aspira a lo fácil, a lo rápido, a sustituirlo lo antes factible.

Nosotros estamos más cercanos al diseño enfocado a la comunicación, más que a ésta a la persuasión, lo que es cierto es que todo diseño es comunicación como lo es un cartel, un edificio o a una silla que en definitiva propicia la atención del público, de su percepción. Se pudiera definir este diseño como de representación, porque no se trata de realidades, se trata de sustituciones, como es un cartel –para recurrir a uno de sus medios más atractivos– que tiene una representación. El cartel es un papel sobre una pared, sobre el cual aparece una escena que aspira como etapa inicial a atraer la atención involuntaria del público, en definitiva, a que éste pueda aceptar sus intenciones. Es un medio difícil, que a diferencia de un periódico no es manual, donde

el especialista no tiene control del nivel de la iluminación, de la distancia o de la inclinación del cartel que afectaría la percepción del público, entre otros.

No hace falta entrar en detalles al considerar que los avances científicos como técnicos tienen niveles sorprendentes a diferencia de lo social que sería a la inversa. A pesar de los avances el hambre está presente en innumerables países, enfermedades abolidas se convierten en la causa de muerte para tantos, otras enfermedades no tienen los tratamientos adecuados, las adicciones se convierten en la evasión de innumerables jóvenes y el SIDA crece más todavía en los países más pobres. El diseño de la comunicación, principalmente, aspira a alentar el ciclo del capital sobre todo en los países más poderosos y frente a estas circunstancias la indiferencia es latente. La práctica del diseño de comunicación parte de las necesidades del público, interpretada de acuerdo a la conveniencia de los clientes y de sus funcionarios entre los cuales se destacan con frecuencia los de mercadotecnia, considerados a veces como poderosos manipuladores, que alientan a los consumidores compulsivos, dependientes del tener, del tener más.

En las escuelas las preocupaciones están centradas en los medios electrónicos, en definitiva en las técnicas, en acelerar los procesos y en alentar una creatividad que con frecuencia no aporta nada a la comprensión de esa avalancha de escenas que enfrenta inevitablemente el público, en una bacanal de estímulos. Para acentuar estas circunstancias los medios masivos dedican poco a destacar las deficiencias del diseño.

Todos los presente, como los ausentes, estamos involucrados en este acontecer del que es apremiante actuar en contra de las irresponsabilidades predominantes. Para concluir nada más elocuente que una radical frase de José Martí en cuanto a lo que sería estar de espaldas a la ética “ver en calma un crimen es cometerlo”.