

## EL DISEÑO VISUAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD

### THE VISUAL DESIGN AND CONSTRUCTION OF REALITY

Diana Isabel Ocampo Cano<sup>1</sup>

*Recibido: 26/09/2014 - Aceptado: 21/11/2014 - Publicado: 10/12/2014*

Cómo citar este artículo: Ocampo, D. (2014). El diseño visual y la construcción de la realidad. *Revista e-ikon* (1), 38-45.

JEL: M32, M39

#### **Resumen**

El diseño estudia la sociedad a partir de una realidad concreta, dentro de un contexto determinado; y a cambio, le devuelve productos que a la vez satisfacen necesidades y aportan de manera significativa a la construcción de dicha realidad. El siguiente artículo plantea cómo el diseñador (usando el diseño como interfaz) puede llegar a ser el puente para que una sociedad determinada esté en capacidad de interactuar, leer, reconocer y reaccionar frente a su entorno de una manera crítica y consciente.

#### **Abstract**

Design can't be shaked itself from the notion of society. In this relationship, design studies society from a concrete reality, a given context. Design then, returns products that meet societal needs while contributing significantly to the construction of that reality. The following article explains how a designer (using design as his interface) can be the bridge to a society that is able to interact, read, recognize and reaction about their environment in a critical and conscious way.

**Palabras clave:** Diseño visual, realidad, representación, sociedad.

**Key words:** visual design, reality, representation, society.

---

<sup>1</sup> Diseñadora Visual. Docente del programa Diseño Visual Digital de la Facultad de Diseño y Comunicación de la EAM (Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío). Correo electrónico: [docampo@eam.edu.co](mailto:docampo@eam.edu.co)

## Introducción

De una manera sencilla, la realidad puede ser definida como aquello que “es” o al menos aquello que “parece ser”, pero si se piensa más a fondo, la realidad se presenta básicamente como un acuerdo social entre un grupo de individuos, cuya conectividad hace posible que se desarrollen los mecanismos y herramientas necesarias para que dicha sociedad funcione bajo unos parámetros determinados.

Es necesario entender el comportamiento del individuo y sus relaciones emocionales con el medio, para atender las necesidades de una sociedad. Las personas necesitan del diseño para relacionarse con su entorno físico y con los demás. Por tal razón, diseñar va más allá de una proyección estética; y se desarrolla en el campo de lo funcional.

El diseño termina por asimilarse a la identidad cultural y responde a necesidades que trascienden los fines económicos, producción o consumo, puesto que las sociedades actuales necesitan, además, un diseño comprometido con el individuo y adaptado a las características y necesidades de su contexto particular.

## El diseño como interfaz

Según Gui Bonsiepe (1999), se debe entender el diseño como una interfaz entre el hombre y el mundo. Bonsiepe argumenta que el diseño ante todo debe pensarse desde el contexto, cultura y realidad. El ser humano se encuentra constantemente interactuando con gran cantidad de objetos e información, que le permiten comunicarse con los demás y con su entorno; y por tanto, reaccionar frente a distintas situaciones que le plantean acciones a realizar, lo que determina esta interacción es la interfaz.

A cerca de esto, Gui Bonsiepe (1993) habla de un esquema basado en tres componentes que se relacionan íntimamente: el usuario o agente social, la tarea o acción y el utensilio o artefacto comunicativo. La conexión entre estos tres elementos se forma a través de una interfaz. Bonsiepe la define como el espacio en el que el usuario, la herramienta o artefacto comunicativo y el objeto de acción pueden interactuar. Es en este campo particular donde el diseñador interviene convirtiendo datos en estructuras (visuales) comunicativas, objetos o interfaces útiles que puedan ser usadas por los individuos para relacionarse adecuadamente con su entorno.

Al diseñar cualquier tipo de interfaz, sea esta análoga o digital, el diseñador debe analizar, diagnosticar, jerarquizar e interpretar determinados datos presentes en un contexto particular, para poder generar una estructura conceptual sólida que le permita concebir soluciones apropiadas a problemas concretos.

