

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS.

*“El diseño gráfico
y su correlación con la psicología “.*

TESIS

Que para obtener el Título de Licenciado en Diseño Gráfico

Presenta:

Andrés Pérez Puente .

Director de Tesis: Mtro. Joaquín Rodríguez Díaz .

México D.F., 2007



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

Introducción	9
--------------	---

Capítulo I: La licenciatura en Diseño Gráfico .

1.1	El Diseño Gráfico actualmente: transición del concepto .	19
1.2	Técnicas y técnicos del Diseño Gráfico .	24
1.3	Los profesionales del Diseño Gráfico .	28
1.4	Los sustentos teórico-conceptuales: o todos o ninguno .	32
1.5	Unas cuantas líneas de Platón, Aristóteles y Freud .	36
1.6	Consultando a la Psicología .	41

Capítulo II: Enfoque humanístico del Diseño Gráfico .

2.1	Un trabajo anónimo .	49
2.2	Grafía: del hombre al hombre .	54

Índice

2.3	Tecnología versus humanismo .	59
2.4	Ética y moral en el Diseño Gráfico .	64
2.5	Identidad del diseñador gráfico en el medio .	68
2.6	Identidad social del diseñador gráfico .	72
2.7	La Psicología en el Diseño Gráfico .	76

Capítulo III: Materias y temas de interés para la Psicología en Diseño Gráfico .

3.1	La materia de Psicología del Diseño Gráfico en la ENAP .	83
3.2	Las temáticas implícitas en las asignaturas pero “ignoradas” .	87
3.3	La tipografía como acto (consciente, inconsciente: grafología) .	90
3.4	Temas de enlace con el humanismo .	94
3.5	La alfabetidad visual: las técnicas de comunicación visual .	98

Capítulo IV: La licenciatura de Psicología en la UNAM.

4.1	¿De qué trata esta licenciatura?	105
4.2	Una hojead a al programa de la licenciatura de Psicología .	109

4.3	Esbozo del contenido de las asignaturas en Psicología .	112
4.4	Contextualización: un poco de historia. .	116
4.5	Retomando a Platón, Aristóteles y Freud .	120

Capítulo V: Materias y temas de interés para el Diseño Gráfico en Psicología

5.1	Materias introductorias en Psicología .	127
5.2	Materias vertientes de la Psicología .	131
5.3	Bosquejos de los temas de interés .	135
5.4	La Psicología Clínica .	139
5.5	La teoría de la Gestalt .	142

Capítulo VI: Percepción visual .

6.1	Preceptos y conceptos de la Percepción V.	151
6.2	Ley de Emert y otras leyes .	155
6.3	La teoría de la Gestalt y otras teorías enfocadas a la Percepción Visual .	159

Índice

6.4	Experimentos clásicos en Percepción V .	164
-----	---	-----

Capítulo VII: Estructuras y procesos relacionados con la visión .

7.1	El ojo y sus estructuras .	171
7.2	El sistema nervioso central y la visión (estructuras) .	176
7.3	Procesamiento de la imagen .	180
7.4	Visión y el acto de graficar .	184

Capítulo VIII: Las imágenes y su carácter .

8.1	La imagen creativa .	191
8.2	La imagen onírica .	195
8.3	La imagen mnémica .	199
8.4	La imagen proyectual .	
	203	
8.5	La imagen imitativa .	207
8.6	La imagen sacra .	211

8.7	La imagen y el aprendizaje .	214
-----	------------------------------	-----

Capítulo IX: Salud y enfermedad relacionadas a la imagen .

9.1	Salud y enfermedad psíquica .	221
9.2	Salud y enfermedad fisiológica .	225
9.3	Adelantos terapéuticos en la salud V .	228
9.4	Pertinencia del Diseño Gráfico en la salud .	232

	Conclusiones .	237
--	----------------	-----

	Glosario .	243
--	------------	-----

	Bibliografía .	249
--	----------------	-----

INTRODUCCIÓN.

Planteamiento del problema:

Históricamente, la psicología surge como un vehículo de abordaje y conocimiento de la mente y los problemas originados en ella que aquejan al ser humano. Se inicia la psicología moderna con el psicoanálisis y las teorías de Freud, cuyo antecedente es el desarrollo de las ciencias físico-químicas y biológicas, el positivismo de Comte, además de las teorías evolucionistas de Darwin.

Por otra parte, el diseño gráfico que venía gestándose desde el movimiento de Arts & Crafts, impulsado en Inglaterra por William Morris en el tercer cuarto del siglo XIX, se consolidó en sus bases teórico-conceptuales en la Bauhaus, como respuesta a la necesidad de la creciente industrialización de las sociedades más modernizadas del primer cuarto del siglo XX.

Tanto la psicología como el diseño gráfico que caracterizan a la era moderna, aún son sujeto de controvertidos debates por su dispersión originaria y su aparición tardía. En México, la psicología tuvo un gran auge tras la presencia del pensador alemán Erich Fromm en nuestro país. Mientras que los antecedentes del diseño gráfico deberán rastrearse en el Taller de Dibujo Publicitario de Diego Rivera.

Introducción

La necesidad de un grafismo con contenido, que se ajuste a las demandas económicas de la industria y masificación social contemporáneas, marcan la pauta del desarrollo de estas disciplinas y su vínculo más significativo. Abonándose de tal manera en el terreno de la colaboración interdisciplinaria, y en una mayor conciencia de la una a la otra.

A partir de la relación entre ambas carreras o áreas de conocimiento, se pretende señalar el punto de enlace que se establece en el reconocimiento de valores gráficos, intrínsecos y extrínsecos al diseño gráfico. El presente trabajo persigue la definición de tópicos más allá de la curricula estricta de la licenciatura de diseño gráfico con fines de inclusión y con la intención de encontrar la posibilidad de desarrollos temáticos que fortalezcan a la misma, por lo cual; los objetivos de esta investigación son los siguientes:

General: Establecer la importancia de los estudios interdisciplinarios, partiendo del presente modelo, Diseño gráfico-Psicología.

Particulares: a) Incursionar en el estudio y conocimiento de un área científica y humanística como la psicología, tomando como punto de partida la disciplina del diseño gráfico.

- b) Promover la prioridad de temas teórico-conceptuales en el área del diseño gráfico, y en específico los relacionados con la psicología.

El objetivo general consistirá en desarrollar un argumento sólido para el ejercicio interdisciplinario del diseño gráfico con otras áreas, mediante la exposición, a grandes rasgos, de las temáticas que son afines o puntos de comunión en la relación entre el diseño gráfico y la psicología.

La teoría de la Gestalt se destaca especialmente como modelo bidisciplinario o interdisciplinario. En esta teoría podemos ver el punto de enlace más significativo en la relación entre la psicología y el diseño gráfico.

Como aspecto trascendente de esta investigación, se propone enfatizar la prioridad de temas psicológicos para el desarrollo y conceptualización de los proyectos y productos del diseño gráfico. Es evidente que lo anterior surge como un rescate de lo psicológico en la esencia del diseño gráfico y que se busca una confrontación entre la psicología y la tecnología, otorgándole la supremacía a la primera ante los procesos caracterizados por la tecnologización del diseño gráfico.

Por lo cual la *Hipótesis* de trabajo de este texto, se expresa como el (re) conocimiento de la Psicología

Introducción

(a grandes rasgos) con carácter fundamental, por el papel que desempeña el diseño gráfico en los contextos: humanístico, social y productivo; para así esclarecer mitos y criterios erróneos, tanto en una disciplina como en otra; también para revalorar los criterios ya validados con anterioridad. Se establece, por tanto, que a la conclusión de este trabajo, se tendrá una visión distinta, cualitativamente hablando, que nos posibilite una postura más crítica, especulativa y de aportación sobre el diseño gráfico. En un sentido más amplio, en el tema presente, se expresa la necesidad de la valoración teórica del diseño gráfico profesional y su carácter interdisciplinario, estableciendo un orden jerárquico de la teoría sobre la práctica

Panorama general del texto

Bajo la consideración de que el contexto, momento histórico y las circunstancias, que rodean la práctica del diseño gráfico intervienen en su desarrollo. El capítulo I y II del presente ejercicio, nos plantean problemáticas actuales y otras que se actualizan constantemente, como lo son: el diseño y la tecnologización, ¿que es el diseño?, límites técnico-profesionales, su relación con otras disciplinas y al interior de la misma la actuación individual. El análisis si bien, del diseño, no se enfoca al grafismo principalmente, más que a problemáticas de carácter humano, bajo criterios laborales, sociales, de consumo y de más, apoyados en una argumentación psicológica no rigurosa.

El interés por observar al diseño gráfico bajo el enfoque humanístico, surge al interior de la disciplina impartida en la ENAP. Y específicamente, en la consideración de materias como la de “ psicología del diseño gráfico”, de temas como “ percepción visual “, y aún de aquello que escapa de la consideración de los mismos parámetros, pero que involucran a la gráfica o tipografía en el ámbito psicológico, argumentos propios del capítulo III, que se relacionan con el V en tanto alimenta el interés que como diseñadores pudiéramos tener por la psicología.

Los capítulos IV, V, VI, propiamente psicológicos, se orientan hacia consideraciones que atañen al diseño gráfico, hasta el extremo del capítulo VII que nos sitúa en consideraciones fisiológicas complejas, como la “ modularidad” o forma en que el encéfalo procesa la información (visual) proveniente de los estímulos ambientales. El recorrido por parámetros fisiológicos y psicológicos, se justifica en la necesidad de ampliación de la cultura visual y no solo gráfica, clínica y no solo psicológica, aún cuando solo sea a grandes rasgos y al margen de la producción del diseño gráfico, tópicos del capítulo IX.

En cuanto a la producción y análisis del diseño en una relación bidisciplinaria, como la del diseño y la psicología, el capítulo VIII proporciona 7 criterios o parámetros que si bien son recurrentes en la practica, su enumeración nos permite valorar la pertinencia de ambas disciplinas entre si, tan solo en

Introducción

lo propiamente gráfico. Cabe señalar al margen que, aun cuando este capítulo VIII lo hemos dejado al final es conveniente conservar la secuencia en el análisis del proyecto.

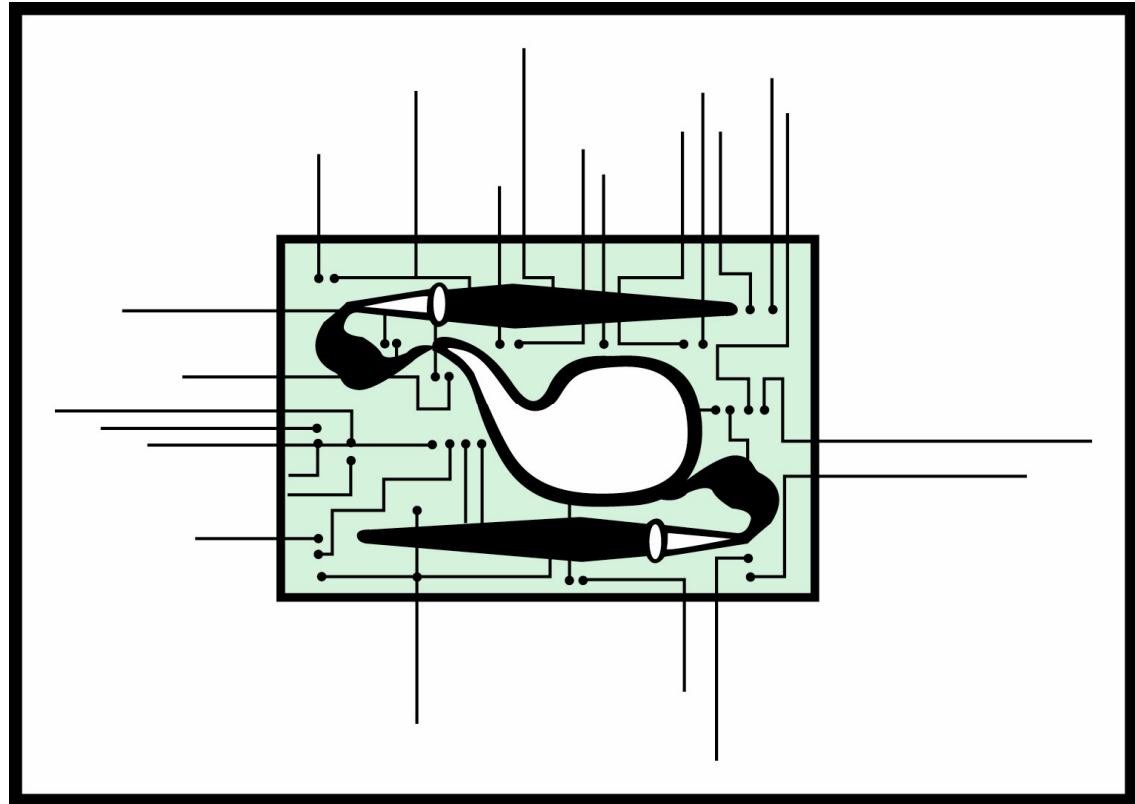
Capítulo I

La licenciatura en Diseño Gráfico



La licenciatura en diseño gráfico





1.1 El Diseño Gráfico actualmente;
transición del concepto

La licenciatura en diseño gráfico

¿Que el diseño gráfico ha sufrido una transición? Es cuestión, en todo caso, de cambiar el título de este capítulo por el de “Diseño y Comunicación Visual”, como ha ocurrido con la licenciatura, en otro tiempo denominada Diseño Gráfico; o por incursionar en otro medio o instrumento como la computadora, darle un enfoque diferente como el humanístico aplicado a los objetos por elaborar; encontramos de esta manera, la reconsideración de una posición contraria, como la que sustenta Norberto Chávez, pedagogo latinoamericano de la comunicación, al referirse a la tecnologización del diseño contemporáneo: “... por lo tanto, más que alterar el modelo original del diseño, la tecnología lo confirma radicalmente...” Y continúa su comentario: “La informática no ha modificado absolutamente nada”¹.

Más allá de nuestras consideraciones, hay quien, como Ana Calvera, teórica del diseño, argumenta: “Las nuevas herramientas han puesto a disposición del público la posibilidad de manipular cotidianamente cosas que antes eran competencia exclusiva de artistas y diseñadores gráficos y, de este modo, al descubrirlo, el público interviene en la creación en un proceso sin fin”². De lo anterior se desprende que el cambio operado no sólo afecta al interior de la disciplina a nivel nacional, sino internacionalmente y a la sociedad en su conjunto, y que nosotros (los diseñadores) no somos los protagonistas principales del

¹ Norberto Chávez, *El oficio de diseñar. Propuesta a la conciencia crítica de los que comienzan*, p. 120.

² Anna Calvera, *Arte? Diseño*, p. 13.

fenómeno, aun cuando sí los directamente referidos; sin embargo el enfoque, más que humanístico es de carácter productivo y económico.

La asimilación del nuevo modelo en sus diversas modalidades se efectúa lentamente, con todo y que el tiempo parece ser un factor determinante; retomando el comentario de Norberto Chávez, atendamos a su opinión respecto a este asunto:

“En ese nivel, el impacto más generalmente reconocido es la aceleración de los procesos debido a la velocidad de que la tecnología ha impreso a ciertas fases de la resolución del proyecto. Y por lo tanto, tal reconocimiento lleva implícita una valoración positiva: ‘hacer las cosas rápido está siempre bien’. No hace falta demasiado esfuerzo para detectar el carácter imaginario de tal certeza; estamos ante un *a priori* ideológico, un verdadero mito contemporáneo: la panacea de la velocidad”³

Coincidimos con él, en cuanto a que la velocidad no necesariamente es garantía de calidad, y no sólo en el proceso de producción sino en el de asimilación del medio, asunto que, por demás, no se maneja abiertamente; al igual que, hablando de tiempo, el Diseño comprende aspectos mejor asentados y más directamente relacionados. A lo que cabe añadir, si este será el momento histórico

³ Chávez, *Op. Cit.*, p. 123.

idóneo para la consumación de los cambios tecnológicos, no sólo hablando de computadoras sino también de las video-cámaras y las cámaras fotográficas digitales.

Las últimas líneas nos conducen a consideraciones de carácter económico a nivel individual, personal; pues hace quince años ¿a cuánto ascendía el costo de estos aparatos y cuál era el nivel adquisitivo promedio? Tomando otro ejemplo, el del teléfono celular, y esto trasladado a nivel institucional o nacional, ¿es rentable la adquisición de estas innovaciones?

Sin duda es un compromiso con el cambio de postura conceptual, como señala Ana Calvera: “por otra parte, ni qué decir tiene que el nuevo horizonte viene marcado por las nuevas tecnologías y su impacto social”⁴. Esto nos impone superar ciertos criterios, que si bien son válidos hasta cierto punto, no se justifican plenamente ante la realidad actual.

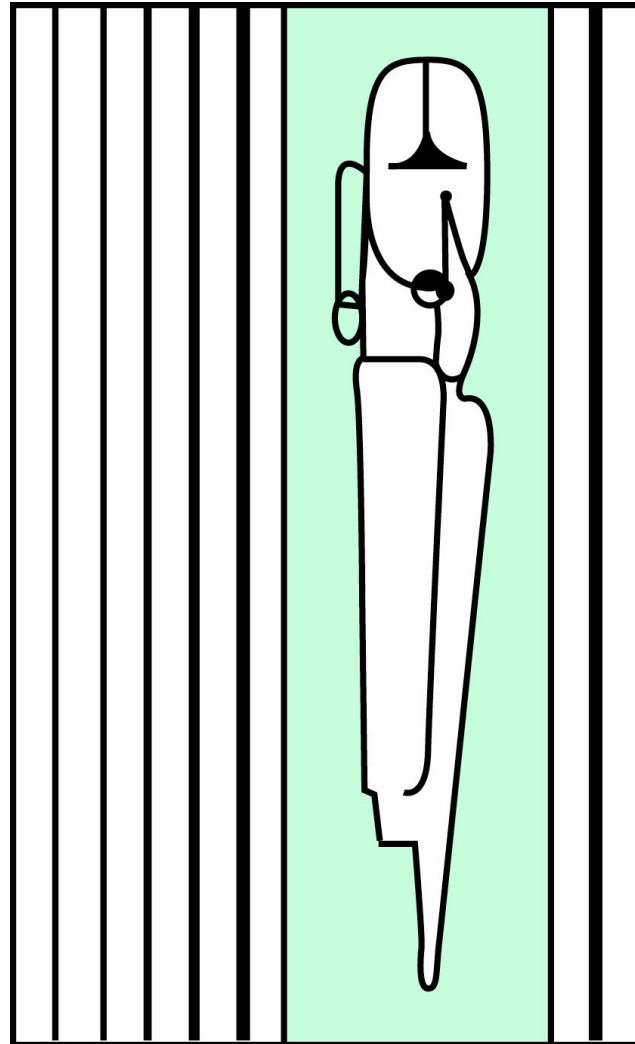
Pero, ¿cómo están funcionando estos elementos en el contexto particular? ¿Como medios de producción e innovación, o como instrumentos pedagógicos de alto costo económico? Siendo que nos encontramos inmersos en el subdesarrollo, el manejo que se haga de estos recursos será decisivo para el futuro.

⁴ Anna Calvera, *Op. Cit.*, p. 13.

En consideración a todo lo anterior, es que el contrapunto humanístico debe ser considerado como elemento fundamental de apoyo; por lo que debe ser bien analizado para facilitar su asimilación y posterior función. De ello trataremos en detalle más adelante, por ahora nos ocuparemos de la función técnico-gráfico, preámbulo del punto siguiente.

Si nos referimos al técnico, habremos de considerar también al profesionalista y las directrices, los correspondientes medios y mediadores, así como el agente social integrado en el proceso antes exclusivo del medio; dicho agente –referido por Ana Calvera- funciona en tres formas distintas: a) como aprendiz; b) como agente productivo, y c) en ambas modalidades, pero enfocado al diseño gráfico como ámbito ocupacional exclusivo; siendo a su vez éste último considerado parte del gremio, aunque de forma indirecta. De tal suerte, identificados los tipos de agentes participantes, demos paso al punto siguiente.

1.2
Técnicas y
técnicos
del Diseño
Gráfico



En la realidad nacional, podemos encontrar que están planteadas cuatro posiciones básicas, inherentes a la profesión del diseño gráfico: 1) directrices, 2) profesionales, 3) técnicos y 4) adherentes. A las cuales nos hemos referido en el párrafo precedente a este párrafo. Colocando por último y separado, pero no por ello menos importante, al propietario de los medios materiales de producción. Y es así que podemos comenzar una serie de anotaciones con respecto a las técnicas y técnicos del diseño gráfico.

Si una técnica específica corresponde a un técnico en específico y éste último, es un egresado de una escuela técnica a nivel bachillerato, todo funciona como debiera; pero no siempre es así, pues en ocasiones el técnico se forma al interior de una empresa, en el proceso laboral; en otras ocasiones es captado por las empresas, de otros ámbitos o áreas; capaz de resolver la problemática concreta mediante una breve capacitación, en una opción más: una mala preparación profesional, causa de un técnico; depreciación de la capacidad profesional, un técnico; sobreoferta del capital humano en el medio, causa de la proliferación de técnicos; ascenso escalafonario, un técnico, etc. Pasando al primer término, el correspondiente a las obligaciones, encontramos que están relacionadas a una serie de suertes similares en un momento dado.

Dentro de la pertinencia de nuestra consideración, de un técnico acorde a la preparación que recibimos y si contaremos con el, son utopías que se vislumbran en la

La licenciatura en diseño gráfico

época de la formación académica, así como el nivel de vida al que aspiramos; porque quién adivina si así sucederá o no.

Las expectativas técnicas, en ocasiones están mezcladas con ideas de lo que será la profesión cuando se es egresado del bachillerato, o del Colegio de Ciencias y Humanidades como es mi caso, y al concluir con la licenciatura, son tan distintas, que quién puede decir que nos dedicaremos a lo que pensamos. No porque no hayamos madurado un concepto, o del mismo modo, comprometido con otros, y la utopía, consigna del apartado, a considerar como instrumento de investigación del cual se parte, sinónimo de hipótesis, en este sentido desbordada hacia el futuro.

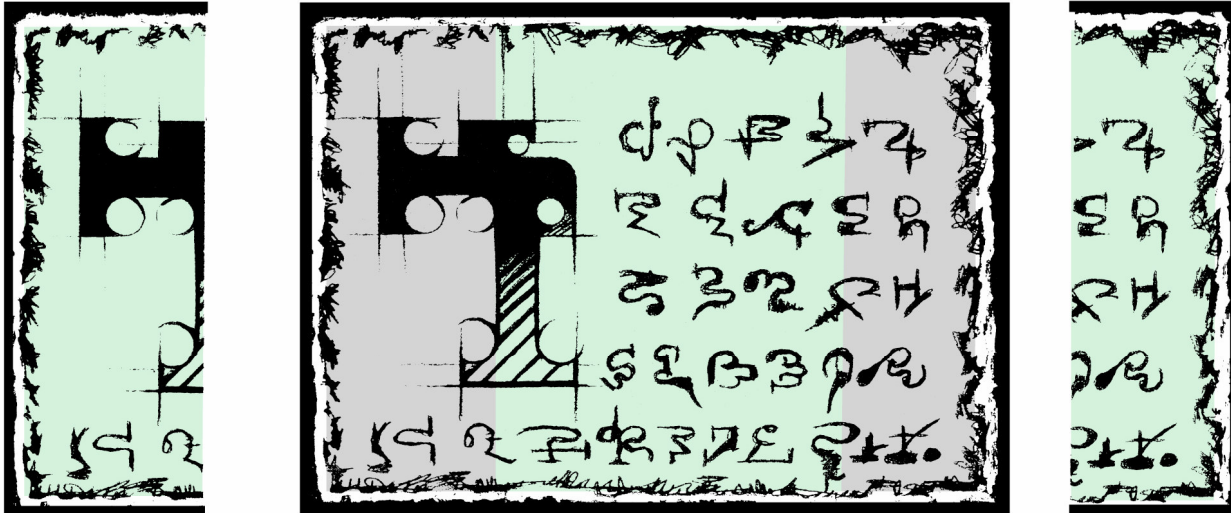
La coherente y correcta coordinación de los actores antes mencionados, puede garantizar que las diversas expectativas se consoliden, en la medida de una realidad menos utópica y más actual, mejor enfocada al futuro.

El conocimiento de los niveles de desempeño (como el técnico, en este caso), nos permiten centrarnos mejor en la pertinencia de actuación profesional e identificar los recursos correspondientes. Al igual que a los otros niveles del bosquejo de organigrama señalado, es aquí donde podemos mencionar la aportación de Jorge de Bueno al gremio, con su *Manual de Diseño*

Editorial, lectura por demás recomendable y que en su introducción se refiere a sí mismo en estos términos:

“como yo fui uno de esos diseñadores editoriales improvisados –primero por la obligación, después por la curiosidad y finalmente por una devoción rabiosa- ”.

La forma en que se considere este texto es cuestión de sensibilidad profesional y humana, ni hablar. Norman Sanders y William Bevington, autores de la editorial Gustavo Gili, presentan su *Manual de Producción*, que aun cuando está rebasado en algunos manejos técnicos, sirve de referencia un tanto histórica (publicado en 1982), como posicional. Textos, éstos, que nos ayudan a complementar y concluir el punto que nos ocupa.



1.3 Los profesionales del Diseño Gráfico

El diseño gráfico, tal como apunta su nombre, en su sentido más obvio y evidente, se ocupa del ámbito de lo gráfico.

¿Qué se entiende por *gráfico*, comúnmente? El término por sí mismo no nos dice nada, a menos que alguien nos lo aclare, o con una cierta preparación se consulte el diccionario, quedando más o menos relacionada la escritura, el dibujo y análogos, definiendo a “análogos” como similares.

Y similares en este caso, son las fotografías, los dibujos acquarelados, etc. La escritura, un cuento, una revista, presupone cierto interés; pero por otra parte, quien habla de multimedia, parece hablar de muchachas ambiciosas, quien habla de impresos, parece hablar de delincuentes (pero sí se hacen trabajos de este tipo...) ¡Cuidado!, que te botas los miles en libros y diseño no aparece en el diccionario.

Antes de la aparición de cualquier concepto de diseño gráfico, como podría ser en específico la aparición de la letra capital en un texto, hubo un responsable, al que justamente ahora denominamos como diseñador gráfico; cúmulo de célebre aportaciones que encontramos en la realidad gráfica contemporánea, de la que estamos enterados (y digo enterados, porque de la que no sabemos, no existe, al menos para nosotros), o de la que sí estamos enterados, pero sobre la cual no hemos racionalizado.

La licenciatura en diseño gráfico

“A lo largo de siglos, las mejores ideas se han convertido en los preceptos que hoy constituyen el ‘canon editorial’, convenciones que nuestro subconsciente comienza a aprender desde el primer día en que abrimos un libro”⁵. La anterior cita considera el hecho de que el subconsciente lo sabe, pero nosotros no; si no lo racionalizamos y en el estudio lo objetivamos, posteriormente proseguimos la reproducción o recapitulamos.

¿Lo que hacemos, lo ven bien o aprueban los demás?

¿Qué sabemos lo que hacemos?

Sin duda, las consideraciones anteriores tienen un contrasentido y se exagera en un momento dado, pero las preguntas son básicas, porque en el principio ético, sobre lo que elaboramos y con quienes colaboramos, de lo que la gente sabe de nuestro trabajo, se finca el éxito profesional; asuntos que manejaremos más adelante en profundidad.

Por otra parte, los cuatro nombres que ha adoptado la licenciatura en su breve historia en nuestro país, pueden estar significando una falta de estabilidad, que aunado con la rápida transformación de los medios como la computadora, la cámara fotográfica y la videocámara, entre otros, puede no estar contribuyendo a la salud psicológica del gremio y más allá; asunto que también se tratará en el

⁵ Jorge De Bueno, *Manual de Diseño Editorial*, p.27

apartado seis de este capítulo.

Profesiones como Leyes o Medicina, de reconocido prestigio, contrastan con las de Psicología o Diseño Gráfico, de tardía aparición, y más allá del prestigio o la adhesión a otra disciplina como el arte, el diseño gráfico reclama una identidad propia y un respeto a su labor; preámbulo, éste, del siguiente punto al que daremos paso.



1.4 Los sustentos conceptuales: todos o ninguno

Cuando hablamos de la historia del diseño, comenzamos con las cuevas de Altamira o tal vez con la Bauhaus. Pero nos encontramos con la necesidad de referencia de otra disciplina, como lo señalan las siguientes citas:

“La experiencia visual humana es fundamental en el aprendizaje para comprender el entorno y reaccionar ante él; la información visual es el registro más antiguo de la historia humana. Las pinturas rupestres constituyen el reportaje más antiguo que se ha conservado sobre el mundo tal como lo vieron los hombres hace 30, 000 años; ambos hechos ponen de manifiesto la necesidad de enfocar de una manera nueva la función, no sólo del proceso sino también del visualizador en la sociedad. El mayor escollo para este esfuerzo es la clasificación de las artes visuales en artes aplicadas y bellas artes”⁶(Artes) .

“El primer grupo que realmente intentó comprender las implicaciones de la máquina y ponerse a la altura de sus posibilidades fue esa flexible confederación de arquitectos, diseñadores y artesanos que vivieron y trabajaron en Alemania antes de la Segunda Guerra Mundial”⁷ (Deutscher Werbund-Bauhaus) (Arquitectos, artesanos)

De igual forma, si no se desea apelar a la historia, es decir si nos referimos al diseño actual, tal vez

⁶ D. A. Dondis, *La sintaxis de la imagen*, p. 15.

⁷ *Ibid*, p. 164.

La licenciatura en diseño gráfico

comencemos hablando de comunicación o viceversa; más de un libro ostenta algún título de este tipo:

Diseño y comunicación, autor Daniel Prieto Castillo.

Para poner en antecedente a la gente de la actividad que desarrollamos y su carácter, existen un sinnúmero de formas, pero casualmente éstas tienen un componente propio y otro adherente, de tal suerte que el diseño gráfico es: estético, perceptual, publicitario, decorativo, pedagógico, comercial, lingüístico, etc. Esto origina, como decíamos anteriormente, que en un momento dado estemos hablando de diseño gráfico y en otro ya no; que de pronto se incluya una temática como la tecnología y adquiera relevancia decisiva. Pero, ¿cuáles son (si existen) los linderos reales? No parece ser la dinámica pedagógica ni la actuación profesional la que pueda clarificar este asunto, quizá porque en esencia ése es su carácter: aquí es arte, acá es tecnología, allí pedagogía, allá comunicación. ¿Qué es? Es eso y aquello, aunque en esencia no lo sea.

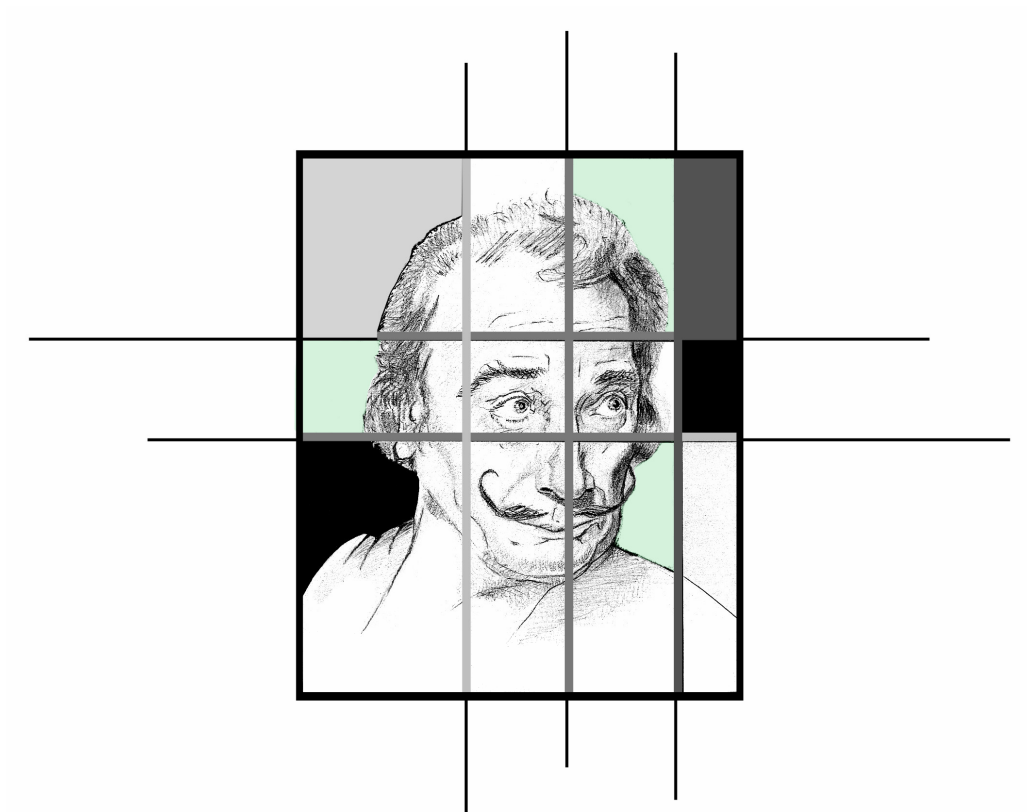
En tanto, el Diccionario de la Real Academia Española define *Diseño* como “concepción original de un objeto”, entre otros adjetivos ya contemplados y no incluye a la *comunicación*, aunque claro está que tampoco la excluye.

Rescatando de lo aquí expuesto, que la dispersión teórica es contrasentido de un fundamento, en tanto que no está perfectamente delimitado, delineado y establecido, siendo favorable en el caso

opuesto, ya que un fundamento debe estar conformado de un alto grado de originalidad autodirigida. Es así que el trabajo multidisciplinario puede ser y no la solución. Pero más allá de esta reflexión, la psicología, la filosofía y la ciencia tendrían un papel que jugar, al no ser un problema de reproducción de la realidad, al menos en lo tocante a la teorización actual demandante de autenticidad y carácter ontológico.

El manejo de textos era privativo del ser culto y preparado, del privilegiado que sabía leer, escribir y dibujar, hasta la aparición de la imprenta de tipos móviles de Gutenberg (1400-1489), cuando comienza a extenderse hacia la sociedad en general; si consideramos el factor humano anterior a Gutenberg, se comprenderá que quien hacía las veces de diseñador incluía al artista, autor, consumidor y Estado. De este criterio, quizá provenga el origen de la visión, en cuanto a la elaboración del diseño con pertinencia de áreas coadyuvantes y no del asentamiento del valor bajo criterios actuales y escalonados según su función y estatus.

Así como colaboramos con medios masivos y no masivos de comunicación, punto y a parte, colaboramos con x disciplina punto y a parte. Somos letra y signo, sujetos expectantes de la genialidad, o en su caso de la creatividad que los trasciende.



1.5 Unas cuantas líneas de Platón, Aristóteles y Freud

No está por demás hacer mención de la trascendencia del pensamiento griego en los diferentes ámbitos del conocimiento humano, contexto en el que se inscriben tanto Platón como Aristóteles, quienes fundan las bases de la filosofía actual, raíz ésta última de toda especulación teórica profunda, de temas como el arte, que a su vez es paso obligado para la cabal comprensión del diseño gráfico. De igual manera, destacan las teorías freudianas, autor de la era moderna que en este caso se vincula con los anteriores por consideraciones respecto a las imágenes, aun cuando su campo específico es la psicología. En estos términos, nos referimos a los anteriores, no como los más representativos autores para el estudio de las imágenes y los mecanismos que subyacen a ellas, sino como aquellos que pueden jugar un doble papel, en este momento diseño-arte y en un capítulo posterior, diseño-psicología.

Nuestro primer autor, Platón, se ocupa de un asunto que si bien no tiene como objetivo una dilucidación gráfica, si se vale de ella para esclarecer la idea que maneja, que en todo caso es ontológica, sin embargo la imagen adquiere un valor trascendente; bajo este enfoque se plantea la siguiente cita:

“Cuando Platón en *Menón*, nos muestra a Sócrates interrogando a un muchacho esclavo de manera que lo conduce a descubrir por sí mismo, la solución de un problema geométrico: construir un cuadrado cuya superficie sea el doble de la de otro cuadrado dado, lo hace para demostrarnos que este ser inculto lleva en sí mismo la solución, y esto significa, para Platón, haberla conocido en una vida anterior.

