

ELEMENTOS DE DISEÑO

Introducción al Diseño

La función del diseñador es transmitir una idea, un concepto o una imagen de la forma mas eficaz posible. Para ello el diseñador debe comunicar las ideas y conceptos de una forma clara y directa, por medio de los elementos gráficos. Por tanto la eficacia de la comunicación del mensaje visual que elabora el diseñador, dependerá de la elección de los elementos que utilice y del conocimiento que tenga de ellos.

Lo primero que hay que hacer para diseñar algo (un anuncio en revista, una tarjeta, etc.), es saber que es lo que se quiere transmitir al público y que tipo de público es ese, en definitiva, cual es la misión que debe cumplir ese diseño. El dilema con el que se encuentra el diseñador es como elegir la mejor combinación de los elementos y su ubicación (textos, fotografías, líneas, titulares....), con el propósito de conseguir comunicar de la forma mas eficaz y atractiva posible.

ELEMENTOS BÁSICOS DEL DISEÑO.

En el ambito del diseño es muy importante el factor psicológico para conseguir el propósito que se busca: Informar y persuadir. En ambos casos se consigue por medio de la atracción, motivación o interés. Para cumplir su función el diseñador necesita una serie de requisitos:

- Información sobre lo que se va a comunicar.
- Elección de los elementos adecuados.
- Componer dichos elementos de la forma mas atractiva posible.

Percepción del objeto.

Nuestro cerebro tiene tendencia a ubicar los elementos dentro de los parámetros referenciales que nos hemos construido a través de la experiencia previa o conocimiento.

Hay varios factores que influyen en la percepción, como son:

La agrupación por proximidad (la cercanía de los distintos elementos nos hace agruparlos), por semejanza (cuando los elementos son parecidos o iguales también los agrupamos), por continuidad nuestra percepción crea continuidad significativa, como en las tramas de una imagen), por simetría (para que los elementos formen figuras conocidas).

Percepción de figura fondo

Percibimos los elementos separados del fondo.

Percepción de contorno.

El contorno es lo que nos hace distinguir o separar la figura del fondo. Está marcado por un cambio de color o de saturación del mismo.

Pregnancia.

Tendemos a rellenar aquellos huecos de información que nos falta para completar un objeto completo. La pregnancia nos permite completar la visión física que tiene nuestra retina.

ELEMENTOS BÁSICOS DEL DISEÑO

Los elementos básicos son: el punto, la línea, el plano, el contorno, la textura y el color. Cada uno tiene características diferentes que les permite desempeñar distintas funciones dentro de la composición.

El punto: Es la unidad mínima de la comunicación visual. Tiene un gran poder de atracción cuando se encuentra sólo. Puede producir sensación de tensión cuando se añade otro punto y construye un vector direccional.

La línea: Es un elemento clave en el espacio gráfico. Tiene, en el grafismo la misma importancia que la letra en el texto. Contiene gran expresividad gráfica y una fuerte energía. Casi nunca es estática. Crea tensión en el espacio gráfico que se encuentre. Se usa mucho para expresar la yuxtaposición de dos tonos. Comunica movimiento, dirección y estabilidad.

La textura: consiste en la modificación o variación de la superficie de los materiales utilizados, ya sea de una forma visual o táctil.

El color: Es uno de los elementos mas evidentes y fundamentales del diseño.

Interacciones del color, armonía y contraste. Ningún color puede ser evaluado al margen de su entorno. En el libro Interacción del color Josef Albers afirma que “un mismo color permite innumerables lecturas”. Un mismo tono puede parecer diferente cuando se coloca sobre diferentes fondos, y diferentes colores pueden parecer casi el mismo cuando se asocian a distintos fondos”.

Según Albers, la única forma de ver un color es observarlo en relación con su entorno. Existen dos formas básicas compositivas del color. Una de ellas es la ARMONÍA y la otra el CONTRASTE.

En la mayoría de las composiciones cromáticas se pueden observar tres colores:

UNO DOMINANTE: Que es el más neutro y de mayor extensión, sirve para destacar los otros colores que conforman nuestra composición gráfica.

EL TÓNICO: Es el complementario del color de dominio, es el más potente en color y valor, y el que se utiliza como protagonista.