La interfaz se entiende como el espacio donde se encuentran los signos con que el usuario interactúa. Gombrich (2000) lleva a inferir que la interfaz es aquello que el usuario puede ver y sentir (*look and feel*), para hacer factible y entendible determinada información.

Bonsiepe (1993), en *Las Siete Columnas del Diseño*, presenta siete nociones que redefinen

el ejercicio del diseño, más allá del esquema tradicional de la Buena Forma o del *Good Desig*:

**Columna 1:** el diseño es un dominio que se puede manifestar en cualquier área del conocimiento humano o de la acción humana.

**Columna 2:** el diseño está orientado hacia el futuro.

**Columna 3:** el diseño se relaciona con la innovación. El acto de diseño introduce algo nuevo en el mundo.

**Columna 4:** el diseño está conectado con el cuerpo y el espacio, más con el espacio visual.

**Columna 5:** el diseño está orientado a la acción eficiente.

**Columna 6:** el diseño está lingüísticamente arraigado en el campo de los juicios.

**Columna 7:** el diseño enfoca la interacción entre usuario y artefacto. El dominio del diseño es el dominio de la interfaz.

Estos juicios sirven de referencia, para entender cómo el diseño lejos de ser un elemento cosmético, tiene como función orientar la información hacia el funcionalismo, permitiendo solucionar problemas de diferente índole, según el campo que se esté desarrollando.

### **Diseño y contexto**

Como resultado de diferentes esfuerzos por actualizar la definición de diseño dentro las circunstancias sociales, económicas y políticas actuales, el International Council of Societies of Industrial Design (ICSID) y la International Design Alliance (IDA) establecieron esta definición:

El diseño es la actividad creativa cuyo propósito es establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas, en estrecha relación con sus ciclos de vida. Por lo tanto, el diseño es el factor central de la humanización innovativa de las tecnologías y el factor crucial del intercambio cultural y económico. (Chhabra y Rathore, 2011: 368)

Por otro lado, para comprender literalmente la palabra contexto, me referiré al significado presente en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2012), en la que se establecen los siguientes significados:

Contexto (Del lat. contextus):

1. m. Entorno lingüístico del cual depende el sentido y el valor de una palabra, frase o fragmento considerados.

2. m. Entorno físico o de situación, ya sea político, histórico, cultural o de cualquier otra índole, en el cual se considera un hecho.

3. m. p. us. Orden de composición o tejido de un discurso, una narración, etc.

4. m. desus. Enredo, maraña o unión de cosas que se enlazan y entretajan.

La necesidad natural del hombre para relacionarse con su mundo artificial es la que da lugar al ejercicio del diseño en sus diferentes especialidades, desde el diseño de espacios al de símbolos, entre otros.

Los individuos y las sociedades necesitan herramientas cada vez más sofisticadas, que faciliten una comunicación efectiva con el contexto y permitan leer la realidad de una forma crítica y consciente. Es aquí donde el diseñador visual juega un papel fundamental, transformando datos en estructuras visuales, permitiendo que un mensaje determinado sea leído, interpretado y comprendido correctamente por el receptor, quien al tener acceso suficiente y veraz a la información, estará en capacidad de formar un criterio que le ayude en la toma de decisiones y en su accionar con respecto al mensaje recibido.

El diseño hace, por ejemplo, que leer las noticias ya sea en un periódico, un ordenador o un dispositivo móvil sea posible, que una persona opte por pagar más por una prenda que le identifique con ciertos valores culturales y no otros; hacer que sea fácil armar un mueble, modular o comprender como funciona un aparato por medio de un manual de instrucciones; entre innumerables ejemplos, se podría decir que el diseño más allá de facilitar la vida, también hace que las personas se formen una idea acerca de la realidad en que viven, la cual puede o no identificarse con los verdaderos intereses de los individuos o las comunidades.

### **Realidad local, ambiente y territorio**

Entendiendo el diseño no como un campo autónomo, sino como una actividad situada dentro de un entramado social complejo en un mundo globalizado, tiene que reaccionar frente a problemáticas locales. Se expone un ejemplo que puede aportar un contexto a esta reflexión, donde se evidencia la responsabilidad social del diseñador visual frente a problemáticas concretas de la región. Obviamente esta no es una responsabilidad exclusiva del diseño. En la actualidad la producción de objetos materiales y simbólicos es desde el punto de vista de cada profesión un ejercicio cada vez más complejo, pues se ha complejizado la sociedad a todo nivel. Asimismo, la toma de decisiones, cada vez más, depende de intrincadas y delicadas redes dadas por las relaciones humanas y de poder.

El volcán Machín de Cajamarca (Tolima) es un ejemplo, pues este ilustra cómo la falta de visibilización de un tema importante para una comunidad hace que este simplemente no exista en el mundo de la representación (y por tanto en ese acuerdo social que es “la realidad”). Hace 15 años el volcán Machín “no existía”. No aparecía en los libros de geografía, internet, Planes de Ordenamiento Territorial de los municipios de la región, Planes de Desarrollo y ni siquiera en Planes de Prevención y Atención de Desastres de los municipios del Quindío, Tolima o departamentos aledaños. En el Estudio de Impacto Ambiental del proyecto *Paso de la Cordillera Central y Túnel de La Línea* no se menciona el volcán Machín como una amenaza para el proyecto (Ocampo, 2014). En otras palabras,

la realidad de hace 15 años no incluía la existencia de un volcán cercano que pudiera afectar la vida de los habitantes de la región, no existía en el mundo de la representación, razón por la cual nadie hablaba de él, no se le mencionaba en la prensa, la radio o la televisión. Hoy es sabido que existe, que está allí desde hace miles de millones de años y que es parte de la realidad. Se pueden ver, actualmente, fotografías aéreas del lugar, aparecen noticias en los periódicos, existen mapas, etc. (Observatorio Manizales, Servicio Geológico Colombiano, 2014).

Lo anterior pone de presente la diferencia que hay entre la realidad y la realidad representada. De manera un tanto simple, se puede decir que la realidad es lo que es y que la realidad representada es lo que las personas creen que es la realidad, lo que dicen de ella, lo que, como tal, se consigna en libros, periódicos y diferentes documentos, aquello que se menciona en la radio y la televisión, lo que las diferentes interfaces permiten leer del mundo. Es a partir de esa realidad representada que se toman decisiones, porque esa es la realidad para la inmensa mayoría de personas, incluyendo aquellas que ocupan cargos públicos y deciden los asuntos que afectan a todos.

Sucede que cuando la gente visita el volcán Machín, estando frente a él, a una distancia adecuada, la inmensa mayoría “no lo ve”. Y eso se debe a que es atípico, no se parece a la imagen generalizada que tenemos de un volcán: una montaña triangular, con un agujero en la parte superior por donde sale humo. Lo que quiere decir que el mundo “se ve” y se interpreta, a partir de conceptos o imágenes predeterminadas que se tienen de las cosas (otro aspecto problemático de ese acuerdo llamado realidad). Lo que una persona sepa o ignore, sus intereses, su experiencia de vida anterior y condiciones perceptivas también influyen en lo que “cree” que es la realidad y en la manera como la representa. Así, que es pertinente preguntarse ¿Qué es la realidad? ¿Cómo desde la perspectiva del diseñador se está aportando a su construcción o su modificación?

Igualmente importante preguntarse ¿Qué se considera como “dimensiones” de esa realidad? Tomaré solo dos ejemplos: ¿Qué es ambiente y territorio?

Muchas personas reducen el ambiente a la naturaleza, por eso, cuando se refieren a impactos ambientales, solo mencionan los daños que una acción humana o un evento natural causan a la naturaleza (agua, aire, tierra, plantas, animales, etc.). Pero si se considera al ambiente humano como el conjunto sistémico de factores que hacen posible la vida humana, se entenderá que además de elementos “naturales”, son necesarios para la vida como seres humanos, elementos “culturales”, que resumiendo, se podrían designar como objetos construidos (artificiales), relaciones sociales y mundos simbólicos. Entendido el ambiente de esta manera, se diría que los impactos ambientales son las diversas maneras como una determinada actividad humana o un evento natural afecta, además del entorno natural, el mundo que los seres humanos han construido, sus relaciones sociales y sus universos simbólicos.

La idea más generalizada que tienen las personas de lo que es territorio es la que se refiere a una extensión de terreno, algo que tiene una connotación espacial y que se mide en metros cuadrados o en hectáreas. Pero, se trata de mucho más que eso, el territorio es algo más que un espacio físico, es una creación en la naturaleza, fruto del trabajo humano. El

territorio es un espacio socializado, formas de ocupación y poblamiento, modos de apropiación a través de formas de trabajo, autoridad y pensamiento, símbolos, íconos, sitios históricos, divisiones internas y de otra índole; asociado todo ello, constituye ese vasto conglomerado de relaciones sociales que hacen de un espacio sobre la tierra, el territorio de una sociedad en un momento de su historia, siendo uno de los elementos básicos de su identidad frente a los demás. De tal suerte, que solo puede medirse psicológica o afectivamente.

### **Diseñador de interfaces, constructor de realidad**

¿Será la “realidad” la misma para todos? ¿Se está comunicando adecuadamente la información de manera que permita a las personas formarse un juicio objetivo acerca de la realidad que habita?

El diseño es una profesión aún joven que se retroalimenta y crece junto a las nuevas tecnologías, especialmente aquellas relacionadas con la información y la comunicación. La importancia social del diseño, como interfaz que permite interactuar con el contexto, lleva a pensar en conceptos integradores como el de diseño social, que aunque carece de una definición clara, permite contemplar un ejercicio ético y responsable de la profesión, o bien a entenderlo como un esfuerzo que se suma al mejoramiento de las condiciones específicas de una comunidad o región. En cualquier caso el diseño social se inclina a definirse como el estudio del diseño y la sociedad.

Por su naturaleza, el diseño comunica, al hacerlo difunde consignas que operan como ciertas o como algo investido de un alto grado de certidumbre. En tal sentido, dichas consignas operan como pautas culturales o como refuerzo de pautas. Esto se conoce ampliamente en el diseño comercial y aún en el institucional, y bien pudiera utilizarse en apoyo de la comunicación humana además de su necesaria aplicación en el ámbito social. (Muñoz, 2011)

Desde esta perspectiva, el diseño puede influir en las pautas culturales y en las estructuras de una sociedad, ya sea para cambiarlas, desambiguarlas o contribuir en la formación de públicos conscientes y críticos de su realidad.

Desde la academia es importante impartir los elementos necesarios, tanto para una defensa de los intereses profesionales como para el mantenimiento de unos principios y criterios éticos sólidos, que promuevan la función social del diseño, entendiéndose esta como la responsabilidad que tiene el diseñador como constructor de “realidad” en un contexto específico.

## Conclusiones

1. El diseño visual consiste en tomar un conjunto de datos y transformarlos en productos comunicativos visuales (imagen fija, móvil, ambiental, digital) y sistemas de información (administrativos) efectivos, para satisfacer necesidades comunicativas de comunidades o clientes; todo esto con base en los conocimientos que se tienen de los procesos perceptivos y cognitivos humanos, los contextos sociales y culturales; y los diferentes instrumentos, dispositivos y tecnologías para la comunicación. A partir de estos elementos, el diseño se convierte en la interfaz que le permite al individuo, usuario o receptor, interactuar con un contexto determinado, ambiente y otras personas.
2. Cada vez más, el individuo y la sociedad necesitan de herramientas que permitan una relación positiva con el entorno y faciliten la capacidad de leer la realidad de una forma crítica y consciente. Es aquí donde el diseñador visual juega un papel fundamental, transformando datos en estructuras visuales, permitiendo que un mensaje determinado sea leído, interpretado y comprendido correctamente por el receptor, quien al tener acceso suficiente y veraz a la información, estará en capacidad de formar el criterio que le ayude en la toma de decisiones y en su accionar con respecto al mensaje recibido.
3. Temas de gran impacto a nivel mundial como el calentamiento global, el ahorro energético, etc., hacen notar la función social del diseño, pero desde el punto de vista de los efectos reales que produce en una comunidad determinada, podrían no llegar a tener un impacto significativo (sin decir con esto que los temas carezcan de importancia). Por eso, desde el punto de vista de la relevancia social, dentro de un contexto específico, sería pertinente comenzar por visibilizar aquellos temas que amenazan al entorno inmediato, la economía, la salud, los valores, el territorio, el medio ambiente, entre otros. Analizándolos desde el mismo contexto social y generando soluciones a los problemas específicos basados en las características particulares de la comunidad.
4. El diseñador visual puede considerarse como agente creador de realidad, puesto que todo aquello que se comunica constituye un elemento básico para la “construcción” de esa percepción. Se trata, de una profesión tan importante como peligrosa. Es deber del profesional del diseño tener claridad de los intereses que sirve y acerca de la trascendencia de lo que hace. Esto reclama una adecuada formación ética y el cultivo de un espíritu crítico para quienes se preparan en esta profesión.
5. El ejemplo aquí planteado hace parte de una larga lista de problemas ambientales y comunicación presentes en la región, los cuales se pueden visibilizar por medio del diseño y el uso adecuado de las herramientas de comunicación; el ejemplo del Volcán Machín puede ilustrar cómo el diseñador visual, desde su profesión, aporta elementos que además de informar adecuadamente, pueden llegar a promover actitudes críticas y valores que circulen productivamente en la población, que facilite la toma de decisiones conscientes basadas en criterios sólidos y en información suficiente y veraz.

6. El diseño es una profesión joven que se retroalimenta y crece junto a las nuevas tecnologías, especialmente aquellas relacionadas con la información y la comunicación. Desde la academia es importante impartir los elementos necesarios tanto para una defensa de los intereses profesionales como para el mantenimiento de principios que promuevan su función social.
7. El diseñador visual es actor importante en la creación de realidad y debe ser consciente del papel que cumple el diseño en el ámbito social, ya que este, lejos de cumplir una función cosmética, es pieza importante en el engranaje sociocultural de cualquier comunidad, pues requiere de un profundo análisis y lectura de las intrínsecas circunstancias y características de un contexto para poder llegar a generar comunicaciones trascendentes, pertinentes y ecoeficientes.

### Referencias bibliográficas

- Bonsiepe, G. (1999) *Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño*. Buenos Aires: Infinito.
- Chhabra A. y Rathore N. (2011). into Design - Supporting Sustainable Product Development. *Published by Research Publishing*, 369-376.
- Bonsiepe, G. (1993). *Las 7 Columnas del Diseño*. México: UAM.
- Gombrich, E. (2000). *La imagen visual, su lugar en la comunicación. La imagen y el ojo: nuevos estudios*. Madrid: E. Debate
- Muñoz, J. (2011). *Qué es el diseño social*. Recuperado de <http://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-social>
- Ocampo, N. (s.f.). *El volcán "machín" existe... ¿y ahora qué?* Recuperado de <http://www.calarca.net/cosmos/el-volcan-machin-existe.html>
- Observatorio vulcanológico y sismológico de Manizales (2014). *Volcán Cerro Machín. Mapa de amenazas*. Recuperado de <http://www.sgc.gov.co/Manizales/Volcanes/Volcan-Cerro-Machin/Mapa-de-amenazas.aspx>