La licenciatura en diseño gráfico

Instaurando así una suerte de técnica de las reminiscencias y de las opiniones y alcanzar el verdadero saber. Es con esta perspectiva innatista como llega a sacar a la luz la actividad propia del espíritu, su capacidad de juzgar y de razonar, distinta de las sensaciones”⁸

En la cita anterior apreciamos un encuentro entre la filosofía, la historia, la metafísica y el grafismo o imagen, que bien se encuentra en el diseño, pero que es extraída de un texto de psicología, en el cual encontramos este comentario:

“Se sabe la importancia que tuvo a su ojos el pensamiento matemático, gracias al cual a pesar de las apariencias variables, según la magnitud y la distancia el espíritu llega a hacer inteligibles las proporciones de los cuerpos y sus movimientos”⁹

Principios, éstos, que encuentran su fundamento a la vez en la dialéctica que introduce en el dominio de la razón.

Nuestro siguiente autor, Aristóteles, es posterior a Platón, y se ocupa del asunto de cómo el alma humana capta las imágenes incluidas en las sensaciones a las que hace referencia.

⁸ F. I. Muller, *Historia de la psicología*, pp. 57-58.

⁹ *Ibid*, pp. 71-72.

“Es el corazón el que recibe las sensaciones a través de las venas (Aristóteles parece desconocer el papel que desempeñan los nervios y los músculos). Este pneuma, este soplo congénito, suerte de naturaleza sutil, difundida por el organismo, es el sujeto del calor vital, el sustento de la vida sensorial, el primer instrumento del alma”¹⁰

Atribuyéndole capacidades del sistema nervioso al corazón, parece dar un paso atrás con respecto a Platón y sin embargo, en otro momento da un salto enorme al presente, según lo plantea la cita siguiente:

“Ocurre solamente que el conjunto no permite a veces discernir los detalles, como es el caso cuando el bosque nos impide ver el árbol. Pero no por ello son menos sentidos los detalles, y basta con apartarse de la visión global para que se tornen manifiestos. Si miramos una longitud de varios metros ya no distinguimos un metro como tal. Algunas de las observaciones de Aristóteles, a propósito de la percepción de los conjuntos se encuentran revaloradas hoy por las concepciones de los psicólogos de la Gestalt”¹¹.

Por último, Freud argumenta: “se trata de la existencia de un camino de retorno desde la fantasía a la realidad. Este camino no es otro que el del arte”. Es aquí donde cabría ser cautos en cuanto a qué relación

¹⁰ Adolfo Sánchez Vázquez, *Antología de textos de estética y teoría del arte*, p. 84.

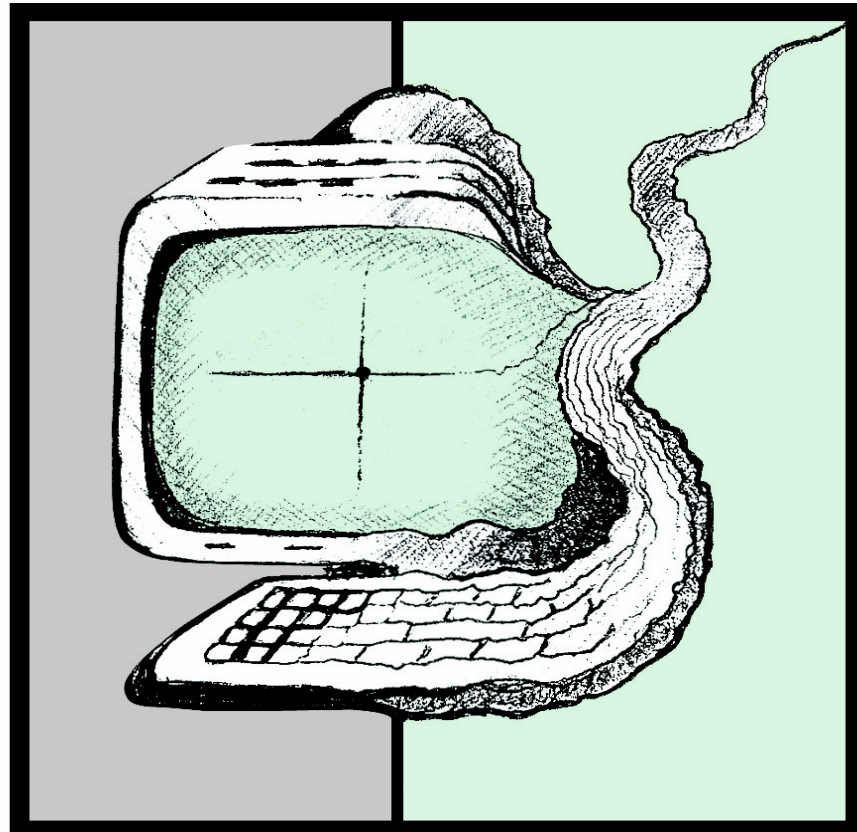
¹¹ *Ibid*, p. 85.

guarda una imagen onírica con una de diseño, sujeta a una metodología.

“En cambio, el verdadero artista consigue algo más. Sabe dar a sus sueños diurnos una forma que los despoja de aquél carácter personal que pudiera desagradar a los extraños y los hace susceptibles de constituir una fuente de goce para los demás” .

Si un diseño tiene cierto carácter artístico y el arte es fantasía, ciertamente el diseño puede tener algo de fantasía, gestada en el sueño, según lo sostenido por la cita; digamos que esto es aplicable a una ilustración surrealista, por mencionar un género viable.

Del alma, de los sueños o de las vidas pasadas, de la percepción o de la razón... ¿de dónde surgen las imágenes y cuáles son los procesos involucrados? Ideas, éstas, que se desprenden de la exposición anterior y que trataremos a lo largo de este trabajo, con el fin de actualizar y ampliar nuestro entendimiento al respecto, pues las aportaciones de esta tríada de autores varían significativamente, y a su vez no son más que un eslabón de una cadena muy larga de conceptos que relacionan al diseño con la psicología y su respectiva etiología.



1.6 Consultando a la psicología

El diseño gráfico como símbolo social ha adquirido un valor innegable en la actualidad, rebasando conceptos como el del “original mecánico” y la impresión de prensa, dando paso a proyectos multimedia de carácter interactivo elaborados con medios electrónicos, y esto presupone una nueva mentalidad tanto del usuario como del productor, la oportunidad de establecer una comunicación más estrecha pero a la vez más comprometida, esto es, el desarrollo de una cultura crítica con respecto a lo que se comunica y a lo que se consume, que más allá de una censura que coarte la libertad, funcione como medio de protección que defienda intereses como la identidad, sanidad psíquica, moralidad, etc. Que entendidas no como patriotismo o mojigatería, son puntales de fusión y entendimiento que bien manejados funcionan de igual o mejor manera que cualquier producto comercial, si conllevan una aportación real, tangible, para la problemática emocional o psíquica, que en ocasiones es más importante que la información misma.

La continua crítica social que generan los medios, así como la competitividad desmesurada van deteriorando sistemáticamente no sólo el producto de promoción sino su propia imagen, en su falta de calidad y credibilidad, en última instancia por su antisolidaridad. Esto, quizá bajo caducos criterios de *rating* o económicos, siendo que las verdaderas razones se encuentran en el hecho de que es difícil manejar una ideología clara y comprometida, más allá del slogan, porque presupone la injerencia de auténticos profesionales, que a su vez sepan comprometer al mal llamado “público” por el publicista, y que funcione como un asociado que pueda obtener beneficios al igual que el productor, según su

nivel de interés y compromiso.

No está en nosotros el aseverar de manera contundente, que lo expuesto en incisos anteriores sea sintomático de un desgaste psicológico, o que lo recién mencionado funcione como una solución. Es más, la respuesta que se pretende y que apoyaríamos en el caso de ser planteada en un encuentro con la psicología, no por un rasgo de hipocondría de grupo, mas si por suponer que los cambios generados y aunados a los compromisos adquiridos de forma explícita con anterioridad, podrían rebasar niveles de tolerancia razonables, o por el hecho de que estos cambios tienen aspectos que derivan y valdría la pena conocer. Por suponer que el ascenso de grado académico conlleva cambios a afrontar o por la simple razón de buscar en otra disciplina puntos de interés o coincidencia, no sólo desde la perspectiva profesional sino cultural y humana.

Destacaremos que el diseño gráfico, visto como mero soporte de infinitud de contenidos, debe contemplar estructuras sólidas de manejo de información a nivel conceptual, como los diversos métodos de investigación y científicos que contienen otras áreas como la psicología; además de una solidez estructural que le permita soportar los pesos de información que podría aportar la disciplina del diseño grafico. Si bien, este no es un trabajo de carácter propositivo en cuanto a procedimientos, más que de exposición de recursos que pudieran contribuir al interés de su establecimiento, nos acerca

a la problemática que pudiera llevar a su implementación.

Si cualquier proyecto de diseño, por pequeño que éste fuera, conllevara el llenado de un programa muy completo, elaborado de antemano a modo de formulario, por ejemplo, podría incrementarse paulatinamente el nivel teórico o ubicarnos en consideraciones de esta índole, así como límites o aspectos descuidados con anterioridad; es esta una ocurrencia que surge al suponer que la psicología cubre y elabora instrumentos como éste, o que los contenidos de la imagen son tan ricos y profundos que de no estar plenamente informados, no los podremos manejar con soltura, siendo que éstos se establecen en esta área, asunto con el que continuaremos especulando en otros capítulos.

A modo de *collage*, presentamos las siguientes citas:

“Obtener toda la información relacionada con el planteamiento, el diagnóstico, el diseño y la resolución de un problema es indispensable para que un investigador desarrolle su trabajo. Dicha recopilación de antecedentes, como todo lo que implica de observación y registro de hechos y fenómenos, comportamiento de experimentos, evaluación y presentación de resultados, comprende también las técnicas, los métodos probados y los procedimientos universalmente aceptados que se utilizan para analizar y evaluar las condiciones finales de una tesis”¹²

¹² Carlos Muñoz Razo, *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*, p. 167.

“El diseño se transforma de utopía cultural en técnica de la producción industrial en el mercado de oferta. Con ello su significado experimenta un deslizamiento semántico coincidente con aquella doble acepción de ‘social’. Pasa de propuesta con contenido social a técnica socialmente integrada”¹³

“Las ciencias cognitivas representan un enfoque interdisciplinario para el estudio de la mente. La mente es considerada como ‘lo que hace el cerebro’. Diseñar, llevar a cabo un conjunto de interpretaciones para lograr una representación gráfica de un grupo de conceptos, es una actividad mental –parece pertinente, por lo tanto, reinterpretar el enfoque semiótico presentado hasta aquí, para pasar a un enfoque basado en las ciencias cognitivas”¹⁴

“El discurso publicitario goza de un éxito innegable entre el público, y aunque al parecer, no haya nadie que se lleve a engaño sobre el valor de objetividad de la publicidad comercial, buena parte de los consumidores se fijan más, sin embargo, en la publicidad comercial que en otras fuentes de información económica más imparciales y más serias”¹⁵

¹³ Norberto Chávez, *op. cit.*, p. 94.

¹⁴ Román Esqueda, *El juego del diseño. Un acercamiento a sus reglas de interpretación creativa*, p. 101.

¹⁵ David Victorof, *La publicidad y la imagen*, p 104.

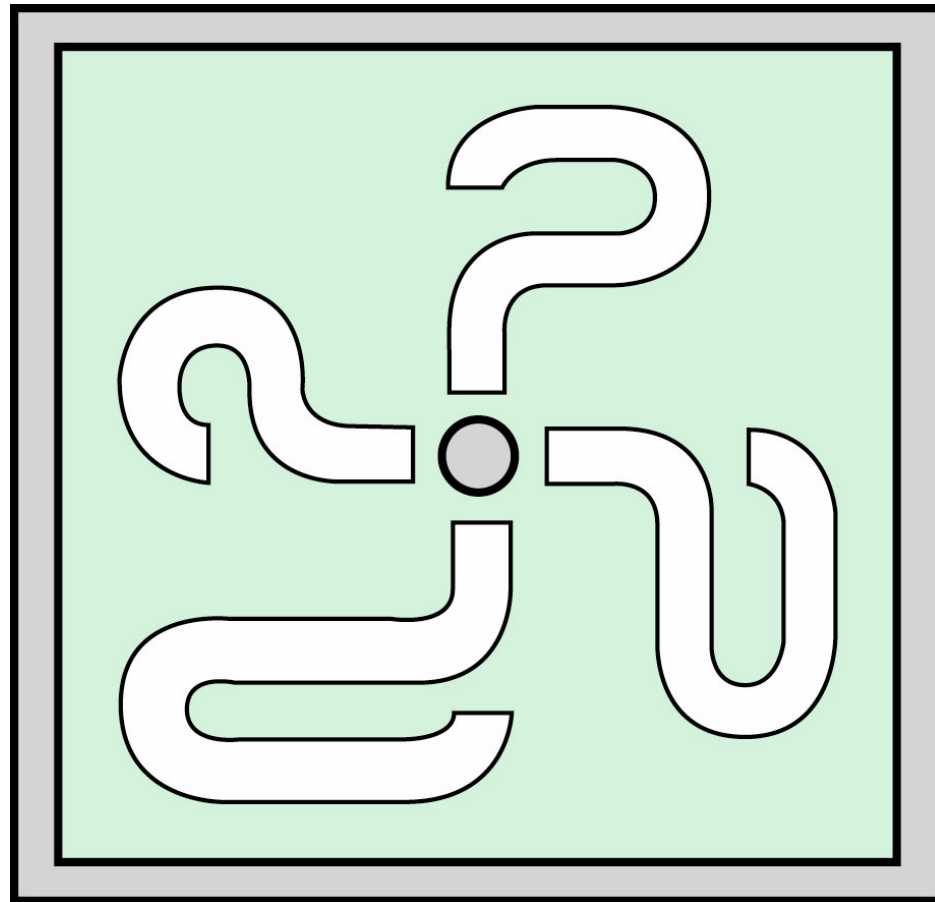
Capítulo II

Enfoque humanístico del Diseño Gráfico



Enfoque humanístico del diseño gráfico





2.1 Un trabajo anónimo

Enfoque humanístico del diseño gráfico

El modelo del sistema educativo al que pertenece la UNAM, es de índole masivo y por su carácter, tanto el alumnado como el profesorado condicionan el trato interpersonal a esta naturaleza, es decir colectivo, donde continuamente se trata con múltiples personas, que a su vez pretenden ser únicas y auténticas.

Dada la misión de la institución, el profesor y el alumno son llamados a salir del anonimato a través del ejercicio académico, sin que por ello se diluya su valor como personas, el cual se expresa primordialmente en los espacios extra-aula y extra-administrativo.

Por el carácter “artístico” de las carreras impartidas en la ENAP, el fenómeno expresivo se extiende al ejercicio académico con igual o mayor fuerza, lo cual contrasta con el comportamiento de otras escuelas, profesionales o de nivel medio. Esto sucede o debe suceder, pero de forma muy conciente, y aunque suene contradictorio, de manera controlada.

A medida que el carácter del diseñador gráfico se manifiesta en el trato cotidiano, podría decirse que está mal canalizado, por ser de índole gráfica la labor, y a medida que sucede en este ámbito... comenta Jorge De Buen: “Exhibir las ideas del autor no al diseñador”. Dicho criterio lo complementa argumentando que existen formas atractivas de hacerlo.

¿Quién no, al conocer al “artista” visual, musical o escénico, ha experimentado un deseo irrefrenable de expresión? Aún más si es el condiscípulo; pero el artista es quien nos transporta de aquí a allá y nos regresa sanos y salvos al anonimato que... versa:

Es anónimo nuestro trabajo y no por ello negativo ni negado por las auténticas directrices, formadas en la más pura actitud de servicio y laboral, concientes del valor humano y de las inquietudes de sus agremiados, que informados de los límites en las partidas destinadas a su bienestar, se solidarizan libre y voluntariamente...

¿Quién no, al salir de un ámbito populoso, ha experimentado el deseo de expresión fuerte y claro y más aún si valioso le era el bullicio?

¿Quién no, en la presentación de un proyecto colectivo que implica esfuerzo y dedicación personal, quisiera figurar de forma más explícita?

“Exhibir las ideas del autor...” Y las del diseñador gráfico, para que vea quién *qué*, sin por ello descalificar la cita anterior.

Si el diseñador gráfico no es esa estrella, no es que por mérito propio no pudiera serlo, si no es el

interlocutor o el dueño del mensaje, no es que no pudiera jugar ese papel; pero como dice Marshall McLuhan: “el medio es el mensaje”, me parece un rebuscamiento, una aberración, que en el mejor de los casos habla de la conciencia de lo que aquí tratamos, y una inquietud de hacerse presente ante el esfuerzo realizado en el proceso de consolidación del proyecto, no porque no sea una legítima aspiración, en un momento dado, pero diríase que más a nivel humano y no tanto profesional. Lejos de descalificar la célebre frase, es motivo de profundización al interior de la disciplina, pues lo demanda la estructura, asunto que retomaremos enseguida, después de adherir a la idea la demanda de literatura externa, más amplia y adecuada de lo que es el diseño gráfico, y ser diseñador gráfico implica, límites y alcances.

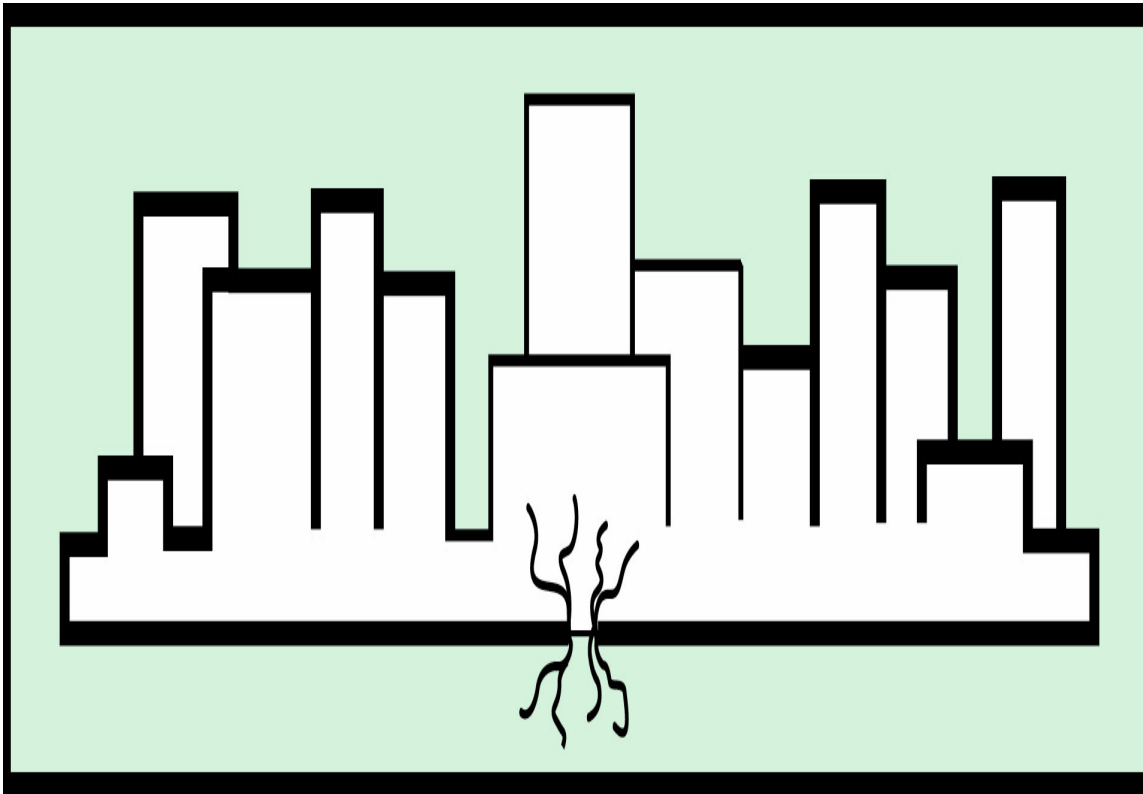
La estructura interna, como se comentó en el capítulo anterior, es una amalgama disciplinaria, que no debe excluirse sino dimensionarse, es decir, si es parte de la configuración esencial del diseño gráfico, el mismo debe irse liberando en pos de una infraestructura más sólida, propia y auténtica; a la vez, restituir a las disciplinas involucradas en su desarrollo, los valores correspondientes, a fin del establecimiento de fronteras más claras, de interacciones de alto nivel como amerita la urgencia del proceso.

El *boom* tecnológico nos expuso de improviso y resultamos ser tan áridos o atractivos como siempre, pero como históricamente se deja ver, volvió a aplazar el desarrollo de modelos de organigrama, de

identidad interna y externa a nivel disciplinar y gremial, de trato y relación interpersonal, protocolos de cortesía social al interior y exterior, etc.

¿Lo que se deja ver en el ordenador o microcomputadora es lo que somos y conlleva el protocolo adecuado? Es quizá, motivo de reflexión.

En una sociedad moderna los aspectos humanos se ceden a disciplinas como la psicología, pero algunos de los problemas que se observan en el periodo 1985-89, con relación al condisciplinado, fueron de elemental trato y reglas de urbanidad, siéndome ajeno el poner en tela de juicio el desempeño del profesorado y de todo aquél que no se encuentre en apertura para la crítica constructiva, meramente constructiva, más allá del carácter personal que pudiera suponer, como todo lo expuesto con antelación.



2.2 Grafía: del hombre al hombre

Para abrir este apartado, como sucede en toda apertura lineal remontémonos al origen:

“El símbolo es característicamente la taquigrafía de la comunicación visual y siempre que se usa, especialmente en el arte primitivo, canaliza una gran energía informativa desde el origen – creador- a la audiencia”¹⁶ .

Dondis nos conduce al carácter comunicacional de la imagen, uso de ésta muy generalizado pero no único, como constataremos posteriormente en este ensayo, pero que ejemplificaremos someramente al referirnos a la imagen que en ocasiones nos acompaña en un diálogo interpersonal, misma que no funciona como medio o fin comunicante, en tanto nos encontramos inmersos en la conversación y que por ser casual, puede resultar no sólo ajena, sino grotesca, absurda, etc., como se le ha dado en llamar a todo aquello que interfiere en la comunicación, en este caso verbal.

En la reunión semanal con colegas y amigos en el café, se animó automáticamente lo que decía cada uno de manera improvisada, en las pantallas de ordenador que llevábamos, y aún cuando Joaquín no fue, no lo extrañamos, pues los diseños de su conversación fueron de primera; esa compañía tiene un buen banco de imágenes y correctores conversacionales, sólo falta que nos manden por la pantalla *ípsa facto* cosas como...

¹⁶ Dondis, *Op. cit.*, p. 156.

Enfoque humanístico del diseño gráfico

La presencia de una persona en particular, donde nos encontramos, puede ser para fines prácticos, económicos y de otra índole, que bien puede no ser primordial para todos, pero es algo que despierta un sentido diferente de ser y de actuar; desde siempre hemos llorado por nuestros difuntos, por mencionar un sentimiento en particular, o nos hemos decepcionado cuando no coincidimos con alguien con quien habitualmente coincidimos, hacemos hasta lo indecible por seguir frecuentando a alguien o por apartarnos de él, y este fenómeno es similar de la imaginaria, ¿sustituto o entidad?

Del hombre al hombre, versa en el sentido anterior del hombre a la mujer y viceversa, de la mujer a la mujer, etc.

Quien, conciente de esto, corrompe la grafía del hombre al hombre, corrompe el fin laboral; lo mismo sucede en el ámbito fraterno, al corromper las relaciones interpersonales, y quien se excusa de una con la otra es igual. No porque no se pueda ser diseñador, en este caso, y tener las relación deseada, a menos de ser víctima de la corrupción o sutilezas que adoptan ambas prioridades, situación que se generaliza en otras instancias.

Nos es accesible lo que nos procuran las personas con quienes tratamos y lo que procuramos en la legítima defensa mutua de la legalidad, verdad y demás valores implícitos y explícitos.

La realidad que se vive en la urbe más grande del mundo (el DF), es muy compleja desde la perspectiva del estrato educativo alcanzado: “diseñística”, humana y demás consideraciones, tanto nacionales como internacionales, enrarecen la claridad y practicidad, situación que es similar en otros estratos y bajo sus propios parámetros.

En el desenvolvimiento interpersonal en el que me he visto involucrado en múltiples ocasiones, me he encontrado con que las personas, en cada caso particular, carecen de un sinnúmero de estructuras tanto afectivas, psicológicas, intelectuales y urbanísticas para enfrentar la realidad, contexto o urbanidad, como se le denomine; esto, desde antes de que se planteara en mi conciencia, que no basta el trato estable y dativo como individuo para lograr una correspondencia coherente, que el innumerable conjunto de objetos que nos rodean no contienen, como tampoco las personas, la solución que demanda, demandó y demandará el futuro de la sociedad y del individuo en particular. Llamamiento al diseño, en cuanto a sus contenidos y fines, pues es en él que se encuentran los medios de reproducción masiva de respuestas, ya que en ocasiones no son muy concientes los ciudadanos de su carencia.

El título del apartado, enfatiza el carácter humanístico de la gráfica, pero en el desarrollo se pretende alcanzar el nivel complejo que implica el ciudadano y el diseño gráfico.

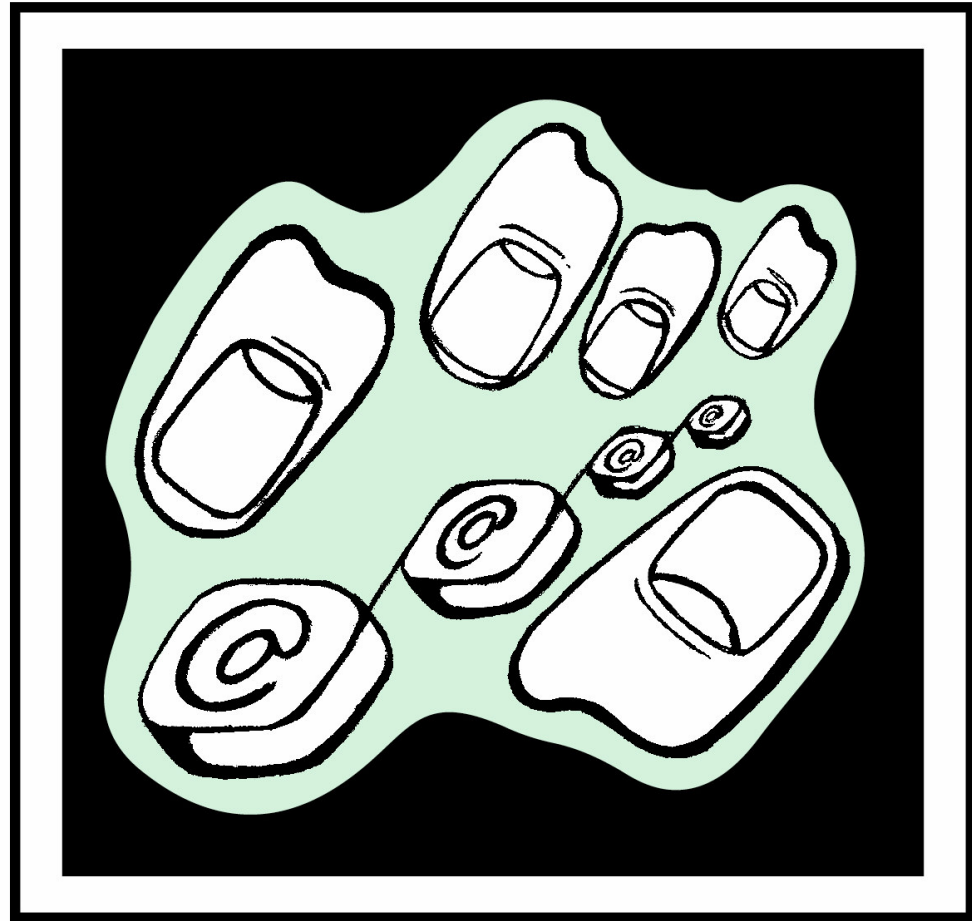
Enfoque humanístico del diseño gráfico

Proyectos de diseño, más que un dibujo aislado, ciudadanos altamente integrados con relaciones del mismo carácter y no sólo personas; según la opinión de Jordi Llovet:

“En otros términos, y aprovechando la maleabilidad de aquel vocablo alemán, bien podemos decir que el entorno objetual –más aún, el entorno proyectual- que nos acompaña es también uno de los elementos objetivos por los que se fragua, a su modo, la sociedad de nuestra época. Los objetos nos hacen tanta compañía, las señales gráficas inciden con tanta relevancia –y tanta perseverancia- en nuestro entorno, que no es arriesgado afirmar que entre otras cosas, las sociedades modernas son precisamente sociedades gracias al papel que en ellas asumen, a muy distintos niveles, los elementos diseñados”¹⁸

Esto es, una carrera contra la caducidad del valor de signo, del producto de diseño, y la adecuación del signo para la urbe de México y el futuro.

¹⁸ Jordi Llovet, *Ideología y metodología del diseño. Una introducción crítica a la teoría proyectual*, p. 12.



2.3 Tecnología versus humanismo

Enfoque humanístico del diseño gráfico

Resulta, en principio, absurdo, que con la llegada de la tecnología o la macro-urbanidad nos refiramos a personas en particular, o a tal o cual comportamiento en el proceso laboral. Pero es absolutamente válido cuando funcionan como estereotipos o clichés, de lo que se reproducirá en otras personas, quizá en el masivo, durante largo tiempo, y más aún si lo que observamos y reflexionamos nos parece nocivo, de este modo podemos producir soluciones de diseño que modifiquen tales conductas a corto plazo. En cuanto a lo positivo, tenemos que generar conciencia en los demás, que no es casual, aún cuando así le parezca al protagonista mismo.

El universitario es dado a pensar que su comportamiento puede ser, en un momento dado, el mismo que antes, el de cualquier individuo de su edad o el de sus mayores sin formación profesional; que en él no recaer la responsabilidad de lo que es estar y ser conciente de su sociedad y, por lo tanto, plantear soluciones.

En su momento, el universitario como cualquier adulto joven, carece de estructuras psicológicas sólidas, pero más aún, de aquellas que puedan soportar su desenvolvimiento profesional y humano, según el papel que juega en la sociedad y lo que la misma espera implícitamente de él.

Solidarizarse a tiempo con el universitario, es solidarizarse con la sociedad y consigo mismo, con el futuro.

Que el universitario goce del tiempo requerido y las herramientas de meditación que fortalezcan su interioridad e individualidad, es su y nuestra responsabilidad, que el ámbito universitario sea un ámbito sólido y completo, no sólo en el sentido académico sino en el emocional y social, de apertura y confianza que permita la adquisición de compromisos estables y duraderos, maduros, con el entorno que irá paulatinamente más allá de lo escolar.

¿Hablar de tecnología es preguntarle, cómo te sientes, cómo te han tratado, tienes tiempo de recreación, tus afectos te son los que debieran, y has pensado que por donde tú transitas transitará quizá toda una sociedad, que lo que adquieras para ti será lo que podrán adquirir?

De la fantasía de Méliès a la realidad: el viaje a la luna. ¿Pero es el mismo individuo común o no? Si nos encontramos con una persona más fantasiosa o incompetente, con alguien asustado por lo que pueda suponer el acontecimiento, entonces la tecnología sería un adelanto objetual inverso al desgaste psicológico o emocional, pero si es la misma persona resultaría igualmente delicada la situación, pues aunque indirectamente, es parte de su realidad y quizá en un futuro, lo sea directamente.

Se desprende del párrafo anterior, que casi siempre los cambios, en este caso tecnológicos, llegan de improviso y motivan una serie de actitudes y acciones que más allá de ser a favor o en contra, rompen con un estado de equilibrio psíquico, que en la inexperiencia no se restaura con prontitud y eficacia, y

Enfoque humanístico del diseño gráfico

fuerzan las estructuras en su marcha y dirección, siendo que generalmente no se está preparado para este nuevo ritmo, ni se planteó el llegar a tal sitio.

A medida que el estudiante, inscribiéndose en el contexto estudiantil, se encuentra medianamente comprometido con sus estudios al igual que sus profesores y administrativos, es lógico aceptar que escapan de sus consideraciones asuntos que acontecen cerca de ellos, algunos que son paradójicamente primordiales en sus vidas y que se van resolviendo o no, según terceros, la inercia del acontecer, o su propio actuar que dista de una reflexión profunda. Es esta consideración pertinente, en lo tocante a la atmósfera universitaria, y es lo que las personas denominan “mi vida privada”, donde en ocasiones no existe por falta de una planeación institucional.

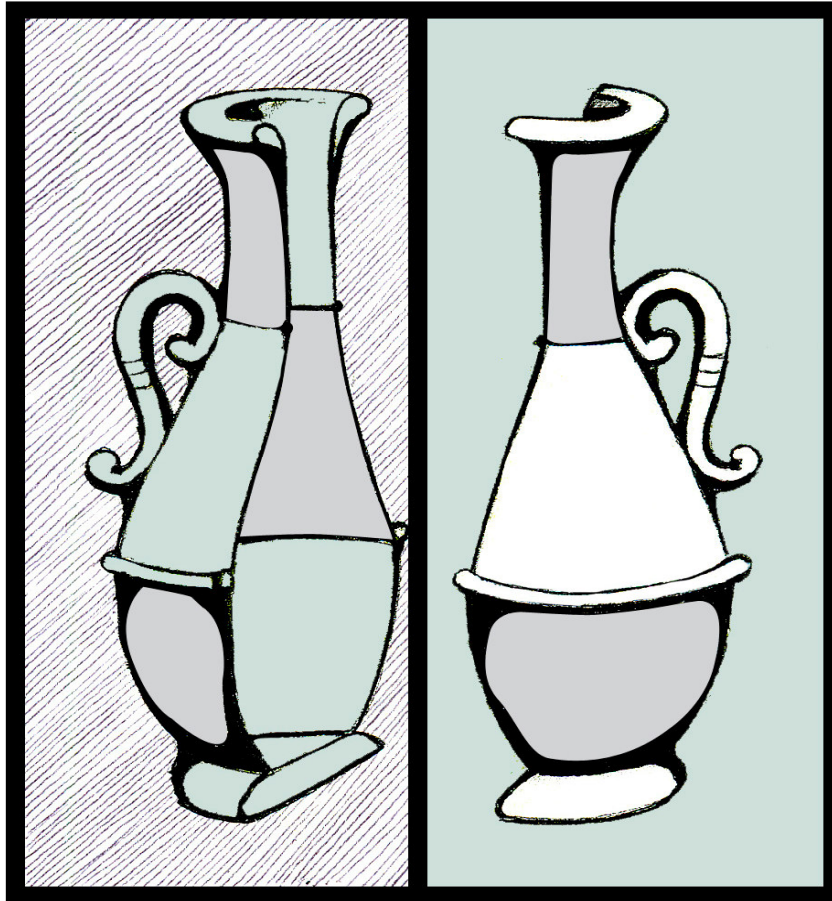
Excelencia versus humanismo, tecnología...

Según la siguiente cita, las exigencias académicas deben congeniar con realidades de índole personal:

“Amor, relaciones de pareja y paternidad. En algún momento de su vida, casi todos los adultos establecen con otro adulto relaciones a largo plazo basadas en el afecto. Esto puede ocurrir en cualquier etapa de la vida, pero se observa sobre todo en la etapa adulta joven”¹⁸

¹⁸ Charles G. Morris y Alberta Maisto, *Psicología*, p. 422.

Si bien es cierto que existen una serie de consideraciones, como la no pertinencia y responsabilidad, en principio sería prudente y oportuno ir cubriendo estos aspectos, más allá de una vigilancia, con programas y planeamiento, puesto que pueden descalificar los objetivos escolares de forma indirecta.



2.4 Ética y moral en el Diseño Gráfico

Existen innumerables comportamientos sociales extra universitarios, que sin duda podemos calificar de amorales y antiéticos, pero legales; refiriéndonos a ellos como ajenos por criterios que relevan y que, en un momento dado, argumentándose como lo que son, legales, nos pueden colocar en una situación delicada frente a principios que nos unen e identifican, y no sólo en el ámbito considerado de manera inmediata, algunos otros que han anidado en nuestro proceder, descalificándonos continuamente, y esto se ve reflejado en nuestro trabajo como alumnos, profesores, administrativos, profesionales, por el carácter que adopta la imagen en x momento, como el proyectivo (reflejo), del que nos ocuparemos posteriormente.

El que un diseño esté bien realizado, es una cuestión, sin duda, relativa a muy diferentes consideraciones, entre las que encontramos como diseñadores gráficos, la técnica adecuada y correctamente ejecutada, temática asimilada y jerarquizada, recursos gráfico-sintácticos, medios de impresión y tiraje, costo-beneficio, etc. Pero existen muchas maneras de ver y comprender un diseño, entre las que se destacan las psicológicas por el enfoque humanístico que conllevan., y porque no podemos olvidar que un diseño está dirigido fundamentalmente a los seres humanos, a los individuos; claro está que otras disciplinas tendrán a su vez distintos enfoques del producto de diseño, que de uno u otro modo están al servicio de la sociedad; pero nos atrevemos a establecer que no es tan directo como el de la psicología.

El anterior criterio, nos coloca en la consideración de la existencia de infinitud de maneras de valorar un único diseño, entre las que destacamos las humanísticas, y de éstas las que conllevan un carácter ético y moral. Pero, ¿cuál es este carácter y cómo alcanzarlo? Este es el comentario de Llovet:

“Todo el mundo coincidirá en que el poseedor de un florero shiva –que por lo demás, suele instalarse desnudo, es decir sin flor, encima de una mesa o de una estantería- puede ser adulator conciente o inconsciente de los genitales masculinos”¹⁹

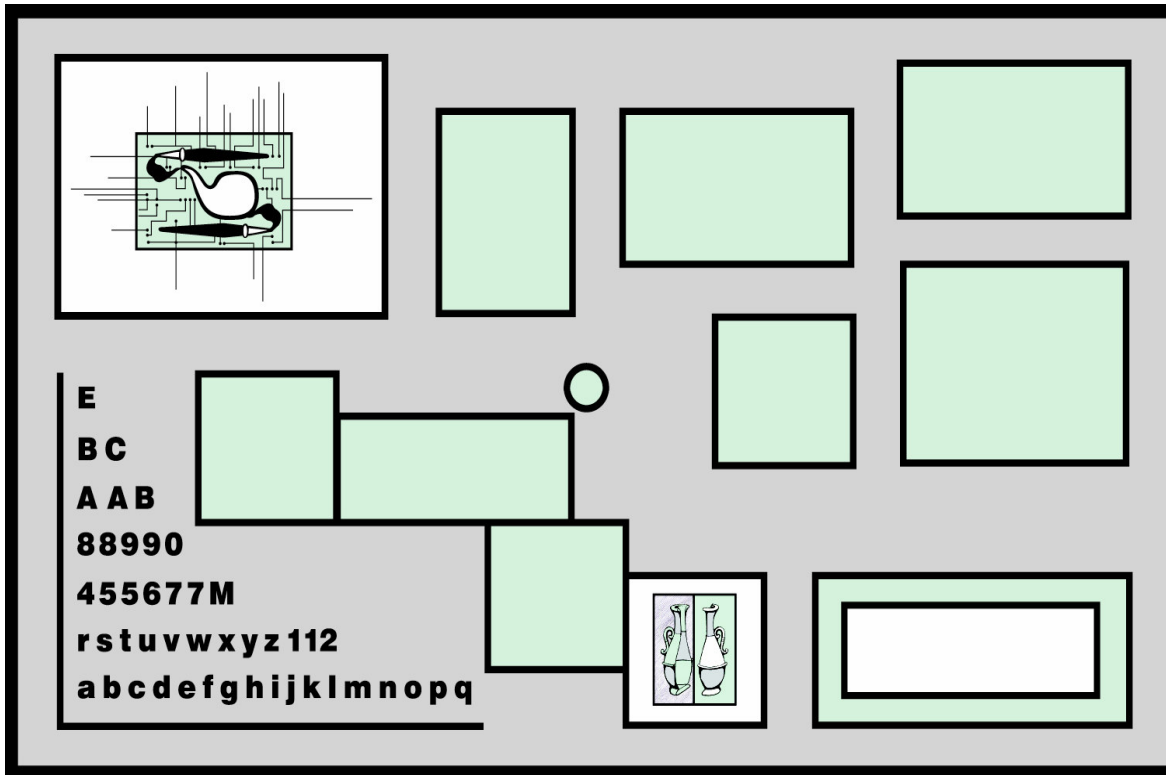
Ahora destaquemos los dos últimos renglones y aceptemos, *a priori*, que se trata de una idea que en la mente de un psicoterapeuta (doctorado en psiquiatría) puede estar concluyendo que se trata de un caso clínico, de perversión sexual, y que sólo en su mente se encuentra plenamente justificada esta idea, además de tener la intención y aptitud de sanar tal padecimiento.

Si la observación del párrafo anterior es cierta o no, es asunto que no abordaremos ni comprobaremos; pero habría que apuntar que Llovet se aventura en terreno escabroso en el análisis de un diseño, y cabría preguntarse si el diseñador o el objeto tienen las bases o la legítima autoridad para adentrarse en tal temática, en el orden de la producción en serie; en este caso, un libro o el objeto referido. Asunto que tampoco daremos por cierto o falso, pero que sería válido detenerse a reflexionar mucho antes de llegar a tales encrucijadas.

¹⁹ Llovet, *Op. cit.*, p. 13.

Porque, más que tratarse de un diseño y opinión del mismo, se refiere a un problema de índole ético-moral, que a su vez se puede inscribir en lo que es o no aceptable a nivel social, según el contexto y momento histórico, apegado a las costumbres.

Sin duda, más de un pos-adolescente o adulto joven se deja llevar por imágenes (ideas) que circulan en ocasiones de manera clandestina, o “modas” que no tienen salida social, incurriendo en faltas morales primeramente, en tanto no tiene lo suficientemente asegurados sus valores, y posteriormente, en faltas éticas cuando tiene un compromiso laboral. Desde luego que el universitario común es una víctima fácil, por criterios ya esbozados en el apartado anterior (2.3)



2.5 Identidad del diseñador gráfico en el medio

El diseñador gráfico es, sin duda, una figura que se construye día a día en el medio social y laboral; en el académico, que no es fácil de consolidar ni caracterizar.

Habríamos de desterrar la falsa idea de que es un “monero” o letrista, y establecer el carácter de proyectista como algunos autores le denominan, al igual que al producto de diseño:

“Los ejemplos que acabamos de analizar nos permiten suponer que un problema circunscrito a la superficie geométrica de dos dimensiones del diseño gráfico o a la superficie de tres dimensiones del diseño objetual. Se pretenda o no como solución a un problema existente al margen del objeto, el hecho es que todo objeto de diseño, una vez proyectado e instalado, se conecta siempre con un entorno (humano y ecológico) directa o indirectamente”²⁰

La proyección, entendida en los términos expuestos, se refiere a generar relaciones, relaciones personales que den origen a diseños (objetos), que a su vez interactúen en el medio, se proyecten, aunando a este proyecto el carácter de complejo por su dimensión y alcances.

Por lo tanto, el diseñador gráfico en el gremio de las artes gráficas es o debiera ser la entidad comunicante, correlacionante y representativa de las posibilidades de desarrollo; portavoz de los múltiples intereses del medio y posibilidades. Pero antes de esto, es indiscutible la necesidad de

²⁰ Llovet, *Op. cit.*, p. 25.

Enfoque humanístico del diseño gráfico

acuerdos y consensos entre profesionistas de la misma área, en cuanto a políticas internas que por un lado congenien con los intereses del gremio y por otro con el de las otras profesiones, con el del cliente en su momento.

Una infraestructura sólida como bloque socio-laboral, es lo que se percibe de otras disciplinas como la medicina o la arquitectura, pero no del diseño gráfico. Labor que corresponde desarrollar al profesionista.

Como se apunta con anterioridad, en el desarrollo de este ejercicio: organigramas, escalafones, perfil de puestos y funciones, estrategias, etc. Sin duda, en el proceso histórico se va dando un acomodo de manera natural, pero hacerlo consciente permite depurarlo, fortalecerlo para optimizar recursos tanto materiales como humanos.

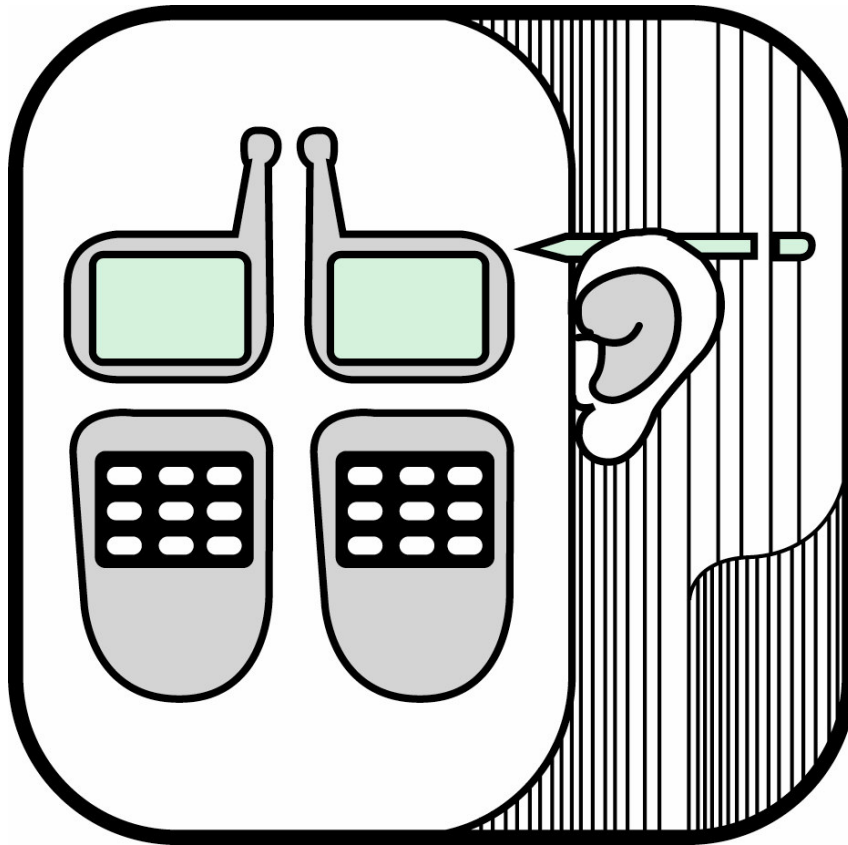
No es de extrañar que otras áreas del conocimiento o de la industria tecnológica nos abarquen o rebasen, en tanto no se cuenta con lo señalado o por lo menos no existe la conciencia plena de ello en el nivel educativo que se pretende sustentar.

En libros como el de Llovet o Chávez, se habla de congresos como de algo que ya ocurrió, que sucedió en el extranjero, mas debiera ser algo permanente, de manera local en instituciones como la

ENAP, que por precaria que fuera la implementación de la estructura encaminada a estos fines, podría generar aportaciones significativas al medio.

¿Qué se revolucionó el concepto del diseño gráfico y la literatura como la técnica es obsoleta? Y que hoy por hoy , x programa de cómputo es la llave, al igual que tal criterio; que subsiste la huella del desarrollo socialmente, así como actualizarse es difícil y costoso, además de colocarnos en una relación de igualdad (en el mejor de los casos) con el recién incorporado; son realidades que demandan conciencia de quienes dan prioridad en el diseño gráfico como legado, o figuran como actores de cambio, lo que es producto de nuestro momento histórico y es legitimado, nuestra aportación como grupo o individuos.

Abonar el camino es promover la tolerancia y el fomento de actitudes e ideas que caracterizan al individuo que en un momento dado será el diseñador gráfico; es el diseñador gráfico, no como se pretende en el medio educativo o laboral, según el cliché. Pues podría aseverar que el nacimiento de la mini computadora personal (por citar un ejemplo) se da en atmósferas que cultivan valores como éstos, que son estimulantes y acogen el carácter propositivo más que la rutina.



2.6 Identidad social del diseñador gráfico

En la actualidad, basta con entrar a un café internet y manipular de manera intuitiva algún programa para darle presentación a un texto o adquirir una imagen interesante; aunque no cabe duda que hay personas que tienen muy mal gusto para organizar la información, también las hay con una intuición bien desarrollada; este patrón es similar en la video filmación y foto procesos. Pero sucede que cuando se pone de manifiesto el hecho de que somos diseñadores gráficos, primero no están seguros de que lo que hacen es lo que nosotros desarrollamos de manera profesional, segundo; no creen que sea indispensable para sus necesidades nuestra intervención.

Del plano anterior a la demanda de diseño en la mediana empresa, se llega a carecer del conocimiento específico acorde a sus necesidades o del equipo profesional, lo cual coloca al diseñador en situaciones difíciles, que suele enfrentar argumentando que no es su “área”, dicha postura nos sitúan frente a lo expuesto en el inciso anterior (2.5), resumiéndolo en la carencia de una coordinación profesional; pues en la praxis contamos con dos compañeros generacionales que tienen el mismo equipo que nosotros y, no podrían resolver el problema, además de no tener desarrollada la mentalidad de “traspaso” (o *turner*, en términos médicos) del problema.

Retomando a Llovet, el proyectar requiere de la implementación de instrumentos, al igual que una mentalidad más ágil de lo que es el diseño; esto es, contar con una amplia agenda de diseñadores

Enfoque humanístico del diseño gráfico

especializados, la cual se conforma a partir de las relaciones humanas, sociales y laborales, en el contexto mismo de la escuela; lo que nos saca del plano limitado y nos coloca frente a frente, dejando de lado las diferencias y superando las rivalidades, nos obliga a romper con el estrecho esquema de clausura de estudios o graduación en el que es posible no volver a saber del discípulo, ya que en adelante, somos parte de un gremio y por algo nos caracterizamos, salvo por la ausencia.

De tal modo se es diseñador, en tanto se resuelve cualquier problema que nos plantee el cliente, al precio del mercado, en el tiempo promedio. El producto de diseño no funciona como una chamba inconexa, sino como una pieza modular de la macro-estructura del diseño local, nacional y más.

Si la sociedad nos identifica como gremio, entonces iremos por buen camino, si las imágenes o diseños objetuales se distinguen de los ya existentes, vamos en ruta ascendente.

Y, en cuanto al contexto gráfico, es evidente que se cuenta con imágenes o acomodos de texto, etc., que han aportado otros diseñadores para que los utilicemos, pero limitarnos a reproducir soluciones no debe ser la conformidad de los diseñadores gráficos, como lo es del usuario común de los medios electrónicos, y he aquí el reto del camino a recorrer.

Cuando oímos hablar de la “creatividad del mexicano”, estamos oyendo en realidad una referencia indirecta al quehacer de la ENAP, del diseño gráfico, del gráfico (o máquina de hacer diseño) que concretaremos hoy.



2.7 La Psicología en el Diseño Gráfico

El valor psicológico del diseño gráfico en términos generales es muy amplio. Amplia es la forma en que el ser humano se relaciona con los objetos, el fin para el que estos fueron creados, o el modo en que cumplen con otra función distinta de la propia.

Por otra parte Román Esqueda. Destaca el valor de los procesos mentales, desde la etapa de elaboración del diseño gráfico; bajo la visión de las ciencias cognitivas (ref.)²¹, entre las que encontramos: la sociología y la psicología, así como las denominadas neurociencias.

En tanto el producto de diseño es valorado por Jordi Llovét. Desde los individuos y sus necesidades, la sociedad y el momento histórico por el que transitan. Refiriéndose, al valor de uso, cambio, y signo; que adopta el objeto en un momento dado.(ref.)²².

En este orden, el diseño como sujeto, producto y generador de: sentimientos, emociones e ideas; se plantea como una entidad psicológica, que se vale de los medios, técnicas y recursos gráficos. En su génesis; la interpretación de conceptos mentales para la generación de las propuestas de diseño. En sí mismo; como portador de un contenido que va más allá de su carácter gráfico. Y como generador; en tanto apareado con la experiencia del receptor, adquiere un plus polisémico de orden psicológico.

²¹ Román esqueda. *El juego del diseño*. pp 101-102

²²Jordi Llovet. *Ideología y metodología del diseño*. pp 53-55

Enfoque humanístico del diseño gráfico

Específicamente la generación de una atmósfera psicológica, en un diseño determinado, está sujeta a la forma en que los elementos gráficos se unen a través de las llamadas técnicas de comunicación (ver inciso 3.5); entre otras consideraciones. Tenemos en el nivel antes mencionado, lugares comunes en que coincidimos como diseñadores; pero que no siempre reparamos en su valor psicológico, como es el caso de la profundidad. Un plano de dos dimensiones no es profundo, pero al asociar las “sensaciones” (parámetro psicológico) del plano tridimensional, con representaciones gráficas, como la perspectiva, logramos esta ilusión.

En otros términos, existen imágenes que son auténticos íconos sociales – como la Gioconda o el hombre en la luna entre muchas otras – de las cuales más de un diseñador se ha valido para sus composiciones; generando así un juego psicológico, al transportar su valor simbólico al diseño en cuestión; el cual asocia el espectador con el poder de la imagen icónica. Así la “ trascendencia”, entre otros sentimientos o deseos reprimidos a nivel inconsciente, pero que funcionan como motor para una acción, como la adquisición o apego al diseño que se afilia a la imagen o símbolo original; son comportamientos sin duda del orden psicológico; pero que maneja H. K. Ehmert . Profesor de bellas artes (ref.)²³

Un diseño tiene la capacidad de generación de: estatus, sentimientos de pertenencia, poder,

²³ H. K. Ehmer. *Miseria de la comunicación visual*. pp 201-209.

exclusividad, identificación, y muchos otros estados mentales, psicológicos. Este fenómeno bien conocido por el publicista, abarca: identidad corporativa, productos de consumo básico, artículos de lujo, símbolos gubernamentales, marcas de prestigio, literatura, y todo el ámbito del diseño gráfico. Los diseñadores en ocasiones son acusados de infiltraciones subliminales; que a mi juicio, de ser ciertas, escapan en ocasión, hasta de la conciencia del propio diseñador.

El valor psicológico, intrínseco o añadido al diseño gráfico, está sujeto a: convenciones sociales, el aprendizaje, la reflexión, el condicionamiento, las sensaciones, percepción; es decir a todo tipo de conductas psicológicas; según se comento al principio del apartado.

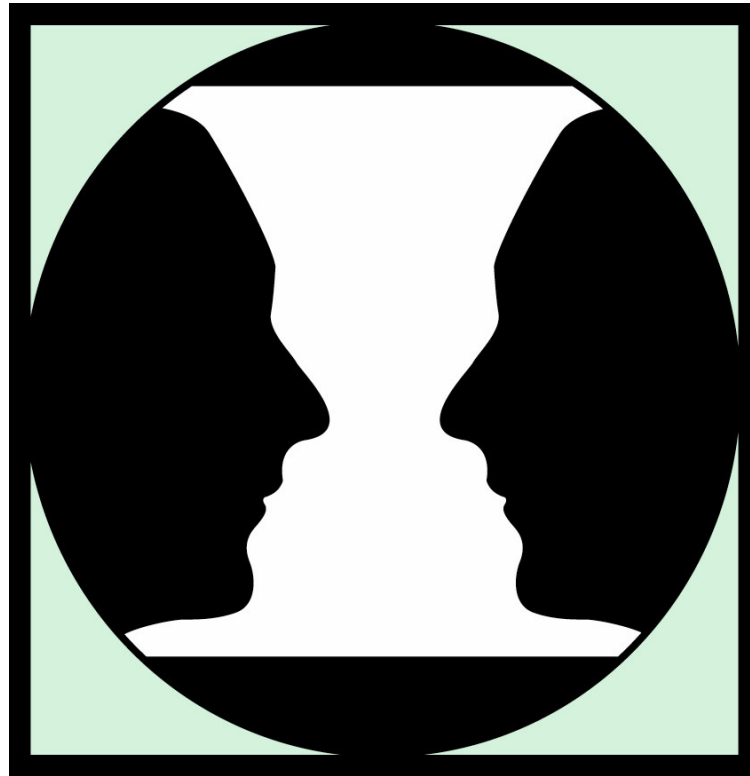
Finalmente cabe destacar, que reparar en los contenidos del diseño y en particular los psicológicos, ya sea: en su consecución, como producto, o consumo; conlleva reparar en las personas, en sus comportamientos y motivaciones, productos del entorno visual y no visual.

Capítulo III

Materias y temas de interés para la Psicología en Diseño Gráfico

Materias y temas de interés para la psicología en diseño gráfico





3.1 La materia de -psicología del diseño gráfico- en la ENAP

Materias y temas de interés para la psicología en diseño gráfico

Para el mejor entendimiento de este apartado y los dos siguientes, es necesario que seamos más específicos al contextualizar de manera precisa la materia que nos ocupa: se impartió en tercero y cuarto semestre del programa correspondiente a la carrera de Diseño Gráfico, sin el actual enfoque de la comunicación.

Fundamentos de la psicología y la percepción , así como la relación que guardan con el diseño gráfico, pero más específicamente con el arte, son los temas que aborda el libro (que es una referencia obligada) de Rudolf Arnheim, así como el autor principal que en este caso es Freud.

Una definición sintética de lo que es la psicología y el funcionamiento del sentido de la vista, complementándose con algunas leyes ópticas, que en palabras llanas, describen dicho funcionamiento y la percepción visual; este marco teórico es la mejor vía para entender conceptos tales como la “perspectiva”. Para quienes les resulta inquietante lo que sucede más allá de lo convencional de la imagen o en el devenir de la imagen al productor y consumidor (en términos de comunicación, emisor-receptor), para esas personas en particular, y comprendiendo que su interés es desentrañar un “misterio”, es que manejaremos de un modo distinto al acostumbrado, el ejemplo que es muy conocido en diseño y psicología, ya que es utilizado comúnmente para explicar el concepto de fondo-figura y reversibilidad.

En su libro, Betty Edwards nos habla del carácter confuso del dibujo²⁴; en el texto de Paul Mussen, al igual que en otros, se nos explica la forma en la que se puede interpretar el mismo dibujo como dos figuras o una sola diferente y viceversa. Hay una tercera opinión que argumenta que tan sólo se trata de dos figuras y la “non”, que en realidad es fondo, o que la “non” es la figura y el par funciona como fondo (ver imagen al principio del inciso).

Por nuestra parte, y apoyados en la teoría de la luz y la sombra (espacio positivo y espacio negativo), podemos agregar que lo negro funciona como fondo mientras que lo blanco es la figura, lo cual significa que los perfiles humanos deberían estar representados en blanco, o bien que el cáliz es la figura y por ello es blanca.

Lo planteado en los últimos dos párrafos parece sencillo, pero tiene vínculos profundos con teorías que involucran a la psicología, sobre todo el tema de la percepción visual, y con el arte por antecedentes pictóricos muy representativos. Agregaré, por último a este respecto, que en lo personal me ha llegado a disgustar esta imagen por su carácter trillado y recurrente; sin embargo, con el fin de agotar el tópico y hacer la “última” anotación sobre el motivo es que la incluí, no así los temas involucrados, los cuales retomo con placer.

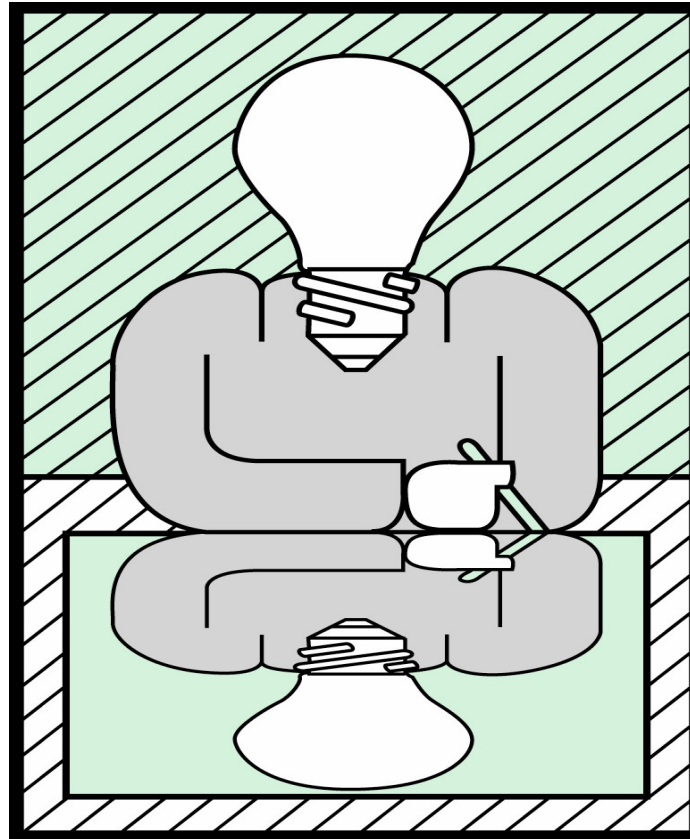
²⁴ Betty Edwards, *Aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro*, p. 79.

Materias y temas de interés para la psicología en diseño gráfico

Es de notar que de una imagen se pueden desprender varias explicaciones, todas ellas válidas: según el enfoque disciplinario y aún dentro de una misma disciplina, dependiendo del tema. Pero algo que es realmente importante, es que no se improvise en la argumentación de los diseños, es preferible enlazar temas y materias, desde factores psicológicos, codificación semiótica, recursos gráficos, soportes técnicos, estudio del receptor o receptores, etc. Lo cual es, desde luego, una tarea mental e intelectual, incluso psicológica, que demanda la agilización temática en términos de dominio y aplicación, y he aquí, precisamente, la distancia entre el técnico del diseño y el profesional.

Existe una gran cantidad de teorías y autores en materia de percepción visual, algunos de los que se estudian para abordar al arte, disciplina paralela en muchos sentidos; otros autores se especializan en materia de comunicación, que es el enfoque actual de la carrera de diseño, y finalmente otros, que duermen en el sueño de los justos, se dedican a la psicología, misma que no se agota en el tema de la percepción, en cuanto al interés para el diseño gráfico, tal como se pretende revelar en este ejercicio.

Por último, cabe mencionar a algunos autores, extraídos de los apuntes de la materia que cursé en la época señalada; entre ellos están Teresa del Conde, Gombrich, Ehrenzweig, Lleims Hogg, S. Haward, lo que podrían orientarnos en las futuras incursiones al presente tema.



3.2 Las temáticas implícitas en las asignaturas pero “ignoradas”

Materias y temas de interés para la psicología en diseño gráfico

La creatividad es un factor fundamental en la elaboración de cualquier diseño, sin embargo no fue un tópico que se abordara durante el proceso educativo, quizá porque se dio como un hecho el que ya éramos creativos, o tal vez se trata de un tema que depende del establecimiento previo de los fundamentos del diseño, los cuales son vastos; como sea, para racionalizar el tema me di a la tarea de investigar alguna literatura y encontré títulos como: *Creatividad y transformación* de Saturnino de la Torre, *Creatividad para adultos* de Gilda Waisburd, *Creatividad y formación* de Galia Sefchovich. Así fue como descubrí grupos dirigidos, en los cuales la gente “juega” y se presta a vivenciar situaciones que podrían calificarse de absurdas, fuera del contexto, con la intención de despertar un “sexto sentido”, en lo que los psicólogos han dado en llamar “dinámicas de grupo”; estas prácticas están muy difundidas, algunas con fines terapéuticos (terapias de grupo), y sin embargo, encerrado en mi escepticismo no pude más que pensar que funcionan, los menos de los casos y sólo bajo la dirección de profesionales altamente capacitados.

Así como la creatividad, existen otros temas como la grafología (que trata del rasgo de la personalidad reflejado en el trazo manuscrito de las letras) y los *test* proyectivos (que descifran rasgos del carácter en el dibujo). Lo anterior nos conduce a consideraciones éticas o morales y legales, que tampoco son temas explícitos en los cursos.

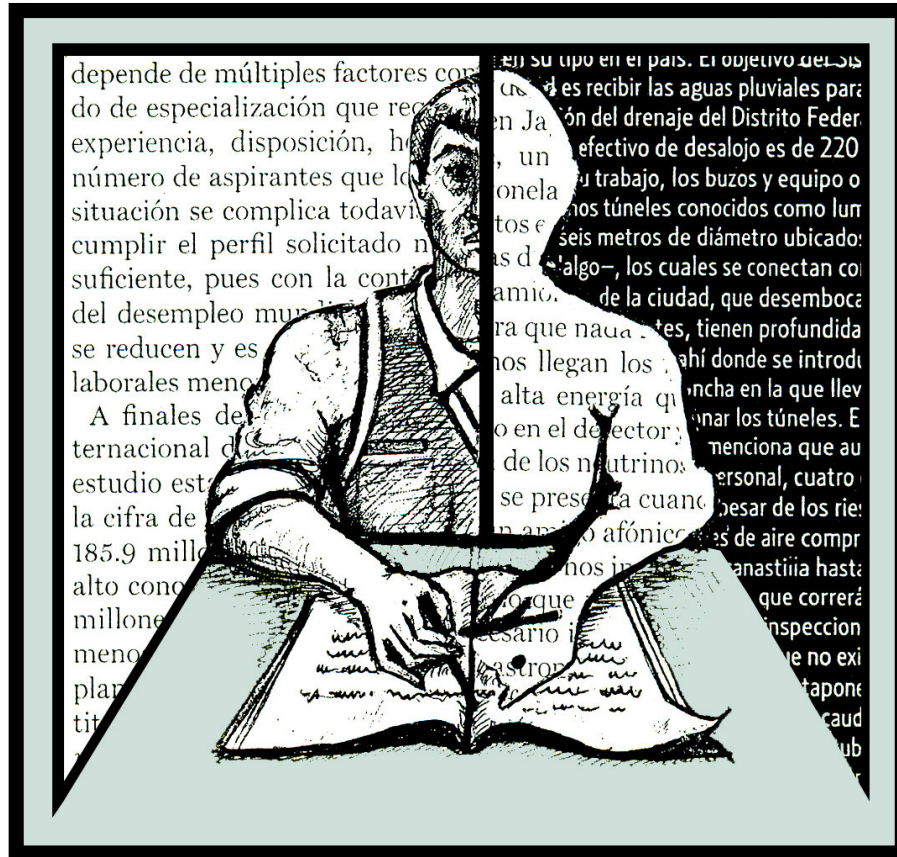
Esto último, sugiere que el alumno promedio no tiene la madurez necesaria para abordar los temas

expuestos con responsabilidad, por lo que se le canaliza a otros tópicos de menor peso relacionados con la gráfica. También me sugiere que la apertura a especialidades profesionales en el área de psicología, de diseñadores gráficos, se limita en el desconocimiento de las posibilidades de proyección de los valores gráficos en ámbitos como éstos.

Tópicos como los mencionados, compiten innegablemente con temas como los de tecnología o con deliberaciones de carácter formal, más lejos aún, criterios sociales como los de la familia que en ocasiones limitan el crecimiento, ya no digamos profesional sino del adulto socializado en un ámbito universitario.

El conocimiento de valía, el que presupone la excelencia académica, condiciona para bien o para mal y el universitario no siempre es conciente de ello, aún en la conciencia no siempre puede asumirlo o manejarlo con inteligencia; estos criterios rigen o debieran definir un parámetro de juicio con respecto al ejercicio académico y su entorno, religioso, político, etc. Pero el peso de tales juicios, determinaciones y acciones no es fácil de asumir ni se puede hacer de manera aislada o improvisada.

Temáticas implícitas pero “ignoradas”.



3.3 La tipografía como acto: consciente, inconsciente; grafología

Como es sabido, una letra es un signo y un conjunto de signos de esta clase pueden formar palabras, párrafos, páginas, libros. Que más allá de las reglas de organización de las que se ocupa la gramática, o de su significado desde el punto de vista semántico, se encuentra el carácter morfológico, es decir el aspecto del conjunto o la unidad, del cual nos ocupamos desde que aprendemos el alfabeto o los números; cuando decimos esta “u” parece “v”, cuando juntamos las letras para que no rebasen el margen, al hacer la letra pequeña para que rinda una hoja, etc. Y el progresivo interés de problemas de esta índole nos convierte en diseñadores gráficos.

Para el diseñador gráfico (editorial) no es ningún secreto que en la valoración de un texto intervienen aspectos estéticos, estructurales, preceptuales e incluso los que habíamos descartado: semánticos y gramaticales. Pero, ya que retomamos el párrafo anterior, acerca del aspecto morfológico se ocupan además de los diseñadores, los psicólogos !Si; un mismo objeto de estudio, bajo parámetros y objetivos distintos, en donde encontramos contradicciones interesantes; como en el caso de la consecución de un buen resultado, es indispensable que la letra no sea de origen mecanográfico, de imprenta o digital, simplemente manuscrita, o en términos legales, “de puño y letra”, que una característica del texto nos resulte molesta como diseñadores, a un grafólogo, en cambio, le puede ser muy ventajoso para el desempeño de su trabajo.

Lo anterior nos obliga a preguntarnos, ¿por qué tales contradicciones? La respuesta es, que para

Materias y temas de interés para la psicología en diseño gráfico

resolver la duda debemos salir del esquema largamente manejado en las artes plásticas, en donde psicología es sinónimo de percepción, relegando aspectos como la personalidad o los *test* proyectivos. De igual forma que a los psicólogos, facilitar los argumentos de diseño para cerrar criterios de evaluación, que en ocasiones son altamente subjetivos, según sus propias argumentaciones.

Atendamos:

“escritura ligada, es aquella en que la mayoría de las letras están unidas unas con otras; expresa, sobre todo, una predisposición a las relaciones sociales, pues cada letra es al fin y al cabo, una representación del ‘yo’. También se considera rasgo de altruismo, extraversión y facilidad para pensar en forma lógica, pues se supone que quien une las letras está mejor capacitado para unir ideas mediante razonamientos de tipo lógico”²⁵

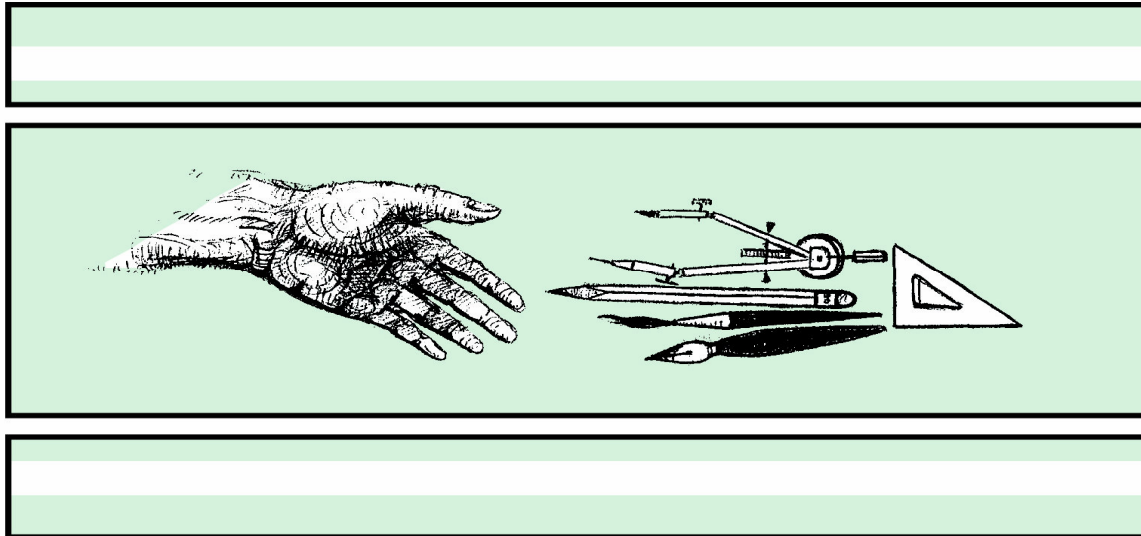
Utilizar las familias tipográficas Art scriptum o Brush por clásicas, elegantes, por estar en desuso en el sistema educativo nacional, ¿sería contradecir lo anterior? De ser así, alguien sentaría las bases para la generación de criterios más válidos y universales; quizá la perspicacia profesional nos lleve a argumentar criterios como contexto, sesgos, límite del material, fuentes autorales, vigencia de la información, etc.

En resumen, existen criterios más allá de los manejados en diseño que contribuyen a la tarea de dotar

²⁵ José Javier Simón, *Grafología fácil*, pp. 140-41.

o descifrar el carácter simbólico de un texto, en cuanto a la forma, aspecto, trazo, que aún cuando tienen un margen de subjetividad, ayudan a justificar nuestras elecciones tipográficas.

Se entiende que al escribir, la gente común no está conciente de que comunica aspectos de su personalidad, que el diseñador editorial dota de cierto carácter al texto al procesarlo y que el grafólogo puede encontrar determinados rasgos: primero, del creador del tipo empleado, por las características de la letra; segundo, del diseñador, por el tratamiento del texto; tercero, del autor, si interviene en las decisiones de diseño; mas lo que encuentra no son los criterios promocionales o comerciales que pretende el cliente, no son los parámetros profesionales del diseñador o creador, mismos que pueden ser coincidentes o no, con los objetivos del diseño, ya que una persona sociable, según la cita anterior, no necesariamente se encuentra en un proyecto de diseño de esta índole, quedando subordinado el mensaje a lo inconsciente.



3.4 Temas de enlace con el humanismo

Profesionales, como arquitectos, ingenieros, diseñadores industriales, diseñadores gráficos, confluyen en temas humanísticos, mismos que pertenecen entre otras disciplinas a la psicología, derivando el sentido de propiedad, según la cercanía a que el objeto de estudio sea el ser humano.

Estos temas entre los que encontramos la ergonomía; que se ocupa de la relación que guardan los objetos con las dimensiones y proporciones del cuerpo humano. Va perdiendo la relación directa y práctica con la Medicina, hasta enlazarse con la Psicología y el Diseño Gráfico, según el número y peso de los argumentos no humanísticos que conlleve la construcción del producto de diseño. Y de forma inversa se relacionan al sujetarse a leyes inamovibles y generales de la condición humana, ya que la percepción visual de un color está directamente vinculada al sentido de la vista.

De lo anterior se desprende que el diseño gráfico, por un lado, cuenta con anclajes humanísticos de base y por otro, también humanísticos circunstanciales o ideológicos.

Si bien, las vertientes de la licenciatura no reflejan tan fielmente lo anterior y el carácter humano, al hablar de diseño editorial, diseño de ilustración, dirección de arte o su carácter comunicacional, se pone de manifiesto en su nivel profesional y el énfasis en consideraciones de índole social que escapan al mero oficio.

Materias y temas de interés para la psicología en diseño gráfico

De tal suerte, la psicología es susceptible de interesarse tanto en el producto de diseño como en el diseñador, a nivel humano o profesional, salud o enfermedad del mismo, relación entre diseñadores a nivel profesional y personal. Y no es de extrañar que conceptos como “ética” o “moral” tengan mayor vigencia en la misma, por su cercanía con las humanidades.

La pertinencia de la psicología es entonces innegable, la conveniencia es cuestión de hacerle copartícipe o no, según qué tanta ingerencia real tenga en intereses prácticos de los proyectos cotidianos, esto es: el sentido común cuenta con cierta carga psicológica que dirime diferencias y sana criterios, permitiendo la consecución realista en ciertos márgenes de beneficio real.

Al hablar de percepción visual, nos encontramos con otro tema de enlace que viene de la psicología al diseño gráfico a través del arte, y según las sutilezas que adopte, nos posiciona en una de estas disciplinas, por lo tanto, la dirección del enfoque es contrasentido en este caso, a menos que como sucede en ocasiones en el presente trabajo, observemos al diseño desde una perspectiva psicológica.

Ahora bien, podemos hablar de los textos cuyos títulos son: *Test proyectivos gráficos, Psicometría y psicodiagnóstico* .De Emanuel F. Hammer .O, *Nuevo aprender a dibujar con el lado derecho del cerebro* . De Betty Edwards.

Los que difieren, desde el título, en su forma de abordar el grafismo, en tanto el primero se dirige a la medicina y mero referente del grafismo de una condición mental. El segundo justifica el grafismo, según un principio de condición mental. El primero, fundado en la psicología, se dirige a la medicina, despojándose del grafismo que guarda cierto vínculo con el arte, un género de arte casi negado por el diseño.

¿A dónde queremos llegar con el párrafo anterior? Primero, el grafismo y su modelación, es decir la capacidad que tiene de filtrarse en diversas áreas del conocimiento, así como expresiones del ser humano. Segundo, ejemplificar una forma de esclarecer líneas de colaboración multidisciplinarias. Tercero, destacar la importancia de fortalecer el enfoque del grafismo en el diseño, de tal manera que pueda sustentarse frente al de otras disciplinas.



3.5 La alfabetidad visual; las técnicas de comunicación visual

Este apartado se apoya en conceptos de la conocida autora D. A. Dondis. Que dice lo siguiente;

“Hemos de buscar la alfabetidad visual en muchos lugares de muchas maneras, en los métodos de adiestramiento de los artistas, en las técnicas de formación de artesanos, en la teoría psicológica, en la naturaleza y en el funcionamiento fisiológico del propio organismo humano”²⁶.

Al referirse a “la teoría psicológica” nos orienta hacia la Gestalt, según la concibe Von Ehrenfels o Rudolf Arnheim, a quien hemos mencionado anteriormente, además cita a psicólogos como: Wertheimer, Köhler y Kofka. De la misma teoría, que detallaremos en el capítulo siguiente.

Completa la idea general con el concepto de inteligencia visual: que comprende todos los estímulos visuales, además anota la relevancia de consideraciones fisiológicas, para el entendimiento de la misma.

Según la teoría especificada, criterios como: el color, tono, textura, dimensión y, proporción. Resultan ser significantes del contenido de un todo denominado expresión visual; sus elementos más simples como: el punto, la línea y, el plano. Son componentes de todo proyecto y expresión visual, en torno a la experiencia visual.

²⁶ Dondis, *Op. cit.*, pp. 24, 28.

Materias y temas de interés para la psicología en diseño gráfico

Y es así, que centra el concepto de técnicas de comunicación visual, que en sus palabras manipula los elementos visuales para conformar la solución visual. Las técnicas “armonía” y “contraste”, con toda una variedad de valores contenidos, entre los que encontramos:

<u>Contraste</u>	<u>Armonía</u>
Acento.	Neutralidad.
Asimetría.	Simetría.
Inestabilidad.	Equilibrio.
Profusión.	Economía.
Exageración.	Reticencia.

Unidas: según las fuerzas estructurales, físicas y, psicológicas; estas técnicas son percibidas como estímulos (visuales) por el organismo, el cual es influido por el entorno y por factores como el cultural, social o posturas predeterminadas.

Así sintetizado el tema de la autora, el comentario que se desprende según el carácter del presente ejercicio; es que un concepto es correspondiente a una representación mental, vertida en el diseño gráfico (mensaje), el cual se conforma con las técnicas aludidas y que en este proceso es importante

considerar todo aquello que lo hace posible, pues influye en la interpretación del significado, el cual está sujeto a: leyes preceptuales (psicológicas), inteligencia visual y, medio.

De tal manera, la percepción es un proceso multifactorial que globalmente encierra un mensaje; determinado por la suma de sus partes que van desde el elemento más simple (el punto) hasta la combinación visual, influido por el entorno y consideraciones propias del receptor.

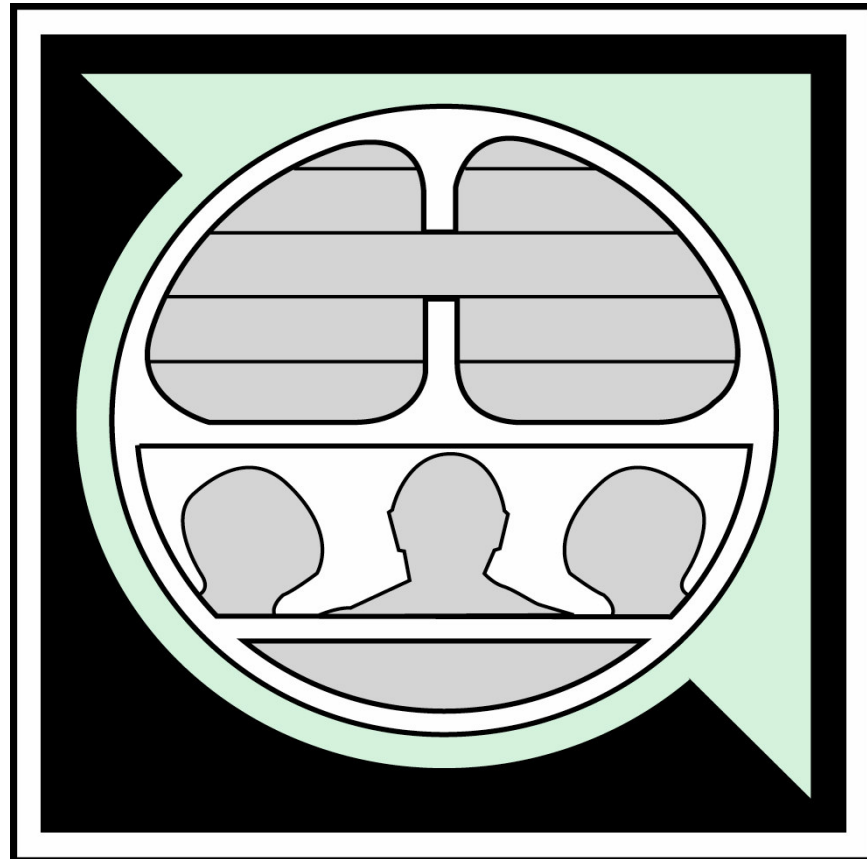
Así tenemos que Jordi Llovet . Nos habla del carácter proyectual; conexión del objeto con el entorno y el resto de los objetos, con los individuos. En un paralelismo con la idea de Dondis; aludida por ambos la importancia de las consideraciones multidisciplinarias, psicológicas, preceptuales, y específicamente, de la Gestalt; teoría que cuenta con su área terapéutica, como los *test* proyectivos gráficos. Es oportuno anotar que no debemos confundir el carácter proyectual del diseño con el carácter proyectivo de las pruebas psicométricas y de diagnósticos de la psicología.

La madurez del mensaje visual, se adquiere en la conciencia de los valores contenidos en el más simple de los trazos, producido o interpretado del entorno y los individuos que complementan la forma o Gestalt

Capítulo: IV
La licenciatura de Psicología
en la UNAM

La licenciatura de psicología en la u n a m





4.1 ¿De qué trata esta licenciatura?

La psicología se define propiamente como; “la ciencia de la conducta y los procesos cognitivos”. Aunado a lo expuesto anteriormente, nos orienta en cuanto a qué interés puede tener para el diseño gráfico.

Pero debemos considerar dos cuestiones primeramente, desprendidas de la escueta definición; primero, que nos encontramos frente a una ciencia, y segundo, que el concepto cognición abarca y sobrepasa a lo que Dondis se refiere como “inteligencia visual”²⁷.

En cuanto al carácter de ciencia; se debe puntualizar que se basa en la investigación a través de una metodología que persigue resultados precisos y objetivos, también relacionados con las ciencias puras como las matemáticas (probabilidad y estadística). En el diseño gráfico es todavía improbable que se llegue a este nivel de precisión científica.

En cuanto a los procesos mentales superiores (cognición); el diseñador Román Esqueda. Advierte que es un enfoque multidisciplinario denominado ciencias cognitivas; en donde además de la psicología se integran las ciencias computacionales, filosofía, neurolingüística, etc. El diseño gráfico se integra a este conjunto de ciencias como parte y no como objeto de estudio, según lo que comenta Esqueda²⁸.

²⁷ Dondis, *Op. cit.*, p. 27

²⁸ Esqueda, *Op. cit.*, pp.101-102.

Apartándonos de lo que es el diseño gráfico y las relaciones que pueda guardar con la psicología, así como el paralelismo de ésta con las ciencias computacionales y otras de carácter cognitivo; por estar vinculadas únicamente con la acepción de psicología cognitiva, una de las muchas ramas de la psicología. Tenemos que la definición inicial considera también a la conducta que pertenece a su vez al ámbito de la psicología conductista; que se ocupa del comportamiento observable y medible. De tal suerte que la psicología adquiere cerca de veinte adjetivos que especifican las diversas especialidades.

En otras palabras, la mente humana es el principio de procesos o mecanismos mentales, potencias del alma traducidas a conductas y relaciones, desarrollos, sucesos, sujetos del conocimiento ordenado y metódico del ser humano. Podría ser la interpretación personal de la definición, así como el siguiente párrafo.

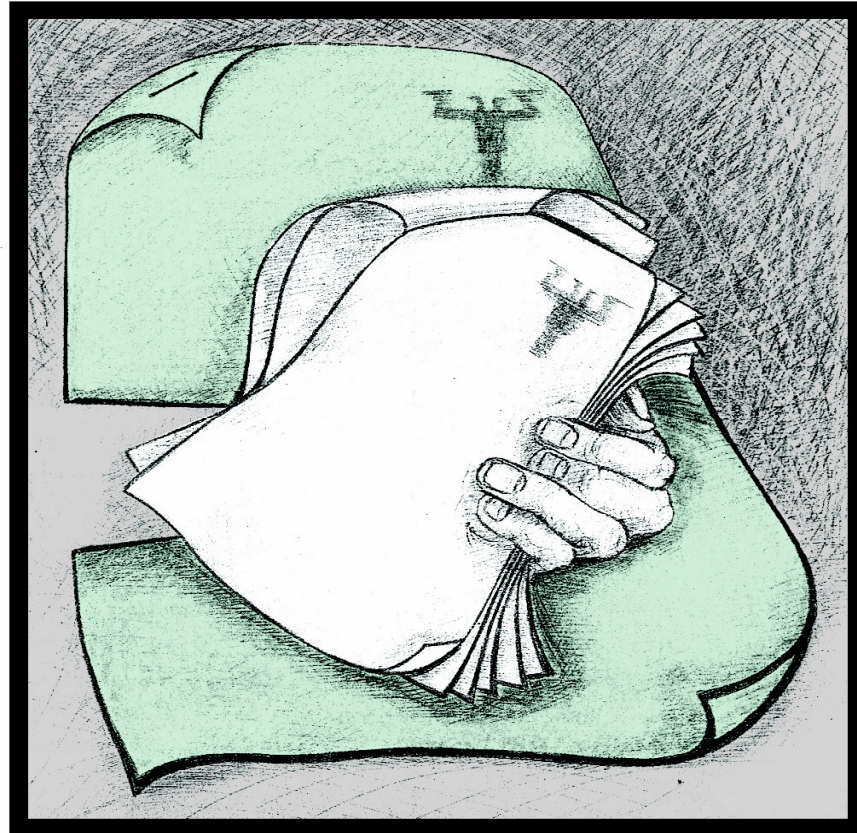
De alguna manera, todo ser humano se cuestiona el *cómo* y el *por qué*, de lo que le sucede y lo que es, la organización de las respuestas que se da, y lo anterior se puede entender como el principio originario de la psicología.

De estar en cierto sentido en lo correcto, podríamos calificar a lo anterior como hipótesis, sujeta al

La licenciatura de psicología en la u n a m

rigor del método científico y la investigación experimental; podría alcanzarse el valor de teorías y leyes, en la reproducción de las mismas circunstancias.

La situación cuantificada a través de la probabilidad y la estadística, aplicada a los muestreos, recogidos a través de instrumentos como la encuesta y el sondeo de opinión, es como se elimina el margen casuístico de los eventos sujetos a investigación, los cuales se encuentran en diversas áreas profesionales y no profesionales. El término *psico* que proviene de psicología y se añade a otras disciplinas, sirve como referencia a cuál es el objeto al que se aplica la rama de esta licenciatura; así tenemos al psico-análisis, psicología- del desarrollo, entre otras.



4.2 Una hojeada al programa de la licenciatura de Psicología

La licenciatura de psicología en la u n a m

Comencemos señalando la importancia que puede tener, en un momento dado, el hecho de que perteneciendo a una licenciatura como la de diseño gráfico se cuente con el programa de otra licenciatura, en este caso el de la carrera de psicología, tomando en cuenta las siguientes recomendaciones:

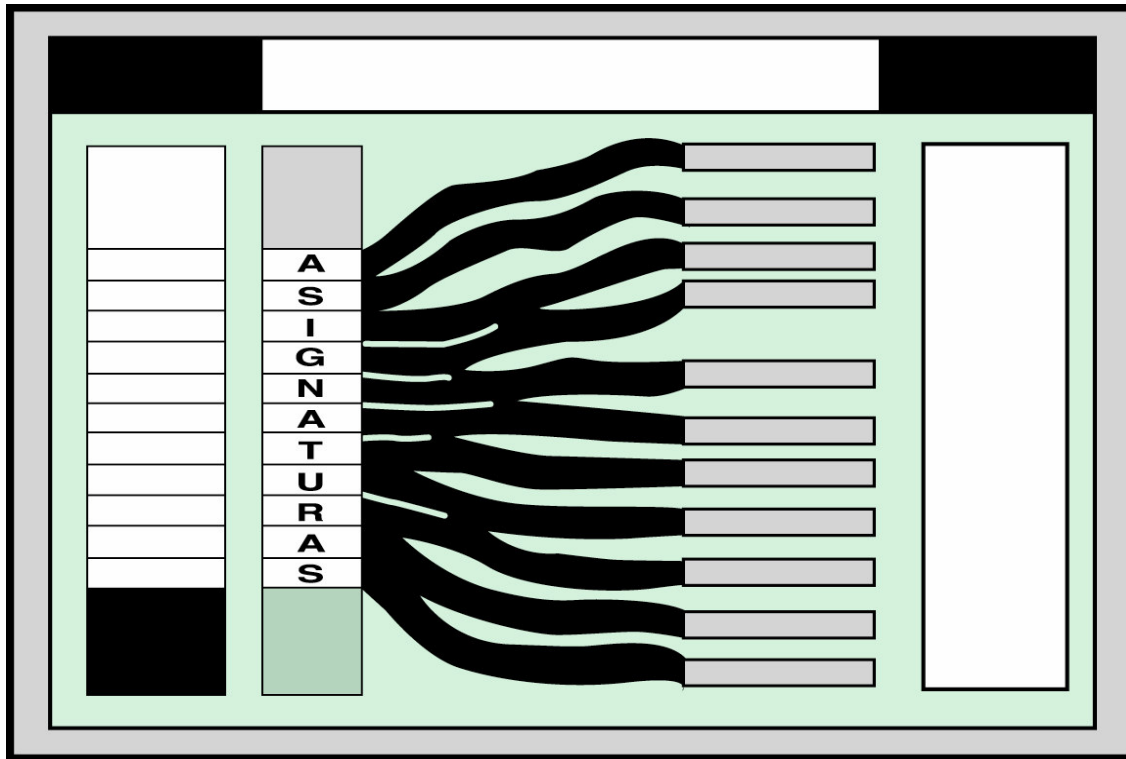
- 1) La UNAM ofrece la posibilidad de cursar carreras simultáneas, materias sueltas en el sistema de educación continua o abierta, cursos, etc., que ha partir del acuerdo con los maestros, éstas se tornan accesibles.
- 2) Además de la carrera seleccionada, podemos tener aptitudes propias de otra carrera como la de psicología; sería conveniente mantener el interés, en la medida en que el compromiso adquirido nos lo permita, alimentándolo de información, datos y demás material útil.
- 3) Correlacionar materias de una y otra carrera es válido, puesto que el conocimiento es: uno, único y, universal; dividido por criterios como: el de practicidad, orientación o fines concretos.
- 4) Una vez superados los primeros semestres de la carrera de diseño, el plan de estudios nos parece más amable y por analogía sabemos que es más accesible el de la otra carrera, en este caso el de la licenciatura de psicología.
- 5) Cinco años es un compromiso a mediano plazo, que requiere de una revisión periódica, así como ser refrendado, comparado con otros como el de la carrera en cuestión.

Por otra parte, carreras como la de psicología abarcan temas de interés universal y cultura general casi obligatoria, que puede manejarse de manera autodidacta con un mínimo de asesoramiento. Es interesante anotar que esta licenciatura cuenta con 69 asignaturas, de las cuales sólo treinta son obligatorias y 39 optativas; lo cual es indicador de lo flexible del plan de estudios, así como de la autonomía de algunos temas y su pertinencia en diversas disciplinas, incluido el diseño gráfico.

Materias como: Motivación y emoción, Sensopercepción, Psicometría, Psicología educativa, Aprendizaje y memoria, Sistema hombre-máquina, Ergonomía, Métodos y técnicas de investigación psicosocial, Programación de ambientes laborales, Teoría y técnica de la entrevista; funcionan o pueden funcionar para el fortalecimiento del concepto y aplicación del diseño gráfico, de la cultura visual.

La licenciatura en la Facultad de Psicología; cuenta con materias de carácter pedagógico y especialmente con la asignatura de Orientación vocacional y escolar, que más allá de su estudio, debería ser considerada como apoyo imprescindible de todo estudiante universitario, por lo complejo de esta actividad. De entre los textos introductorios a la materia, encontramos; el de *Psicología*, de Robert A. Baron. Que además de coincidir con otros²⁹, en cuanto al contenido temático, concuerda con las materias básicas de dicha Facultad, y cuenta con orientaciones sencillas de difusión popular.

²⁹ Las obras son: *Psicología*, de Charles G. Morris y Albert Maisto; *Introducción a la Psicología*, de la Compañía Editorial Continental; “Estructura y seriación del Plan de Estudios” (Facultad de Psicología-UNAM).



4.3 Esbozo del contenido de las asignaturas en Psicología

La designación de una materia refiere inequívocamente el contenido de la misma, salvo en determinadas ocasiones en la que el nombre por sí mismo no es del todo esclarecedor. Pero en el ámbito profesional, un término empleado puede ser muy moldeable, esto es; en el uso cotidiano del lenguaje a veces se entiende un término de manera distinta a la usual o bien tiene varias acepciones, que pueden diferir de la definición del diccionario y ésta a su vez del significado que posee en el ámbito profesional, en la disciplina o en la profundidad temática; lo cual, sin mencionar que en otro momento el término puede ser ajeno al vocabulario del neófito. De esta manera tenemos que, para analizar el contenido se hace necesario contar con la definición correcta, lo cual puede requerir de todo un semestre o más tiempo.

Como el contenido de la asignatura no sólo consta de la definición temática, y esto involucra otros términos y procedimientos de caracterización compleja, abordaremos primeramente el problema argumentando que las materias consideradas en el apartado 4.2 y anteriores, se pueden clasificar en cinco grupos:

- 1) Interés general (profesional).
- 2) Introducción a la psicología.
- 3) De interés común al diseño gráfico y a la psicología.
- 4) Profundización de temas inscritos en el diseño gráfico.

- 5) Expectativas de aplicación al diseño gráfico.

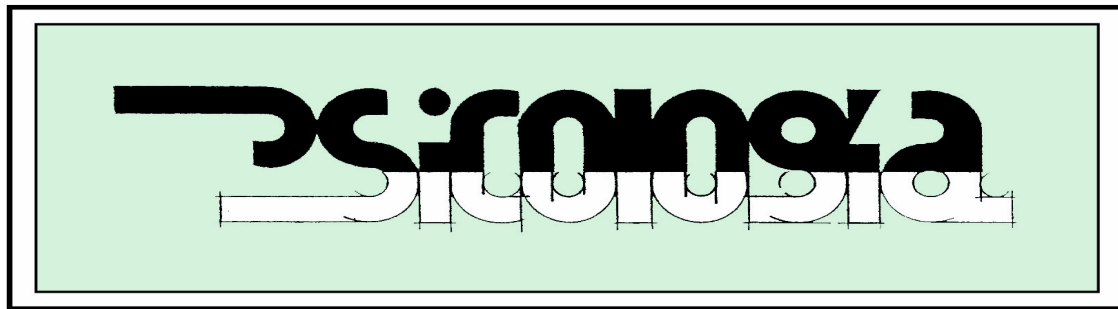
Así tenemos el siguiente esquema:

- Motivación y emoción. Trata de procesos intrínsecos del ser humano, en la psicología. Extrínsecos al ser humano, en el diseño gráfico. Profundización de criterios de diseño gráfico, como efectos del mensaje o sugerencias, que aplican a las expectativas del diseño. Y en general, en cuanto a ¿por qué o cómo es que actuamos o reaccionamos de una manera determinada?
- Sensopercepción. Temática eminentemente psicológica. Profundización del concepto de percepción visual, en diseño gráfico. la percepción a través de los cinco sentidos, en general. Percepción desde un enfoque de interés común a ambas disciplinas.
- Psicometría. Aplicación del grafismo en procedimientos de diseño, de psicología, y en ambos campos como expectativas del diseño gráfico. Comparación y confrontación, de interés general.
- Aprendizaje y memoria.
- Psicología Educativa. En ambas o en cualquiera de las materias por su carácter de formativas. En diseño gráfico por la aportación de material didáctico novedoso. En general,
- en la adquisición de horizontes culturales.

- El sistema hombre-máquina.
- Ergonomía. Derivación de tecnología para el diseño (a través de la computadora). El hombre y el objeto, relación de interés común tanto para el diseño gráfico como para la psicología.
- Teorías y técnicas de la entrevista.
- Técnicas de investigación psicosocial. Expectativas de aplicación en diseño gráfico, en cuanto a la funcionalidad y efectividad del mensaje gráfico a nivel social. Tema psicológico, en tanto revela perfiles sociales o individuales. Interés general, por su nivel de probabilidad respecto a la posibilidad de un evento determinado.
- Programación de ambientes laborales. Expectativas de aplicación del diseño tridimensional. Bienestar y rendimiento; interés general y psicológico, respectivamente.³⁰

En segundo término, anotaremos que el glosario temático de la presente tesis, nos puede aproximar a un criterio más completo del contenido de las materias o asignaturas; puesto que los conceptos son extraídos de la bibliografía adecuada al nivel introductorio de la Psicología general.

³⁰ Información obtenida de Estructura y seriación del Plan de Estudios (Facultad de Psicología, UNAM).



4.4 Contextualización; un poco de historia

Hablar de la psicología en México es remontarse a 1897, cuando fue instituida la cátedra de psicología en el plan de estudios de la Escuela Nacional Preparatoria, gracias a don Ezequiel O. Aragón. Posteriormente, en 1916, se fundó el primer laboratorio de psicología experimental de la Escuela de Altos Estudios, a cargo del mismo Dr. Aragón, quien fuera profesor e investigador de la Universidad, paralelamente al positivismo de Spencer, quien planteaba un evolucionismo darwinista social, contraparte del positivismo original de Comte; promovido en México por Gabino Barreda, que en ese momento fungía como encargado de la educación finalista de la época porfiriana; cuando aun se relegaba a la psicología a una mera materia curricular.

Así, la referida Escuela Nacional de Altos Estudios, precursora de la UNAM y de la actual Facultad de Filosofía y Letras, es en la que se inscribe el estudio de la psicología por algún tiempo, con el nombre de “Ciencia y arte de la educación, Psicología y metodología general”. Posteriormente se independiza la cátedra, quedando la psicología como un campo en sí mismo, pero muy relacionado con la educación.

Siendo rector el Dr. Gustavo Paz Prada, en la UNAM se separan las ciencias y las humanidades; que inicialmente fueran parte de la incipiente Facultad de Filosofía y Letras, de tal manera que psicología se ubicaría en el área de las humanidades, como una sección importante. De allí: se desarrolló como

La licenciatura de psicología en la u n a m

departamento, posteriormente como colegio, y más adelante hasta constituirse en una carrera o licenciatura, a la que se añadiría el posgrado como maestría y finalmente hasta doctorado.

Cabe destacar que la psicología en México es influida por el movimiento psicoanalítico de Freud, y más adelante, a mediados del siglo XX, por la vertiente del psicoanálisis de Erich Fromm; así como también incluyó el marco educacional inicial inmerso en la pedagogía, además de las notables influencias de la psiquiatría y la filosofía.

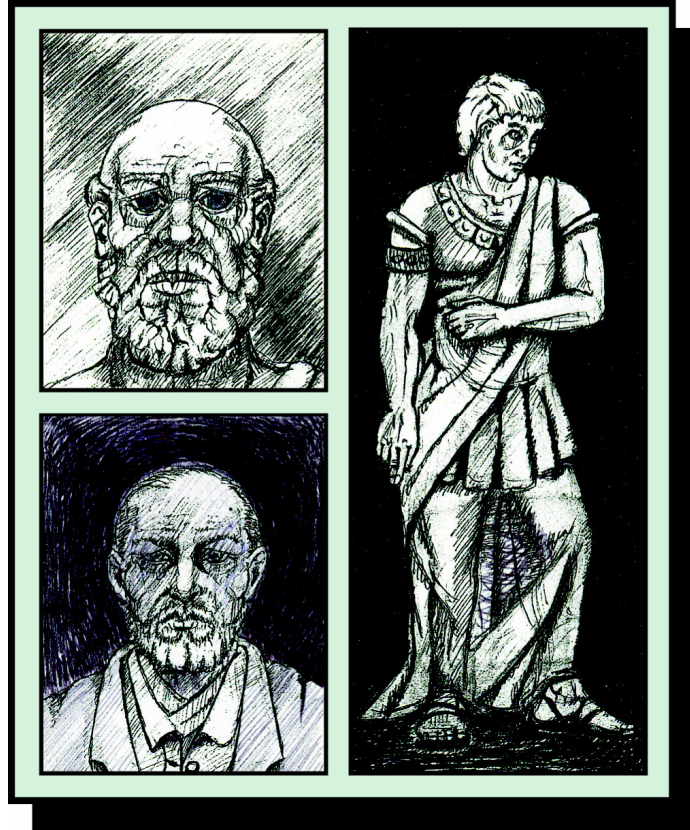
La psicología humanística, es una de las tres líneas de desarrollo que se han producido en México, sustentada por la Universidad Iberoamericana. Las dos líneas restantes, una surgida de la separación de Filosofía, y la otra relacionada con Psiquiatría; definen su carácter cultural y clínico, respectivamente.

De esta manera, marcada por su historia y proceso de evolución, cuenta en su currícula con materias cuyos temas son: educativos, filosóficos, médicos, antropológicos o de ciencias como las matemáticas (estadística y probabilidad).

Entre las personalidades destacadas en este campo, podemos mencionar a: Dr. Ezequiel A. Chávez,

maestro y rector de la Escuela Nacional de Altos Estudios; Dr. Gustavo Paz Prada, quien fuera rector de la UNAM y promotor de la reforma educativa; Dr. Ramón de la Fuente, destacado académico; Dr.

Lara Tapia y el Dr. Díaz Guerrero, connotados investigadores de la psicología mexicana. Su influencia es notable en la Facultad de Psicología y en la UNAM.



4.5 Retomando a: Platón, Aristóteles y Freud

Se comentaba en el inciso anterior, que la carrera de Psicología formaba parte de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Pues bien, podemos apreciar que en la historia universal sucede lo mismo: reconocidos filósofos como Platón y Aristóteles revelan criterios de carácter psicológico. Por otra parte, tres años después de la formalización de la cátedra de Psicología en la Escuela Nacional Preparatoria, hace su aparición pública el primer texto de Freud; esto significa que mientras estaba surgiendo el psicoanálisis, en México se institucionalizaba la psicología como área de estudio, aún sin contar con la teoría de la Gestalt, que por ese tiempo comenzaba a elaborarse.

Se mencionaba también en el capítulo 1, inciso 5, la manera en que Aristóteles coincide precisamente con la teoría de la Gestalt; el párrafo anterior adquiere mayor significación según lo ilustra la siguiente cita:

“ fue primero insignificante, y que se remonta a la época en que el Dr. Breuer, en esa misma ciudad, aporta a Freud algunos datos que habrían de desempeñar un papel importante en la génesis del Psicoanálisis.”³¹

La coincidencia cronológica de los acontecimientos no los une, puesto que la teoría de la Gestalt, en su origen psicológico, es al parecer anterior al surgimiento del psicoanálisis de Freud. Otro aspecto a

³¹ Fernand-Lucien Mueller, *Historia de la psicología*, p. 414.

resaltar, es la coincidencia de pensamiento entre Aristóteles y Eherenfels (uno de los fundadores de la Gestalt), pese a la distancia tan grande de tiempo.

Si bien, las filosofías de Platón y Aristóteles no son similares, sino contrarias en cuanto al tema del alma, ya que el primero construye una concepción ontológica, mientras que el segundo elabora un contexto esencialmente moral. Para Platón es el alma trascendente, ligada a un ciclo de muertes y nacimientos, a un devenir de lo divino y eterno, atada al cuerpo por una suerte de caída, En tanto, Aristóteles le atribuye un gusto por lo concreto, lo individual, lo orgánico de su existencia, sin llegar al materialismo o atomismo, lo cual radicalizaría la situación, contraparte de la filosofía de Platón. Ahora bien, algunas definiciones básicas del concepto “alma”, se manejan de acuerdo al sentido aristotélico.

Freud con sus teorías del psicoanálisis, la personalidad y la interpretación de los sueños, es considerado como el padre de la psicología moderna del siglo XX; de allí la importancia de la participación de México en la corriente psicoanalítica, tanto de médicos, psiquiatras y psicólogos clínicos, por sus aportaciones terapéuticas en padecimientos como la neurosis.

Pero en el ámbito internacional, el pensamiento freudiano cuenta tanto con seguidores como con detractores desde sus inicios, algunos de los cuales, paradójicamente, eran parte de la misma corriente.

A medida que la ciencia incide en estas teorías, ya sea en el pensamiento platónico o el aristotélico,

fortalece o debilita los conceptos contenidos en las mismas teorías, del mismo modo que ocurre en la filosofía, que mientras más apunta hacia Aristóteles se orienta más hacia lo científico. Pero surge la pregunta: ¿cuál es el sentido del psicoanálisis? Me aventuraré a decir que se encuentra a mitad de ambos pensamientos, pero con un origen profundamente filosófico.

Si más o menos científica o filosófica, ninguna descarta a la otra, sólo involucra la posibilidad de corroboración, sustento moral, o coincidencia ideológica o teórica; pues no podemos olvidar que Sigmund Freud era judío, lo cual significa que en algún momento se pudo formular una descalificación antisemita, ya que un sesgo como éste ocurrió justamente durante la Segunda Guerra Mundial; hecho histórico paralelo a la reforma educativa en México.

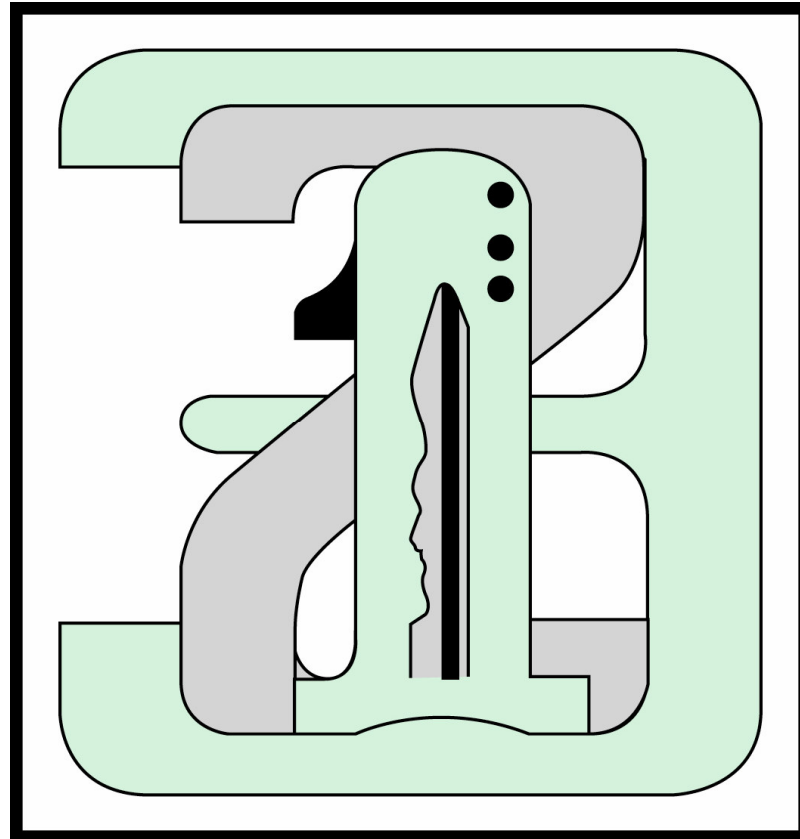
Pero es innegable que la teoría freudiana aporta conceptos como el del “inconsciente” contenido en la personalidad, o el de la estructura de la psique, el “ello”, “yo” y el “super yo”, los cuales tienen gran difusión y aceptación aún en la actualidad, dentro de la psicología.

Finalmente, la teoría de la Gestalt resultaría más científica en su enfoque perceptual si retomara a Aristóteles; más materialista y menos filosófica que psicológica, en tanto que no es esencialmente ontológica, tópico que revisaremos en el siguiente capítulo.

Capítulo V
Materias y temas de interés
para el Diseño Gráfico en Psicología

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología





5.1 Materias introductorias en Psicología

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

En el capítulo anterior, inciso 3, comentábamos las materias de interés en un intento de centrarnos en la comprensión general de la psicología, valiéndonos del sentido práctico, funcional y social, así como para el diseño gráfico.

Así tenemos, por ejemplo, la materia de Sensopercepción, que con fines didácticos se divide en sensación y percepción, temas comunes en cualquier libro introductorio a la disciplina, los cuales conviene definir en el entendido de que son un excelente punto de apoyo para comenzar no sólo en psicología o filosofía, como hemos visto según las citas mencionadas, sino también en el diseño gráfico.

Aún cuando en el diseño gráfico estos temas se aplazan a semestres intermedios, no veo el por qué no se pudiera comenzar por ellos e ir abonando el terreno de lo humanístico, ya planteado anteriormente.

Una vez aceptado lo anterior, tomemos las siguientes definiciones como un comienzo del estudio del diseño gráfico profesional:

- 1) Sensación. Información proporcionada por los receptores sensoriales acerca del mundo físico.

Receptores sensoriales. Células especializadas para la tarea de la transducción, el convertir la energía física (luz, sonido) en impulsos nerviosos.

2) Percepción. Proceso por el cual seleccionamos, organizamos e interpretamos la información proveniente de los receptores sensoriales.

Otro tema que sería, en especial, conveniente destacar desde un principio por sus repercusiones morales y éticas, así como por la integridad física, psíquica y afectiva, es aquél del cual se ocupa la psicología comparativa.

3) Psicología comparativa. Es la rama de la psicología que estudia y compara el comportamiento de diferentes especies de animales, incluyendo al hombre.

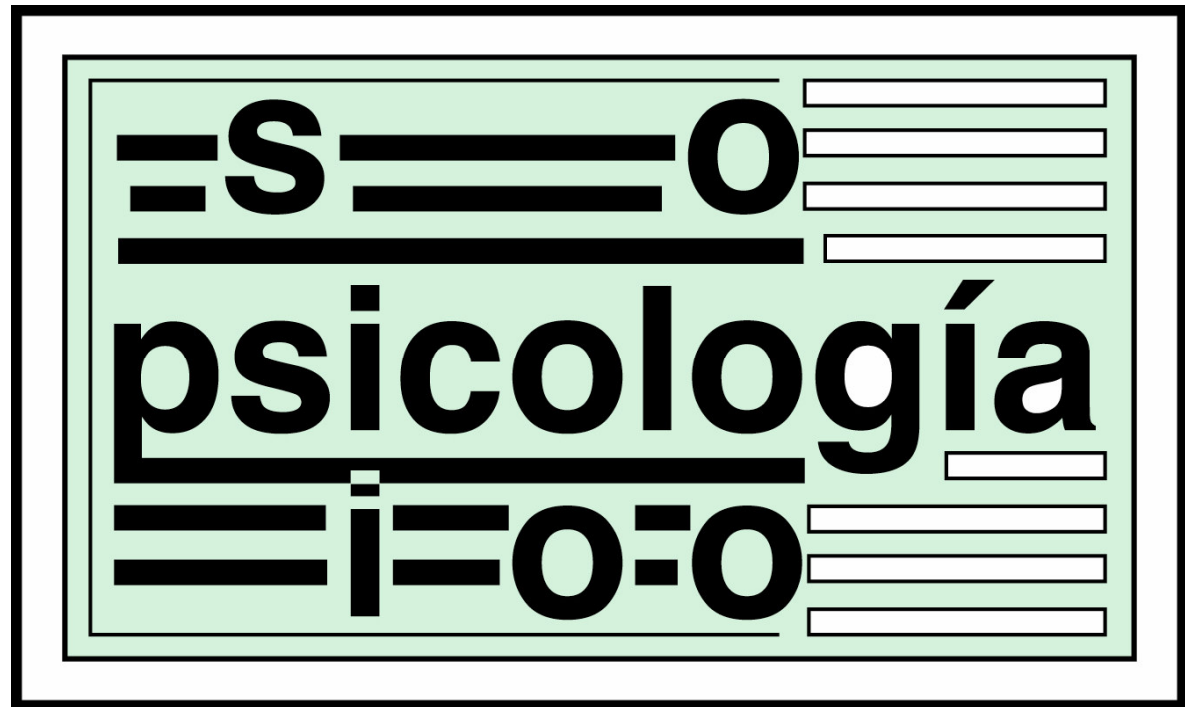
De lo anterior, se desprende que en la búsqueda de la autenticidad, originalidad, impacto, penetración del mensaje, funcionalidad, manejo de información valiosa y otros muchos conceptos; debemos respetar las normas establecidas, tanto por la sociedad como por la naturaleza y no exponernos, ni a nuestros semejantes, a riesgos por negligencia o desconocimiento, en donde los animales han prestado gran servicio históricamente para el entendimiento de muchos procesos a nivel experimental o especulativo (bajo licencias explícitas).

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

En el mismo orden de ideas, encontraremos el tema de motivación de logro, derivado de la materia Motivación:

- 4) Motivación de logro. El deseo de triunfo o de hacer las cosas bien, de realizar algo excelente, valioso o importante.
- 5) Motivación. Término genérico que se refiere a estados activadores del individuo que dirigen su comportamiento hacia la satisfacción de necesidades específicas.

En síntesis, anotaremos que la experiencia “propia” individual, tanto como la psicología , pueden revelarnos pautas de comportamiento de nuestros semejantes o propias, y que de tal conciencia responsabilizamos a lo que, bajo la mirada ingenua, es dispensable en un momento determinado y puede ser reprobable bajo otros parámetros; lo cual implicaría que el conocimiento adquirido no se volcara contra nadie, incluyendo a los diseñadores; esto supone una tarea difícil, colaboración y respeto, medida, etc. Todo esto en cuanto al poder que puede contener una imagen o un producto respaldado por la teoría del diseño gráfico.



5.2 Materias vertientes de la Psicología

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

La fisiología y los procesos mentales correspondientes derivan en estructuras que, si bien no son tan evidentes, son totalmente reales; estas estructuras son las que permiten el pensamiento y se denominan de orden superior, que al igual que las primarias pueden funcionar correctamente o fallar, ya sea por motivos correlacionados con las primeras o independientes; de estos asuntos se ocupa la vertiente psicológica denominada “clínica”. Si bien las causas son diversas, ¿hasta dónde un producto de diseño gráfico puede ser el detonante de tales padecimientos? O, en caso contrario, ¿cómo puede favorecer el desempeño armonioso de estas estructuras?

Las personas extremadamente inteligentes, o al revés, por debajo del promedio, requieren de un cuidado especial, denominado educación especial; en este caso, la psicología brinda los recursos necesarios para este fin. De la gente que es creativa por excelencia, se dice que su estructura de pensamiento es “divergente”: ¿ellos requerirán de los servicios psicológicos o psiquiátricos?

El hecho de que un individuo se sienta conforme con la actividad que desarrolló, depende de múltiples factores, tales como: remuneración justa, ambiente laboral adecuado, alicientes, motivación, etc. Estos son criterios de los que se ocupa el psicólogo del trabajo o laboral. Y el diseño de una identidad gráfica colabora en la búsqueda de los objetivos a cubrir.

En Psicología transcultural se contemplan aquellas características de grupo, etnia, nación y universales,

que se comparten o divergen. Un mensaje –una imagen-, debe cubrir todos, algunos o un rango específico en diferentes proyectos, siendo quizás más adecuado que cualquier manejo verbal que se haga del mismo, aún en la consideración de la traducción simultánea de orden electrónico.

La adaptación o enfrentamiento de problemas serios, en ocasiones pone en riesgo la integridad del individuo, para lo cual se crean ambientes artificiales que reproducen las mismas circunstancias, pero que comprenden un mayor control del evento, abatiendo el riesgo latente. Cometido que se consolida con la ayuda del diseño bi y tridimensional, entre otras disciplinas que contemplan el diseño industrial, la arquitectura, ingeniería, etc. La psicología experimental es una especialización que aporta beneficios sociales a riesgos prácticamente nulos.

El diseño gráfico genera en ocasiones objetos únicos de valor incalculable, como cada persona lo es en sí misma (toda proporción guardada); dichos argumentos, como la diversidad humana, son temas que aporta la psicología frente a la masificación o la actual globalización; tal como ocurre con el diseño ante la producción en serie, o de mensajes que no cumplen con las normas requeridas, aún cuando como imágenes funcionan “bien”.

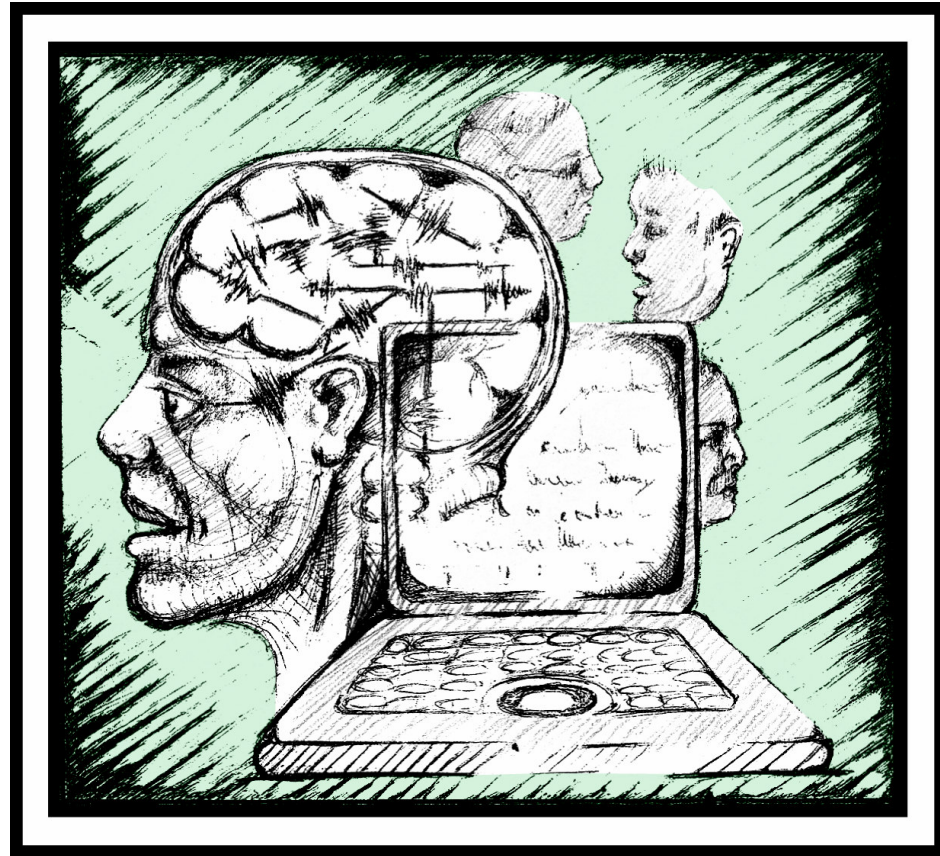
La incursión de la psicología en múltiples áreas del conocimiento complica sus procesos de comunicación, los cuales son: específicos, de orden interno y externo, múltiples, de difusión,

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

informativos y de actualización, entre otros. El hecho de que se crea que todos se resuelven vía *internet* y de forma improvisada, es sin duda, una falacia.

El psicoanálisis, término que asociamos con Freud, Fromm y Frankl, es donde, especialmente, es difícil correlacionar el diseño gráfico, pues contribuye a descifrar representaciones mentales que en ocasiones no son propiamente imágenes, pero que interesan en cuanto sujeto de codificación y decodificación, a propósito de temas como la sintaxis de la imagen, valor de signo o simbolismo, temas en los que no es posible abundar sin caer en la reducción a márgenes de subjetividad.

Para concluir este apartado, diremos que la multidiversificación de la psicología, desde la etapa formativa terminal, es un esquema envidiable de innumerables ventajas, tanto en la realización individual como colectiva, puesto que plantea retos acordes a características más individuales y logros de mayor alcance como grupo.



5.3 Bosquejos de los temas de interés

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

Podemos distinguir, por lo expuesto con anterioridad, tres elementos fundamentales en cuanto a las formas de interacción con la psicología como diseñadores gráficos, que serían propiamente:

El social, el de relación y el temático.

El primero, nos sitúa en los problemas que se gestan en todo grupo social a nivel humano, según el proceder de los individuos, y de todos aquellos que tienen que ver de una u otra manera con el concepto más general de diseño gráfico; pues están expuestos a este tipo de problemas que requieren de la intervención de la psicología para su óptima solución.

El segundo, el de relación, es aquél que existe o puede generarse en la colaboración bidisciplinaria, como en el caso de intercambios académicos, ampliación del programa de servicio social entre ambas escuelas, colaboración profesional con objetivos comunes, etc.

Y finalmente los temáticos, título del apartado, en los que más allá de la carrera en que se inscriben los temas, son de conocimiento obligado para diseñadores y psicólogos; de tal manera que la percepción visual o la motivación, la fisiología visual o el empleo de la computadora, ocupan por igual a ambos tipos de profesionistas; estos es, el ser pensante, el vidente, el *homo faber*, que intuyen el objeto “perfecto”, símil del pensamiento (psicología), multi imaginario y lingüístico (diseño gráfico) y el

multiusos (ingeniería).

Que la computadora sea de esta disciplina o de la otra, es secundario frente al poder interactivo-visual, lingüístico que posee, pues el lenguaje nunca fue tan versátil y visualmente atractivo como la imagen misma, ya que el diseño editorial era un proceso lento, -entendida la lentitud no en el sentido en el que lo maneja Norberto Chávez³², al referirse a la impresión, fotoprocesos, etc., sino en su carácter estético, lúdico: fenómeno del reflejo del pensamiento y la intuición; constructo barroco de la habilidad.

Llamar tecnología a la computadora, como llamar a la percepción visual “psicología”, es despertar en el diseñador un sentimiento de dependencia, de falsa creatividad, enajenar en un uso erróneo del lenguaje y supeditar el sentido motivacional al de propiedad.

Limitarse al sentido sensoperceptual que genera el instrumento, es negar la capacidad de procesos internos propios y de los que es posible implementar en el ordenador; verdad que se ajusta más a la psicología, si recordamos que la computadora es para muchos de ellos el símil del pensamiento.

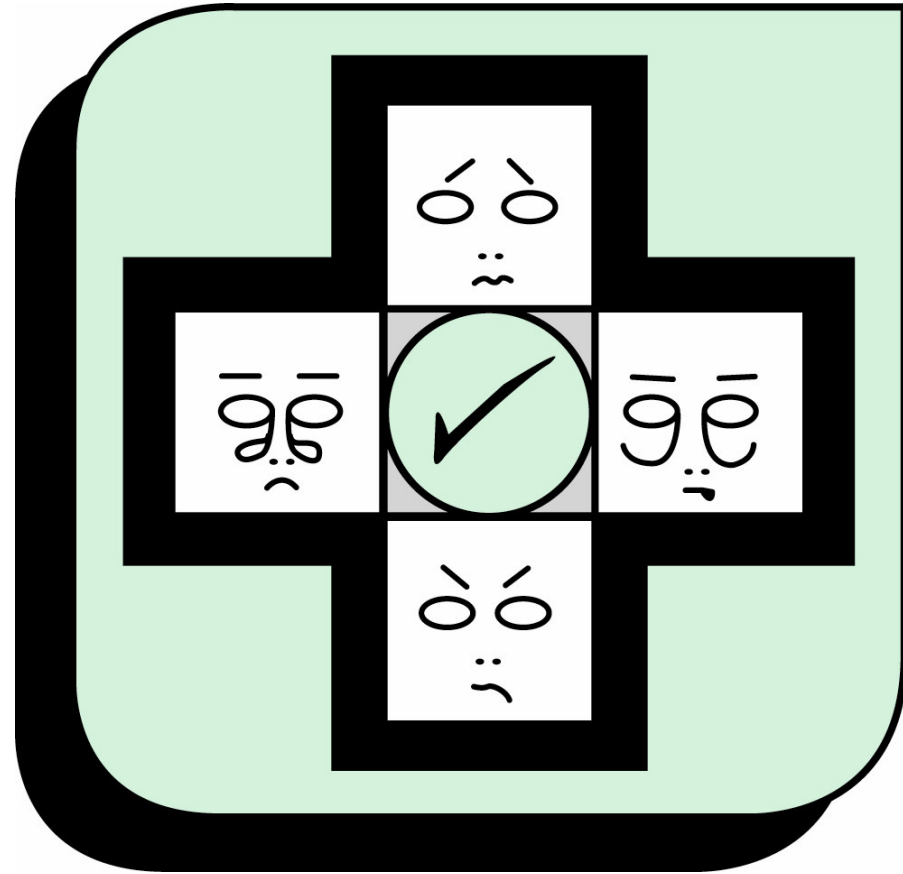
Y así, con fines pedagógicos es válido hacer uso de la flexibilidad significativa del lenguaje y del objeto. De tal manera, que cuando abordamos un tema común desde dos perspectivas disciplinarias

³² Chávez, *Op. cit.*, p. 126.

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

distintas, es como hablar de dos asuntos completamente ajenos.

Creatividad, informática, percepción, anatomía, motivación, etc., resultan ser de pertinencia común, aún cuando forman parte del currículo académico de una u otra licenciatura, las orientaciones resultan denotar más la identidad, pero no el interés que en sí mismos puede despertar su adquisición y uso para cualquier profesionista.



5.4 Psicología Clínica

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

La psicología tiene un vasto conjunto de áreas y aspectos para su abordaje y, al menos para quien se relaciona de manera emocional y afectiva, es decir no intelectualmente, es sinónimo de servicio terapéutico “médico”, y popularmente se aplican calificativos peyorativos a los profesionistas de esta disciplina, así como se pone en tela de juicio el equilibrio mental de quien asiste a un tratamiento con los mismos; en tanto estas posturas se reproducen, la problemática de las relaciones interpersonales va haciéndose cada vez más compleja, pues la gente requiere de mejores esquemas para el sano desarrollo de su personalidad, o para el enfrentamiento exitoso con el medio sobrepoblado de urbes como la ciudad de México.

Si bien el psicólogo no es un doctor, a menos de que haya realizado un doctorado, y lejos de ser una mala decisión tomar una consulta con él, resulta todo lo contrario, pues además de contar con un título universitario, presupone ser uno de los profesionistas que más benefician a la sociedad en general. Sin embargo, no es erróneo tener presente el término “médico” como referente, porque una vez encaminada la incursión en esta disciplina, es ineludible tocar conceptos clínicos en mayor o menor grado, sin importar cuál sea la manera de ingresar o los objetivos que se persiguen.

Una vez aclarado que el concepto de lo psicológico está muy rarificado socialmente, habrá que aceptar que los psicólogos, a diferencia de otros profesionistas, no cuentan con una buena imagen social. Hablando del padre de la psicología moderna, Freud mismo era médico y se valió inicialmente de la

hipnosis para realizar su trabajo, técnica que en su época tenía un cierto halo de falsa magia y se relacionaba con espectáculos de charlatanes; posteriormente fue modificando algunos aspectos, dejando atrás a la hipnosis para incorporar la técnica más acabada del psicoanálisis, en el cual el paciente va relatando episodios significativos de su vida, con lo que Freud podía indagar acerca de las estructuras que van construyendo la personalidad del individuo³³.

A grandes rasgos y sin comprometernos con los términos clínicos, la teoría freudiana trata de la forma en que la infancia del individuo determina el carácter de la edad adulta; del mismo modo, señala que las personas contamos básicamente con tres estructuras subjetivas fundamentales, con un sutil equilibrio; a partir de allí se van desarrollando una serie de criterios y conceptos de los que no nos ocuparemos, porque, sin más, actualmente algunos de ellos son del dominio de estudios de doctorado y hasta del campo de la psiquiatría, que es uno de los posgrados de medicina.

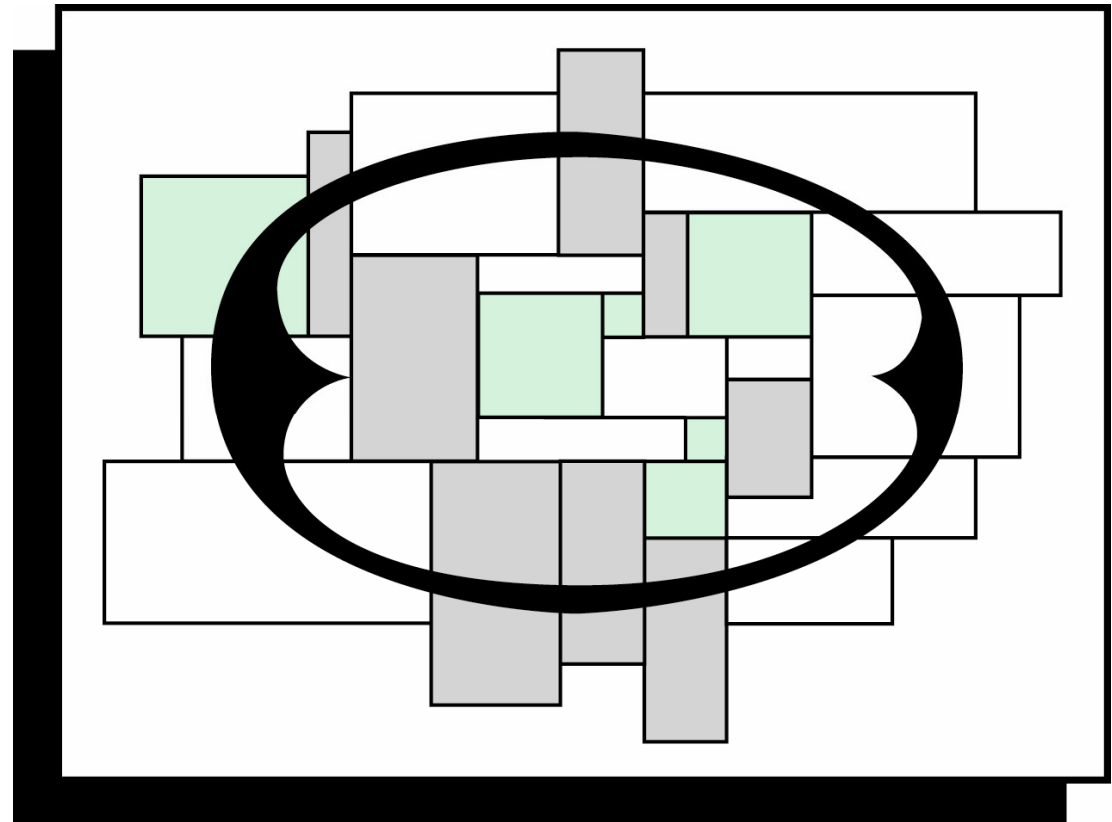
Sucede que, si bien para comprender la psicología es necesario manejar algunos criterios clínicos, la profundidad de los mismos está sujeta a consideraciones como la que se plantea en el párrafo anterior, de las que no siempre estaremos advertidos o no es necesaria.

El interés de mencionar el carácter clínico se centra en las siguientes consideraciones:

³³ Fernand-Lucien Mueller, *Op. cit.*, pp. 376-394.

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

- 1) La salud visual, antes de tocar cualquier tema relacionado con las artes plásticas, tanto del profesional como del beneficiario del servicio gráfico.
- 2) Que somos personas comunicantes de ideas, emociones, sentimientos, que los mensajes deben contar con un mínimo de calidad y de salud para la producción del diseño gráfico, que finalmente sólo es un medio de relación con los demás para el desarrollo social.
- 3) Que la producción de imágenes en cualquiera de sus modalidades, en medios electrónicos, gráficos, televisivos, así como en cualquiera de sus géneros (informativo, cultural, diversión, promocional), tratamientos, técnica y dimensiones (que se comentarán posteriormente), van condicionando la imagen, requerida en un momento dado, hasta su probable negación; todo esto aunado a valores éticos, religiosos, morales, económicos y principalmente de salud.
- 4) Que la colaboración bidisciplinaria y multidisciplinaria ofrecen soluciones simples a problemas complejos, como el de la prevención y atención en materia de salud visual.
- 5) Que se han logrado grandes adelantos en cuestión de salud visual, pero son de difícil acceso; sin embargo es necesario contar con la información o con las aportaciones de las disciplinas implicadas en el proceso, lo cual sería conveniente específicamente para el gremio de las artes plásticas, tema que se ampliará más adelante.



5.5 La teoría de la Gestalt

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

El conocimiento de la teoría implica la consideración de los siguientes puntos:

- 1) “Teoría; conocimiento especulativo considerado con independencia de toda aplicación. Hipótesis cuyas consecuencias se aplican a toda una ciencia o parte muy importante de ella”.
- 2) “Teórico; se aplica a las personas que cultivan la parte teórica de una ciencia o un arte”³⁴.

El punto 1 se aplica en tanto se desconoce a profundidad la psicología, aunque consta de su funcionalidad desde la perspectiva práctica del diseño gráfico que no aspira a ser científica. El punto 2, en cuanto fracción del conocimiento y fundamento conceptual, de la práctica y técnica del diseño gráfico.

Al aclarar lo anterior, se considera el grado de subjetividad que puede alcanzar el concepto en el momento de su aplicación.

Si bien, la Gestalt es sólo una de las teorías de la percepción visual, es la que sustenta criterios como los fundamentos sintácticos de la alfabetividad visual de Dondis, o el concepto figura-fondo, tema que ya hemos revisado; estos aspectos están sujetos a apreciaciones subjetivas, según su aplicación.

³⁴ Diccionario Esencial de la Real Academia Española (2001).

Por otra parte, un gran número de personas se encuentran involucradas con conceptos de diseño gráfico en la actualidad, a raíz de la explosión computacional, con aplicaciones rígidas del funcionamiento de dicha teoría. Además, a consecuencia de muy diversos problemas como: la carga curricular o el poco atractivo del elemento teórico en un área tan gráfica como la nuestra, la falta de sentido crítico constructivo, carencia del diálogo con la gráfica o los principios que la rigen, etc., todo ello propicia el anquilosamiento y el nulo avance de la teoría, en especial de la que nos ocupa.

La Gestalt, además de teoría, según lo comentado antes, sirve de criterio rector de algunos parámetros gráficos, involucra a la percepción, concepto por demás complicado, por lo que no se puede insistir en el tema sin las debidas consideraciones “clínicas”.

Lejos de conocer medianamente dicha teoría, específicamente en su aplicación a las artes plásticas, y aún en cuanto a lo que presupone su carácter científico, se han revelado criterios como los que exponen diversos autores de varias disciplinas, con grados académicos que rebasan el propio, en donde el nivel de conocimientos, aunque oportunos y claros, es relativamente complejo y se requiere de una preparación especial para poder establecer un orden, por otra parte, relativamente simple y de divulgación más general.

En la carencia de dicho aparato teórico y de un conocimiento, autoridad y rigor, los comentarios aquí

Materias y temas de interés para el diseño gráfico en psicología

vertidos conllevarían mis propias limitaciones y pertinencias. Retomando, por lo tanto la definición de la teoría de la Gestalt, del siguiente modo:

“Corriente psicológica que se concentra en el establecimiento de los principios de la organización perceptual y que postula que el todo es más que la suma de sus partes”³⁵

Además de contar con siete leyes, de las cuales destaca la ley de la Prägnanz, que afirma que “todo conjunto de estímulos se percibe de forma tal que la estructura que genera es la más simple”³⁶.

Las seis leyes restantes son:

- Semejanza
- Buena continuación
- Proximidad o cercanía
- Vinculación
- Destino común
- Significación o familiaridad

* Incluye también las propiedades de figura-fondo.

³⁵ *Sensación y Percepción*, pp. 181-184.

³⁶ Dondis, *op. cit.*, pp. 33-54.

A partir de lo anteriormente expuesto, tenemos una sucesión de conceptos con orden deductivo que sería:

- a) Fisiología, psicología, percepción, Gestalt, Gestalt visual, leyes visuales de la Gestalt, terapia.
- b) Diseño gráfico, diseño y psicología, fisiología, percepción, percepción visual, teoría de la Gestalt, alfabetidad visual, fundamentos sintácticos, aplicación práctica en el diseño.

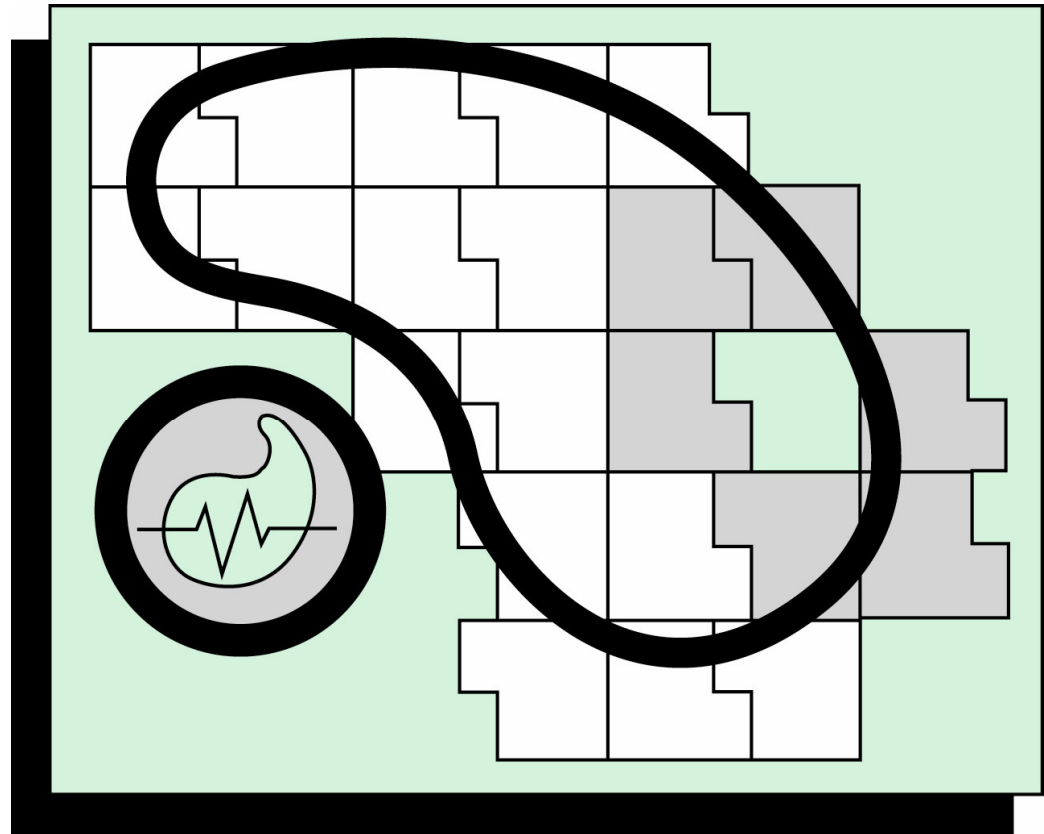
Nótese que finalmente obtenemos el binomio terapia-diseño, y asimismo, una aplicación más en la práctica del diseño gráfico

.

Capítulo VI
Percepción visual

Percepción visual





6.1 Preceptos y conceptos de la Percepción V.

Percepción visual

El proceso de la percepción es un sistema que, contrario a la idea que pudiéramos formarnos a partir de la experiencia o la costumbre, se caracteriza por su complejidad y más aún hablando de la percepción visual. En un primer acercamiento al tema, mencionamos a los receptores sensoriales (capítulo 5, inciso 1) al momento de definir a la sensación.; un ejemplo concreto de esto podría ser un grupo de células contenidas en el globo ocular, llamadas “conos”, los cuales están relacionados con la sensación del color; estas células tienen un alto grado de especialización, como todos los receptores sensoriales, entre los cuales encontramos igualmente en la retina a los bastones, que son determinantes en cuanto a la recepción de la luz; del mismo modo, puede decirse de la retina que es la superficie al fondo del ojo, etc.

En síntesis, existe una sucesión de estructuras físicas relacionadas con la percepción, fisiológicamente hablando. Un medio circundante, productor de eventos físicos como el calor o la luz, son capaces de activar estas estructuras.

Al hablar del color, debe mencionarse que se trata de una sensación que depende de una combinación de ondas luminosas (del medio circundante) y en segundo término del correcto funcionamiento de las neuronas, los conos y de las estructuras que con estas células se relacionan.

Cuando se mencionan a las neuronas, inmediatamente pensamos en el cerebro, pero no se encuentran

solamente allí, y es que el ámbito de la neurona es ampliamente diversificado, tanto que existen neuronas que se especializan en estímulos aún más específicos como las células complejas, neuronas de la corteza visual que responden mejor a barras en movimiento con determinada orientación, entre otras.

Y ya que citamos el sistema nervioso central, se dice que los procesos visuales se localizan principalmente en el área occipital, cortical del mismo, así como otras funciones corporales se relacionan con áreas específicas del cerebro; la modularidad, como se le denomina a este concepto, no excluye la participación de otras áreas cerebrales en tales procesos, como el de los colículos superiores (centros visuales del cerebro medio), o más aún, de áreas morfológicamente similares en la corteza cerebral, pero especializadas que colaboran entre sí mayor o menormente, condicionando a la percepción a través de la denominada codificación neuronal, que a su vez es distribuida o específica. Así, con las tomografías por emisión de positrones, una técnica que permite determinar las áreas del cerebro que se activan con diversas tareas, se han relacionado las capacidades superiores, como la memoria visual con la actividad neuronal de áreas específicas del cerebro y la alta especialización de algunas neuronas.

“Si bien el problema de la mente y el cuerpo es uno de los grandes escollos científicos y filosóficos sin resolver de nuestros días. Y aquí tenemos que decirle a (Bernita) que una de las

Percepción visual

verdaderas señales se pueden resolver y cuáles quedan fuera del estado actual de nuestros conocimientos.”³⁷

“... pero casi todas las investigaciones sobre todos los mecanismos fisiológicos de la percepción se han concentrado en la búsqueda de las neuronas o de los patrones de disparo neuronal que representan las cualidades preceptuales.”³⁸

Cabría anotar que la mente se define como “potencia intelectual del alma. Designio, pensamiento, propósito, voluntad”³⁹

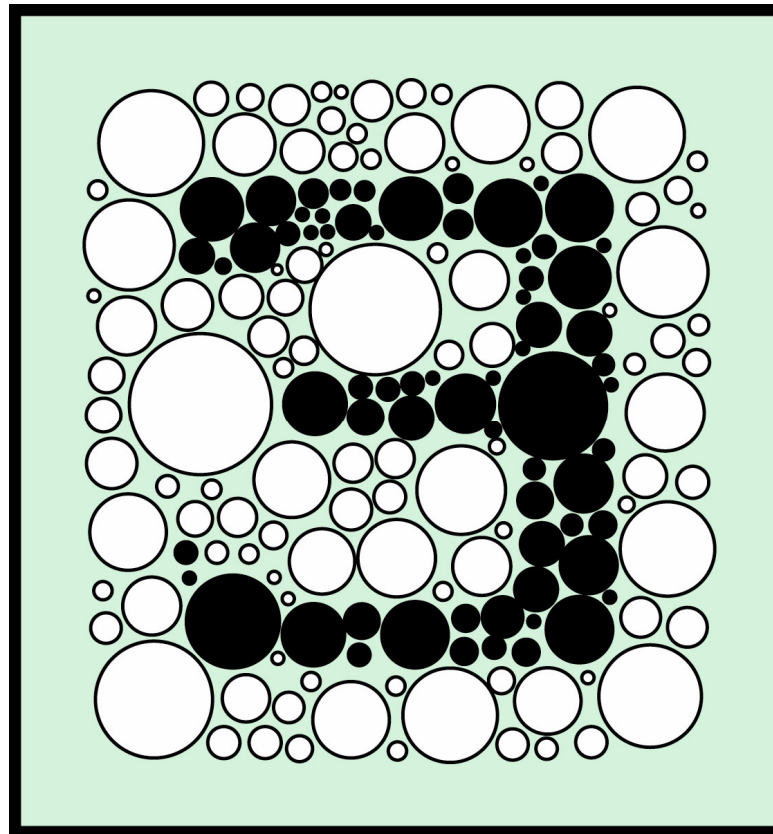
Después de dichas anotaciones, consideremos que el proceso de diseñar comienza en los receptores sensoriales, los procesos neuronales especializados, las facultades del alma, las conductas o acciones como el acto mismo de dibujar o dotar de significación visual al discurso lingüístico.

Sí, juicios o criterios, reflexiones, entre otras muchas consideraciones interactúan en combinación con los procesos preceptuales esbozados. Pero, ¿ en qué forma una buena idea depende del proceso fisiológico ?

³⁷ E. Bruce Goldstein *Op.cit.* p 94

³⁸ *Ibid*

³⁹ Diccionario Esencial de la Real Academia Española.



6.2 Ley de Emmert y otras leyes

Percepción visual

Antes de comenzar, puntualizaremos que existen diferencias en cuanto a la percepción de un mismo evento entre dos sujetos, dichas diferencias pueden ser causadas por las características de la estructura ocular, del orden de la salud y enfermedad; así tenemos que existen personas que perciben deficientemente las formas cercanas, por una incidencia anómala de la luz en la retina, fenómeno conocido como hipermetropía.

Por otra parte, la percepción, según la norma, se sujeta a teorías y leyes.

Dentro de la teoría de la Gestalt encontramos la ley de proximidad, íntimamente relacionada con la proxémica, la cual se define como la relación de identidad de los espacios generada por la distancia, relación que se da desde un punto de vista de la percepción entre un sujeto y un objeto.

De igual forma, la distancia es un factor decisivo en la ley de Emmert, pero que funciona de manera distinta, pues afirma que el tamaño de las posimágenes depende de la distancia de la superficie contra la que se ven; entre mayor sea la distancia, más grandes parecen las posimágenes.

A partir de lo anterior, surgen una serie de consideraciones de interés particular, de las que nos ocuparemos enseguida. Primeramente abordaremos la dimensión-imagen de la teoría de la Gestalt y posteriormente la posimagen planteada en la ley de Emmert.

La imagen es producto de un estímulo presente en el medio circundante. En tanto, la posimagen es producto de un estímulo previo, ausente, y además sufre cambios respecto a la percepción original de la misma.

En la percepción inmediata, los objetos se reducen con la distancia, y en la posimagen se agrandan, como lo señala la ley de Emmert; esto en cuanto a la distancia con respecto al observador y no como en la Gestalt, de los componentes de la imagen entre sí.

Considerando el término “posimagen”, nos encontramos con criterios de otras teorías relacionadas con el color, como la del “proceso oponente” de Ewald Hering, que argumenta según estudios fenomenológicos, que ciertos colores tienen un oponente (opuesto), justo en el fenómeno de posimagen, así el verde se opone al rojo, el amarillo al azul, etc.

La teoría de la Gestalt incluye en la ley de semejanza el criterio de asociación entre elementos según su luminosidad, partiendo de un conjunto de círculos grandes y chicos, podemos rellenar algunos de negro y formar una figura (un número), por ejemplo, creando un contraste (opuesto) entre fondo y figura.

En la teoría del proceso oponente, tendríamos por tanto que si la figura percibida es oscura, la posimagen sería luminosa, y si es verde, sería roja, o en el caso del azul sería amarilla.

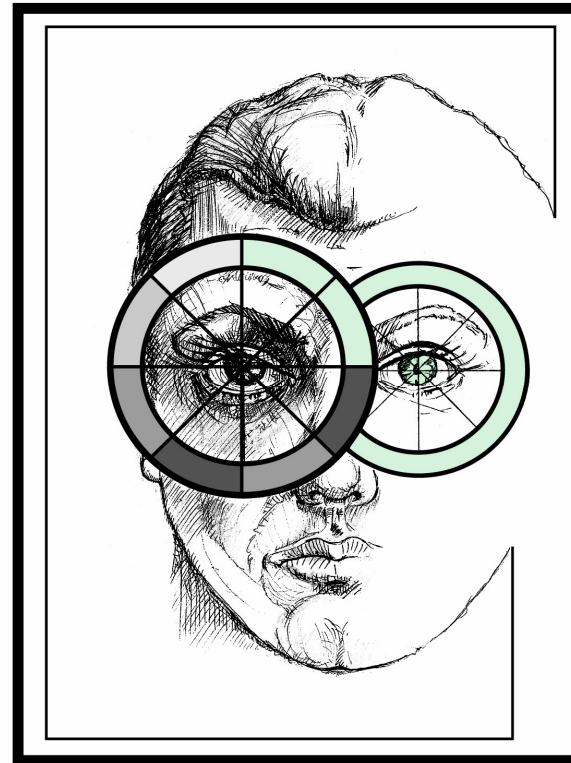
Percepción visual

Los fenómenos sensoriales comentados, tienen su fundamento en procesos fisiológicos como en el caso de la posimagen, a nivel de forma según la impresión y recuperación de la retina (estructura del globo ocular), o en el caso del color según la capacidad de los conos (células del color), de respuesta al estímulo.

Tenemos así que la ley de Emmert incluye conceptos que atañen a otras teorías como la del color de Ewald Hering (proceso oponente), o la Gestalt (ley de semejanza y figura-fondo), aún cuando sólo sea indirectamente o en sentido distinto.

En el capítulo 3, inciso 1, mencionamos un reajuste del ejemplo típico del concepto figura-fondo, que coincide perfectamente con el efecto de la posimagen, recordemos como la copa blanca y los perfiles negros se corresponden, y en el reajuste, la copa es negra y los perfiles blancos.

Por otra parte, según nuestro comentario de apertura, cabe señalar que algunas características de la percepción visual pueden interpretarse como deficiencias o enfermedades y no es el caso de la posimagen que es muy distinto al de la hipermetropía.



6.3 La teoría de la Gestalt y otras teorías enfocadas a la percepción visual

Percepción visual

En el inciso anterior mencionamos a algunos autores, tales como Emmert y Hering, pero el tema que se plantea estaría incompleto si no se hace alusión a Young, el autor de la teoría tricromática de la visión del color.

Si bien el argumento original es de orden fisiológico, constituido de teorías y leyes, pudiendo parecer ajeno a la elaboración del diseño gráfico cotidiano, que en ocasiones pasa por alto la aplicación de la teoría de la Gestalt por ejemplo, tomando en cuenta que es la teoría que se aprende en la escuela; no es ajeno si consideramos que de ser monocrómata el diseñador gráfico, tendría que conocer como funciones la visión tricromática y sus leyes, por lo que allí el parámetro subjetivo del diseño está sustentado correctamente, de modo que nunca será lo mismo cuando revela ignorancia además de una terquedad por insistir en argumentaciones falaces.

No necesitamos conocer las teorías ni tener un padecimiento visual para aplicar correctamente parámetros preceptuales, siempre y cuando no argumentemos lo que no entendemos, ni nos jactemos de un profesionalismo que impone en la actualidad saber de la existencia de teorías que explican conceptos como los siguientes:

“

- Altura relativa.
- Ángulo visual.

- Área receptora visual.
- Astigmatismo.
- Axón.
- Binocular de la profundidad.
- Bipolar.
- Boceto.
- Burbujas.
- Búsqueda visual.
- Canales de frecuencia espacial.
- Captura visual.
- Cataratas.
- Célula oponente del color doble.
- Cinestesia.
- Teoría de las claves.
- Teoría de las claves contradictorias.
- Colículo superior.
- Color.
- Color acromático.

Percepción visual

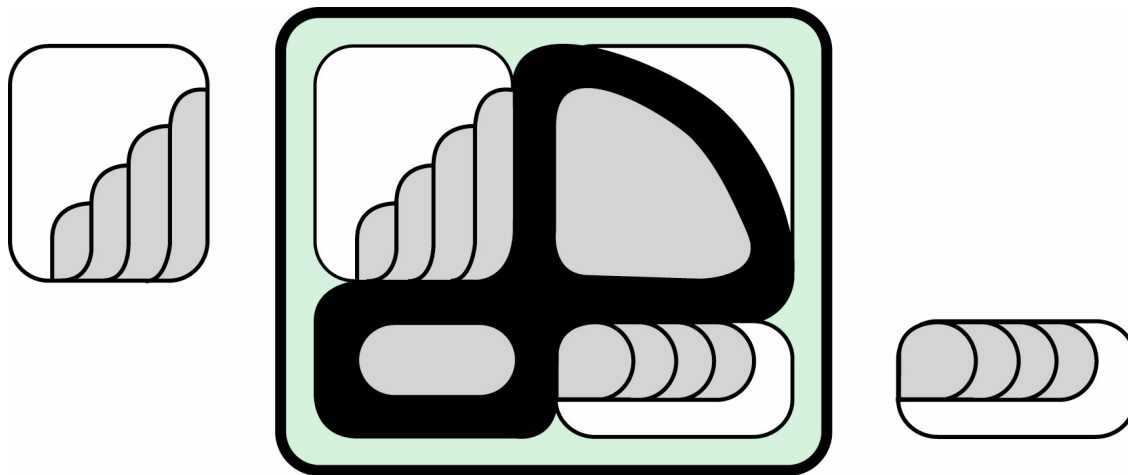
- Columna de dominancia ocular.
- Columna de localización.
- Célula compleja.
- Conciencia encubierta.
- Conos.
- Constancia de forma.
- Constancia de luminosidad.
- Constancia de tamaño ⁴⁰.

Tampoco necesitamos ser monocromatas para conocer la teoría del color o la monocromática, para no ser excluyentes, en cuanto al posible destinatario del diseño gráfico.

Las teorías y leyes de la psicología que atañen al diseño gráfico no se suscriben a las de percepción o sensaciones del orden visual, ni tampoco las teorías y leyes que son del interés del diseño gráfico se inscriben en la psicología como la ley de la oferta y demanda en el mercado, que sin duda afecta al diseño en la actualidad, si se concibe el auge de la profesión; o en su defecto leyes de jurisprudencia y otras.

⁴⁰ E. Bruce Goldstein *Op cit.* Glosario

Lo anterior nos exhorta nuevamente a la colaboración intradisciplinaria, bidisciplinaria y multidisciplinaria, a la creación de un esquema de prioridades para el desempeño sociolaboral de las figuras inscritas en el gremio del diseño gráfico, sobre todo los profesionales; en este caso se incluyen todo tipo de consideraciones, además de las académicas o curriculares, sujetas a acuerdos y normas, teorías y leyes que demanda el desarrollo progresivo de cualquier grupo social y también a nivel individual.



6.4 Experimentos clásicos en percepción visual

Uno de los experimentos, en torno al cual se argumenta el criterio de nativismo y de empirismo de la percepción, y que se vale de la apreciación de la distancia, de manera por demás distinta a la teoría de la Gestalt o de la ley de Emmert, es el que se sirve del llamado “precipicio visual”, mismo que consiste en el manejo de profundidad y superficie, bajo una plataforma transparente, en la cual se coloca al sujeto (ver imagen al final del inciso, un animal en este caso).

El mismo mecanismo (precipicio visual) es empleado para explicar las capacidades perceptuales de los recién nacidos.

Más allá de la comprensión temática de lo anterior, que depende en un momento dado de la ampliación de los conceptos manejados, nos enfocaremos a señalar que en cuatro diferentes textos de introducción a la psicología figura el experimento descrito, por lo cual se explica el calificativo de “clásico” por mi parte.

Otro experimento que es frecuente en textos que comprenden la percepción visual, incluso en libros especializados en dibujo, es el que argumenta la particularidad de los dos hemisferios cerebrales: el hemisferio izquierdo está vinculado al lenguaje y al análisis, mientras que el hemisferio derecho, en problemas espaciales es un totalizador rápido y complejo. El mismo experimento comprueba la

Percepción visual

relación directa que guarda el hemisferio izquierdo con la mano del lado opuesto (derecha) y el hemisferio derecho con la mano izquierda.

A grandes rasgos, el experimento consiste en presentar a una persona lesionada (cerebralmente), una imagen para que la capte solamente el hemisferio izquierdo, y un objeto para que lo capte el hemisferio opuesto a la mano que lo toma (lado derecho), con lo cual se prueba la independencia de procesamiento hemisférico; así como la especialización en diferentes tareas y de qué manera se relacionan los hemisferios a través del “cuerpo calloso”, órgano que comunica a ambos.

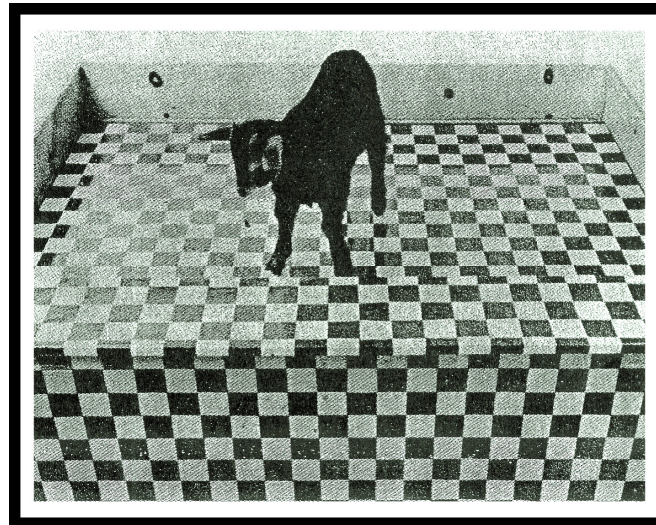
Las aportaciones de la psicología experimental, nos permiten partir de conceptos comprobados científicamente, que de otra manera nos sería prácticamente imposible deducir y comprender.

Y en este sentido, tenemos que los seres humanos, entre otros mamíferos superiores, heredan cierto sentido espacial patente en la infancia (primer experimento), o que en el contexto del espacio; éste es procesado principalmente en el hemisferio derecho, el mismo que sería más apto para el dibujo por su relación con la espacialidad. Que el grafólogo, el tipógrafo y el diseñador editorial en su manejo del lenguaje estaría relacionándose con el hemisferio izquierdo.

Aún cuando lo anterior tiene una gran lógica, no debemos olvidar que tanto el cerebro como la mente

humana son complejos, y que no dejan de interactuar en algún sentido, los dos hemisferios de modo inverso; es decir que no cabe la rigidez conceptual en un primer asomo a temas como la psicología.

Por otro lado, experimentos como los que se aplican para teoría del color, tanto aditiva como sustractiva, son sumamente recomendables de realizar por su accesibilidad, precisión y corroboración, además de desempolvar el espíritu científico que complementa a la mente creativa⁴¹.

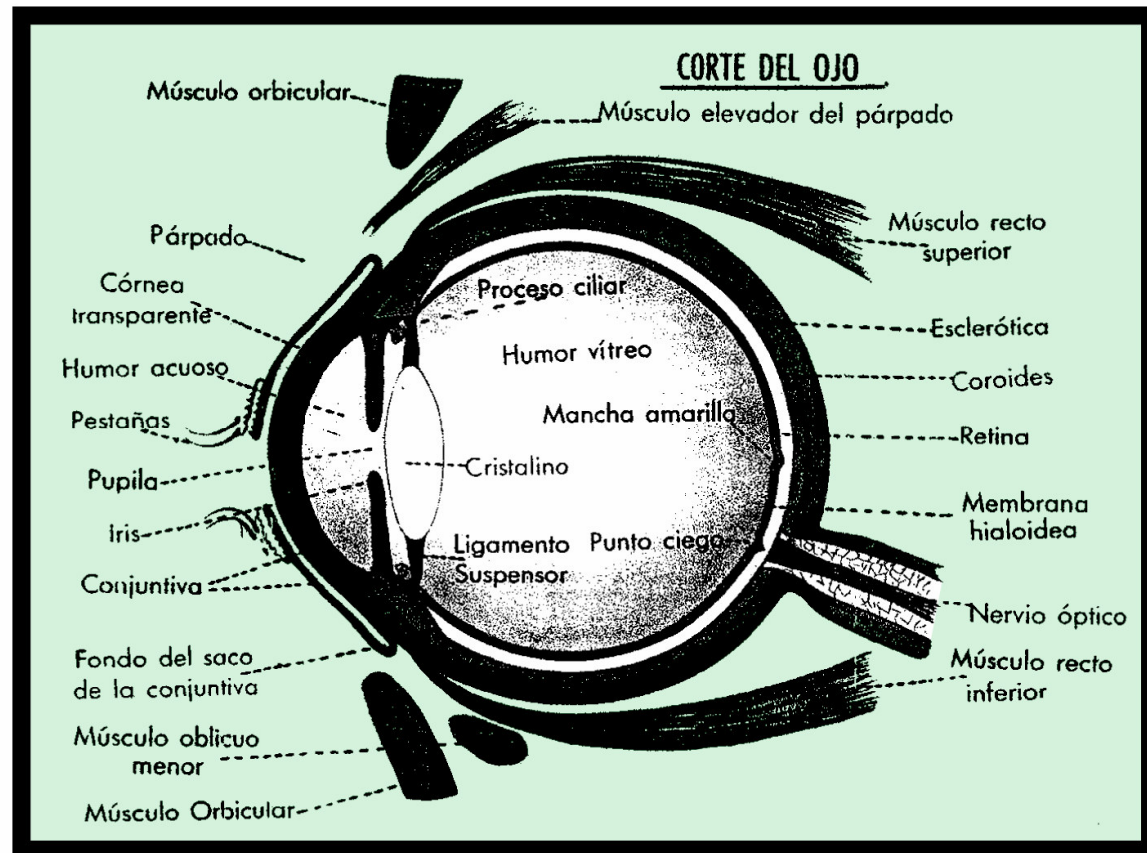


⁴¹ Sobre este tema ver: Paul Mussen. Mark R. Rossenzweig. *Op.cit.*p 627-232 Betty Edwards. *Op cit.* p 57-61. Robert A Baron. *Op cit.* P 317-318. Charles G. Morris Albert A.Maisto. *Op. cit.* p 394-396.

Capítulo VII
Estructuras y procesos
relacionados con la visión

Estructuras y procesos relacionados con la visión





7.1 El ojo y sus estructuras

Estructuras y procesos relacionados con la visión

Para comenzar, destacaremos que el humor acuoso y el humor vítreo, estrictamente hablando, no se pueden considerar estructuras, principio aplicable a la secreción glandular que se distingue de las primeras sustancias, por no encontrarlas en el interior del globo ocular o de la irrigación sanguínea interna y externa contenida en las respectivas estructuras: vasos capilares o formaciones venosas, áreas denominadas vascularizadas.

A partir de la consideración anterior y del uso flexible del término, tenemos que las estructuras fisiológicas abarcan membranas, medios, capas, etc., veinticinco formaciones básicas que, para no ser redundantes, remitiéndonos a la indicación de cada estructura con la presentación del órgano a través de una imagen (es decir, gráficamente), someteremos las estructuras a un proceso referencial.

Según lo anterior, tenemos por un lado, cada una de las estructuras y por otro, una escala aplicable a cualquiera de ellas:

Escala referencial

1. Nombre.
2. Circunscripción.
3. Constitución.
4. Función.
5. Nivel de integridad.
6. Orden de sucesión.

Estructuras del órgano

1. Músculo recto superior.
2. Músculo elevador del párpado.
3. Músculo orbicular.
4. Párpado.
5. Córnea.
6. Humor acuoso.
7. Pestañas.

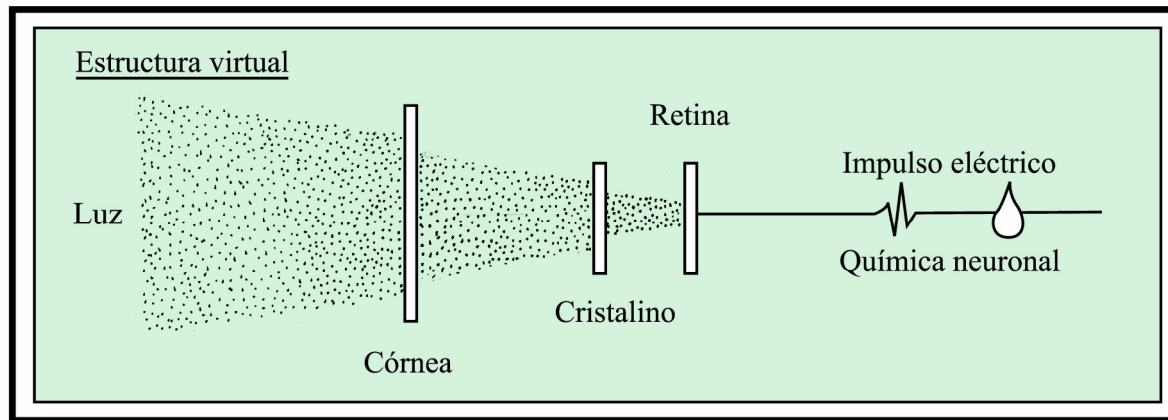
(Referirse al gráfico para completar la lista o localizar las estructuras)

Ahora, a manera de ejemplo relacionaremos una estructura con la escala:

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Nombre | Esclerótica. |
| 2. Circunscripción | Formación ósea, músculos rectos, coroides, córnea. |
| 3. Constitución | Tejido fibroso y opaco, no elástico y blanquecino. |
| 4. Función | Generación de opacidad, tiene el trabajo de mantener a oscuras el interior del ojo, así como registrar la imagen del exterior. |
| 5. Nivel de integridad | Su deformación, padecimiento que entre otros contempla la miopía. |
| 6. Orden de sucesión | Cara posterior y superficial del globo ocular. |

Estructuras y procesos relacionados con la visión

Por otro lado, tenemos lo que se podría llamar *estructura virtual*, formada por la energía lumínica incidente e impulsos electro-químicos neuronales.



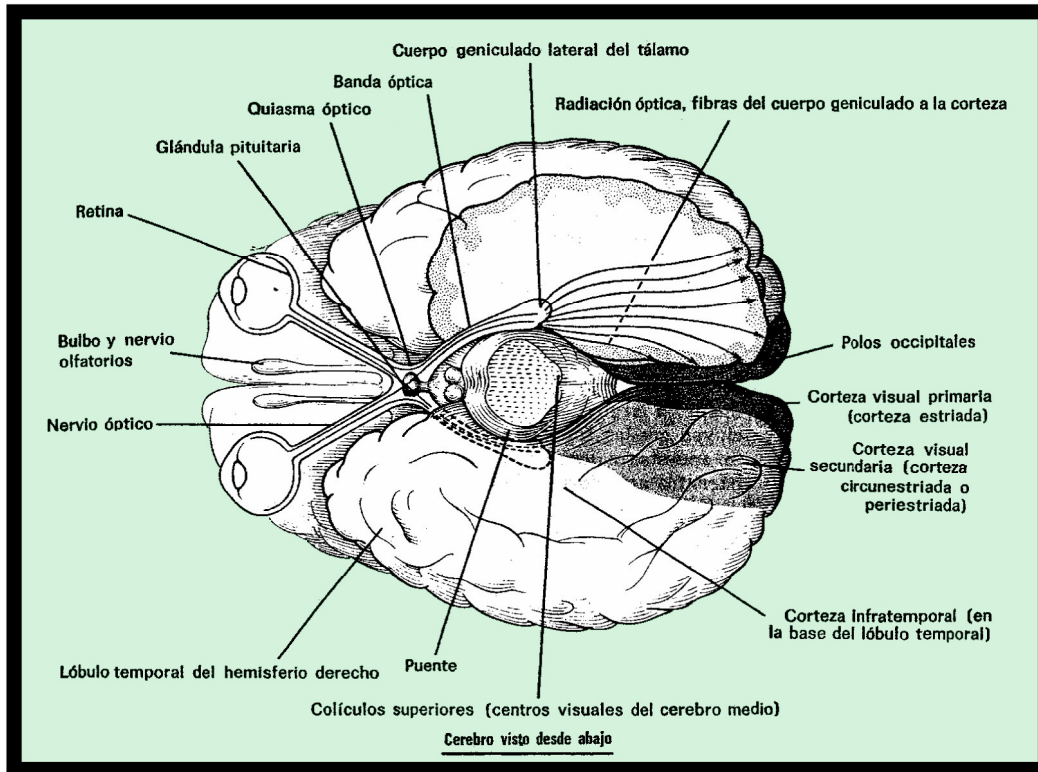
Lo que el órgano visual hace, cómo funciona, o cuáles y cuántas partes lo constituyen son problemas distintos y complementarios, y en términos Gestaltistas, la forma (el ojo) es más que la suma de lo anterior.

Es pertinente observar que, en tanto la medicina conlleva la consigna de promover la salud en su manejo del tema, la psicología tiene la de considerar el estado de salud como referente de los servicios

o criterios a desarrollar, siendo que el diseño gráfico se apega a los criterios biológicos y psicológicos establecidos por ambas disciplinas con la finalidad de organizar el medio lingüístico y/o visual.

La información requerida para completar el ejercicio es de origen monográfico (el sentido de la vista)⁴²

⁴² Toda la información del párrafo presente proviene de Paul Mussen, Mark R. Rosenzweig, Elliot Aronson, David Elkind y otros, en *Introducción a la psicología*. México, Compañía Editorial Continental, 1981.



7.2 El sistema nervioso central y la visión (estructuras)

En la medida en que los ojos son los órganos exteriores, o en razón de que su complejidad y delicadeza son manifiestas, se les atribuyen altas cualidades y una importancia central, y de hecho un sitio privilegiado psíquica y culturalmente.

Pero el símil más gráfico de lo anterior podría ser el de contemplar a los dientes como a los ojos, y al resto del sistema visual como a los huesos y ligamentos. Por lo anterior, no podemos estudiar a los ojos sin considerar al sistema visual y al mismo sistema nervioso, donde confluyen el resto de los sistemas y se complementan. Tampoco es posible privilegiar un órgano u organelo del sistema, el cual resultaría inoperante sin los otros.

Pero al hablar de diseño gráfico, en su relación con la psicología de la percepción visual, el tema del sistema visual tiene por fuerza que ser sintético, lo cual resulta un auténtico problema debido a lo intrincado del procesamiento visual o la descripción de las estructuras y sus relaciones, además de lo primordial que significa el manejo terminológico especializado. Si a lo anterior añadimos la consideración de que el tema se sitúa con mayor propiedad en los ámbitos de la medicina y la psicología, parecerá absurdo ocuparse de él en un espacio tan breve como el actual.

Y sin embargo, no podemos argumentar y madurar cabalmente la producción del diseño gráfico sin saber en qué forma incide en el psiquismo, la mente y la conciencia propia y social, individual y

Estructuras y procesos relacionados con la visión

colectiva, y por lo tanto qué efectos produce. Teniendo como punto de partida estas consideraciones y otras, como el hecho de estar conformados por sistemas, órganos, organelos, etc., y de ser una entidad biológica sumamente compleja y delicada.

Es frecuente el equívoco de hablar del cerebro cuando en realidad se pretende referir al encéfalo, el cual abarca al mismo cerebro, según lo podemos constatar en el Diccionario de la Real Academia Española. De igual forma, se habla del sistema nervioso central pretendiendo referirse al sistema nervioso, que es el que abarca todas las funciones del sistema, mismas que se dividen en cuatro grupos entre los que se incluyen el sistema nervioso central, , el cual no contempla la red de células nerviosas que transmiten mensajes por todo el cuerpo.

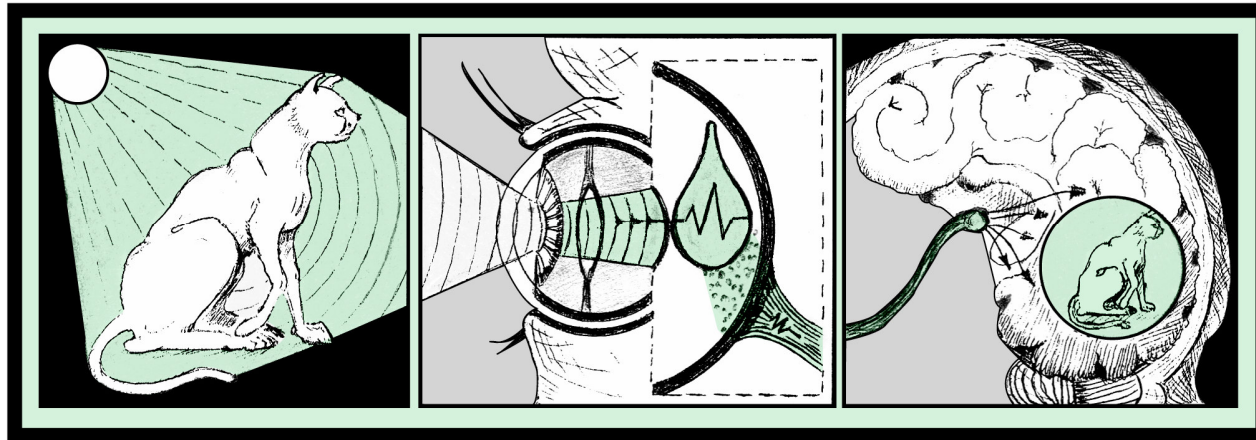
Otro de los cuatro grupos señalados es el sistema nervioso somático, que comprende la conducción de mensajes de los sentidos al sistema nervioso central. De tal forma que, al hablar de las estructuras de la visión y alguno de los sistemas nerviosos, el sistema nervioso somático sería el más adecuado, sin embargo para comprender su funcionamiento es necesario abarcar a todo el sistema nervioso.

Teniendo presente que, al referirnos a las terminaciones nerviosas de párpados y músculos de los ojos, estaríamos generalizando y al referirnos a las vías nerviosas que van de la parte trasera de la cabeza (polos occipitales) a los órganos visuales más próximos (núcleos geniculados laterales), estaríamos

especificando, como si nos refiriéramos del nervio óptico que va del globo ocular a los mismos órganos (núcleos geniculados laterales). Al generalizar, según lo anterior, incluimos a la médula espinal de donde parten los nervios, y no al encéfalo como en el caso de las terminaciones nerviosas antes referidas que desembocan en la corteza visual secundaria y primaria de los polos mencionados.

Según el comentario que precede a la descripción anterior, además de las aclaraciones terminológicas, es prudente detenernos para no tomar a la ligera el estudio correspondiente. El comentario final es que la intención no ha sido agotar el tema rigurosamente, ya que por su carácter y profundidad requieren de un estudio que no es el objetivo de la presente investigación; hasta el momento se ha intentado ilustrar de manera general el tema y mostrar cuál es su aplicación en el campo del diseño gráfico.⁴³

⁴³ Sobre este párrafo, ver Paul Mussen et al., op. cit., p. 685, y Charles G. Morris, Albert A. Maisto. *Psicología*. México, Pearson Educación, 10ª ed., 2001.



7.3 Procesamiento de la imagen

Según se ha comentado anteriormente, y con el fin de organizar y sintetizar la información, se retomarán algunos conceptos. Así hablamos de estímulos, sensaciones y percepciones; secuencia que describe de forma muy general el procesamiento visual o el de cualquiera de los otros sentidos.

En cuanto al primer concepto: estímulo, lo que lo caracteriza en el acto de la visión es el hecho de estar conformado como energía electromagnética, ondas de luz cuantificadas en nanómetros, clasificadas en ondas y fotones; así cuando la energía incide en los objetos y llega al ojo se está produciendo el estímulo.

El patrón óptico generado es transformado en señales eléctricas por los receptores, en otras palabras, se genera la transducción; los conos y bastones, entre otras células envían impulsos nerviosos; la actividad celular se define así como el segundo concepto: la sensación.

Los impulsos nerviosos viajan por el sistema nervioso, órganos y demás estructuras visuales, abarcando la corteza estriada y extraestriada, de tal manera que el encéfalo procesa y organiza la información, generándose la imagen y el tercer concepto: la percepción.

Igualmente se habló del concepto de modularidad; áreas del encéfalo que intervienen en el procesamiento de las imágenes, y vías del mismo, como la ventral y la dorsal, así como de las

neuronas altamente especializadas que se encuentran en éstas.

Así tenemos que son múltiples las razones que determinan el cómo percibimos, desde las estructurales (como el hecho de tener dos ojos que determinan la binocularidad y el efecto de profundidad), hasta procesos visuales de orden superior que determinan la forma, el movimiento o la memoria visual⁴⁴.

Los procesos de orden superior como el pensamiento, la memoria, el razonamiento, etc., intervienen también en la configuración imaginaria; recordemos los conceptos de nativismo o herencia y el empirismo aprendido según las experiencias.

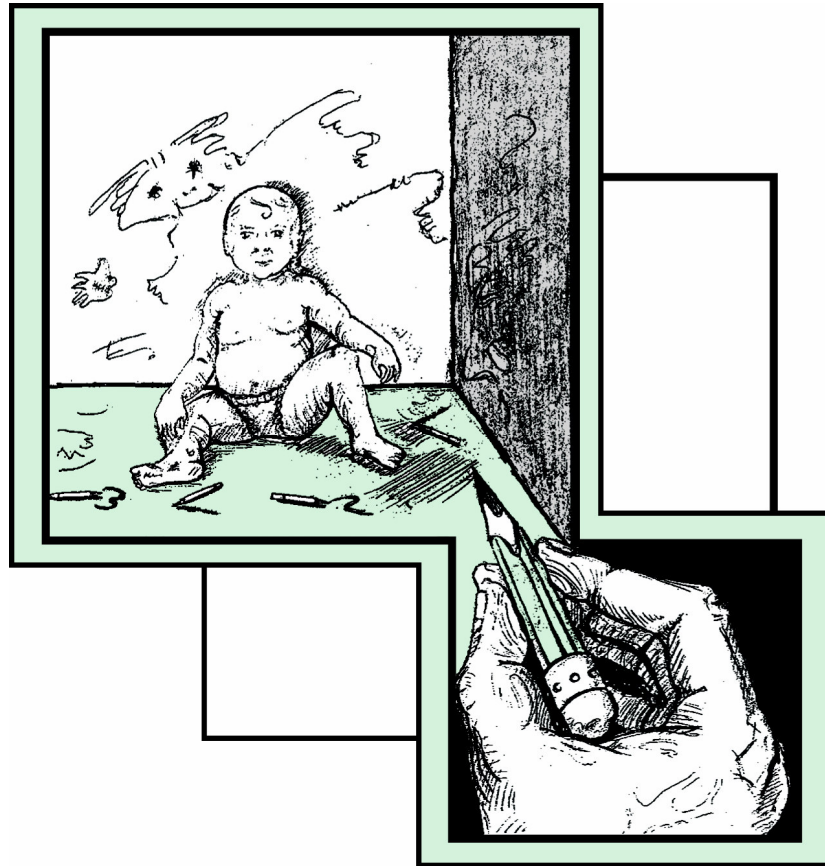
Es oportuno considerar que los procesos mencionados no se desenvuelven de manera consciente o evidente, es decir que no tenemos presente el cómo es que en un momento dado reconocemos el rostro de alguien, simplemente lo reconocemos, y quizá en la generalidad de los casos resultaría ocioso el preguntarse los motivos y razones; aún la respuesta a este tipo de preguntas resultaría absurda.

Sin embargo, en diseño gráfico como en psicología, es frecuente encontrarse con una imagen que nos provoque preguntarnos sobre el origen o el por qué de ciertas características: “esto no estaba cuando

⁴⁴ Sobre este tema ver: E. Bruce Goldstein. *Sensación y percepción*. México, International Thomson Editores, 1999.

tomé la foto”, “¿por qué está tan oscura esta fotografía?”. Pudiendo tener respuestas desde una circunstancia instrumental (la cámara), hasta explicaciones fisiológicas de los órdenes mencionados, sin olvidarnos de las psicológicas (con esta intención). Así el motivo nos puede proporcionar indicios de la razón o problemática, como también marcar una pauta.

Para cerrar este apartado, cabe apuntar que al producir una imagen (gráfico), nos valemos de capacidades que no necesariamente son las mismas que cuando “leemos” su contenido, ni tampoco las que ocupará el receptor del mensaje; por mencionar una , digamos las experiencias personales.



7.4 Visión y el acto de graficar

Siguiendo con el orden de ideas del inciso anterior, completaremos la secuencia de relación del ser humano con el entorno, en un cuarto elemento, cerrando así el ciclo, tendríamos: estímulo, sensación, percepción y respuesta.

La respuesta y el estímulo, son tópicos que se asocian en psicología con el connotado Ivan Petrovich Pavlov y el asociacionismo experimental, pionero de la investigación junto con Edward Thorndike, quien aplica estos principios a la psicología educativa.

El acto de ver y dibujar, como el aprender a ver o a dibujar, se inscriben en los conceptos anteriores; lo que hacemos al observar y copiar algo del entorno en una hoja de papel, es asociar un estímulo (el modelo) con una respuesta (dibujar); evento que no resultaría ser el primitivo (como el de reaccionar instintivamente, comiéndonos la fruta que funciona como modelo).

Desde otra perspectiva, al ir aprendiendo a dibujar vamos abandonando la representación original que tenemos del modelo, pudiendo interpretarla hasta de forma abstracta, es decir, asociando manchas o trazos con características de la realidad que en principio no tendría ninguna relación con el estímulo, de no existir la asociación mental que desarrollamos.

En un tercer criterio, al copiar un elemento de la realidad, de manera muy precisa, estaríamos

imitando el estímulo con la respuesta y aún cuando para nadie es ajeno el que para ello interviene el aprendizaje, no todos comprendemos cómo funciona.

Funciona sí, a través de la repetición y la corrección, pero este criterio se sujeta a una serie de principios psicológicos, como el nivel de madurez del productor de la imagen, lo que se conoce en psicología como desarrollo. Así, un niño no tiene en una etapa de su desarrollo la estructura física para la ejecución de un dibujo; posteriormente, cuando es obvio que ha superado esta etapa, se encuentra con las carencias mentales y psicológicas, de desarrollo.

En términos psicológicos, nos referiremos a la sinestesia, como la asociación espontánea por correspondencia de sensaciones pertenecientes a zonas diferentes. Cuando percibimos en un sentido distinto al que originalmente recibió el estímulo, extendiéndose la sensación por efecto de asociación y provocando de esta manera una percepción simultánea en dos o más sentidos. Si bien el estímulo puede ser sonoro auditivo y estar orientado por su naturaleza a ser recibido como sensación por el oído y el sentido auditivo, en virtud de las correspondencias de orden físico y psicológico, este estímulo despertará, por así decirlo, a otro sentido, el de la vista, y el sonido (musical) puede ser visto por el ojo como color o como forma³⁸.

³⁸ Ibid.

De este modo, los estímulos que se traducen en sensaciones, en la percepción infantil se verá cómo los movimientos y posiciones de los miembros estarán relacionados con las habilidades psicomotoras gruesas y finas, éstas últimas indispensables para el dibujo, ajenas en ciertas etapas del desarrollo infantil. O bien, tratándose de las etapas del desarrollo mental, según Jean Piaget, en las que la representación de la realidad es cambiante y condicionada por la percepción que el individuo tiene del entorno³⁹; esto es claro al ver que un niño dibuja de manera distinta a la de un adulto, debido a que su comprensión del medio circundante es diferente.

Nos encontramos entonces con tres elementos fundamentales de la problemática que nos ocupa: 1) ver y observar, 2) percepción del medio, y 3) desarrollo y habilidades. Y es así que nuestras observaciones nos conducen a retomar el sistema nervioso y el somatosensorial en el desempeño combinado de dos sentidos: el de la vista y el tacto. El tacto como respuesta a un estímulo de orden visual, mediando la activación de distintas áreas del encéfalo, correspondientes no sólo a las de estas capacidades, sino también a otras como las relacionadas con la memoria o la experiencia, etc., pero que básicamente se localizan en el lóbulo parietal y detrás del lóbulo temporal⁴⁰.

³⁹ Jean Piaget, Barbel Inhelder. *Psicología del niño*. Madrid. Morata, 1997.

⁴⁰ Viktor Lowenfeld, W. Lambert Brittain. *Desarrollo de la capacidad creadora*. Buenos Aires, Kapeluz Editores, 1992.

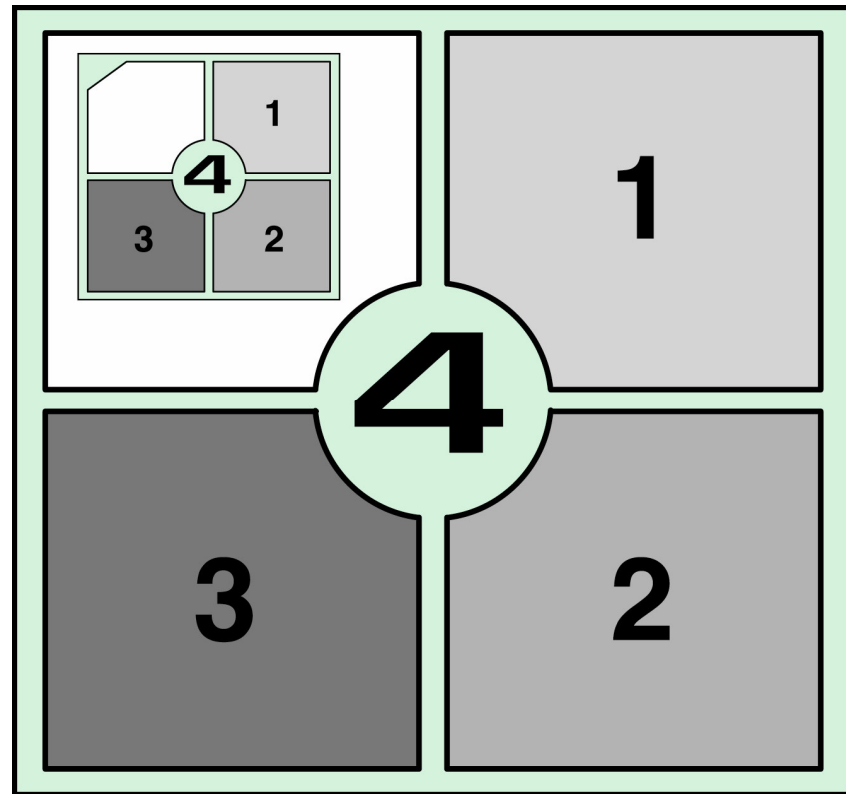
Capítulo VIII

Las imágenes y su carácter.



Las imágenes y su carácter





8.1 La imagen creativa

Desde el punto de vista de la fisiología, según ya se ha comentado, diferentes áreas neuronales se ocupan del procesamiento de la información visual recabada del medio circundante, quedando claro que no sólo el hemisferio derecho del encéfalo se ocupa de esta labor, por considerar el núcleo geniculado lateral del hemisferio opuesto, o el polo occipital del mismo extremo, así como la vía ventral correspondiente que se integran al proceso. Hemos de referir para este punto los lóbulos frontales, que además del tacto y otras habilidades se ocupa de la conducta propositiva, la cual concuerda con el carácter de la creatividad.

De tal manera se deduce que al dibujar un modelo original, el área antes mencionada (lóbulos frontales), juegan un papel importante. Aún cuando esta información es ilustrativa, además de proporcionarnos una base biológica sólida, no nos deja muy en claro cómo se genera la imagen creativa, si no nos referimos al concepto más propiamente psicológico, el cual nos plantea a partir de la definición de Torrance que el pensamiento creativo es “el proceso de percibir elementos que no encajan o que faltan; de formular ideas o hipótesis sobre éstos, de probar estas hipótesis y de comunicar los resultados, tal vez modificando y volviendo a comprobar las hipótesis”⁴⁸.

Elementos que no encajan o que faltan. Esta definición parece funcionar muy a propósito de los descubrimientos científicos, en los que se plantea un acontecimiento en el cual no parece haber una

⁴⁸ Citado por David P. Ausbel, Joseph D. Novak y Helen Hanesian. *Psicología educativa*. México, Trillas, 2000, p. 502.

lógica en los antecedentes del mismo (mas que en el sentido gráfico del diseño).

Igualmente nos encontramos con otra consideración de peso psicológico: “Wallas (1921) sostiene que el proceso de creación consta de cuatro etapas: 1) la preparación, 2) la incubación, 3) el resplandor o chispazo, y 4) la verificación”⁴⁹.

Donde la preparación equivaldría, en nuestro caso, a los estudios o experiencia en el ramo, seguido del planteamiento de un problema dado, el procesamiento del material aún a nivel inconsciente y la solución repentina, seguida de una corroboración de su aplicabilidad. En otras palabras: metodología, técnica, habilidades y cultura visual. Se asientan en la memoria y la experiencia, animadas por la opinión y el sentido crítico, por el pensamiento estando a la espera de un problema para proponer soluciones. Proceso que en la automatización se puede tornar inconsciente, a nivel de la intuición.

Por otro lado, existe una predisposición innata a la creatividad e incluso a la genialidad, y aún cuando la una no presupone necesariamente a la otra no dejan de ser así entendidas, como dotes excepcionales de individuos especiales. En países como Estados Unidos de Norteamérica, se destina una fracción del presupuesto nacional a la educación “especial” que requieran los llamados

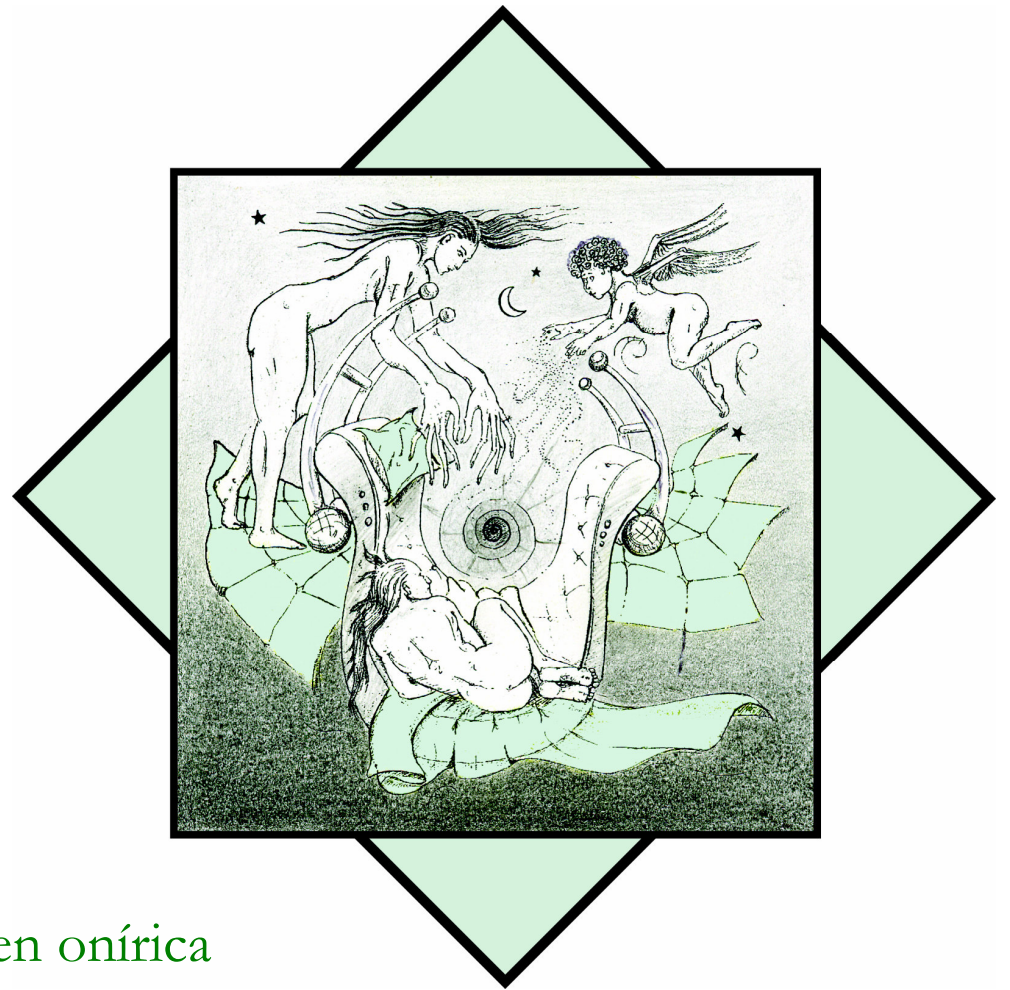
⁴⁹ Citado por Charles G. Morris y Albert A. Maisto, op. cit., pp. 55-64.

Las imágenes y su carácter

‘súperdotados’⁵⁰, además de una legislación adecuada a las problemáticas que se desprenden en torno a su desenvolvimiento social, situación extensiva para las personas que sufren algún tipo de minusvalía.

Es innegable que en México se destinan recursos a este respecto, pero en conceptos como niños excepcionales o súper dotados, se va dejando de lado el ser creativo, al artista cada vez más se le sustrae del término genial.

⁵⁰Sobre este tema ver. Rogelio Díaz Guerrero y Rolando Díaz-Loving. *Introducción a la psicología, un enfoque ecosistémico*. México, Trillas, 1996, pp. 212-215.



8.2 La imagen onírica

Uno de los problemas y quizá el más importante que enfrentan los diseñadores gráficos, es el de dotar de significado a la imagen, o en su caso, de develar y orientar significados contenidos en las mismas, esto es, la carga simbólica que contiene un segmento dado de la realidad, no necesariamente es el requerido para la elaboración del diseño en cuestión, por lo que se reviste de un significado artificial a este objeto, de tal manera que aquellos valores que le son propios pasan a ser eclipsados por nuevos significantes; en una segunda opción, los valores contenidos en el objeto, se resaltan y/o jerarquizan mediante recursos estéticos, técnicos o de otra índole⁵¹.

Así, el valor polisémico de la imagen sensorial inmediata, no es ninguna garantía para la comunicación, principio que secunda al semiológico, y más que nada porque los significados que pudiéramos interpretar se presentan de manera inconexa o caótica. De allí la importancia de someter a un objetivo dado a la percepción visual, de contar con antecedentes que nos sirvan de referencia, de tener claras las prioridades para poder actuar en consecuencia. Conceptos que además de ser rectores en la producción del diseño gráfico, son principios empíricos de relación con el medio circundante que apenas hemos racionalizado.

Nuestro interés por el carácter simbólico de la imagen surge de su posibilidad comunicante o de su recurso proposicional. Es entonces que, junto a la *semiología*, referente a la lingüística, nos encontramos con la *semiótica*, referente a la medicina o a la clínica, la cual se ocupa de los signos, y aún cuando

⁵¹ Adolfo Sánchez Vázquez. *Antología de textos de estética y teoría del arte*. México, UNAM, Lecturas Universitarias.

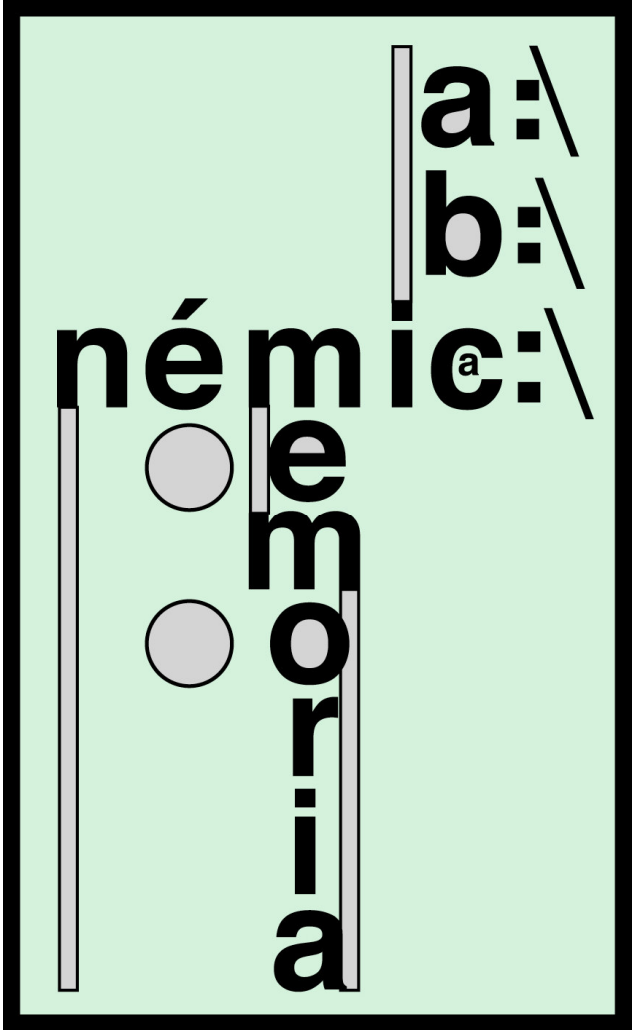
existen diferencias, puesto que se plantea una distancia semántica; en este caso, bien podríamos aplicar lo dicho a los sueños o *imágenes oníricas*. Según la teoría freudiana al respecto, los sueños son imágenes mentales que conllevan un significado subyacente que, para los psicoanalistas que manejan los códigos y reglas correspondientes son claros y consecuentes, pudiendo contribuir a la solución de padecimientos relacionados con la personalidad por medio del análisis de los contenidos de las imágenes oníricas⁵².

Independientemente de la charlatanería o la duda razonable, cabe la posibilidad de utilizar los sueños con fines terapéuticos, artísticos o de diseño, más allá de su significado real, dotándolos de un plus simbólico extrínseco, como haríamos en el caso de un objeto del cual no tenemos la información necesaria.

Cabe preguntarse ¿por qué soñamos?, si nuestro inconsciente no quiere que nos enteremos del contenido, si el sueño es más bien un intento de comunicación inconsciente-conciente, pero con un código de baja legibilidad como en un diseño confuso. El supuesto de que el diseño gráfico, como los sueños están en función de la comunicación, es a mi modo de ver reducir sus posibilidades, negar su capacidad creativa o trascendental, de reparación frente al desgaste cotidiano o algún otro valor “desconocido”.

⁵² Fernand-Lucien Mueller. *Historia de la psicología, de la antigüedad a nuestros días*. México, Fondo de Cultura Económica, 1993.

Las imágenes y su carácter



8.3 La imagen mnémica

Las imágenes y su carácter

Cuando se habla de *memoria*, generalmente se refiere a dos tipos de memoria, pero en teorías más modernas se manejan hasta tres, las cuales serían propiamente: la memoria sensorial o preperceptual, la memoria a corto plazo de retención breve segundos-minutos, y la memoria a largo plazo que va de días a meses y años.

Y aún cuando teorías como la del “amortiguador” (de Atkinson-Shiffrin) están parcialmente aceptadas, lo común es que se utilicen las tres modalidades de memoria, al menos en lo referente a la apropiación del material, o más propiamente dicho “codificación”, nos referiremos preferentemente a la última, la memoria de largo plazo, por su relación con este punto, esta modalidad de la memoria, al igual que la de corto plazo, se subdivide en tres etapas: 1) la codificación, 2) el almacenamiento, y 3) la recuperación, en donde la codificación se refiere a procesos que ya hemos mencionado anteriormente, donde los receptores sensoriales y los circuitos nerviosos procesan la imagen (la codifican en impulsos electro-químicos) Posteriormente, y como el término refiere, se guarda esta información (imagen) denominada “huella mnémica” o “engrama”, la cual, de no ser empleada se extingue. Y por último, la recuperación, en la cual centraremos nuestra atención, no sin antes hacer un recuento de lo anterior en términos más accesibles.

A partir de la repetición de un determinado dibujo o después de mucho dibujar, aprenderemos una figura o ciertas fórmulas gráficas, las cuales conservamos en algún lugar que denominamos memoria,

hasta el momento de plasmar la figura aprendida o la combinación de fórmulas gráficas desarrolladas para generar una propuesta gráfica; en este sentido se denomina dibujo de memoria o diseño, según el caso, y si bien es cierto que en el diseño intervienen otros factores, no podemos negar la participación de la memoria en su ejecución.

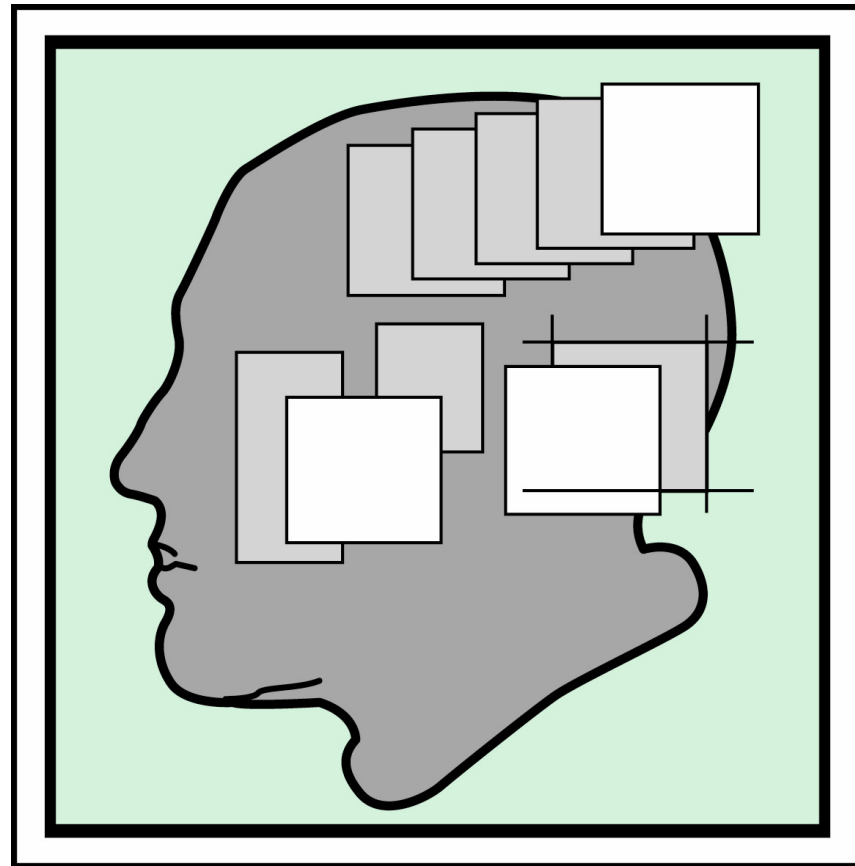
Viendo a la recuperación, como la acción de dibujar de memoria, tenemos que uno de los casos, el más común es que sabemos que poseemos cierta imagen almacenada, es decir el “engrama”, pero no lo tenemos al alcance, en términos psicológicos es “inaccesible” o sinónimo de pérdida o extinción. Como la memoria funciona por medio de relaciones, podemos recuperar esa imagen ensayando algunos trazos, lo que en términos lingüísticos funciona como claves que nos conduzcan a concretar el cometido.

Una consideración a partir de las claves de recuperación es la de “decisión”, donde la pista puede conducir a la respuesta, a la negación o a la incertidumbre. Un ejemplo de lo mismo es cuando nos encontramos frente al televisor y tenemos la sensación de ya haber visto el programa, y a medida que se desenvuelve es posible que tengamos una certeza, un “sí”, un “no” o la indecisión.

Otros aspectos que interfieren con la recuperación son los relacionados con el tiempo, además de otras informaciones, ya sean similares o no, el haberlas adquirido antes o después de dicha

información. Cabe anotar que, aún cuando los experimentos relacionados con la memoria se centran en su mayoría en representaciones auditivas y visuales, pero lingüísticas (palabras escritas), podemos asociar por nuestra cuenta los resultados con el trabajo y experiencia gráfica. A pesar de que la habilidad técnica, de cierta manera, es ajena, no cabe duda que el dominio de la misma facilita el proceso de la memoria visual y su recuperación gráfica⁵³.

⁵³ Paul Mussen, et al., *Op. cit.*, pp. 509-540.



8.4 La imagen proyectual

Donis A. Dondis, conocida teórica del diseño gráfico, se refiere al término *proyectual* como “la relación que debe guardar un producto de diseño con los ya existentes en el entorno”. Proyectual igualmente nos remite a la estructura teórico-metodológica, etapas que sustentan al producto de diseño; así como también encontramos lo proyectual como la forma en que se mueve el objeto diseñado en el mercado (distribución).

La imagen proyectiva en psicología se refiere a signos, mismos que coexisten con los procesos anteriormente mencionados, signos emparentados con los grafológicos, que como éstos pueden revelar, entre otras características, diplomacia, timidez, diversión, rebeldía, excentricidad, etc.; criterios comprendidos en la esfera de la personalidad.

De modo que, al referirnos a los test proyectivos gráficos, nos remitimos a pruebas que permiten determinar cómo es una persona; dichos test se apoyan en dibujos, fotos, etc., gráficos. Ni la caligrafía ni el entrenamiento artístico afectan la legibilidad de los signos que pueden revelar los rasgos de la personalidad en las pruebas proyectivas, como lo demuestra la cita siguiente:

“El entrenamiento artístico, por su misma naturaleza, favorece la expresión libre mucho más que el entrenamiento en caligrafía. Por ello es posible que contamine menos la interpretación de los dibujos

proyectivos que lo que el entrenamiento en caligrafía contamina el análisis de la escritura”⁵⁴

En rigor se ha observado a menudo que la habilidad como artista, más que interferencia resulta favorecedora para la capacidad de autoexpresión gráfica en los medios proyectivos y pruebas. Cabría reiterar, el distanciamiento que hemos considerado de otras disciplinas con respecto al diseño, donde la formación artística es un tanto distinta de la de los diseñadores; consecuentemente no encaminada a la autoexpresión. Es decir, la cita no es del todo exacta para el caso del diseño.

De tal suerte nos encontramos con el hecho de que los psicólogos por su parte se encuentran con lo que ellos denominan “sesgo personal-profesional”, que no es otra cosa que tratar de no contaminar la información que arrojan los grafismos con su particular punto de vista y la no expresión del terapeuta.

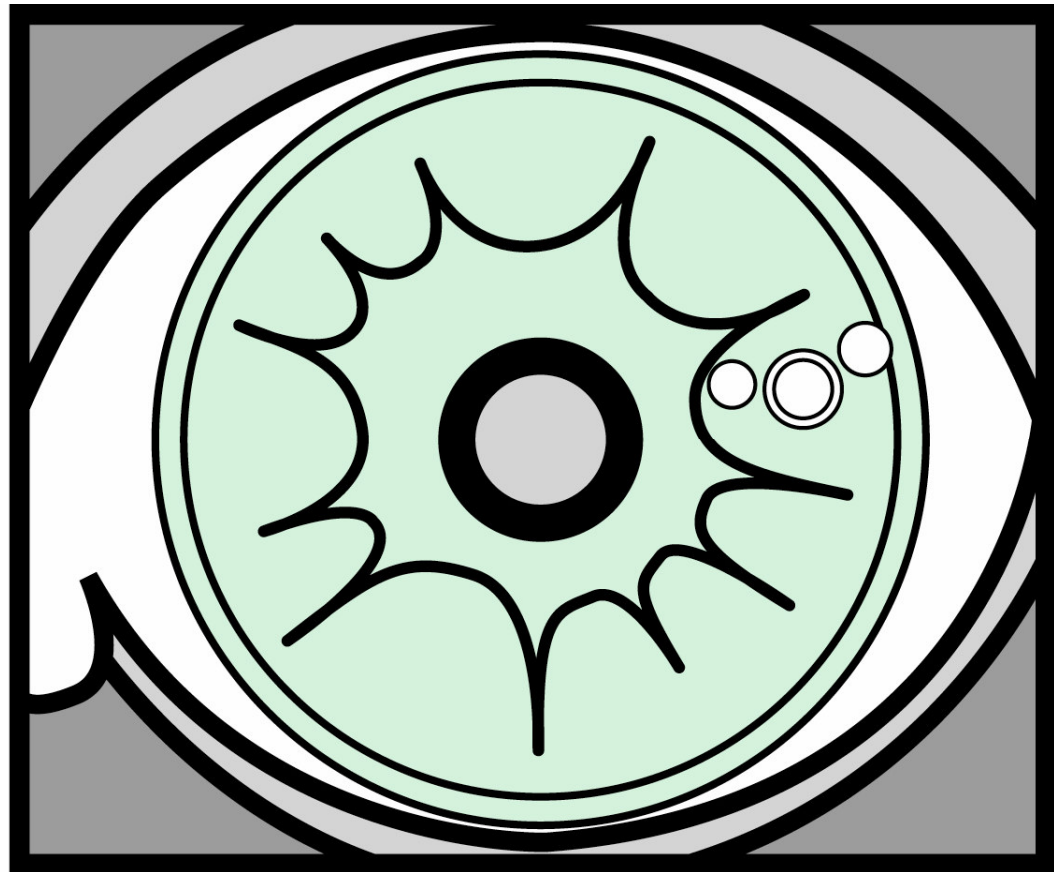
Asimismo, los diseñadores contamos con un innumerable banco de recursos tecnológicos, técnicos, conceptuales, de medios, etc., para reducir este “sesgo”. Los psicólogos, con el cruzamiento de distintas pruebas gráficas como el Test de la Casa-árbol-persona, Test de la figura humana, Test de completamiento de dibujos, etc., que les permiten reducir las apreciaciones subjetivas.

Por otra parte, resulta tentador en una primera intención, valerse de algunos signos proyectivos

⁵⁴ Emanuel F. Hamer. *Test proyectivos gráficos*. México, Paidós, 1989, p. 43.

Las imágenes y su carácter

gráficos con fines de diseño, pero no olvidemos que su utilidad es primordialmente terapéutica y su interpretación requiere de entrenamiento y de un compromiso ético moral. Pero, a pesar de la advertencia, diremos que resulta casi imposible no proyectar, mayor o menormente, nuestra personalidad en el trabajo como diseñadores o interesados en psicología, sin por ello faltar a ninguna norma.



8.5 La imagen imitativa

Las imágenes y su carácter

Cuando hablamos de las imágenes mnémicas o de la memoria, nos referiremos a tres tipos de ellas: la primera, de la cual no nos ocupamos, la preperceptual o sensorial, es aquella que dura unos cuantos segundos y en principio se refiere a fenómenos como la *posimagen*, que se recordará; es la imagen que se produce como reacción de la recuperación de los conos a la impresión de un estímulo exterior.

Denominada “sensorial”, por ser un proceso que se desarrolla a nivel de los receptores sensoriales (como los conos en el globo ocular) y no involucra procesos de orden superior del encéfalo, propiamente preceptuales.

Si bien la *posimagen* no es idéntica a la imagen exterior, pues a un color azul corresponde una reacción (o memoria sensorial) amarilla; ésta es una constante de cualquier tipo de memoria, es decir que la memoria puede ser influenciada por otros procesos de orden fisiológico o psicológico, de hecho la teoría de la Gestalt descansa en este principio⁵⁵.

Una vez aclarado lo anterior, concentrémonos en la imagen imitativa, la cual se vale de la memoria en cualquiera de sus modalidades, pues requiere de la aprehensión del estímulo exterior, es decir del modelo y de su recuperación fiel en la reproducción. Proceso que, como ya hemos comentado, se ve influido en ocasiones por mecanismos internos que van de “simples” a complejos; simples como los sensoriales ya referidos, y los complejos los aglutinaremos en proyectuales, en la acepción psicológica

⁵⁵ E. Bruce Goldstein, *Op. cit.*

(del punto 8.4 de este capítulo), que como referencia, anotaremos que son aspectos de la personalidad que nos hacen ver de una forma particular las cosas, aún en el más fiel intento de reproducción o copia.

Así, cuando frente al modelo nos aplicamos al dibujo, nos estamos valiendo de la memoria sensorial, en el momento de captar los rasgos del modelo, para transportar inmediatamente después el mismo, por medio del trazo gráfico en el proceso de recuperación, pero con la adhesión de algún rasgo de nuestra personalidad, mismo que de predominar puede transfigurar notoriamente la copia, el dibujo. Asimismo la falta de educación visual o una deficiencia visual como la miopía puede producir cambios.

El paso de la tridimensionalidad a la bidimensionalidad requiere de un entrenamiento y su carencia puede igualmente complicar las cosas⁵⁶. De tal suerte que casi cualquier capacidad que podamos referir en un momento dado puede influir en el desenvolvimiento del proceso de dibujo. Y no sólo ello, sino otros muchos factores extrínsecos al productor de la imagen, como los materiales, o los propios del modelo.

Los materiales deben ser los más idóneos para cada situación, de modo que a un papel fabriano le corresponde la técnica de la acuarela, para los detalles de la misma es conveniente un pincel de pelo de

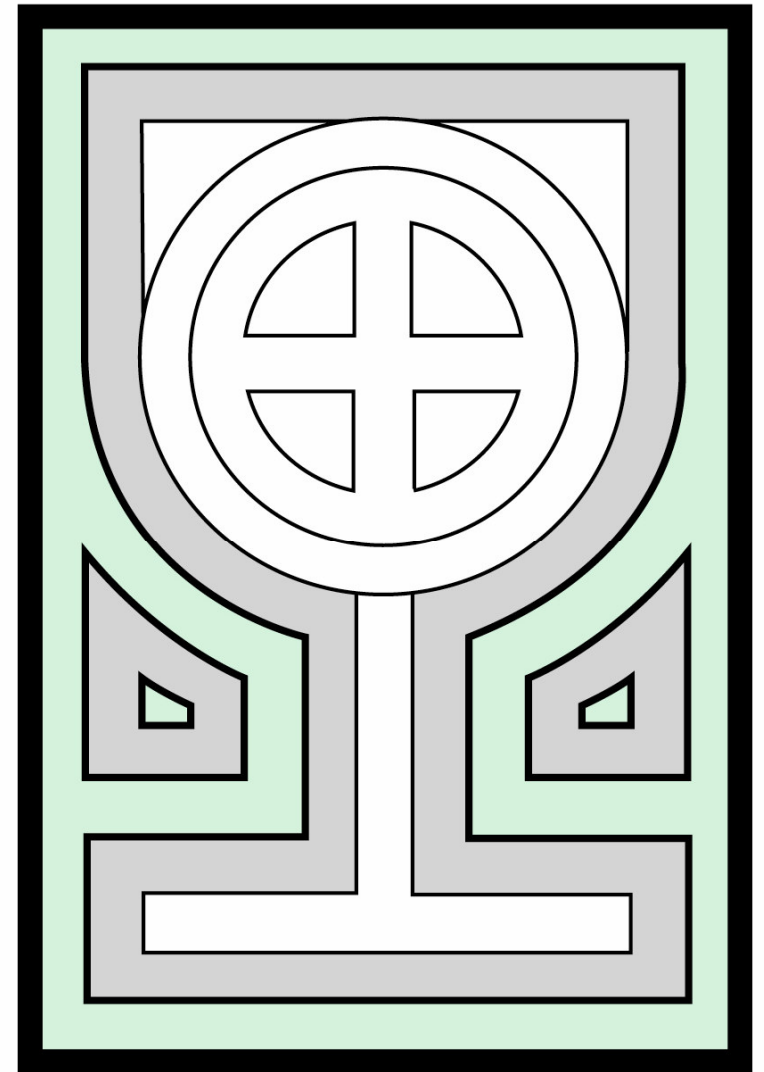
⁵⁶ Betty Edwards, *Op. cit.*, pp. 221-257.

Las imágenes y su carácter

los más delgados, el medio debe ser el agua, etc., pues de no cumplirse con esta correspondencia la “recuperación” se dificultaría.

Y en cuanto al modelo, deben contemplarse factores como la luz y sombra, direcciones, volúmenes, el estatismo o la movilidad del mismo, posición, etc. De esta manera tenemos que el imitar una imagen implica la conciencia y el control de todos estos factores que pueden variar sutilmente y modificar el proceso. Como conciencia de ello lo atestigua el conocido código de colores, el “pantone”, donde se elimina un gran rango de factores circunstanciales que afectan no sólo al ejercicio humano sino también tecnológico de copiado.

8.6
La imagen sacra



Si bien, en principio se considera la existencia de lo sagrado, así como de sus representaciones, por otro lado la historia del arte contempla imágenes que se relacionan con esta dimensión, habría que distinguir el interés por el arte como disciplina, de lo espiritual, porque siendo el arte un área de conocimiento que también requiere habilidades especiales, en ocasiones virtuosismo o genialidad, no necesariamente representa en sí mismo principios espirituales de una comunidad.

Esta distinción es producto de la era moderna y el espíritu cientificista, de los nuevos modos de empleo y producción en que la imagen se ha diversificado, y hay quien se refiere al fenómeno de muy diferentes formas, como la desacralización del arte o viendo al diseño como el arte actual o del futuro, según lo podemos constatar en la siguiente cita:

“En una de sus acepciones, correspondiente a su parcela más divulgada, el diseño sustituye objetivamente al arte, instituyéndose en la forma de manifestación de la pulsión artística en la cultura de consumo... En este sentido, desde la cultura de consumo, el diseño se contamina con la función artística, quiéranlo o no sus autores. Pero esta ‘contaminación’ es sólo eso y no una auténtica identificación; en la sociedad de consumo el arte no se desplaza, simplemente muere”⁵⁷

Pero, ¿qué sucede entonces con la antigua función del arte en cuanto a lo sagrado? ¿La sustituye el diseño o muere con el arte?

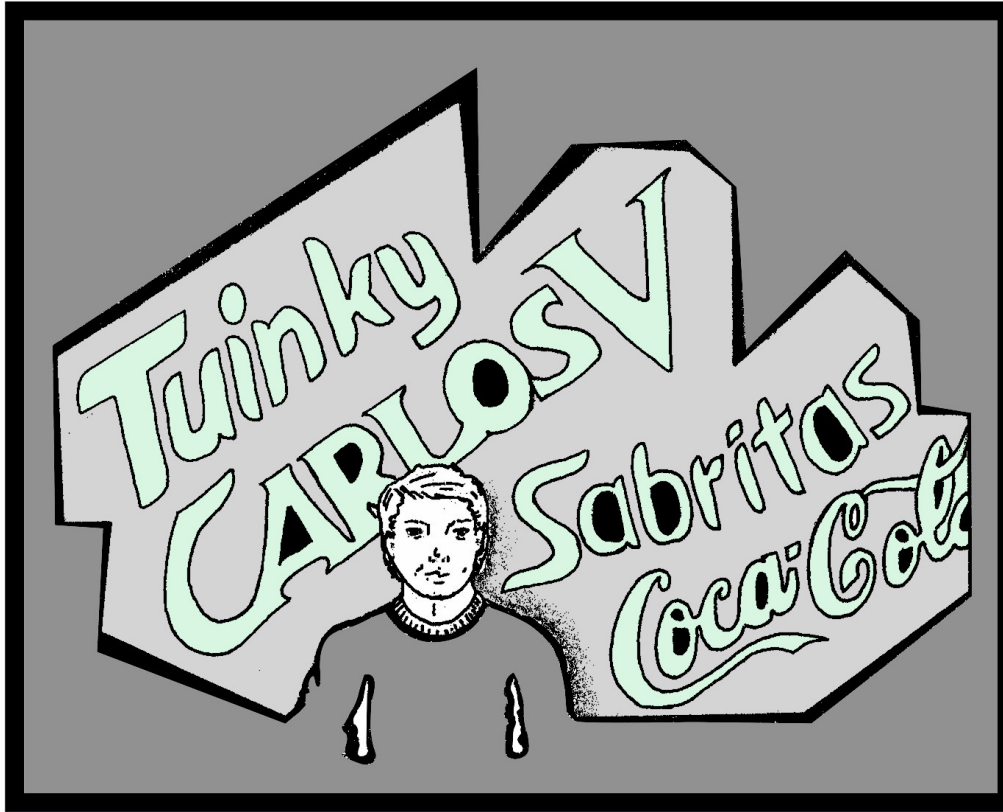
⁵⁷ Anna Calvera, *Op. cit.*, pp 137-138.

Por otro lado, nos encontramos con el problema del sentido espiritual y místico ante las concepciones científicas como las tecnológicas, donde no falta el radicalismo observado en las citas anteriores, como en el caso del racionalismo kantiano, según el comentario siguiente:

“... La vida es para nosotros la condición subjetiva de toda experiencia posible, y en los límites de la vida no podemos llegar a la conclusión de la persistencia del alma; pues la muerte del hombre es el fin de toda experiencia relativa al alma considerada como objeto de experiencia...”⁵⁸

A juicio personal, el arte como la religión sobrevivirán a los cambios. El diseño como la psicología, no fungen ni lo harán como el verdugo, ni siquiera de la artesanía o la magia, campos fértiles para la conformación y recreación de estas disciplinas .

⁵⁸ Fernando-Lucien Mueller, *Op. cit.*, p. 327.



8.7 La imagen y el aprendizaje

Según estudios psicológicos, como los realizados por Jean Piaget, el ser humano se transforma y evoluciona a lo largo de su vida, pasando por etapas bien definidas, las cuales condicionan la forma en que se relaciona con el medio circundante, y dichos estudios, denominados del *desarrollo*, sirven de parámetro para la implementación de programas educativos y el análisis de la expresión de capacidades individuales en la sociedad, como las emocionales, intelectuales o psicológicas⁵⁹.

Entendido el arte como una forma de expresión humana, sujeta al *desarrollo*, queda claro que la manifestación de un mismo individuo es distinta en cada época de su vida, presentándose una serie de constantes que permiten determinar a qué etapa corresponde, en este caso un dibujo.

Así tenemos que autores como Víctor Lowenfeld y N. Lambert Brittain dividen cronológicamente y de acuerdo con la edad, en siete etapas la expresión artística o creadora de los individuos, las cuales son: 1) etapa del garabato, de dos a cuatro años; 2) etapa preesquemática, de cuatro a siete años; 3) etapa esquemática, de siete a nueve años; 4) etapa realista, de nueve a doce años; 5) etapa pseudo realista, de doce a catorce años; 6) etapa adolescente, de catorce a diecisiete años, y 7) etapa del desarrollo de la conciencia estética, de los diecisiete en adelante⁶⁰.

⁵⁹ Jean Piaget, *Op.cit.*

⁶⁰ Viktor Lowenfeld, *Op. cit.*

Las imágenes y su carácter

Si bien es sorprendente percatarse de cómo se cumple en la praxis con las etapas del *desarrollo*, o con algunos patrones de expresión gráfica, especialmente en la infancia. Es igualmente interesante notar cómo la concepción pedagógica de la gráfica está orientada a la expresión o la creatividad, al desarrollo de la imaginación, valores que nuestra sociedad reprime y condiciona, desdeña o sujeta a criterios de género, etc.

Por otro lado, la concepción pedagógica presenta igualmente una resistencia a la visión del grafismo desde la perspectiva del diseño gráfico, calificándolo de forma peyorativa, como consumismo o penetración cultural, en tanto que cada día la sociedad se identifica más con él, siendo innegablemente influida, caducando rápidamente los conceptos educacionales estandarizados, pero con el remanente de ser el diseño gráfico “un mal necesario”, imposibilitando así la participación activa y confiada, de allí el encasillamiento de una serie de valores bajo concepciones inciertas como las siguientes:

La televisión es sólo un medio de diversión.

La fotografía sólo es hacer “clic” y ya.

El dibujo es bonito, pero de eso no se vive.

La imagen es pura extravagancia y no convence.

Hazme un diseño, pero como yo te lo indique.

El diseño está bien, ahora trata de venderlo a una empresa.

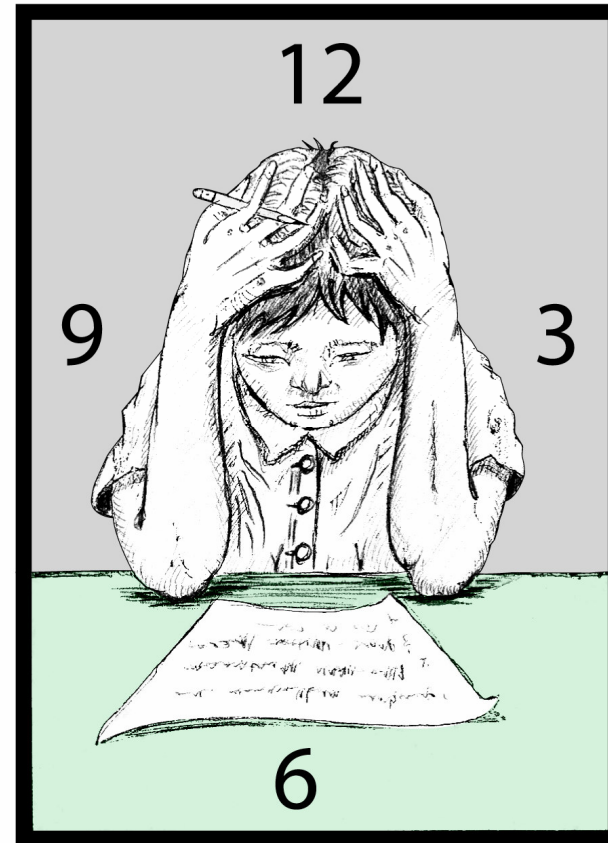
Para qué guardar papeles y bolsas (envases), sólo es basura.

Finalmente, el auge de los adelantos tecnológicos en el área del diseño y la comunicación, junto con la creatividad, cambian la concepción de términos como la educación y sus contenidos, como la tarea, el recreo, la clase etc., criterios en los que la Escuela Nacional de Artes Plásticas podría posicionarse de frente al futuro si se diera una oportunidad.

Capítulo IX
Salud y enfermedad
relacionadas a la imagen

Salud y enfermedad relacionadas a la imagen





9.1 Salud y enfermedad psíquicas

Salud y enfermedad relacionadas a la imagen

Este apartado y el siguiente se encuentran íntimamente relacionados, en la medida en que el estado de salud psíquica puede ser la consecuencia de la salud fisiológica o viceversa. En razón de lo mismo encontramos términos como *psicosomático* donde etimológicamente el prefijo nos sitúa en la ciencia de la psicología y en lo psíquico o mental, en tanto el sufijo *somático*, relativo a lo corpóreo, mental o fisiológico, en lo biológico.

Así tenemos que la psicología de la salud se ocupa de la relación mente-cuerpo, valiéndose tanto de estudios conductuales, propios de la psicología, como de las ciencias biomédicas, propias de la biología y la medicina aplicada a esta área, como el término lo sugiere.

Un mal que aqueja a miles de personas, pero que además les parece un precio justo a pagar por el desarrollo social o cultural, por la urbanización, es el estrés. La respuesta fisiológica a los llamados “estresores” o agentes que lo causan, van desde elevación de la presión sanguínea, aceleración del pulso e incluso sudoración, comprendidas estas reacciones en el denominado “síndrome de ataque o huida”, el cual, de prolongarse conduce a la etapa de “resistencia” y a una tercera, la de “agotamiento”, durante la cual nuestra capacidad de resistencia es consumida y aumenta la susceptibilidad a la enfermedad o la muerte en caso extremo.

Los “estresores” son eventos de muy diversas índoles, que afectan a algunas personas pero a otras no,

dependiendo de las características individuales, como la “cognición”, que se da en la medida en que el individuo percibe el evento como amenaza, y en segundo término, en la misma medida en que se siente incapaz de enfrentar esos peligros o demandas.

De tal manera que, en instituciones educativas como la ENAP, existen niveles de estrés que pueden elevarse en un momento dado, como el día de examen si se vive como algo amenazante; frente a un paro de labores que se prolonga o incluso un evento inocente , del cual el individuo tiene un antecedente desagradable.

Si hacemos extensiva la idea anterior al resto de la sociedad, encontramos que el producto de diseño no es del todo una entidad inocente, en la medida en que su estructuración previa contiene valores como impacto, audacia, acento, etc., mismos que sin duda podrían calificarse de “estresores”. El “tragafuego” o el que se recuesta sobre vidrios que llegamos a encontrarnos en la calle al momento del alto en los semáforos, no sólo captan nuestra atención, además pueden convertirse en elementos “estresores” frente a los cuales el organismo y la mente pugnan por restablecer continuamente el estado de equilibrio.

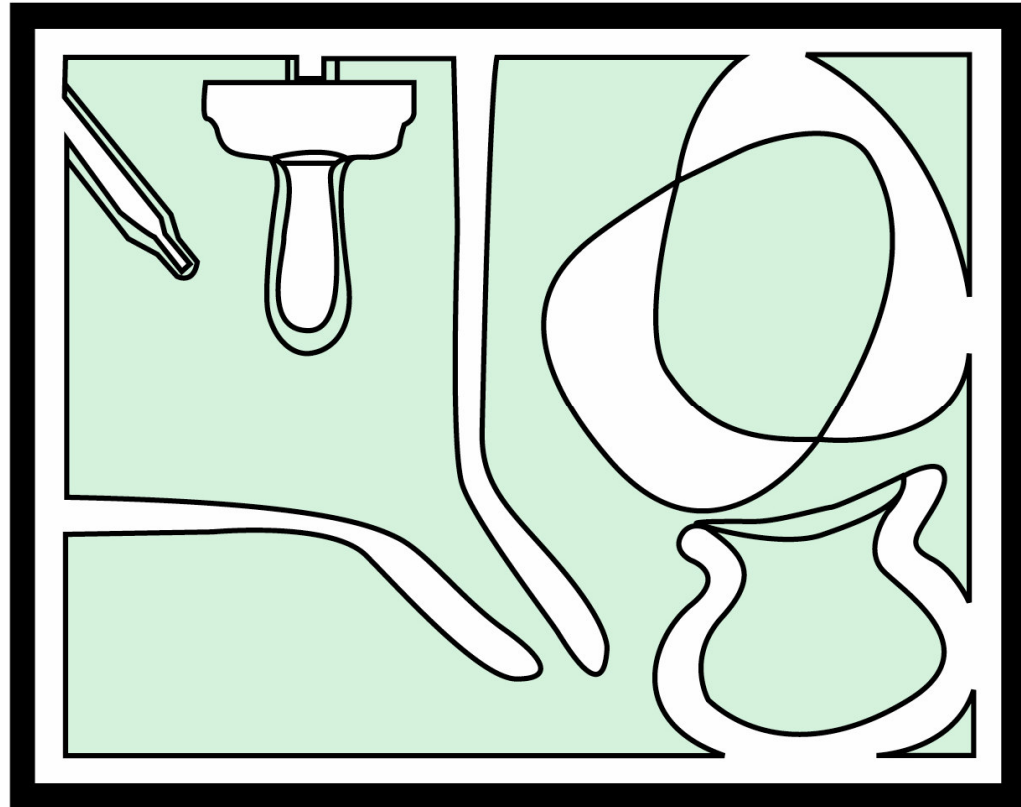
Sin duda, el diseño gráfico está llamado a ser una voz pública y no un grito, aún en la urbe más grande del mundo; si pugnamos por la salud y el paisaje urbano que demanda armonía y unidad, el ciudadano

Salud y enfermedad relacionadas a la imagen

encontraría en las imágenes de diseño un refugio frente a otros factores productores de estrés y riesgo a la salud, los cuales resultan más costosos de modificar y más difícil de concertar, en la medida de que no dependen de profesionales conscientes y comprometidos.

De lo anterior se desprende que la madurez profesional demanda, como en el adulto mismo, superar el exhibicionismo propio de la improvisación o la adolescencia, la pauperización de lo visual. La coordinación o proyectividad del producto de diseño que, como fin último contempla la salud psíquica, no contradice el desarrollo del comercio o la comunicación, el progreso mismo. Y por último, se destaca que el estrés es el peldaño bajo una escalera ascendente de padecimientos psíquicos de notable seriedad y extremas consecuencias, lo cual en la juventud del universitario no se valora del todo objetivamente⁶¹.

⁶¹ Sobre todo este apartado ver Robert A. Baron. *Psicología*. México, Prentice-Hall Hispanoamericana, 3a ed., 1996, pp. 529-540.



9.2 Salud y enfermedad fisiológicas

Salud y enfermedad relacionadas a la imagen

Si bien el diseño gráfico se vincula de alguna manera con la salud, en tanto su relación con la psicología, según se ha comentado a lo largo de esta investigación, sería demasiado aventurado pretender que tiene una pertinencia directa en la salud o enfermedad fisiológicas, salvo excepcionales circunstancias, las cuales se inscribirían más en la visualidad, es decir en cuanto a la exposición de los ojos a agresiones, propiamente, como en el caso de un eclipse solar, donde el umbral de tolerancia visual es rebasado, aún cuando cabría aclarar que este tipo de circunstancias es más frecuente en los otros sentidos como el de la audición, y de estar más directamente relacionados con los medios, sujetos a accidentes o a acciones imprudentes.

Sin embargo, la salud visual es un tópico que sin duda hemos manejado alguna vez, desde que pertenecemos al área del diseño gráfico, ya sea en materia de prevención al tomar vitaminas, o regular la luz, al hacer un manejo cuidadoso de los químicos fotográficos, etc. Al reflexionar en los distintos déficits visuales y la labor que realizamos, o en materia de tratamiento si hemos requerido de lentes o algún otro servicio; en términos de experimentación, etc.

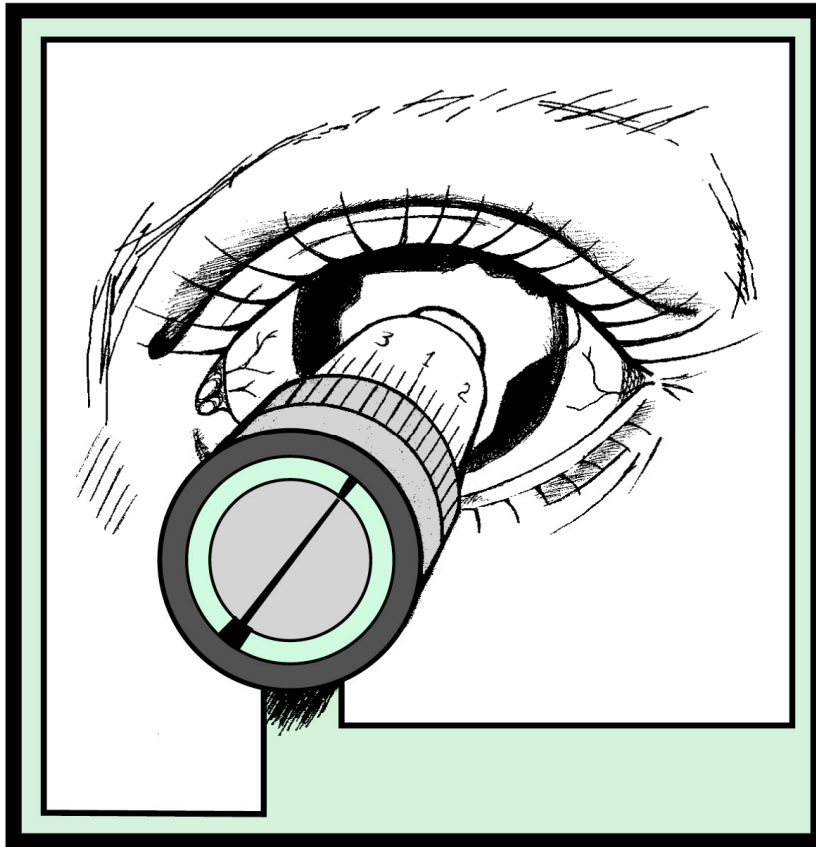
Por otro lado, la importancia social de la cultura visual es innegable, pero lo tocante a las enfermedades relacionadas con la vista es algo que se maneja a discreción, quizá por ser la parte desagradable del asunto o por suponer que los padecimientos se reducen a la miopía, el astigmatismo o la hipermetropía, los cuales se corrigen fácilmente con lentes, pero la verdad es que existen muchas

enfermedades y que la cultura de cuidado y prevención es mínima.

De tal forma, la implementación de un botiquín de primeros auxilios, medidas preventivas y de seguridad, así como saber qué hacer en el caso de un accidente, se traduce además del sentido práctico, en tranquilidad y responsabilidad profesional.

En cuanto a los padecimientos de consecuencias serias encontramos las cataratas, que consisten en la opacidad o enturbiamiento del cristalino; el glaucoma, caracterizado por el aumento de presión intraocular; la retinitis pigmentaria, que consiste en la pérdida gradual de la visión por afecciones en la retina; la presbicia, relativa a la incapacidad del ojo de acomodarse por el endurecimiento del cristalino y el debilitamiento de los músculos ciliares debido al envejecimiento; lesión por traumatismos, etc.

Entre los profesionales encargados de la salud visual encontramos a los optometristas, oculistas y oftalmólogos; además de los médicos generales quienes se encargan de canalizar a la especialidad correspondiente. Pero la medicina y la tecnología han hecho avances notables en el tratamiento y detección de padecimientos como los mencionados, asunto que se tratará en el siguiente punto.



9.3 Adelantos terapéuticos en la salud visual

Si consideramos la especialización de las diversas estructuras del sistema visual y en consecuencia su conformación sui generis, podemos darnos una idea de lo complicado que resulta resolver un problema específico para la Medicina; de allí la importancia de los adelantos terapéuticos y detección de los padecimientos.

Así tenemos, por ejemplo, la angiografía fluorescente, técnica en la cual se inyecta un tinte en la circulación; produciendo una imagen que destaca el estado de la irrigación en venas y arterias de la retina; exploración útil en tratamientos de enfermedades como el desprendimiento de retina, donde sufren daño las áreas vascularizadas (con carga sanguínea).

Aún cuando la detección de un problema a través de técnicas como la anterior es eficiente, no significa nada sin los instrumentos tecnológicos como el láser; que al ser aplicados pueden incidir en los vasos sanguíneos anormales (que escurren) y fotocoagularlos (sellarlos); este tratamiento es conocido como fotocoagulación Panretiniana; utilizado para tratar las lesiones en la retina causadas por la diabetes.

De igual forma se pueden detectar problemas en el cristalino por medio de la lámpara de hendidura; instrumento que en combinación con el láser y una prótesis plástica en lugar del cristalino, resuelven las secuelas de padecimientos como las cataratas.

Salud y enfermedad relacionadas a la imagen

De hecho el láser se emplea en la actualidad para corregir padecimientos como la hipermetropía o la miopía; intervenciones llamadas respectivamente, queratotomía fotorrefractiva láser, y queratotomía refractiva.

Como los problemas relacionados con la visión se extienden al encéfalo, los adelantos terapéuticos y de investigación de éste, benefician también a la salud visual. No está de más mencionar la tomografía por emisión de positrones; técnica que se aplica para determinar qué áreas del cerebro se activan con las diferentes tareas (relacionadas con la visión), y así cuando un área no se activa, se sabe que allí se aloja el mal.

Los adelantos de la tecnología, aunados a otros como los farmacológicos, sin duda nos permiten estar más seguros; de modo que del diseño gráfico, el consumo o la cultura visual, van adquiriendo de forma paralela un margen de seguridad en cuanto a salud se refiere; además de que cada vez más gente tiene el privilegio de una visualidad sana.

Por otra parte, es interesante observar que la tecnología ha incidido tanto en el diseño como en la medicina y que habría que preguntarse si esto ha inquietado a los médicos tanto como a los diseñadores gráficos. Si el diseño es capaz de aportar a la tecnología valores constructivos.

Cualquiera que sea la respuesta a las interrogantes planteadas, es seguro que la psicología tendrá algo que argumentar; porque frecuentemente a los cambios drásticos que impone la tecnología, por un lado, o los que presuponen una amenaza; como operaciones de órganos tan importantes como los ojos o el encéfalo; la psicología implementa programas terapéuticos de afrontamiento, específicos y eficaces. De hecho, la información presente no ha sido extraída de una fuente médica, sino psicológica.⁶²

⁶² E. Bruce Goldstein, *Op. cit.* . pp 524 – 526 , 531 – 534



9.4 Pertinencia del Diseño Gráfico en la salud

Ciertamente la salud es tema perteneciente a la medicina, depositaria de adelantos en otras disciplinas como la química o la biología. De formas que se gestan en la tradición, como los remedios caseros basados en la herbolaria. De la práctica clínica y la experimentación.

Si consideramos que los conocimientos que conforman el ámbito propio de la medicina, son primordiales para la supervivencia del ser humano, además de tener una tradición milenaria; habría que considerar el papel que juega la forma de transmisión de dicho saber; quizá fundada en la pictografía, la tradición oral y posteriormente en la escritura.

De tal modo que en el binomio medicina-comunicación, el diseño gráfico juega un papel muy importante. Considerando los recursos tecnológicos de la actualidad, se encuentra con la necesidad de formar profesionales sumamente críticos, no sólo en la exposición de la información sino con la información misma; para lo cual debe conocer y comprometerse con la disciplina en cuestión.

Si la información es: clara, concisa, específica, homogénea, oportuna, jerarquizada, accesible, etc., entonces hablamos de medicina, ¿es esto cierto? O en realidad podemos encontrar un sinnúmero de ejemplos que contradicen cada uno de los parámetros expuestos anteriormente; sujetos a diversos criterios, como editoriales, de costo y hasta de diseño.

Salud y enfermedad relacionadas a la imagen

La creación de un canon de producción en el diseño gráfico-médico parece una utopía, frente a problemas como la accesibilidad de los medios de diseño a nivel público; pero la medicina ha sufrido de problemas relacionados con el diseño, desde antes de la influencia de la tecnología; como el manejo irresponsable de recetas, o la información clínica sujeta a soportes visuales que requieren una solución de diseño, pues no depuran y restringen su función.

Por otra parte, el crecimiento de la población y la globalización a la que se tiende en la actualidad, va complicando los recursos humanos y materiales para la atención de la salud; y el diseño gráfico puede adquirir una importancia decisiva en tópicos como la prevención, tratamientos extrahospitalarios, seguridad, difusión en general.

En otro contexto, si consideramos que la psicología cuenta con una batería diagnóstica de carácter gráfico, desarrollada al interior de la disciplina; resulta poco creíble que comprenda las dimensiones que puede adquirir en un momento dado el grafismo, como lo entienden los profesionales de las artes plásticas, más aún en el contexto de desarrollo actual del ámbito y su influencia social.

Finalmente, una consigna en todo tratamiento médico es la participación activa del paciente, por lo tanto; ya sea en psicología o medicina, como pacientes o colaboradores, nuestra participación debe ser de aportación.

CONCLUSIONES

La elaboración técnica de un diseño, con y sin los medios digitales, sin duda entraña habilidades y un cúmulo de información muy extenso, que va desde la forma de utilizar un pincel hasta la función de una serie de comandos computacionales. Aún cuando el diseño gráfico profesional no puede sustraerse del contexto de construcción tecnológica, permitir que ésta le abarque o determine es renunciar a la esencia profesional; caracterizada por la función que cumple socialmente, misma que se centra en la consideración de los cánones del diseño, principios compositivos, fines como los comunicantes, aplicaciones, etc.

Por otra parte, el afrontamiento de los distintos fenómenos culturales, desde una perspectiva profesional involucra inequívocamente consideraciones psicológicas, paralelas a las inherentes a la disciplina de la que se trata. La incursión en el ámbito de la psicología, además de plantearnos una forma distinta de valorar la visualidad y el grafismo, ha funcionado para la reflexión en cuanto a los fines últimos del diseño gráfico y su trascendencia social; criterios por demás aplicables a los individuos y el gremio.

Conclusiones

Así como no podemos argumentar que tras nuestra breve incursión en la psicología, comprendamos medianamente esta disciplina, tampoco podemos aceptar que en la misma medida otros profesionistas comprendan al diseño gráfico profesional. Es oportuno destacar que incursionar en cualquier ámbito del conocimiento que sea ajeno al propio, funciona principalmente como motivación para la colaboración interdisciplinaria, en la cual se tiende con frecuencia a valorar a priori los juicios de intercambio.

Las coincidencias históricas, temáticas e ideológicas entre la psicología y el diseño gráfico, facilitan el entendimiento interdisciplinario, aunado a lo mismo la consideración de que todo aquello que tenga que ver con el grafismo y la visualidad, forma parte del diseño gráfico, y los conceptos filosóficos, clínicos, pedagógicos, etc., incluidos en la psicología funcionan también como preámbulo par la incursión en otras disciplinas.

En la medida en que el diseño gráfico ha servido históricamente como medio de expresión y proyección de las más diversas inquietudes humanas, y en sí mismo es huella palpable de este proceso; la psicología puede encontrar en él un material rico en información que ayude a comprender mejor la naturaleza humana.

La psicología puede funcionar según este estudio, en principios fundamentales para el diseño gráfico

como lo son el óptimo desenvolvimiento del factor humano, como modelo estructural y pedagógico de múltiples especializaciones y una enseñanza dinámica, en la implementación de una mayor conciencia social, y la ampliación del ámbito teórico y único del Diseño Gráfico

El diseño gráfico como extensión o proyección del ser humano, es en la misma medida una entidad psicológica. Detonante de: emociones, sentimientos, pensamientos, y acciones; ya sea a nivel inconsciente o consciente, el diseño gráfico redimensiona el lenguaje y la “realidad visual” en el plano bidimensional, el cual al reintegrarse a la realidad de tres dimensiones es generador de atmósferas y ambientes propicios para las más diversas actividades humanas, fungiendo en ocasiones como sustituto del propio ser humano, como canalizador de pulsiones propias de quien lo consume o produce.

Al integrar a la psicología a los instrumentos de diseño con los que contamos, revaloramos no solo el diseño, sino al ser humano al cual se dirige, a nosotros mismos y los que comparten nuestra inquietud por el diseño y/o la psicología. El diseño, puede contribuir en mayor medida a la salud psíquica, en tanto los diseñadores la tengamos presente como uno de los primordiales principios teóricos y que en consecuencia, podríamos aspirar a un mejor nivel de vida, desde el punto de vista humanístico.

Conclusiones

La aplicación al aspecto fisiológico, de personalidad o comportamiento de las personas, así como el contexto y circunstancialidad que giran en torno a la producción y valoración del diseño gráfico, parecen distraer del objetivo, la producción y valoración del mismo. En contraste la aplicación al grafismo de forma inmediatesta, genera descalificaciones como las que podrían suscitar las carreras técnicas o la tecnologización en un momento dado. Concluyentemente la plena conciencia de la influencia que ejerce el diseño en productores y consumidores así como en la sociedad en su conjunto, compite inequívocamente con los tópicos de constructividad o conceptuales de la visualidad.

GLOSARIO

Afrontamiento. Acción de afrontar, hacer frente a un problema (psic.).

Angiografía fluorescente. Técnica en la que se inyecta un tinte en la circulación. La imagen destacada de venas y arterias de la retina que produce da información acerca del estado de la circulación retiniana (psic.).

Área receptora visual (corteza visual). Área del lóbulo occipital que recibe las señales del núcleo geniculado lateral. (psic.).

Asociacionismo. Doctrina psicológica, sostenida principalmente por algunos pensadores ingleses, que explica todos los fenómenos psíquicos por las leyes de la asociación de las ideas (psic.).

Atomismo. Doctrina que explica la formación del mundo por el concurso fortuito de los átomos (psic.).

Armonía. Conveniente proporción y correspondencia de unas cosas con otras (dis.).

Bastones. Receptores de la retina en forma de bastones que dan cuenta de la visión con niveles bajos de iluminación. Son muy sensibles en la oscuridad, pero no resuelven los detalles finos (psic.).

Binocular de la profundidad (clave). Claves que requieren la información de ambos ojos. La principal es la disparidad binocular (psic.).

Cataratas. Opacidad o enturbiamiento del cristalino (psic.).

Célula compleja. Neurona de la corteza visual que responde mejor a barras en movimiento con determinada orientación (psic.).

Conos. Receptores de la retina en forma de conos de los que depende la visión de los cuerpos bien iluminados, la visión cromática y la de los detalles (psic.).

Contraste. Diferencia de intensidad luminosa de dos zonas (psic.).

Deriva. Referido a embarcaciones u objetos flotantes a merced de la corriente o del viento (referida).

Dialéctica. Ciencia filosófica que trata del raciocinio y de sus leyes, formas y modos de expresión.

Dilucidar. Declarar y explicar un asunto, una proposición o una obra de ingenio (referida.).

Disparidad binocular. Resultado de que las imágenes de los objetos que se proyecten en puntos dispares de las retinas (psic.).

Etiología. Estudio sobre las causas de las cosas (filosofía).

Emmert (ley). Ley que afirma que el tamaño de las posimágenes depende la distancia de la superficie contra la que se ven. Entre mayor sea la distancia, más grande parecen las posimágenes (psic.).

Figura fondo reversible. Representación de figura y fondo cuya percepción se invierte al mirarla, de modo que la figura se convierte en el fondo y éste en aquélla (psic, dis).

Fisiología. Rama de la patología que estudia las alteraciones funcionales del organismo o de alguna de sus partes (psic.).

Fotocoagulación panretiniana. Procedimiento en el que un láser causa pequeñas quemaduras en la retina. Se emplea en el tratamiento de la neovascularización de la retinopatía diabética (psic.).

Innatismo. Sistema filosófico según el cual las ideas son connaturales a la razón y nacen con ella.

Innato. Connaturales y como nacido con el mismo sujeto (psic.).

Metafísica. Parte de la filosofía que trata del ser en cuanto tal, y de sus propiedades, principios y causas primeras.

Mnémica. Término psicológico procedente del gr. *Neme*. Memoria, que aparece como prefijo en voces compuestas (psic.).

Modularidad. Especialización del cerebro por la que ciertas áreas corticales procesa la información de determinadas cualidades perceptuales (psic.).

Monocrómata. Persona completamente ciega al color y que por lo tanto lo ve todo en blanco, negro y sombras de grises (psic.).

Neuronas. Células individuales que son las unidades más pequeñas del sistema nervioso (psic.).

Núcleo geniculado lateral. Núcleo del tálamo que recibe las señales del nervio óptico y envía fibras al área cortical receptora de la visión (psic.).

Occipital (lóbulo). Lóbulo en la parte posterior de la corteza que es la sede del área receptora de la visión (psic.).

Oftalmólogo. Especialista en el tratamiento medico de los ojos que ha cursado cuatro años o más de estudios después de titularse.

Onirico, ca. Relativo o perteneciente a los sueños (psic.).

Glosario

Ontología. Parte de la metafísica, que trata del ser en general y de sus propiedades trascendentales (filosofía).

Optometrista. Especialista doctorado en optometría después de haber cursado cuatro años de estudios de posgrado (medicina).

Parágrafo. Párrafo (lingüística).

Polisémico. Pluralidad de significados de una palabra (imagen).

Posimagen. Imagen que se percibe después de retirar el estímulo original. (Ley, psic.).

Proyectivo. Dícese del método, técnica, test (prueba), que tiene por objeto la exploración de la personalidad integral (psic.).

Psicoanálisis. Teoría de la personalidad que Freud formuló y el tipo de terapia desarrollada por el (psic.).

Psicología. Estudio científico de la conducta y los procesos mentales.

Psiquiatría. Ciencia que trata de las enfermedades mentales (medicina).

Receptores sensoriales. Células especializadas para la tarea de la transducción , el convertir la energía física (luz, sonido) en impulsos nerviosos (psic.).

Reticencia. Reserva. Figura que consiste en dejar incompleta una frase o insinuar algo, dando sin embargo, a entender el sentido de lo que se dice y a veces más de lo que se calla (referencia).

Sacro. Sagrado (filosofía).

Simetría. Proporción adecuada de las partes de un todo entre sí y con el todo mismo. Regularidad en

la disposición de las partes o puntos de un cuerpo o figura, de modo que posea un centro, un eje o un plano de simetría. (dis.)

Sistema someto sensorial. Sistema que comprende los sentidos cutáneos (los que atañen a la piel).

La propiocepción (el sentido de la posición de los miembros del cuerpo) y la cinestesia (el sentido del movimiento de las extremidades (psic.).

Subyacer. Estar algo oculto tras otra cosa (referencia).

Test de apreciación temática. Prueba proyectiva compuesta por fotografías ambiguas acerca de las cuales el sujeto debe describir una historia completa (psic.).

Test proyectivo. Pruebas psicológicas en las que una persona responde a una tarea o a un conjunto estandarizado de estímulos (como hacer un dibujo o interpretar una mancha de tinta). Se cree que las respuestas son una proyección de la personalidad del sujeto y se evalúan según un manual de puntuación, obteniéndose así un perfil de la personalidad del individuo (psic.).

Transducción visual. Transformación de la energía luminosa en eléctrica que ocurre en los conos y bastones de la retina (psic.).

BIBLIOGRAFÍA

1. A. Baron Robert. *Psicología*. México. Editorial Pearson Educación. . Tercera edición 1996. pp. 167.
 2. A. Dondis Donis. *La sintaxis de la imagen, introducción a la alfabetidad visual*. Barcelona Editorial Gustavo Gili. Quinta edición 1976. pp. 161.
 3. Arnaim Rudolf. *Arte y percepción visual*. Madrid. Editorial Alianza. . Primera edición 1979 pp.553.
 4. Bruce Goldstein E. *Sensación y percepción*.. México. Internacional Thomson Editores. Quinta edición 1999. pp.161.
 5. Buen Jorge de. *Manual de diseño editorial*. México. Editorial Santillana. Segunda edición.2003. pp.398.
 6. Calvera Anna. *Arte ¿? Diseño* . México. Editorial Gustavo Gili. Primera edición 2003. pp. 247.
 7. Charles G Morris. y Maisto Albert. *psicología*. México.. Editorial Pearson Educación. Décima edición 2001. pp.722.
-

8. Chávez Norberto. *El oficio de diseñar, propuesta a la conciencia crítica de los que comienzan*. Barcelona. Editorial Gustavo Gili. Primera edición 2001. pp.179.
9. Diaz-Loving Rogelio. *Introducción a la psicología, un enfoque eco sistémico*. México. Editorial Trillas. Segunda edición1996. pp347.
10. F. Hammer Emanuel. *Test proyectivos gráficos , Psicometría y psicodiagnóstico*. México. Editorial Paidós. Primera edición. 1989. pp. 397.
11. Fromm Erich. *Tener o ser*. México. Fondo de cultura económica. Primera edición 1978. pp. 198.
12. L. Heward Wiliam. *Niños excepcionales, una introducción a la educación especial*. Madrid. Editorial Pearson Educación. Quinta edición 1998. pp. 717.
13. Llovet Jordi. *Ideología y metodología del diseño*. México. Editorial Gustavo Gili. Segunda edición1981. pp. 161.
14. Lowenfeld. Victor. Lambert Britain W. *Desarrollo de la capacidad creadora, serie didáctica..* . Argentina. Editorial Kapeluza. Quinta edición1992. pp. 380.
15. Lucien Mueller Fernand. *Historia de la psicología, de la antigüedad a nuestros días* . México. Editorial Fondo de cultura económica. Segunda edición 1980. pp. 571.
16. Muños Razo Carlos. *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Madrid. Editorial

- Prentice Hall Hispanoamericana. Primera edición 1974. pp. 300.
17. Mussen Paul. R. Rosenzweil Marc.. Arronson Eliot. Elkind David. B. Murdock Rennet. Wertheimer J. R. Michael. *Introducción a la psicología*. México. Compañía Editorial Continental. Primera edición 1981. pp. 903.
 18. P. Ausbel David. D. Novac Josep. Hanesian Helen. *Psicología educativa, un punto de vista cognitivo*. México. Editorial Trillas. Segunda edición 1983. pp. 223.
 19. . Piaget J. . Inhelder B. *Psicología del niño*. Madrid. Editorial Morata. XIV Edición. 1997. pp. 158.
 20. S. Vigotsky Lev. *La imaginación y el arte en la infancia*. . México. Editorial Coyucacán. Primera edición 2001. pp 109.
 21. Salvador Alcalde Ana. *Conocer al niño a través del dibujo*. . México. Editorial Alfaomega. 2001. pp.78.
 22. Sefchovich Galia. *Creatividad y vida para adultos*. México. Editorial Trillas. Primera edición 1993. pp. 169
 23. Torre Saturnino de la. *Creatividad y formación, identificación diseño y evaluación*. México. Editorial Trillas. Primera edición 1997. pp217.
 24. Veles Augusto. *Grafología de la (a) a la (z)*. Barcelona. Editorial Herdes. Primera edición

Glosario

2000. pp. 260.

25. Waisburd Gilda. *Creatividad y transformación, teoría y técnica*. México. Editorial Trillas. Primera edición 1996. pp. 310.