EL DE MEDIACIÓN: Que actúa como conciliador y modo de transición entre los otros dos anteriores, suele tener una situación en el círculo cromático cercana a la del color tónico.

Las variables de combinación en el círculo cromático son:

MONOCROMÁTICO: Un color y las variaciones de ese color. Composición simple y limpia.

ANÁLOGOS: Escoge tres colores que estén juntos en el círculo cromático. Composición elegante y con matices.

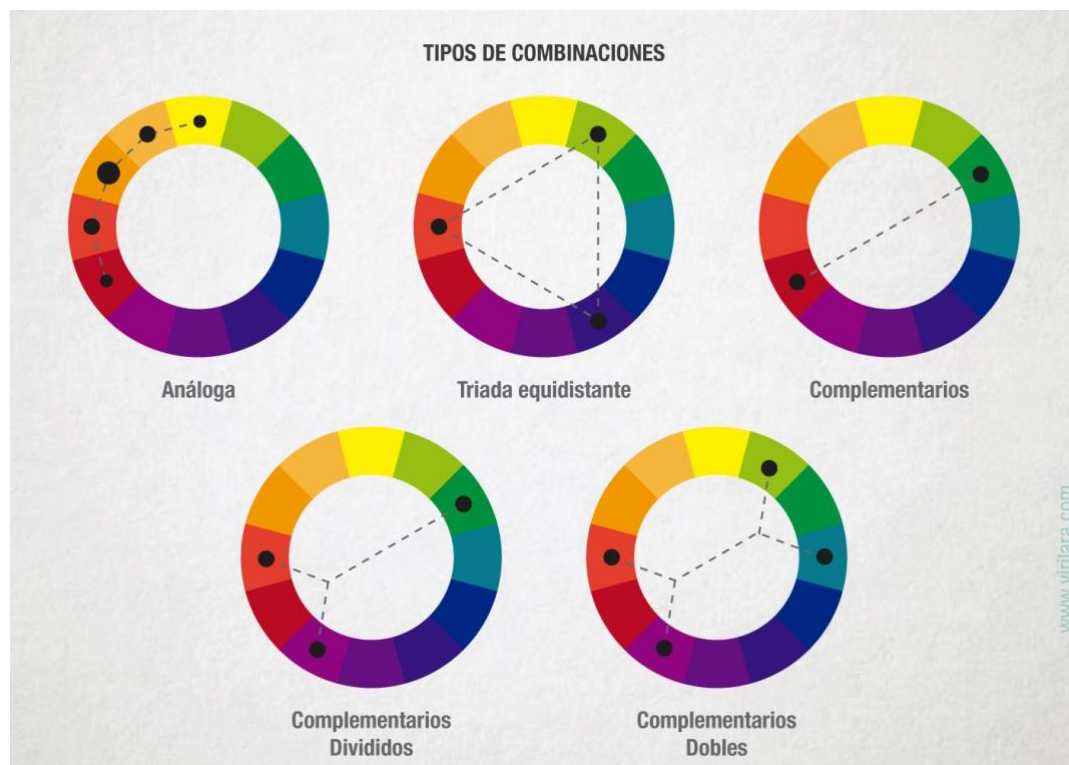
COLORES COMPLEMENTARIOS: Se sitúan opuestos en el círculo cromático. Composición con contrastes.

TRIÁDICOS: Tres colores equidistantes en el círculo cromático. La combinación mas usada entre los artistas.

Blanco, negro y neutros

Pero una paleta es más que un color brillante o dos. De hecho, los colores más importantes de la paleta pueden ser los que realmente no se ven: el negro, blanco y neutrales.

Alguien que sabe muy bien cómo usar los colores neutros es **Apple**: tanto en su web como en sus tiendas, **los tonos negros, blancos y neutros dejan todo el protagonismo a su producto**. Le otorgan así el sentimiento de exclusividad, de calidad y, porqué no decirlo, de que es muy caro.



LA PALABRA CARTEL, AFICHE O POSTER

El nacimiento significado de la palabra Afiche, lo encontramos en el S.XIII en Francia. Etimológicamente, afiche quiere decir “lo que uno fija”, derivado de la palabra affiquet: lo cual significaba, “corchete, argolla”. El afiche es una hoja impresa o escrita que uno aplica contra el muro, o un papel para anunciar alguna cosa al público.

Por otro lado tenemos la palabra Cartel derivada del Italiano Cartello. Existe una palabra asociada a cartel y es, cartela (del italiano cartella que deriva de carta). Se trata de un pedazo de cartón, madera u otra materia destinado a escribir o poner alguna cosa. Por último el uso del término Poster: del inglés Poster que significa cartel que se cuelga en la pared con motivo decorativo.

“La lectura del afiche debe ser instantánea. El hombre de la calle debe percibir lo que este quiere decir en una fracción de segundo. Por lo tanto el afichista debe dibujar en grande, grande y con estilo pero nunca debe llegar a ser vulgar”. (Raymond Savignac, Savignac afichista: Un hombre y su oficio, Ed. R. Laffont, 1975)

LAS FUNCIONES DEL AFICHE

La función de información. Forma parte de la red de comunicaciones que relaciona un emisor con un receptor (el individuo) con vista a llevar un conocimiento y su objetivo a modificar su comportamiento.

La función de la persuasión. Lo que propone el afiche, es un repertorio de los significados ideales y emotivos de un producto, que introduce en la persona sentimientos complejos como el deseo de comprar, confianza en la marca, originalidad o imagen satisfactoria.

La función educadora. La imagen por su contacto inmediato y totalizados respecto al receptor implica una nueva estructuración de sus hábitos sensitivos y cognitivos, constituye, de hecho, un proceso de educación.

La función ambiental. El afiche hoy en día es un elemento del escenario urbano.

La función estética. El afiche constituye un medio plástico que puede contener un elevado valor estético.

EL LENGUAJE DEL AFICHE

Dígito tipográfico

Sus características están en la información lingüística y la intervención gráfica se da por el tratamiento realizado de la tipografía como un elemento formal. A su vez se divide el campo en dos partes: fuentes tipográficas estructurales, porque han sido construidas bajo ciertas normas perceptuales y con instrumentos y tipografías gestuales, letras que obedecen al gesto de la mano.

Analógico Iconográfico

Los sistemas analógicos se vinculan mucho mas al mundo físico que al mundo mental. El mensaje analógico es mas directo, hay en él una continuidad empírica entre el signo y el significado al que apuntan.

Se puede subdividir en signos concretos: aquello donde su característica principal es su referencia icónica con el objeto al cual alude, es decir por su semejanza y grado de realismo o iconicidad (fotografía), por ejemplo: una flor, un árbol, una botella, una silla, etc.

Hay anicónicos o signos abstractos: son aquellos donde sus características estan dadas por su grados de abstracción del significante (refiriendose a la ausencia de formas reconocibles por semejanza con el objeto), y en el cual su significado es aprendido culturalmente, por ejemplo: Signo gráfico hombre, signo gráfico mujer, cruz cristiana, símbolo de la paz, etc..

El ícono esta ligado al objeto significado por similitud, un objeto o un ser representado por un dibujo, una pintura o una escultura. El principio es de similitud, de la reproducción de las formas, exacta o aproximada. Es la representación por semejanza con el objeto representado.

Cromáticos y acromáticos

Es decir, ausencia del color o con color. Estas variables se dan tanto en los afiches tipográficos como en los analógicos (icónicos).

TIPOS DE AFICHE

Informativo

Está planeado para comunicar eventos, conferencias, cursos, reuniones sociales, espectáculos etc.. Este tipo de carteles puede ser presentado solo con el texto, para lo cual se recomienda siempre utilizar letras grandes, sobre fonde de color contrastante, ya que lo que buscamos es entregar información para que el espectador observe nuestro afiche y pueda entender facilmente la información que le queremos entregar.

Formativo

La imagen tiene preponderancia sobre el texto, el mensaje es expresado gráficamente en forma clara y sólo se apoya en algunas palabras, estas deben dar énfasis a la idea sugerida, por ejemplo, usado adecuadamente en la promoción de salud, puede convertirse en un magnífico recurso para evitar las enfermedades, los accidentes y promover los hábitos de higiene. El afiche está muy utilizado por el cine para promocionar sus últimas producciones.

Algunos ejemplos:



