



2º
00265

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO**

**IMPORTANCIA DEL CONTRASTE COMO TÉCNICA
VISUAL EN EL ORDEN COMPOSITIVO DEL
PROYECTO GRÁFICO.**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
**Maestría en Artes Visuales con Orientación
en Comunicación y Diseño Gráfico**

P R E S E N T A :
XIMENA SILVIA MOSCOSO VALENZUELA

**Director de Tesis
Maestra Luz del Carmen Vilchis**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

MEXICO, D. F.

1990



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 está 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.

INDICE

INTRODUCCION

I. EL PROYECTO GRAFICO:	3
1. Generalidades:	3
1.1. Concepto y definición:	5
1.2. Objetivos:	7
1.2.1. Comunicación visual:	8
1.2.2. El efecto visual:	11
1.2.3. Interpretación del mensaje:	14
2. Factores:	18
2.1. La creatividad:	22
2.1.1. Concepto y definición:	22
2.1.2. Teorías:	25
2.1.3. La creatividad en el proyecto gráfico:	28
2.2. La expresión visual:	32
2.2.1. Concepto y definición:	32
2.2.2. Teorías:	33
2.2.3. Cualidades perceptivas:	35

2.2.4. Expresión y representación :	36
3. La imagen:	39
3.1. Concepto y definición:	39
3.2. La dinámica:	42
3.3. La forma:	44
4. La composición:	47
4.1. Concepto y definición:	47
4.2. Características:	50
4.2.1. Leyes:	50
4.2.2. Elementos:	52
4.2.3. Técnicas visuales:	56
4.3. El orden compositivo:	58
4.3.1. Las tensiones constructivas:	58
4.3.2. El esqueleto estructural:	62
II. EL CONTRASTE:	66
1. Concepto y definición:	66
2. El contraste en la visión:	69
2.1. La visión y percepción:	70
2.2. Sensación y percepción visual:	71
3. El contraste en la composición:	73
4. La dinámica del contraste:	73

4.1. Tipos de contraste:	82
4.2. Ejemplos:	84
4.2.1. El contraste en la composición:	84
4.2.2. El contraste en el proyecto gráfico:	99

CONCLUSIONES.

CITAS.

BIBLIOGRAFIA.

INTRODUCCION

El proyecto gráfico es la propuesta concreta de una idea expresada mediante una unidad orgánica: la imagen, que es generada a partir de una estructura, sus elementos y relaciones en el orden compositivo. El proyecto gráfico, su expresión y contenido está conformado por un lenguaje que incluye datos visuales para comunicar un mensaje.

Expresar y transmitir un significado específico, es dar un orden y un sentido a la declaración visual. Este lenguaje particular, puede emplearse para componer y transmitir mensajes propuestos, por medio de los elementos básicos y las técnicas visuales como el contraste, los cuales actúan a modo de instrumentos en función de los criterios y decisiones compositivas del diseñador gráfico.

Por ello, al situar el contraste en el ámbito central del proyecto gráfico, implica tanto examinar elementos, técnicas e incidencias psicológicas y fisiológicas de la composición creativa en el campo visual; como conocer los aspectos generales que rigen una propuesta. Este conocimiento previo y su análisis hace posible establecer ciertos valores visuales y expresivos del contraste en el orden compositivo del proyecto gráfico. Este es el tema de la investigación.

El estudio del contraste, se basa en los aspectos y cualidades que lo definen como parte de los principios que se emplean en la etapa de visualización y solución gráfica. En este momento creativo, el diseñador maneja las pertinencias visuales apropiadas, para desarrollar una idea que se manifiesta e ilustra como una solución compositiva y expresiva del mensaje visual.

El contraste en el proyecto gráfico, constituye una fuerza antagónica y dinámica, que se presenta rompiendo la monotonía y generando cambio, cualidades necesarias del mundo visual.

Por tales motivos, la presente investigación tiene como objetivo definir la importancia del contraste como técnica visual en el orden compositivo del proyecto gráfico; estudiar sus principios y factores para establecer un acercamiento teórico sobre su comportamiento e incidencia en el campo visual.

Asimismo, este trabajo pretende desarrollar un análisis, mediante algunos ejercicios y ejemplos que exponen los conceptos esenciales del contraste, basado en sus principios teóricos. El estudio analítico de los ejercicios que aquí se presentan, apoya gráficamente la investigación, con el fin de obtener una claridad mayor sobre los aspectos compositivos básicos de la práctica del diseñador gráfico.

I. EL PROYECTO GRAFICO.

1. GENERALIDADES :

Investigar las características del contraste requiere situarlo inicialmente en el proyecto gráfico, para llegar a determinar su importancia y cualidades expresivas y perceptivas en el medio visual. Los antecedentes generales referentes a los principios que rigen el proyecto en el campo del diseño gráfico, constituyen el punto de partida y la base teórica del tema en estudio.

El diseño gráfico se considera como una actividad encaminada a resolver un problema cumpliendo con una finalidad. El área de la comunicación visual define su campo de acción, relacionado con la creación y difusión de mensajes visuales. Como acto, diseñar una propuesta gráfica, implica el esfuerzo consciente del diseñador, materializado mediante un orden significativo de elementos y técnicas, como manifestaciones visuales de su trabajo manual e intelectual.

El proyecto gráfico corresponde al resultado de un proceso de diseño, entendiéndose por éste "la sucesión de actos (...) que se dirigen a la consecución de su objetivo propio: producir un objeto con coherencia formal, funcional" (1), que para el caso es la imagen visual propuesta.

El proceso de diseño gráfico puede ser metódico, cuando se sabe obtener en forma correcta el objetivo de la acción diseñante. El trabajo gráfico se basa en el razonamiento que constituye el proceso de búsqueda de soluciones y síntesis, coordinando el pensamiento lógico, la creatividad y el método. El método es "un conjunto orgánico de reglas o normas para la producción que son tenidas como vigentes en la acción cotidiana del diseñador " (2).

La especificación del proceso apropiado y metódico, para diseñar está determinado por un modelo. El modelo del proceso productivo del diseño, se refiere a la sistematización de los distintos momentos del método de diseño y de las técnicas adecuadas que deben usarse en cada fase.

Existen diversos modelos y métodos de proyectar, los cuales en la presente investigación no constituyen un antecedente esencial que deban ser detallados. En términos generales, el proceso de diseño gráfico tiene diversos momentos: Un punto de partida que incluye los principios del marco teórico, le sigue un argumento operativo que debe llegar a ciertas conclusiones proyectuales, para alcanzar la realización de la propuesta gráfica.

De acuerdo a lo anterior el proyecto gráfico realizado equivale a "lo diseñado", último nivel del proceso.

Se presenta como una unidad orgánica que reúne e integra las relaciones visuales y expresivas, sintetizada en una imagen estructurada.

La imagen creada resulta un soporte de comunicación visual, que materializa una idea propuesta por el diseñador en forma eficaz y objetiva. Su concepción y desarrollo ha dependido de una etapa de visualización y selección tentativa, que se propuso como finalidad lograr una respuesta del receptor.

1.1. CONCEPTO Y DEFINICION.

Con base en la definición de proyecto, considerado éste un " documento de datos elaborados como fase preliminar de organización y ejecución de una obra que se quiere realizar " (3), el proyecto gráfico se genera y desarrolla a partir de un problema visual. Interviene además, los métodos y técnicas expresadas mediante el análisis de la descomposición del problema y la síntesis articulada de sus variables, concluyendo en una forma o imagen propuesta que contiene una función o 'valor de uso'.

En términos generales, el proyecto gráfico es el resultado de una actividad creativa y expresiva que manifiesta un momento o realidad, influido por diversas variables

que agrupan los aspectos técnicos y culturales. Constituye por lo tanto, un medio para el orden visual que materializa las ideas concebidas en el momento creativo del proceso de diseñar.

El diseñador participa en el proyecto gráfico coordinando las fases de creación, desarrollo y realización práctica; que nace de una idea y genera un conjunto de imágenes expresadas mediante un lenguaje gráfico dispuesto en un orden compositivo.

Una imagen diseñada incluye un lenguaje gráfico en un medio de comunicación para difundir conocimientos, expresar ideas, y transmitir experiencias. Puede además, reforzar conceptos verbales con la vitalidad expresiva de sus peculiares componentes dinámicos.

La imagen en el proyecto gráfico, equivale a la síntesis de una forma y a la función de un texto. También reúne un conjunto de rasgos característicos que la definen para establecer un diálogo con el receptor, permitiendo una comunicación visual directa y objetiva.

En resumen, el proyecto gráfico es la propuesta concreta de una idea, expresada en una totalidad o unidad visual que busca una respuesta. La unidad en el diseño surge de una estructura como resultado de una necesidad de expre-

sión formal, mediante las técnicas visuales. La naturaleza del proyecto gráfico es orgánica, pues se basa en la inevitable interacción de las fuerzas e influencias de los elementos del campo visual.

1.2. OBJETIVOS :

Toda finalidad de crear formas visuales, responde a la necesidad de registrar, preservar, reproducir o identificar personas, lugares y objetos; para establecer y ampliar el proceso de la comunicación humana. Los datos visuales pueden transmitir información expresiva con una intención y un fin definido. Su importancia reside en la capacidad de informar al observador respecto de sí mismo y su mundo.

Otra cualidad que posee el medio visual, es la de comunicar universalmente una variada información al mismo tiempo, y en forma inmediata. De esta manera expone las características reveladoras, sus propiedades esenciales; datos concretos que nos expresa una imagen objetiva.

En todo proyecto gráfico, la tarea del diseñador es comunicar ideas por medio de una imagen; provocar un efecto o impacto visual, para obtener una respuesta sensitiva y de esta manera facilitar la aprehensión de significaciones para la comprensión e interpretación del mensaje. Los objetivos antes mencionados constituyen los principios básicos que ri-

con cualquier propuesta gráfica.

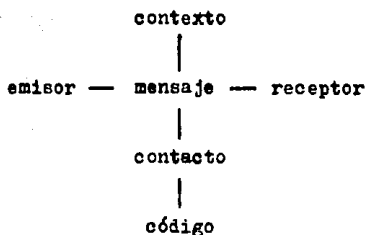
1.2.1. COMUNICACION VISUAL :

La comunicación visual se presenta como el propósito general de todo proyecto gráfico, generando los objetivos específicos en cuanto a las funciones propias del mensaje o efecto visual, y a su interpretación y comprensión.

Se define comunicación como " la acción por la que se hace participar a un individuo (...), en las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo (...), utilizando los elementos de conocimiento que tienen en común " (4).

Cualquier situación humana donde se establece la comunicación implica " la emisión de un mensaje por parte de alguien, y, a su vez, la recepción de ese mensaje por parte de otro " (5). Este proceso sólo puede tener lugar si el emisor y el receptor poseen un lenguaje común.

Roman Jakobson representa el proceso de comunicación en un esquema (6) constituido por un conjunto simplificado de factores:



Según este esquema, para que el mensaje pueda ser "vinculante" requiere de un contexto al cual remite. El mensaje es la articulación de una serie de elementos de un código, con base en una selección y combinación que puede dar origen a infinitas posibilidades significativas. El código se refiere al conjunto de elementos y funciones relacionales que permiten interpretar el mensaje. El contacto es el medio o canal que consigue el vínculo eficaz entre emisor y receptor, a través del cual se transmite el mensaje.

Una propuesta gráfica, se basa en los factores mencionados por Jakobson. Consiste en la construcción por parte del diseñador, de un mensaje visual generado a partir del marco de posibilidades articulatorias de un código común al emisor y receptor. El código brinda su arsenal signico y funcional al diseñador, quien lo utiliza y despliega su significado a través de una imagen.

El mensaje se transmite a través de un canal o me-

dio gráfico, donde la imagen expone y habla de algo contextual a lo cual remite o "refiere".

Con base en la teoría de la comunicación, se considera que el "receptor participa en las experiencias, estimulado por el sujeto emisor o agente" (7). El receptor recibe el conjunto de signos que constituyen el mensaje y los identifica con su propio repertorio de signos almacenados.

De lo anterior se deduce que el mensaje visual debe ser lo más claro posible, propiciar la fase de interpretación aunada al máximo de eficacia para provocar la participación del receptor (Cabe señalar que Daniel Prieto O. en *Discurso Autoritario y Comunicación alternativa*, lo define en cambio como perceptor, entendiéndose dicho término por "todo ser que entra en relación con un mensaje". Menciona además, que el "ser humano recibe el mensaje porque en primer lugar, conoce el código en que viene cifrado el mismo. En segundo lugar esa recepción no es pasiva: Implica un esfuerzo (mayor o menor ciertamente) de decodificación que, siempre en el caso de ser humano es también un esfuerzo de interpretación (mayor o menor). Hay pues, una dosis de actividad en el momento de recepción del mensaje, actividad que significa selectividad, discriminación, aceptación o rechazo".).

1.2.2. EL EFECTO VISUAL :

En la comunicación visual, el mensaje pretende transmitir un concepto o idea (contenido), materializada (forma) mediante el empleo de un código para lograr un efecto e influencia en el hombre. Su llegada y respuesta en el perceptor, depende del objetivo propuesto por el diseñador y varía según el grado de participación de este último.

En el proyecto gráfico, el mensaje es el portador de significado, es el impacto o efecto visual inmediato de la forma perceptual que distingue al medio gráfico de otros tipos de comunicación, puesto que puede definir y representar un significado con el signo adecuado.

El efecto visual de un mensaje, en este caso de una imagen propuesta, se basa en las funciones derivadas de los seis factores del esquema de Roman Jakobson (8), denominadas: emotiva, connotativa, referencial, fática, poética y metalingüística.

La función emotiva o expresiva, es aquella que define las relaciones entre el mensaje y el emisor. Tiende a la expresión directa de la actitud, la predisposición del emisor respecto a lo que habla.

La llamada función connotativa o conativa, se cen-

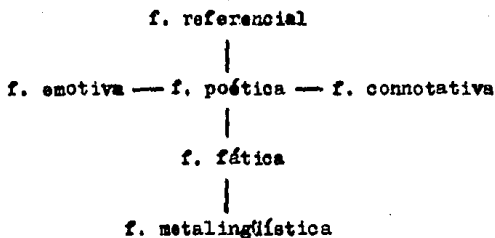
tra en el perceptor pues define sus relaciones con el mensaje visual como pretensión de toda comunicación.

La función referencial, se considera la base de toda comunicación. Define las relaciones entre el mensaje y el objeto al que hace referencia, centrándose por lo tanto en el contexto.

La función fática tiene como objetivo afirmar, mantener o detener la comunicación. Se distingue además, por desempeñar un papel importante en los modos de comunión, es decir, ritos, ceremonias, discursos, etc..

La función poética o estética es definida como la relación del mensaje consigo mismo. En las artes, el referente se considera como el mensaje que deja de ser el instrumento de la comunicación para convertirse en su objeto.

La función metalingüística, tiene por objetivo definir el sentido de los signos que pueden no ser comprendidos por el perceptor. De este modo dicha función remite el signo al código del cual extrae su significación.



Las seis funciones antes mencionadas, pueden ser aplicadas al lenguaje del diseño gráfico. De tal manera, todo objeto o imagen posee más de una función, ordenadas prioritariamente, de modo que la predominante no anula las demás, sino más bien puede relegarlas a un segundo plano y todas quedan siempre incorporadas.

En el proyecto gráfico se considera que el efecto o impacto visual, como cualidad perceptual de la imagen, puede representar una realidad experimentada, y articular un lenguaje significativo que contiene sentimientos o momentos de la experiencia. Presenta además, diferentes formas y valores asociativos ante los cuales los sujetos pueden reaccionar coincidente o divergentemente. Su significado depende también de los factores representacionales (elementos y técnicas de composición) relacionados con la expresión visual.

El efecto visual tiende a provocar un juicio de a-

preciación; una respuesta detallada, sensitiva y emocional, hacia la imagen percibida. La apreciación es una actitud intuitiva, se refiere a la manera de percibir y comprender por parte del perceptor la imagen gráfica.

La reacción o respuesta de una imagen percibida, depende de la imaginación, de la aprehensión del significado, que puede variar de acuerdo a la capacidad del individuo, su actitud temporal y los efectos connotativos de la experiencia visual.

1.2.3. INTERPRETACION DEL MENSAJE :

En el proyecto gráfico, el perceptor participa de la propuesta visual transmitida por el mensaje y estimulado por el emisor (diseñador). Al recibir el mensaje trata de traducir el código, de manera que tenga un significado para él. En este proceso el perceptor, mediante sus mecanismos naturales y referencias recibe la información a través de la percepción, considerada por D. A. Dondis (Sintaxis de la Imagen) como un medio de interpretación y filtro subjetivo de las imágenes.

El mensaje contiene significaciones latentes y derivadas de carácter intencional. Su propósito es tratar de ejercer una influencia participativa sobre el perceptor, a -

segurando al máximo su eficacia en la interpretación y comprensión de su contenido.

En el proyecto gráfico, la comprensión total o parcial por parte del perceptor se considera condición necesaria para que se cumpla con éxito la propuesta visual. Debe replantearse además, el efecto que se pretende obtener sin limitarse al momento hedonístico que una composición pueda suscitar visualmente, buscando en la expresión, la lógica y la objetividad de sus valores.

Otro aspecto que influye en la interpretación del mensaje, se refiere a su lenguaje, sus características y a los valores visuales propuestos. Se considera como condición esencial una lectura clara y reconocida por el observador, a partir de la exploración secuencial o espacial de las formas visuales determinadas por la jerarquización de sus puntos de atracción.

El lenguaje gráfico del mensaje está constituido por signos que integran el orden y sentido de la composición para establecer la comunicación entre al diseñador y el observador.

Un signo se define como " la marca de una intención de comunicar un sentido " (9). "Un signo es algo que repre-

enta (está en lugar de) alguna cosa para alguien. En esta perspectiva, el signo tiene tres referencias. En primer lugar, es un signo para algún pensamiento, sea cual sea, que le interpreta, ligado directamente a un intérprete, a un usuario del signo. Segundo, es signo de algún objeto al cual, en el pensamiento equivale. Y tercero, es un signo, en algún aspecto o cualidad que establece una conexión entre él y su objeto " (10).

Se considera también al signo como un estímulo, una sustancia sensible que implica la relación entre significante y significado. El significante es "lo que nos aparece del signo, aquello que captamos a través de los sentidos, en tanto que el significado es la imagen mental que nos hacemos de algo a partir de aquella materia significante" (11).

La lectura de los signos, en el proyecto gráfico implica la valoración cualitativa y funcional del mensaje. Es parte esencial del mismo acto de ver, y de alguna manera orienta al observador a una respuesta e interpretación de la declaración visual.

Con base en las teorías psicológicas sobre la percepción se menciona que en el mensaje visual, "el receptor es susceptible de tener cierta previsión sobre la secuencia de elementos que constituyen el mensaje (...) si (...) posee una redundancia suficiente, el receptor percibirá el mensaje

como una Gestalt" (12). Se considera que debe existir el justo equilibrio entre previsibilidad y originalidad para la comprensión e interpretación del contenido del mensaje.

En consecuencia, el mensaje y su significado influyen en la interpretación y respuesta del observador. Su estructura visual contiene información expresada mediante sistema de signos que se manifiestan en formas visuales e imágenes.

En cuanto al significado de las imágenes, una propuesta gráfica también puede ser interpretada mediante la jerarquía de sus signos, cuyo nivel de contenido conforma una gradiente perceptiva. Esta escala de poder o peso en el esquema visual, está definida por algunos factores como posición, tamaño y distribución de los elementos compositivos de la declaración visual.

Se considera que la jerarquía perceptiva de los signos depende tanto del carácter mismo del signo como, de la ley natural de atracción central de la visión y del resalte óptico. Un centro de atención o atracción visual, se refiere al centro de un campo de fuerzas; un foco del que emanan y al que convergen fuerzas. El resalte óptico constituye un dato generado por la imagen, un estímulo visual que proporciona una situación; orienta, describe y sugiere un significado.

Finalmente, sentir y comprender un mensaje gráfico corresponden a modos de percepción e interpretación. "Ver es sentir y pensar. La conciencia transforma automáticamente las propiedades sensoriales en sentimientos y en conceptos" (13). La interpretación de una declaración visual por lo tanto, depende de la capacidad de razonamiento que posee el perceptor, influida por sus experiencias, sentimientos, conocimientos e ideas.

2. FACTORES :

En el campo del diseño gráfico, proyectar se define como el acto mismo que cumple quien diseña. Es una acción que integra la inteligencia humana y, la capacidad creativa y expresiva; factores que inciden finalmente en la solución de un problema visual (proyecto gráfico). Se trata de una actividad humana productiva, basada en el conocimiento teórico y la contemplación de la realidad (experiencia visual), incluyendo la comprensión de sus principios y conceptos formalizantes.

La acción de proyectar se considera como un proceso de gestación y desarrollo. Por ser de carácter operativo, de anticipación y previsión, puede catalogarse como una etapa de visualización formal que cobra realidad y efectividad en el proyecto gráfico.

En cuanto a sus aspecto prácticos, esta actividad se caracteriza por ser un trabajo creador y productor, de un obrar por medio de acciones combinadas sobre un material significativo determinado. Su resultado contiene la producción de un sentido y formas socializadas y codificadas, conformadas por los elementos y técnicas compositivas.

Proyectar constituye la relación entre la, inteligencia visual, el razonamiento intelectual y el pensamiento creador. Es la manifestación final de reflexiones, que dista de un simple manejo de conceptos, para los cuales existen referencias concretas. Se hace posible mediante la percepción y comprensión del material visual.

El pensamiento visual es una facultad de razonamiento, planificación y conocimiento de la imagen, que rige la acción de proyectar soluciones a necesidades específicas.

El pensamiento creador aspira a obtener un orden y un sentido claro. Como proceso de razonamiento estructura y simplifica las relaciones inciertas e incoherentes, proyectando una imagen que exprese el significado en un todo integrado.

Visualizar o proyectar se entiende como la capacidad de formar imágenes mentales, aptitud relacionada con la vo-

luntad creadora. Constituye un proceso activo y generador de formas mentales en la imaginación, que pueden alcanzar la concreción o solución de alguna idea, o bien llegar a su punto de partida.

Nuestra experiencia visual, está basada en la contemplación, reconocimiento y comprensión de la realidad; constituye además el vínculo con nuestro entorno. Toda esta información se obtiene mediante los diversos niveles de la experiencia visual, datos que podemos almacenar, recordar y reproducir.

El acto de proyectar, por lo tanto, está gobernado por la experiencia obtenida del mundo visual. En esta etapa el pensamiento conceptual emerge del pensamiento en imágenes mediante los niveles básicos de información visual de representación, abstracción, y simbolismo:

- El nivel representacional es "todo aquello que vemos y reconocemos desde el entorno y la experiencia" (14), sometido a la interpretación individual. Este nivel se identifica mediante el entorno y sus características lineales detalladas, también puede ajustarse a una clasificación y reconocimiento de detalles más afinados que permiten su identificación (color, forma, proporción, etc.).

- El nivel abstracto se considera como la cualidad de un fenómeno visual reducido a sus componentes básicos, realizados mediante elementos más directos, emotivos y hasta primitivos de composición del mensaje visual.

- El simbolismo se entiende como la sustancia codificada de un significado arbitrario creado por el hombre. Requiere de una simplicidad última, de la reducción del detalle visual al mínimo puesto que, debe verse, reconocerse y recordarse.

El desarrollo de una propuesta gráfica, se basa en los aspectos semióticos, funcionales y constructivos, que actúan en forma simultánea e integrada.

En el nivel semiótico, todas las formas visuales contienen un significado coherente, presentando además características expresivas que acentúan el carácter significativo propuesto.

En el aspecto funcional las imágenes se definen para satisfacer requerimientos o exigencias de uso que dependen de los condicionamientos ambientales y sociales.

Respecto al nivel constructivo, se desarrollan y organizan los diferentes elementos que intervienen en la ela-

boración de la propuesta gráfica, instrumentado por las técnicas visuales de apoyo al diseño.

2.1. LA CREATIVIDAD :

2.1.1. CONCEPTO Y DEFINICION :

La creatividad en el hombre es la capacidad inherente, que lo identifica y distingue de las demás especies. Se considera una condición necesaria del individuo para adaptarse gradualmente a nuevas situaciones con un tipo de pensamiento autónomo, no conformista.

En términos generales, el concepto tradicional considera que el pensamiento creativo es una cualidad que depende de los procesos mentales inconscientes, producto de grandes saltos de la imaginación e intuición y de ciertas características personales propias del individuo. Algunos teóricos suponen que el inconsciente posee la capacidad de establecer conexiones asociativas, aptitud que el pensamiento consciente no tiene a su alcance. Este supuesto se basa en dos teorías sobre la función del pensamiento inconsciente en la génesis de ideas: La teoría de Henri Poincaré, y la teoría de Disociación de Arthur Koestler.

En el acto creativo, se destaca además su carácter

espontáneo, un súbito momento que se presenta en nuestra mente. Experimentamos un repentino impulso creador sin tener clara conciencia de como pudo acontecernos. Por consiguiente, se supone que el acto creador se produce en "fogonazos de inspiración"; la súbita visión de solución a un problema, constituye un "salto mental que alcanza más allá de nuestra experiencia" (15).

Según lo anterior, una fuerte dependencia de la experiencia puede llegar a interferir en la resolución creativa de problemas. Esta forma de concebir la creatividad, coincide en parte con los trabajos propuestos por los psicólogos de la Gestalt.

Existe otro concepto de creatividad, basado en la hipótesis de que "nada es nuevo". Este punto de vista, propuesto por el conductivismo (John Watson) aduce que "nada de lo que pueda llegar a hacer una persona se da verdaderamente original o creativo" (16). Las respuestas aparentemente originales, o bien son producto de algo antiguo, o si es nuevo, se ha producido accidentalmente.

El acto creativo también se ha relacionado con la solución de problemas del trabajo artístico o de investigación científica, considerándola como una "solución creativa de problemas". Según Robert W. Weisberg, la creatividad en

el individuo es "una respuesta de nuevo cuño, que no conocía con anterioridad y que resuelve el problema de que se trate" (17). Esta definición posee dos factores: "primero que la solución dada ha de serle nueva a la persona implicada; la facultad creadora comporta algo más que la repetición de una solución antigua. Segundo, no basta con que tal respuesta sea novedosa: la solución tiene verdaderamente que resolver el problema" (18).

En contraposición con los conceptos tradicionales, esta capacidad según Weisberg es producto de "procesos de pensamiento ordinario de individuos ordinarios (...) todas las acciones humanas entrañan cierta creatividad, lo que indica que para su manifestación no se requiere ni procesos mentales extraordinarios ni individuos fuera de lo común" (19).

Se considera además que el proceso de creación es una forma de pensamiento, que evoluciona a través de pasos conscientes elementales e intermediarios; es decir, pensar, asociar o relacionar el problema con sus circunstancias externas. El individuo aplica y adapta los conocimientos procedentes de la experiencia pasada, hasta convertirlos en una solución nueva y apropiada al caso.

Esta línea argumental, difiere de los planteamientos tradicionales y conduce a una concepción de creatividad

que destaca la "naturaleza incremental" de la respuesta creativa. Enfatiza la dependencia de esta acto respecto a la experiencia y a la evolución reflexiva y gradual de la respuesta.

2.1.2. TEORIAS :

Teoría de Henri Poincaré: Este autor desarrolla una teoría sobre la capacidad de creación, destacando los procesos inconscientes del pensamiento. Propone que las ideas originales se producen por "incubación", es decir, tras un período de pensamiento inconsciente.

Poincaré afirma que "la súbita aparición" de la solución, o la súbita iluminación, es "signo manifiesto de un largo trabajo previo, inconsciente" (20). Expone además, que la invención y el descubrimiento conforman la combinación de ideas, debido a que poseemos muchos pensamientos. Estos permiten variedad de combinaciones posibles para la solución de un problema.

Así, concluye que es esencial una fase inicial de trabajo consciente, para orientar al inconsciente hacia el tipo de combinación de ideas. Durante esta fase se "examina conscientemente la posibilidad de que ciertos pensamientos sean soluciones del problema. Si ninguno de ellos lo resuel-

ve, después, durante la segunda fase -la incubación-, la persona va considerando combinaciones de pensamientos, que arrancan de los pensamientos "activados" durante la preparación" (21).

Teoría de Bisociación de Arthur Koestler: Esta teoría combina la tesis de Poincaré, con la del papel del inconsciente formulada por Sigmund Freud. La hipótesis básica es la misma que plantea Poincaré: "La resolución de un problema requiere combinar pensamientos; dar una solución original, creativa, ~~supone~~ añadir combinaciones nuevas" (22).

Arthur Koestler propone el término de "bisociación" para nombrar al "proceso por el cual ideas antes no relacionadas son puestas en contacto y combinadas" (23). También establece una diferencia entre el concepto de asociación y bisociación: La asociación alude a conexiones previamente establecidas entre las ideas; la bisociación en cambio, consiste en establecer conexiones donde antes no había.

Teoría del Asociacionismo: Esta teoría formulada a principios del siglo XX, sostiene que la resolución de un problema es el resultado de la transferencia de asociaciones a partir de situaciones anteriores que conducen a la nueva. Esto implica que "nada es nuevo" y da por supuesto que nada de lo que una persona pueda hacer es verdaderamente creativo u original. Este punto de vista se basa en la teoría de

John Watson, uno de los principales promotores del conductivismo.

John Watson admite que la solución de un nuevo problema se produce por la semejanza entre la nueva situación y la que le precede. Como consecuencia de tal similitud, las antiguas asociaciones son transferidas o generalizadas a la situación nueva y el problema puede ser resuelto.

Teoría de la Gestalt: Los psicólogos de la Gestalt, en respuesta a la teoría del asociacionismo, aducen que el pensamiento creativo o productivo trasciende la experiencia previa. Consideran, además, que la resolución de problemas y el pensamiento creativo están frecuentemente relacionados con el fenómeno de la percepción.

En su análisis sobre la resolución de problemas distinguen entre el pensamiento reproductivo, el cual se relaciona con la reproducción o invocación de experiencias pasadas; y el pensamiento productivo, que supone la creación de algo verdaderamente nuevo.

Para plantear el origen de las soluciones creativas, lo relacionan con la percepción. La aparición súbita de un nuevo tipo de solución se debe, por lo tanto, a una reestructuración espontánea similar a la que se produce en la percepción, no requiriéndose en dicho momento, de un conocimiento

especial, ni de una absoluta independencia de la experiencia previa.

En consecuencia, la diferencia entre los conceptos de la Gestalt y la Teoría Asociacionista, reside en el distinto énfasis que cada una otorga a la experiencia previa. La psicología de la Gestalt se concentra en la producción de soluciones creativas que aparentemente no dependen de experiencias específicas.

2.1.3. LA CREATIVIDAD EN EL PROYECTO GRAFICO :

De acuerdo a las teorías antes expuestas, se han propuesto diferentes argumentos sobre el tema. Algunos conceptos pueden ser considerados como referencia para explicar, con base en una fundamentación teórica, el papel que desempeña la creatividad en el proyecto gráfico. Cabe señalar, que hasta el momento no se ha formulado una explicación definitivamente comprobada en lo que respecta a la inventiva y solución de problemas.

En la comunicación visual, se establece que la creatividad es la "aptitud del ser humano para reorganizar los elementos del campo de percepción de una manera original y susceptible de dar lugar a operaciones en cualquier dominio material"(24). En el campo visual, los cambios dinámicos de la composición determinados por la relación entre intuición,

e intelecto, reflejado en la expresión visual, proporcionan la naturaleza de la creatividad.

El proyecto gráfico se resuelve mediante el proceso creador, relacionado con el momento de gestación que incide en la formulación de la propuesta visual del diseño. En esta etapa, se entiende la creatividad como "la capacidad de formular distintas alternativas y elegir dentro de estas las que mejor resuelvan una situación dada" (25), de acuerdo con la reorganización de los elementos del campo visual.

Desde el punto de vista del diseño, se ha mencionado que el acto creativo es un proceso que contempla las siguientes fases:

1. "Preparación o acopio de materiales. La naturaleza de estos influye sobre el carácter de la creación resultante; cuando no son adecuados, frustran la creación.

2. Incubación. La presencia de contenidos mentales -experiencia- despierta la actividad creadora; esta experiencia nunca permanece estática, sino dinámica.

3. Prospección imaginativa, anticipación hipotética y simbólica a la vez.

4. Iluminación. Es el hallazgo precedido de una

tensión emocional.

5. Comprobación. Es la labor crítica de reajuste, concluidas las fases anteriores⁽²⁶⁾.

Esta propuesta sobre el proceso creativo en el diseño, se basa en el esquema planteado por Graham Wallas, quien distingue cuatro fases: preparación, incubación, iluminación y verificación.

A pesar de las diferencias argumentales los autores han coincidido en la función de la experiencia en el proceso creativo, antecedente importante de mencionar a modo de introducción al manejo de las técnicas compositivas del proyecto gráfico.

La experiencia considerada como una fase de almacenamiento previo, no se limita solamente al recuerdo de estímulos visuales. Generalmente comprende el aprendizaje de alguna técnica que permita expresar y comunicar nuestras imaginaciones a través de algún medio externo. Su desarrollo y evolución puede ser de carácter secuencial, de acuerdo a etapas preliminares y tentativas de una idea en germen,

Por lo tanto, la solución de un problema puede depender de la información perceptual, y del conocimiento ad-

quirido y sus aplicaciones, para obtener una respuesta razonable. En éste aspecto se requiere de la "pericia" es decir, la "posesión de conocimientos detallados relativos al problema de que se trate" (27).

La pericia necesita de muchos conocimientos concretos acerca de situaciones específicas, para poder enfrentarlas basándose en otra experiencia similar. Desde luego que, la nueva situación debe atender muchas exigencias concretas sujetas a modificaciones.

Según Paul Valery, la experiencia y práctica visual nos habitúa a concebir lo que solamente podemos ejecutar. El desarrollo de los medios y técnicas nos puede acercar al conocimiento del mundo de la ejecución misma para pensar y crear.

Intervienen además en la solución gráfica, el aporte personal del pensamiento creativo del diseñador, los factores psicológicos y perceptivos de su experiencia; los cuales condicionan su capacidad de voluntad creadora y su preparación para concebir y expresar una imagen visual.

La voluntad constituye una fuerza espiritual al servicio de la expresión. Es un deseo que posee un valor dinámico por que busca constantemente su realización. La etapa creadora del diseño en su aspecto práctico, contiene sus pro-

pios principios que determinan una postura definida por la fuerza espiritual y creadora de la voluntad.

Finalmente, cabe destacar el papel que desempeña la creatividad en el proyecto gráfico, dado que participa como etapa del momento de gestación y realización de una idea en el proceso de diseñar. Se manifiesta por medio de una imagen visual que contiene un lenguaje, expresado mediante los elementos básicos y las técnicas visuales.

2.2. LA EXPRESION VISUAL:

2.2.1. CONCEPTO Y DEFINICION:

La expresión visual corresponde al lenguaje más propio del diseño gráfico, constituye un medio necesario e importante para transmitir objetivamente un mensaje. También se define como el significado de la forma visual que contiene la representación de una idea propuesta.

Rudolf Arnheim, define la expresión visual de la siguiente manera: " una facultad que representa la dinámica de los estados del ser mediante los atributos de forma, color y movimiento"(28), permitiendo que las imágenes puedan actuar a modo de enunciados o proposiciones.

También se concibe la expresión como "los modos de comportamiento orgánico o inorgánico evidenciados en el aspecto dinámico de los objetos o sucesos perceptuales" (29). Las cualidades expresivas son dinámicas y estructurales, se experimentan en los sentidos del tacto, la vista, el oído y en las sensaciones motoras o musculares, que reflejan el comportamiento y naturaleza de la mente humana.

La expresión visual es una facultad mental que va más allá de la presencia formal. Hace referencia a un hecho sentido y vivido de la experiencia. Transmite los rasgos del comportamiento y apariencia externa de las características significativas de la estructura visual y sus componentes (Rudolf Arnheim, Arte y Percepción visual).

2.2.2. TEORIAS :

Los principios de la expresión se basan en tres teorías fundamentales: La teoría asociacionista, la de empatía y la Gestalt o isomorfismo.

La teoría asociacionista constituye el planteamiento tradicional que señala la relación entre la conducta corporal expresiva y su correspondiente actitud psíquica. Esta establece como variante, que los juicios de la expresión están basados en estereotipos.

La teoría de la empatía adopta una postura intermedia entre la aproximación tradicional y la moderna, que pretende considerar la expresión de los objetos inanimados. Lipps, su autor, menciona una similitud entre las fuerzas físicas y psicológicas. Según este psicólogo, "la percepción de la expresión incluye la actividad de fuerzas presentes en el organismo que percibe y que es a su vez percibido" (30).

El principio de la Gestalt o isomorfismo, admite la correspondencia entre la conducta física y psíquica, pero afirma que la asociación no es el único medio para llegar a comprender la expresión. Sostiene que la conducta expresiva revela directamente su significado en la percepción. Esta aproximación se basa en el principio del isomorfismo, según el cual los procesos que tienen lugar en diferentes medios (el de la mente y el de la realidad), pueden ser similares en su organización estructural.

Las fuerzas que determinan la conducta corporal real, son estructuralmente similares a las que caracterizan los correspondientes estados mentales. Por lo tanto, si se integra la expresión a los procesos elementales de la percepción, "la expresión podría definirse entonces como el homólogo psicológico de los procesos dinámicos que dan lugar a la organización de los estímulos perceptivos" (31).

2.2.3. CUALIDADES PERCEPTIVAS :

En el contexto psicológico, se considera que el fenómeno expresivo corresponde a la manifestación o respuesta física de la percepción, información obtenida de las fuerzas externas más relevantes del entorno. La experiencia pasada, el aprendizaje, el conocimiento y la memoria son factores que influyen en el modo de percepción de un fenómeno expresivo que puede captarse de diversas maneras.

La teoría de la percepción plantea que la expresión de las manifestaciones conductuales de la personalidad humana, depende de la clase de estímulos percibidos, constituyendo una respuesta según el tipo de proceso mental a que debe su existencia. El estudio de los fenómenos expresivos, por consiguiente, está sujeto a la relación entre el comportamiento de una persona y su estado psicológico; y a las correlaciones características de la personalidad y las reacciones a los estímulos ambientales.

En el medio visual, según los planteamientos de Rudolf Arnheim, si relacionamos el fenómeno de la expresión con el proceso perceptivo, experimentamos que las cualidades dinámicas de las formas, colores o sucesos, son aspectos visuales, portadoras de un sentido expresivo. En consecuencia, esas características se hacen visibles de manera explícita o implícita cuando prestamos atención a la dinámica de la ima-

gen.

En términos estructurales, la expresión visual reside en todo objeto y forma, incluyendo el contenido primario de los esquemas perceptuales del proceso de la visión. Por lo tanto, las cualidades expresivas en la comunicación gráfica, permiten transmitir una experiencia determinada por esquemas formales y un texto inteligible.

2.2.4. EXPRESION Y REPRESENTACION :

El fenómeno expresivo proviene de la percepción visual, relacionado con la contemplación productiva donde actúan las capacidades de observación y el poder de la memoria o de la imaginación reproductora. Estos factores permiten que la capacidad expresiva pueda proyectarse mediante la representación de determinadas imágenes que contengan ideas específicas.

La representación visual está conformada por la relación entre la forma observada y la inventada, la interacción entre el comportamiento motor y visual y la conexión entre el fenómeno perceptivo y el conocimiento conceptual; aspectos fundamentales que inciden en la expresión de una imagen propuesta.

En el proyecto gráfico, la expresión constituye un

medio que transmite y otorga un sentido a la forma visual. Es una cualidad esencial, puesto que refleja y expresa un contenido.

La representación visual está basada en la correspondencia entre los estímulos y la estructura visible de la superficie gráfica. Expresa además, una congruencia entre las relaciones observadas del entorno (experiencia visual), y el conocimiento de la naturaleza del formato.

Una declaración visual puede presentar tres tendencias paralelas: Primero, la síntesis de las características conceptuales, es decir, la aproximación bidimensional de la experiencia y el conocimiento adquirido. Segundo, el empleo de los elementos compositivos para lograr la fijación gráfica más adecuada. Tercero, la representación del contenido en función de los elementos de composición para la materialización de los objetivos propuestos.

El contenido expresivo de la imagen propuesta, presenta, por lo tanto, una cualidad significativa implícita en su estructura formal, que trasciende una simple representación, reuniendo e integrando el efecto conjunto de los tres aspectos antes mencionados.

El atributo expresivo de una imagen y su estructura, está basado en la tensión dirigida, intensidad, forma y mo-

vimiento percibidos; aportando además fuerzas o energías que se hacen comprensibles por los sentidos. Esta cualidad perceptiva, inherente a la estructura visible y a las fuerzas significativas y orgánicas en una propuesta gráfica desencadenan sensaciones de expansión y concentración, conflicto o contraste, armonía, elevación, caída, etc..

Otro principio básico, se refiere al ordenamiento coherente y estructurado de una impresión visual. La organización de los elementos expresivos debe mantener una relación análoga o de correspondencia con los sentimientos e ideas del contenido en el mensaje. En consecuencia, la imagen en el proyecto gráfico es un medio de expresión visual que apprehendida directamente por los sentidos, nos conecta con nuestras experiencias.

Finalmente, en una declaración visual se expresan tanto los valores formales de la composición como, los factores psicológicos y filosóficos; es decir, aquellos intereses y connotaciones humanas conscientes e inconscientes, que dependen de la capacidad creativa del diseñador.

Proyectar imágenes requiere, por lo tanto, de una disciplina que organiza las potencialidades expresivas del diseñador, basadas en su visión generalizada del mundo que le rodea. Esta acción se representa y expresa mediante un

lenguaje que va más allá de su presencia formal, pues hace referencia a una experiencia activa de la mente sobre ésta.

3. LA IMAGEN :

3.1. CONCEPTO Y DEFINICION :

En el proyecto gráfico, la imagen corresponde al medio visual proyectado por el diseñador, conformada por códigos conocidos para transmitir una determinada información al receptor.

El término imagen, derivado del latín "imago", significa figura, sombra, imitación; del griego "eikon" es ícono, retrato. También se define como figura o representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos. Una imagen indica por lo tanto, "toda representación figurada y relacionada con el objeto representado por su analogía o su semejanza perceptiva" (32).

Para Abraham Moles, éste concepto es "un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del universo perceptivo. Se trata pues de la concreción material de una serie de formas abstractas que ponen en circulación algo concreto" (33).

Los psicólogos entienden por imagen, aquellos fenómenos psíquicos que poseen ciertas analogías con las sensaciones. Se le concibe como un elemento de la experiencia perceptiva, que posee atributos sensoriales pues reproduce en parte el realismo del mundo visual.

Este concepto supone la intervención del fenómeno perceptivo. Percibir significa participar de las cualidades expresivas y de organización de los elementos que componen el campo visual. Una imagen se puede identificar como una unidad orgánica y espacial que conforma una totalidad, cuya conducta está determinada por la integración de todos sus elementos.

Teóricamente, la imagen hace referencia a "toda representación visual que mantiene una relación de semejanza con el objeto representado" (34). Se le relaciona además como un todo ordenado a partir de elementos visuales, que se distinguen en la observación del mensaje, los cuales poseen su gramática propia, sus reglas y un orden estructural.

La imagen a nivel de contenido puede pertenecer a dos categorías: Primero, las leyes intrínsecas a los objetos o sujetos representados; segundo, las leyes relativas al modo de representación de los objetos, en cuanto a su mundo, a su composición, al sistema del pensamiento visual o sintaxis,

y a la iconografía.

Se distinguen además dos corrientes científicas establecidas por la Gestalt y el Psicoanálisis clásico (Sigmund Freud).

La Gestalt, vocablo introducido por la escuela psicológica alemana, referida a la psicología de la forma, aporta una teoría que sintetiza su comportamiento, es decir, considera la forma como un producto de la percepción humana. "Es ante todo, la toma de conciencia del reconocimiento de alguna cosa que el receptor conoce de una manera más o menos intuitiva: la identificación de la naturaleza de la imagen percibida" (35).

La noción de forma se relaciona con la idea de contorno y de pertenencia al mismo, constituyendo una de las propiedades de esta corriente: la forma se opone al fondo. "Unas manchas negras sobre un fondo blanco nos dan una imagen" (36).

En el psicoanálisis clásico, Sigmund Freud se preocupó de su significado construido en los sueños (imágenes engañosas), y de las imágenes hipnagógicas o percepciones fugaces.

Las teorías mencionadas anteriormente parten del principio de la visión. En la percepción intuitiva, el ojo capta la imagen y la transmite al cerebro. También encontramos dos niveles de percepciones: el descriptivo, en que se perciben líneas, perspectivas o formas; y el segundo nivel simbólico, en el que a partir de los elementos constitutivos se procede a su interpretación.

Respecto a sus características, la imagen se distingue por su "Grado de configuración correspondiente a la idea de representación (...) de objetos o seres conocidos intuitivamente por nuestros ojos en el mundo exterior; y por su grado de iconicidad, o grado de realismo de una imagen con respecto al objeto que representa"(37).

El mundo de las imágenes enriquece la experiencia visual retenida en la memoria. Conformar la base para expresar mediante símbolos alguna declaración visual, además de permitir el conocimiento y verificación de los fenómenos visuales.

3.2 LA DINAMICA :

En el mundo visual, la imagen es una de las energías dinámicas de la vida humana, que "materializa un fragmento del mundo perceptivo (entorno visual), susceptible de subsistir a través del tiempo"(38). Considerada como estímulo,

puede provocar una respuesta pues refleja la reacción vital de una unidad óptica, generada por los elementos que expresan sus tensiones en el campo visual. Cada uno de los elementos que componen la imagen, posee un orden jerárquico conformados por la estructura que los integra y articula.

La dinámica de la imagen, en el medio visual, está constituida por el tema estructural, su representación y configuración de las fuerzas percibidas. En esta situación perceptual, dichas variables se presentan en los fenómenos de nivelación y aguzamiento visual.

En el proyecto gráfico, una declaración visual puede ser considerada como un estímulo estructurado con base en el tema propuesto. La imagen es producto de las relaciones de fuerzas o energías intrínsecas y extrínsecas de sus componentes, susceptibles de ser deducidos e interpretados en cuanto a su significado.

La imagen como experiencia dinámica, se inicia con la energía luminica que influye a través del ojo del espectador y pasa a su sistema nervioso. La visión es ante todo un recurso de orientación, para organizar los acontecimientos del campo visual..

En términos generales, el contexto del campo de una imagen, se reduce a los límites de dos dimensiones (ancho y

alto). Las unidades y componentes de la superficie gráfica, poseen sus cualidades en relación con sus fondos respectivos, que van desde una superficie circundante inmediata hasta el campo visual como totalidad.

La distribución de las respectivas unidades gráficas, relaciona diferentes significados (connotativos, expresivos e identificativos), aportando un modo de representación dinámico. Estas unidades contienen tensiones que poseen resistencia y dirección, convirtiéndose en fuerzas portadoras de actividad y movimiento.

En consecuencia, la superficie gráfica de una imagen se convierte en un "mundo espacial vital; no sólo en el sentido de que sobre ella actúan las fuerzas espaciales -moviéndose, cayendo y circulando- sino también entre estos movimientos el campo mismo está cargado de acción"(39). Los elementos visuales no son solamente los puntos focales, son los que poseen la energía concentrada. Mediante el orden compositivo, la imagen puede convertirse en una forma viva que refleja la experiencia humana.

3.3 LA FORMA.

En el medio visual, la imagen y representación de las cosas en alguna medida se consideran sinónimos, pues ambos términos se refieren a la apreciación de un conjunto formal.

En este caso, el concepto formal (un atributo de la imagen) se emplea en función de un acontecimiento dentro del sector visual del sistema nervioso. La imagen, por lo tanto, se relaciona con la forma organizada y sus propiedades esenciales aprehendidas de acuerdo con los mecanismos de la percepción.

En términos generales, la forma es definida como la apariencia total de un objeto, obra de arte, texto visual. También puede entenderse como "la estructura esencial de una cosa que se manifiesta en su apariencia caracterizada por las relaciones entre las partes que la componen" (40). Se señala además, que a pesar de ser la forma un término fácilmente confundido con la figura, esta última es sólo un elemento de la forma.

Se considera que el concepto de la forma incluye dos aspectos: El externo, visible y palpable que viene determinado por la apariencia del objeto, la definición espacial y la configuración de partes (forma material). El aspecto interno, un contenido cuyas características se derivan de nuestro mecanismo de la percepción y determinan el aspecto externo de lo que se ve, abarcando lo estructural y lo que es directamente observable por los sentidos (forma que representa).

En consecuencia, el concepto de forma se relaciona con la apariencia, estructura y organización que reciben las impresiones sensoriales en la percepción. La forma visual re -

fleja estas sensaciones en su sentido, que se refiere a la "capacidad de dotar a objetos visibles de propiedades tales como claridad, unidad, armonía, equilibrio, adecuación o pertenencia" (41).

La forma es el "resultado de un juego recíproco entre el objeto material, el medio luminoso que actúa como transmisor de la información y las condiciones reinantes en el sistema nervioso del observador" (42). La percepción de la forma es una aprehensión activa de los rasgos estructurales globales o datos primarios. Esto implica que depende del objeto observado, del observador, y de las relaciones formales.

Entre las distintas formas que distinguimos, las denominadas "fuertes" son aquellas "donde la subordinación de los elementos al todo sea mayor. Además, la percepción tiende a la simplicidad, según la ley de la 'buena forma' o de la 'pregnancia' de las formas" (43), propuesta por Wertheimer.

El proyecto gráfico presenta la forma visual como la apariencia total de un diseño, a pesar de ser la figura su principal factor de identificación. Se puede distinguir mediante los elementos básicos que la conforman (tamaño, color, textura, etc.).

En una propuesta visual, la forma posee característi-

cas de unidad, jerarquización, ritmos, etc.; cualidades orgánicas que conforman un lenguaje expresivo. Tiene un valor simbólico, un significado para el observador puesto que puede abstraerse su estructura. Su finalidad es informar acerca de la naturaleza de las cosas reflejada en su aspecto exterior.

Las propiedades estructurales de la forma pueden ser expresadas según las distancias, ángulos, direcciones, simetría, número de lados, etc.. Cada una de estas relaciones determina cierto valor y característica del lenguaje formal en el orden compositivo integrado.

De acuerdo al significado formal, la correspondencia entre los aspectos externos e internos antes mencionados, se distingue a lo "interior" como la forma del contenido y, al "exterior", como la forma de expresión. La precisión del significado formal en la imagen propuesta, es necesaria para comunicar sus cualidades visuales; destacando los rasgos característicos.

4. LA COMPOSICION

4.1. CONCEPTO Y DEFINICION :

Del concepto de composición, definido por diversos

autores, destaca el significado que le confiere Rudolf Arnheim, considerándola como "un paisaje dinámico de un campo de fuerzas" (44). John Dewey, coincide en que es "la organización de la energía como medio apto para producir un resultado" (45).

En términos generales, en artes visuales la composición se define como "la distribución de elementos visuales que crea un todo autónomo, equilibrado y estructurado, de manera tal que la configuración de fuerzas refleja el sentido del enunciado artístico" (46).

La orientación de la composición más apropiada al proyecto gráfico se concibe como "la organización según una idea directriz de las fuerzas conaturales de las cosas para obtener un efecto estético preestablecido por el autor y una fácil-lectura" (47).

Se establece que la organización según una idea directriz, es una actividad intelectual y material, donde la idea surgida en el autor constituye el origen de la composición. Finalmente, la concreción objetiva y expresiva de la propuesta visual, depende de la construcción sensible de sus elementos.

La organización compositiva por lo tanto, se relacio-

na directamente con el momento creativo en la etapa de visualización, para establecer un orden práctico generador de una visión y lectura tales que susciten ciertas emociones y sensaciones, obteniendo un efecto visual predeterminado.

En el proyecto gráfico, la composición es " una organización total que incluye figura y fondo de cualquier diseño. Todas las formas individuales y las partes de las formas tienen no sólo configuración y tamaño, sino posición en él" (48). En consecuencia, en el orden compositivo como organización estructural de las relaciones visuales en la unidad orgánica del proyecto gráfico, actúan la operación compositiva (elementos y técnicas) y los aspectos intelectuales y psicológicos (fuerzas y energías de organización).

Finalmente, en el resultado de la declaración visual interactúan las fuerzas del contenido (mensaje y significado) de la forma (orden compositivo) y el diálogo recíproco entre el diseñador y el perceptor. El mensaje sintetizado del diseño, está sometido al control de las técnicas visuales y sus elementos, que conforman una estructura condicionada a obtener un efecto expresivo.

4.2. CARACTERISTICAS :

4.2.1. LEYES :

Al comprender el orden compositivo como una organización precisa y regular de fuerzas en forma de tensiones, el valor de distribución y la relación recíproca de sus elementos, depende del sentido y contenido del mensaje. Su comportamiento y naturaleza se basa en un conjunto de leyes fundamentales de carácter universal, generadoras y generadas por la composición.

El orden compositivo de las unidades visuales en el formato, se distribuyen según leyes perceptuales que tienen en cuenta el valor individual de cada elemento como parte subordinada al total. Las tensiones del mapa o esqueleto estructural dictan las leyes del campo compositivo, a las que se cifien los elementos básicos, en una relación dinámica.

Estas leyes compositivas forman parte de la inteligencia visual del hombre, en los niveles de percepción y capacidad expresiva. Están subordinadas a la creatividad y se pueden clasificar en generales y específicas.

Las leyes generales son de carácter intelectual,

proviene de la actividad personal consciente o intuitiva del diseñador, y están constituidas por la ley de la unidad y del ritmo. Las leyes específicas o tensiones, se consideran "los medios que se emplean como factores sensibles, físicos y materiales de la composición" (49), integradas por las leyes de variedad e interés, resalte y subordinación, contraste o conflicto, las cuales actúan directamente en la ley general de la unidad resultante.

A la ley de la unidad, se le considera como el principio fundamental del orden compositivo puesto que contiene la integración de las fuerzas en una totalidad. Conforman una relación necesaria entre las partes y el todo, surgida de la unidad estructurada perceptible visualmente.

La variedad de la composición está dada por la manera de seleccionar sus elementos, cuya presencia radica en la necesidad de crear interés y novedad. El interés es generado por el conflicto y el contraste de las tensiones que surgen de los elementos en el orden compositivo.

La ley del resalte requiere de un elemento dominante según el significado y finalidad de la composición. Es necesario además, que los otros elementos guarden relación con el predominante en estado de subordinación.

El principio del contraste está regido por la lucha

de elementos antagónicos unidos por un constante conflicto que constituye una "condición esencial del orden compositivo" (50).

4.2.2. ELEMENTOS :

Los elementos de composición establecen la base del proyecto gráfico y conforman la estructura de cualquier trabajo visual. Pueden definirse según los aspectos de interioridad y exterioridad. Wassily Kandinsky menciona que en "lo externo, toda forma de dibujo o pintura corresponde a un elemento. En lo interno, lejos de que la forma establezca el elemento, es la tensión que en ella existe, lo que determina o constituye". Establece además, que los elementos forman parte de la sustancia básica de lo que vemos, y expresa "la forma liberada de sus tensiones" (51).

Los elementos básicos son considerados por D.A. Dondis, como componentes del proceso visual y constituyen la "fuente compositiva de cualquier clase de materiales y mensajes visuales o de cualquier clase de objetos y experiencias" (52). Se presentan como la "materia prima en todos los niveles de inteligencia visual y a partir de los cuales se proyectan y expresan todas las variedades de declaraciones visuales de objetos, entornos y experiencias" (53).

La composición visual se genera a partir de los ele-

mentos básicos, clasificados según este autor en: punto, línea, contorno, dirección, textura, dimensión, escala y movimiento. Todos poseen propiedades dinámicas inherentes a las formas visuales que contienen fuerzas materiales y conforman una estructura de distribución de las tensiones compositivas.

A esto, Rudolf Arnheim añade la dinámica de las imágenes, para afirmar que la percepción constituye un tipo de experiencia generada por las fuerzas del esquema visual.

Para comprender los aspectos esenciales de la composición, es necesario mencionar las características generales de sus elementos. La clasificación está basada en los elementos básicos de la comunicación visual planteada por D.A.Dondis. Cabe señalar que diversos autores han coincidido al distinguir e identificar los componentes gráficos que se resumen en:

- Punto, considerado como la unidad más simple que incluye diversas propiedades. Simboliza interrupción, indica posición y sirve de referencia. Es un elemento que no tiene ni largo ni ancho, y puede servir para crear un patrón, expresar ritmos y movimientos, generar texturas y convertirse en un foco o centro de interés.
- Línea, definida como un punto en movimiento o el re-

corrido del movimiento de un punto. Conceptualmente se le considera como un ente invisible que se contrapone al punto, puesto que es un elemento derivado o secundario que nace a partir de él. Posee largo pero no ancho y está limitado por puntos, tiene posición y dirección.

- Contorno, también denominado plano, constituido por el recorrido de una línea en movimiento que lo describe. En las artes visuales se considera que la línea articula la complejidad del contorno. Un plano o contorno tiene ancho y largo pero no grosor, posee posición y dirección, y está definido por líneas. Esquemáticamente se convierte en una entidad independiente con respecto a su entorno.

- Dirección, considerada como un elemento que gobierna la ubicación e interrelación de la forma. Su significado se relaciona con el observador, el marco de referencia y con otras formas cercanas. Cada una de las direcciones visuales posee una expresión de fuerte connotación asociativa.

- Tono, referido a las intensidades de oscuridad o claridad del objeto visto. Las variaciones de luz o tono constituyen un medio de distinción óptica de la información visual; su naturaleza define múltiples

gradaciones sutiles.

- Representación cromática del medio visual, relacionada directamente con los aspectos emotivos, puesto que el color está cargado de información. Se le considera como una de las experiencias más profundas, y constituye una valiosa fuente de comunicación visual.

- Textura, vinculada con la composición de una sustancia y las variaciones en la superficie del material. Generalmente se puede apreciar mediante el tacto y la vista que transmiten una sensación individual, aunque ambas sensaciones poseen un significado fuertemente asociativo.

- Escala o proceso de modificación y definición de los elementos visuales, mediante una relación de tamaño relativo o proporción entre las claves visuales y el campo o entorno.

- Dimensión, o tamaño que poseen las formas y objetos. Puede ser físicamente mensurable pero en los formatos visuales bidimensionales. Su representación depende de la ilusión para crear efectos que produzcan una sensación de realidad.

- Movimiento, presente en el medio visual, constituye una de las fuerzas dinámicas más predominantes en la experiencia humana. En las imágenes estáticas, la sugestión de movimiento es difícil de conseguir sin distorsionar la realidad, pero está implícita en lo que vemos, y puede proyectarse de una manera psicológica y cinestética.

4.2.3. TÉCNICAS VISUALES:

En la composición, las técnicas visuales se consideran como el elemento práctico, de cualidad generadora que permite concretar una solución e idea propuesta. Su valor primordial es relacionar y estructurar una declaración visual, es decir, es un instrumento compositivo que depende de los elementos básicos..

En cuanto a su capacidad generadora, las técnicas visuales permiten el origen de las formas que se funden y relacionan con sus tensiones intrínsecas en la imagen. Desencadenan una estructura de fuerzas tanto extrínsecas como intrínsecas, llamadas también tensiones constructivas de la composición.

La técnica visual se define como "una fuerza fundamental de la abstracción, la reducción y la simplificación de

detalles complejos y vagos a relaciones gráficas que se pueden captar"(54), y proyectar expresando ideas, experiencias y entornos. Manifiesta una realidad visible con el fin de alcanzar algún grado de acierto concretado formalmente.

4

En términos de la comunicación gráfica, se considera que las técnicas son los agentes de dicho proceso, debido a que "el carácter de una solución visual adquiere forma mediante su energía (...), las técnicas serán siempre las que actúan mejor como conectores entre la intención y el resultado"(55).

Para componer la estructura elemental que conforma la imagen, se emplean las técnicas visuales. Su manejo, opciones y elecciones conducen a reforzar y fortalecer la intención y efecto expresivo, a fin de conseguir un control sobre la respuesta. En consecuencia, su importancia radica tanto en la capacidad de influir y canalizar la respuesta e interpretación del mensaje visual, como en las diversas alternativas expresivas que ofrece al diseñador para una solución compositiva.

4.3. EL ORDEN COMPOSITIVO:

4.3.1. LAS TENSIONES CONSTRUCTIVAS:

Los elementos visuales de una composición son como cuerpos cósmicos que se atraen y repelen mutuamente en el espacio. Es posible además, que cada uno de ellos sea relativamente autónomo, pero también se envuelvan unos a otros; siendo componentes de un sistema cerrado de fuerzas o tensiones.

El campo de la composición se basa por lo tanto, en el comportamiento de las fuerzas considerado como la energía de toda experiencia visual. Equivale a reflejos perceptuales de los elementos que se perciben a manera de estímulos ópticos. La inducción de fuerzas en el proceso perceptual puede aparecer como rasgo estructural de una imagen.

La tensión es la fuerza que actúa desde el interior de cada elemento, aportando una dinámica basada en el "juego recíproco de afanes acrecentadores y reductores de la tensión"(56). Se origina a partir de la percepción visual que se desarrolla mediante los mecanismos fisiológicos y psicológicos de la visión y su experiencia.

Las tensiones perceptuales se consideran como el "conjunto de energías sensomotrices debidas a las cualidades perceptivas del ojo humano y a las propiedades receptoras

de los demás sentidos del hombre"(57). Rudolf Arnheim las clasifica como "fuerzas psicológicas", puesto que poseen magnitud y dirección; son intrínsecas a cualquier percepto al igual que el tamaño, forma, ubicación o color.

Las "fuerzas psicológicas" constituyen fuentes de poder que actúan semejantes a inducciones perceptuales que difieren de las inferencias lógicas del pensamiento. "Las inducciones perceptuales son a veces interpolaciones basadas en conocimientos previamente adquiridos"(58).

En términos generales un campo visual se compone de elementos que irradian energías, se relacionan entre sí generando una estructura de fuerzas que tienden a organizarse compositivamente en una totalidad. En el proyecto gráfico, el orden compositivo reúne las características propias de cada elemento, y su organización en el formato.

Los principios que rigen la composición de una propuesta gráfica están basados en el comportamiento de las tensiones. Se distinguen dos tipos fundamentales de tensiones: las constructivas u organizativas, y las perceptivas.

Las tensiones constructivas están constituidas por las relaciones de influencia y de conformidad. Las primeras agrupan aquellos factores por los que "cada uno de los elementos compositivos influyen recíprocamente sobre los demás" (59), conformando la articulación global de la composición.

La relación de conformidad, señala "las influencias recíprocas de toda la parte visible y material de la composición, considerada como un conjunto de elementos convivientes, puesto que, (...) ningún signo puede ser percibido como único y aislado"(60).

En el proyecto gráfico, se estima que las tensiones constructivas más comunes corresponden a las relaciones de influencia, puesto que están presentes en las cualidades propias de los elementos. Estas pretenden expresar algo directo y activo, dinámico y energético; atraer la atención sobre la causa de que los elementos compositivos se influyen mutuamente. El concepto de relación de influencia se refiere al comportamiento entre los elementos y el espacio o formato.

En cuanto a las relaciones de conformidad, éstas constituyen el aspecto físico y material de la composición, que conforma un conjunto de elementos visibles en el plano organizativo del espacio-formato.

A pesar de no existir reglas determinantes sobre los modos de disposición del orden compositivo, se presentan modos genéricos y específicos. Se denomina modo genérico a las diversas posiciones locales que dos o más elementos pueden ocupar en el formato. El específico en cambio, se genera a partir de las características de los modos genéricos, que ar-

ticulan según su concepto, las diversas clases de composición clasificadase en:

- **Repetición;** definida como "la relación que existe entre signos iguales y relaciones iguales"(61). Está constituida por formas unitarias o módulos en una estructura, presentando las mismas relaciones de espacio, dimensión, valor tonal, peso y dirección.
- **Alternación;** considerada una clase de "repetición variada; (...) un modo de armonía. La alternación es la ordenación compositiva que combina repetición de signos y relaciones no semejantes, o bien, semejantes pero de dimensiones, valor, orientación o posición diferentes"(62).
- **Armonía;** "comprende los conceptos de vinculación, disposición, acuerdo y síntesis de partes que deben formar un todo proporcionado y concordante (...), reúne e identifica las partes en un todo " (63).
- **Gradación;** una secuencia de signos que crean una sensación de progresión, conduciendo generalmente a un término. Puede combinarse con la armonía y el contraste.
- **Contraste u oposición;** es originado "cuando dos signos no tienen sus formas ni sus relaciones iguales

o semejantes"(64), y carecen de toda afinidad.

4.3.2. EL ESQUELETO ESTRUCTURAL :

Con base en los principios de la percepción visual planteados por Rudolf Arnheim, se piensa que la experiencia visual significa aprehender los rasgos sobresalientes y captar la identidad de las cosas dentro de un esquema completo e integrado. "Ningún objeto se percibe como algo único o aislado. Ver implica asignarle un lugar dentro del todo: una ubicación en el espacio, una puntuación en la escala de tamaño, de luminosidad o de distancia"(65).

El esquema se compone de fuerzas que ayudan a determinar el papel de cada elemento, definiendo su valor y jerarquía; sirve además como marco de referencia a la composición como problema práctico.

El esqueleto estructural está estructurado por una armazón cruciforme de los ejes centrales vertical, horizontal y las diagonales. Su centro o locus principal de atracción y repulsión queda determinado por el cruce de las cuatro líneas más importantes.

Los ejes influyen en el efecto de atracción y repulsión de un elemento localizado tanto en los límites como en el centro de su campo. Los objetos en este armazón cru-

ciforma, se ven afectados "por las fuerzas de todos los factores estructurales ocultos. La fuerza y distancia relativas de esos factores determinan su efecto dentro de la configuración total" (66).

Se considera que toda ubicación de un elemento que coincida con algún rasgo o eje constitutivo, crea cierto grado de estabilidad. En situaciones ambiguas el esquema deja de determinar claramente lo que se ve; entonces actúan los factores subjetivos del observador.

En síntesis, el esquema visual es un campo de fuerzas continuo y dinámico; constituidos por centros de fuerzas repulsivas y atractivas, cuya influencia se extiende a través de su entorno dentro y fuera de él. Su expresión y sentido dependen de la actividad de las tensiones perceptuales que se observan como propiedades de los elementos percibidos, y conforman la organización de la forma visual.

El orden y disposición de los elementos básicos, corresponde al aspecto físico y material del esquema; establece además la relación entre la parte sensible y material de los componentes del campo. Las características de organización se generan a partir de los modos genéricos y específicos (mencionados en las tensiones compositivas), los cuales definen la relación que se presenta en el orden compo-

tivo: la modulación en cuanto a la calidad y densidad de los elementos, y el resultado y efecto visual de la composición.

En el proyecto gráfico, el esqueleto estructural sirve de referencia perceptiva de su contenido visual. Constituye la base de organización de los elementos compositivos y su dinámica, planeados en un espacio formato determinado.

La lectura de dicha propuesta, va unida con el interés y la reacción por parte del observador frente a una rápida visión global del campo visual. Se piensa que el perceptor posteriormente centrará la atención en la estructura, siguiendo una trayectoria sugerida por las tensiones constructivas y por el punto de interés de la composición; cuya finalidad será causar un resalte óptico.

Estructuralmente una declaración visual está basada en la ley del centro, la cual define la zona de mayor importancia en el aspecto perceptivo y conceptual del tema. Esta ley se refiere a un foco del que emanan y convergen fuerzas que no coinciden necesariamente con el centro geométrico del formato. El punto o foco de interés es dinámico, pues distribuye fuerzas a su alrededor, posibilita la orientación y crea una jerarquía en el campo visual.

En términos generales, se afirma que en el campo vi-

ual puede haber varios centros, de los cuales cada uno trata de someter a los demás. La relación contrapuesta entre estos, determina la organización del esqueleto estructural en torno a un foco total de equilibrio, dotando al orden compositivo del sentido que caracteriza a la propuesta.

De lo anterior se deduce, que la diversidad de puntos de interés determina el grado de complejidad estructural del esquema; presentándose además una jerarquía de los diferentes niveles de organización que deben ajustarse al tema del proyecto gráfico.

II. EL CONTRASTE :

1. CONCEPTO Y DEFINICION :

El contraste, un concepto de oposición, ha sido la base filosófica de diferentes dogmas, ideologías y concepciones del mundo. En tal sentido se considera que este término está presente en nosotros y en la cultura.

En diferentes épocas y culturas se han postulado ideas sobre la "dualidad", presentándose formas paralelas de conocimientos y connotaciones opuestas. Se han establecido por ejemplo divisiones entre el pensamiento y el sentimiento, el intelecto y la intuición, el análisis objetivo y la visión subjetiva.

Al contraste como fenómeno psicológico, se le distingue por la "yuxtaposición de dos sensaciones o datos psíquicos contrarios u opuestos que produce la intensificación de sus características contrarias"(67). Se puede clasificar además, en simultáneo y sucesivo; el primero, se origina entre datos experimentados al mismo tiempo, el segundo acontece entre una experiencia y otra que le sigue inmediatamente o poco después.

Se define el contraste como la "combinación de cuali-

dades opuestas, relacionadas; oposición, variedad" (68). Es un tipo de comparación donde las diferencias se hacen claras; su esencia es el dinamismo y el conflicto. Se le concibe como la lucha entre fuerzas antagónicas y la interacción de energías complementarias, estableciendo una multiplicidad de relaciones en el campo visual.

De acuerdo a lo anterior, su significado se basa en acciones psicológicas de los estímulos exteriores sobre el organismo humano, factores que rigen la percepción visual. Mediante el contraste podemos captar el nivel descriptivo, donde se perciben las líneas, contornos y formas. Estas relaciones son creadas como resultados de las diferencias en el campo visual constituyendo la base de la percepción.

En el proyecto gráfico, el contraste se incluye como una de las técnicas visuales que permite a nivel expresivo y constructivo organizar compositivamente los diferentes elementos que intervienen en una propuesta. Es una fuerza dinámica objetivada que hace visible las estrategias compositivas.

Esta técnica visual, puede ser empleada para acentuar el significado de un mensaje. Sus características expresivas inciden en la legibilidad de una impresión gráfica, puesto que hace más evidente el contenido, facilitando su comprensión.

El atributo expresivo del contraste, está basado en el comportamiento (tensión, intensidad y movimiento), y la apariencia externa de sus componentes. El rasgo estructural de su efecto en el formato desencadena las sensaciones de conflicto, variedad y resalte óptico. La manifestación física de su cualidad expresiva, permite considerarlo como un medio de comunicación, de significación o un lenguaje, que es comprensible al sentido visual.

En el nivel constructivo de organización y articulación compositiva, el contraste se basa en la ley general de la unidad; principio fundamental que conforma la relación necesaria entre las partes y el todo, finalidad esencial de toda organización de fuerzas. El contraste actúa en la unidad compositiva como una ley específica, y constituye el medio o factor sensible, físico y material del campo visual.

La presencia de esta ley específica en la composición, está relacionada con las leyes de variedad, interés, resalte y subordinación. En efecto, a partir del contraste se deriva el resalte, se hace visible la subordinación; e implica la participación de la variedad y el interés en tanto, efectos que la composición suscita en el observador.

La naturaleza del contraste y su influencia en el campo de la composición, nacen a partir de las tensiones. Su

acción en el orden compositivo está basada en las relaciones de conformidad o disposición visible y material de sus elementos. El modo de distribución del contraste en el formato, responde a la precisión de su concepto. Por lo anterior se le clasifica dentro de las tensiones constructivas u organizativas, como un modo específico de las relaciones de conformidad.

2. EL CONTRASTE EN LA VISION :

La acción del contraste en el medio visual, se basa en las actividades psicofisiológicas de los estímulos exteriores sobre el organismo humano. Se origina a partir del nivel básico de la visión, mediante la ausencia o presencia de luz dado que la vista "funciona con más eficacia cuando las configuraciones que observamos están clarificadas gracias al contraste" (69).

Los factores que inciden en el proceso visual determinando el contraste en el campo, dependen de las cualidades de las fuentes de luz, y del carácter reflectante de las superficies de los objetos. Estos factores están constituidos por la cantidad y el tipo de energía radiante, que afectan a los receptores y producen la sensación.

La luz en su estado elemental es tonal, y posee gra-

daciones que oscilan de la luminosidad a la oscuridad, cuya juxtaposición influye directamente en la observación de las configuraciones.

El contraste de tono, adquiere igual importancia que la presencia de luz en el proceseo de la visión, porque facilita el reconocimiento de datos visuales, aumentando nuestra capacidad de comprensión de las imágenes.

2.1. LA VISION Y PERCEPCION :

En la visión, el ojo (órgano externo), se considera como el principal receptor de nuestro organismo que forma parte de la estructura sensible anatómica, pues responde al máximo a la estimulación con energía luminosa.

El ojo, recibe los estímulos visuales en la retina conformada por diversos estratos de células, cuyos terminales nerviosos se llaman conos y bastoncillos.

Fisiológicamente, el contraste se percibe mediante el sistema de conos, que funciona con la iluminación normal dando lugar también a la visión de los colores. A su vez, el sistema de bastoncillos es activo en la visión crepuscular y en la iluminación deficiente.

Desde el punto de vista del pensamiento psicológico,

se piensa que la visión es la principal actividad creadora de la mente humana, dado que observar y sentir los fenómenos externos constituye la base de nuestra formación visual y mental condicionando nuestros pensamientos e imaginación, memoria y visualización.

La visión se relaciona con la percepción, puesto que en este proceso se requiere la capacidad de discernimiento y juicio para la comprensión y reconocimiento del contenido visual. El acto de ver por lo tanto, es al mismo tiempo mirar y analizar según el interés del sujeto que percibe; significa aprehender y reconocer los rasgos sobresalientes que identifican a las imágenes.

De acuerdo a la visión perceptiva, el efecto del contraste en el campo visual, influye en el observador debido a que las formas y su identificación ejercen una atracción, y mantienen a los ojos en constante movimiento. Estas dos características (atención y movimiento visual), constituyen los aspectos psicofisiológicos básicos para la lectura y comprensión de un mensaje visual.

2.2. SENSACION Y PERCEPCION VISUAL :

La sensación y percepción visuales, se originan a partir del estímulo que "al activar las células de un receptor

u órgano sensorial, y al iniciar los impulsos nerviosos enviados al cerebro, ocasiona una sensación que puede interpretarse como percepción"(70). El estímulo actúa a manera de "energía física que produce actividad nerviosa en un receptor"(71).

Se entiende la sensación visual, como el "simple correlato experimentado de la estimulación del receptor. La sensación es un acontecimiento interno separado de los objetos externos"(72), y se caracteriza por su intensidad, calidad y duración.

La sensación visual, se reduce a la impresión o excitación particular recibida por el órgano receptor, y se transforma en la psique en percepción, representación e imagen, influenciada por otros elementos que constituyen la conciencia psicológica, donde la asociación de ideas interviene de modo constante.

La percepción o "interpretación significativa de las sensaciones como representantes de los objetos externos, (...) es el reconocimiento aparente de lo que está ahí afuera"(73). Es una construcción mental nacida del procesamiento de la información sensorial, mediante los estímulos externos de la experiencia. Por consiguiente, nuestra experiencia visual puede hallarse construida interiormente a semejanza de una representación del mundo exterior.

En el caso del proyecto gráfico, los estímulos son esquemas visuales que dependen de las relaciones de sus componentes. En este aspecto las técnicas compositivas y sus efectos como el contraste, posibilitan que el significado de la imagen sea interpretado. Este argumento se basa en las teorías psicológicas de los procesos perceptivos, para aplicar el fenómeno de la conducta humana (sensaciones) generada a partir de los estímulos visuales de la experiencia.

3. EL CONTRASTE EN LA COMPOSICION :

La composición en el proyecto gráfico, se basa en la "organización estructural voluntaria de las unidades visuales en un campo dado, de acuerdo a leyes perceptuales"(74); donde participan los elementos básicos y técnicas visuales del orden compositivo, y los aspectos intelectuales y psicológicos (fuerzas y energías de organización), con un propósito definido.

El contraste en la composición actúa en calidad de ley específica, mencionada en los antecedentes. Su concepto y características perceptivas y expresivas, sirven de base para aplicarlo como técnica visual, constituyendo un factor sensible y material del orden compositivo del proyecto gráfico.

El contraste al igual que otras técnicas, posee la

capacidad generadora de formas relacionadas con sus tensiones antagónicas. Desencadena una estructura de fuerzas tanto intrínsecas como extrínsecas (tensiones constructivas). Puede conducir además, a ciertas configuraciones esenciales que encierran su cualidad expresiva en cuanto a su comportamiento o efecto visual y a su significado (tratamiento y lenguaje).

En la composición esta técnica visual, permite conformar una estructura que gobierna la distribución y relación de los elementos básicos en el formato. Este tipo de estructura está basada en los factores pregnantes y en el principio de figura y fondo.

Una estructura de contraste tiene en concepto de expresión, la contradicción cuyo objetivo en la composición puede ser atraer la atención creando un centro de interés, evitar la monotonía generando movimiento y vibración, y transformar o romper la regularidad en el campo visual.

Según los principios de la Gestalt, el campo visual percibido está organizado en figura y fondo. Este resultado de un proceso mental fue descrito por Edgar Rubin en 1921, para distinguir el objeto que sobresale (figura) del objeto o los objetos que quedan atrás (fondo), ante el ojo que percibe.

En el campo visual se concibe a la figura estructurada,

como apariencia firme con significado. El fondo en cambio no posee dichas características, es fluido, más simple, homogéneo y penetrable.

Con base en este principio perceptivo, existe entre ambos conceptos una interrelación de fuerzas producidas por la energía y la atracción o repulsión que la figura sufre por su posición dentro del campo en que se encuentra.

De acuerdo a lo anterior, una imagen puede adquirir forma gracias al contraste generado por la relación entre figura y fondo, creando la estructura o distribución de sus componentes. Se establece un factor de percepción al diferenciar las partes de baja energía (contraste débil) que se funden, de las partes de mayor energía.

Finalmente, el proyecto gráfico está conformado por la articulación y distribución de zonas positivas y negativas (figura y fondo respectivamente); relación que integra el orden el compositivo y fundamenta el principio activo y expresivo del contraste, para transmitir el contenido de una propuesta visual.

Otro planteamiento expuesto por la Gestalt, hace referencia a la organización psicológica de la forma, en la cual participan los fenómenos estructurales de los atributos "pregnantes" según las condiciones dadas. Se establece que la

percepción organiza las figuras en formas "buenas", de acuerdo con la ley de *Pregnanz*, equivalente a la cualidad que posee una forma de impregnar "el espíritu del receptor humano en el proceso de percepción es decir, en el proceso de agrupación en un todo de elementos recibidos por los órganos sensoriales"(75).

Una "buena forma" para la ley de *Pregnanz*, es la condición por la cual una forma adquiere preponderancia en el campo visual, a causa de la participación de factores correspondientes a la regularidad, simetría, cerramiento, unidad, máxima simplicidad, etc. .

La ley de *Pregnanz* constituye la fuerza de la forma que se impone en el receptor, vinculada al contraste de figura y fondo que permite la nitidez del contorno, la simplicidad, la oposición de colores o densidades ópticas; y al conocimiento previo y experiencia de la forma visual.

Dos estados opuestos, denominados por los Gestaltistas nivelación y aguzamiento, se basan en la ley de *Pregnanz*. Ambos términos se consideran aplicaciones de la tendencia a la definición de la estructura perceptual.

La nivelación de un estímulo visual, unifica y elimina los detalles de la forma u objeto percibido, el aguzamiento en cambio los intensifica. Ambos casos definen la forma

más clara y menos ambigua, tendiendo a la simplicidad.

En los aspectos de la composición, la nivelación y el aguzamiento se consideran equivalentes a la armonía y el contraste respectivamente. La armonía, un principio relacionado con la unidad de los valores formales de la imagen, incluye a su vez los conceptos de simetría, equilibrio y proporción. El contraste, es la manera de combinar los elementos formales de acuerdo a sus características disimilares, pretende obtener una clara comprensión visual de sus diferencias.

La nivelación se caracteriza por presentar aspectos y procedimientos tales como "la unificación, la acentuación de la simetría, la reducción de rasgos estructurales, la repetición, el abandono del detalle discordante, la eliminación de la oblicuidad"(76). Koffka define la nivelación como un "debilitamiento o mitigación de la peculiaridad de un pattern" (77).

El concepto de aguzamiento, al igual que el contraste "acentúa las diferencias, subraya la oblicuidad"(78), exagerando las características formales. Presenta la tendencia a la simplicidad, la cual se da en la percepción espontánea del campo visual.

El aguzamiento exalta los caracteres predominantes

del esquema visual. Intensifica o subdivide las diferencias entre las partes, y refuerza la oblicuidad para obtener la forma más simple según las condiciones dadas.

El poder generador de las tensiones compositivas creados por estos dos polos visualmente opuestos difieren entre sí, no sólo en su forma sino en su efecto sobre la dinámica. La nivelación reduce la tensión inherente al esquema visual, la agudización por su lado la aumenta; estableciéndose una relación entre el poder de lo previsible y la sorpresa, con el fin de construir una formulación visual con claridad.

Con base en lo anterior, una propuesta gráfica debe ser "pregnante" para que la imagen diseñada sea reconocida inmediatamente por el observador, posibilitando la fijación del contenido en su mente mediante el contraste de figura y fondo, nivelación y aguzamiento, fenómenos considerados por la ley de Pregnanz.

4. LA DINAMICA DEL CONTRASTE :

En el medio visual, el comportamiento dinámico del contraste es parte integral de un esquema percibido por el observador. Se presenta como una cualidad que puede ser captada a partir de la estructura proyectada sobre el espectador, determinándose el alcance de sus características y propiedades.

A partir del contraste, una súbita conmoción nos saca de un estado pasivo hacia una reacción viva. Aporta una fuerza, una huella que hace notorio y visible el significado del tema o enunciado gráfico. Genera una interrupción y un cambio en la continuidad y unidad total del orden compositivo.

Esta técnica visual, es considerada un material estimulador que puede adquirir dinamismo mientras es procesada por el sistema nervioso. Se supone que en este proceso se establece una lucha al tratar de mantenerse las fuerzas dinámicas percibidas frente a las fisiológicas. La intensidad relativa de las fuerzas antagónicas determina el percepto resultante.

En otras palabras, se plantea que en "ningún modo se congela la estimulación en disposición estática"(79); es decir, los aspectos dinámicos integran la experiencia visual como cualidades del percepto, transformándose en un esquema de energías en el cerebro.

Estas fuerzas dinámicas de la experiencia, son percibidas en el campo visual con base en los valores de atracción y de atención o interés. La atracción es definida como el "influjo directo causado por una fuerte energía"(80), ya sea proveniente de una zona de alta tensión, o de un sector donde existe un fuerte contraste entre las cualidades visuales.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

El valor de atención, relacionado con el fenómeno perceptivo, provoca una respuesta de acuerdo a las asociaciones y experiencias visuales previas.

La atracción contribuye a determinar no sólo lo que miramos en primer término, sino también la manera en que se organiza el campo visual. Este valor supone diversos grados de tensión dinámica en la composición.

Según los argumentos anteriores, el contraste forma parte de la estructura dinámica de la composición. Sus elementos pueden organizarse en torno a un tema dominante, generando un valor de atracción del cual irradia el efecto de antagonismo, manifestando así algún nivel de atención.

En la composición, el contraste produce ciertos estímulos ligados entre sí en un todo visual. La tendencia dinámica de integrar los impactos ópticos en un equilibrio y unidad en el campo visual (teoría de la Gestalt), constituye la base del proceso vital de oposición de los elementos visuales.

En el proyecto gráfico, la representación compositiva del contraste se manifiesta mediante la forma sencilla de integración: el entrelazamiento de elementos opuestos, o interacción de valores positivos (figuras) y negativos (fondo). Para expresar el significado del positivo, se supone la com-

presión latente del negativo, creándose un todo unificado. En esta interacción se produce una acción recíproca, que no solamente une los elementos en una discontinuidad rítmica, sino que al mismo tiempo logra una mayor intensidad mediante el contraste máximo de cada unidad.

El contrapunto que provoca el contraste en la composición, transmite una sensación de animación introducida para destacar la vivacidad de la imagen propuesta. Conforma además una relación de equilibrio que alcanza el justo efecto por la acción opuesta entre dos elementos. El contraste presenta un intercambio de fuerzas que se equilibran e integran en el campo visual.

La acción del contraste permite que el observador se enfrente a una situación estimuladora que orienta hacia la comprensión del significado de la propuesta. El espectador debe percibir su fuerza generada por el resalte óptico, aspecto importante que enfatiza el tema propuesto. El perceptor participa de las cualidades sensoriales que transmite el contraste, en un proceso de integración de la experiencia visual.

En síntesis, la dinámica del contraste representa el diálogo de dos unidades que se equilibran mutuamente, constituyendo uno de los principios de la composición; expresa también la relación entre dos fuentes de energías que se com-

plementan y combaten.

Finalmente, la multiplicidad de relaciones posibles de los elementos antagónicos, refleja una variedad de interacciones visuales entre significados; su contacto los separa y une al mismo tiempo. Este juego dinámico que el contraste ofrece en calidad de técnica visual en el orden compositivo permite enriquecer el mundo de las imágenes, y contribuye a los objetivos de la comunicación gráfica.

4.1. TIPOS DE CONTRASTE :

El contraste considerado como una técnica visual del proyecto gráfico, puede ser una opción eficaz para transmitir un contenido. Permite además, intensificar el significado propuesto y alcanzar una composición fuerte.

En el proyecto gráfico, un efecto predeterminado se puede realizar según el grado de intensidad que ofrece el contraste y sus variantes, generando una gama de proyecciones expresivas en cuanto a sus elementos y estructura en el campo visual.

El contraste aplicado en los niveles básicos de construcción compositiva de sus elementos visuales, distingue algunos tipos que pueden detallarse a modo de ejemplos:

- **Contraste de Contorno:** Permite producir una reacción y atraer la atención del observador, mediante la relación opuesta entre contornos irregulares e imprevisibles. Es más intenso que el de contornos regulares, sencillos y perfectamente resueltos. El factor de yuxtaposición es una cualidad que permite diferenciar e intensificar el carácter único del contorno en la forma propuesta.

- **Contraste de Dirección:** Se produce al enfrentarse dos formas en una relación antagónica entre sus fuerzas tensionales de naturaleza muy distinta.

- **Contraste de Tono:** La claridad contra la oscuridad en un campo visual establecen la intensidad del contraste tonal. Influyen en este tipo de contraste el tamaño, proporción y ubicación.

- **Contraste de Escala:** Se establece como distorsión para impresionar al observador, mediante el empleo de las propiedades exageradas y contradictorias. Su efecto visual es directo, y al igual que el contraste de contorno, puede intensificarse mediante la yuxtaposición.

4.2 EJEMPLOS:

En los antecedentes se presentan teóricamente las características del contraste, situándolo en el orden compositivo del proyecto gráfico con base en ciertos principios de la percepción visual.

A continuación corresponde ejemplificar y analizar dicha técnica, a modo de síntesis en cuanto al comportamiento expresivo y visual de sus elementos y estructura.

Los ejemplos exponen alternativas prácticas del contraste. En principio se relacionan directamente con el orden compositivo, para finalizar con la aplicación de su concepto en proyectos gráficos específicos.

Cabe señalar que el color en la composición no es tratado en este trabajo, puesto que es un elemento visual que requiere ser profundizado en forma particular, y cuyo análisis no es el tema central de la presente investigación.

4.2.1. EL CONTRASTE EN LA COMPOSICION:

Los siguientes ejemplos muestran trabajos realizados por alumnos del Curso Básico de la Escuela de Diseño del I.N.B.A. (primer semestre 1989). Estos ejercicios de experimentación corresponden a tres composiciones básicas que apli-

can el concepto del contraste.

- Ejercicio A : La textura visual
 Técnica : Pintura spray y tinta china
 Alumna : María del Carmen Caballero

- Observaciones:

Trabajo basado en el tratamiento de textura visual de una superficie, empleando el concepto de contraste entre elementos. Corresponde a una composición libre y de estructura informal, donde las marcas texturales de la superficie son al mismo tiempo las figuras.

- Elementos básicos:

Puntos que generan, por agrupamiento y densidad, formas orgánicas irregulares y libres de diversos tamaños relacionados entre sí por proximidad y naturaleza; conformando el primer plano ilusorio de la superficie del formato.

Se presentan líneas rectas convergentes y homogéneas en cuanto a su tratamiento, de diversa intensidad, grosor y cuerpo. Marcan ejes estructurales que producen tensión, referencia espacial y profundidad. También adquieren característica de figura, que contrastan con las formas orgánicas y puntos, elementos mencionados anteriormente.

Se perciben tres planos virtuales constituidos por :



Ejercicio A : La textura visual

las manchas, las líneas rectas, y la agrupación de puntos pertenecientes al fondo de la composición. La relación entre estos planos contrapuestos de distinta apariencia sugieren un espacio ilusorio.

La dirección diagonal en sentido ascendente es predominante en el campo visual. Describe un recorrido que orienta y sirve de referencia espacial. Crea una tensión de fuerzas ascendentes contrapuestas con las descendentes, de menos intensidad.

El empleo del tono está basado en el contraste entre blanco y negro sobre el fondo gris, en función de la textura visual de los elementos. Esto origina una gradación de grises en el fondo. La claridad y oscuridad es usada para distinguir las líneas y manchas presentes en la composición.

Se observa el contraste de textura de carácter espontáneo, basado en las diferencias de calidades en cuanto a la densidad y agrupamiento de los puntos en la superficie. La composición de este ejercicio, está organizada de acuerdo al tratamiento de textura visual, generando contraste entre superficies homogéneas y las conformadas por sucesión de puntos, entre formas orgánicas y geométricas, y entre blanco y negro.

- **Estructura:**

Esta composición estructurada de manera simple e

informal, está organizada por ejes diagonales. El esquema se hace visible por medio de las líneas de distinto grosor y cuerpo irregular claramente definidas, y por la relación y distribución de los elementos que la componen.

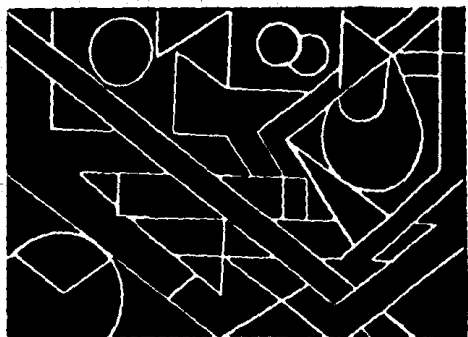
- Ejercicio B : La línea
 Técnica : Goauche
 Alumna : Mariana Filloy

- Observaciones:
 Composición básica geométrica conformada por líneas articuladas según las nociones de contorno y figura y fondo, organizadas en una relación de contraste.

- Elementos básicos:
 La línea, elemento primordial que estructura esta composición, cuya naturaleza se presenta rectilínea y curva, manteniendo el mismo grosor y cuerpo (liso y paralelo).

El contorno ha sido generado por la línea que conforma planos frontales, geométricos, superpuestos y contiguos.

La dirección predominante corresponde al sentido diagonal descendente. El cambio de expresión de la línea (recta a curva) está sujeto a la alteración de su dirección, presentando cierta trayectoria en el formato.



Ejercicio B: La línea.

El tono se basa en el contraste blanco-negro, destacando el efecto de figura-fondo de la composición. El blanco en este caso adquiere la idea de figura y el fondo está expresado en negro.

- Estructuras:

La organización estructural presenta la red de ordenamiento lineal y geométrico como principio esencial, con base en una relación armónica (raíz de dos). Sus ejes y subdivisiones se hacen visibles, adquiriendo en la composición la noción de contorno y figura. El esquema trata el concepto de contraste mediante la interacción de sus ejes de distinta dirección.

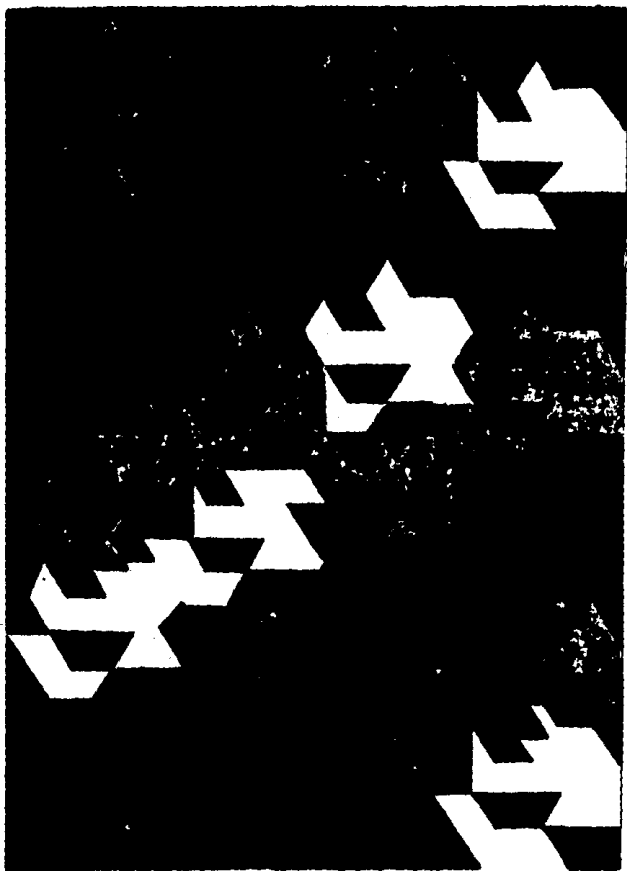
- Ejercicio G : La estructura

Técnica : Gosuiche

Alumna : Claudia Hernández

- Observaciones:

Ejercicio de modulación sobre una red hexagonal, generando contraste por alteración de la estructura. Esta composición está basada en la disposición de módulos de similar relación, creado por el desplazamiento, sustracción y unión. Las interrelaciones de los módulos, aportan al ejemplo subdivisiones que se perciben por efecto del contraste de tono.



Ejercicio C : la estructura.

- **Elementos básicos:**

Líneas rectas, diagonales, verticales y horizontales, conforman la red estructural de la composición y limitan los módulos.

La dirección predominante de este ejemplo equivale a la diagonal de sentido ascendente, marcada como eje estructural por medio del tono y similitud de los módulos en dicha dirección. Se produce una ruptura en la parte superior por la alteración tonal y unión de los elementos en sentido horizontal, provocando un centro de interés establecido por la relación de contraste direccional.

Las dos tonalidades de grises y el contraste entre blanco y negro, intensifican el contorno y forma de los módulos, estableciendo además la relación entre las figuras y el fondo de la composición.

- **Estructura:**

Se percibe una estructura compuesta de líneas construidas geoméricamente. El esquema queda subdividido dando una sensación de similitud y de cierta regularidad. Se presenta además un efecto de concentración de módulos en la parte inferior de la composición.

A continuación expongo tres composiciones basadas en el espacio ilusorio, el clarooscuro y la textura, organiza-

das en función del contraste y su concepto.

- Composición D : El espacio ilusorio
Técnica : Litografía

- Observaciones :

Experimentar con el efecto visual del espacio ilusorio, corresponde a crear una sensación de profundidad en el campo bidimensional. En este ejercicio el tratamiento espacial depende esencialmente de la superposición de planos y transparencia, mediante el contraste de tono (blanco y negro) y sus gradaciones.

- Elementos básicos:

Los elementos básicos predominantes equivalen a la línea, plano o contorno, dirección, tono y textura.

La línea de apariencia irregular y orgánica, describe rectas verticales, horizontales, y curvas que constituyen y articulan el contorno de los planos superpuestos frontalmente, opacos y transparentes.

El plano más relevante localizado en la parte central inferior de la composición, es irregular limitado por líneas rectas y curvas no relacionadas matemáticamente. Se le percibe como una figura negativa (en blanco), rodeada de un fondo.



Composición D: El espacio ilusorio.

Este plano negativo se destaca por el contraste de tono que lo separa, acentuando sus líneas estructurales (contorno). Se relaciona con el fondo o espacio positivo en este caso, por un elemento de experiencia lineal, de cuerpo irregular y extremidad puntiaguda, que describe una trayectoria en sentido horizontal de derecha a izquierda. Este elemento pertenece al fondo, y claramente penetra e interfiere en la figura, creando un acento en la composición.

La figura abierta expone su profundidad espacial. Su visión frontal es completa y predomina dentro de la totalidad del formato.

La referencia primaria de este ejemplo corresponde a la dirección horizontal predominante que se contrapone a la verticalidad del formato y ejes del fondo, provocando una sensación de equilibrio y gravedad.

Las diversas intensidades y contraste de oscuridad y claridad están organizadas para dar una fuerte expresión de espacialidad, que caracteriza visualmente este ejemplo. Esto refuerza tanto las indicaciones de espacios generados, como la cualidad visual de la figura blanca, tema central de la composición.

La figura lisa y blanca, expresa un tipo de textura visual homogénea que contrasta con el fondo, el cual se presen-

ta con un tratamiento diferente, no uniforme y en gradación. Los elementos que pertenecen al fondo representan, particularmente por su textura, a materiales obtenidos de la realidad.

- Estructura:

Se observa una estructura informal donde domina la irregularidad. Sus ejes estructurales subdividen el formato aportando diversos planos independientes, relacionados con los elementos que componen todo el esquema.

Se percibe además una tensión hacia la zona inferior del formato, reforzado por dos ejes verticales. Las líneas horizontales estabilizan estructuralmente el esquema visual, permitiendo la unidad y el equilibrio en la composición.

- Composición E : El claroscuro

Técnica : Litografía

- Observaciones :

El tratamiento visual del claroscuro se basa en dos tonos distintos al estar en contacto directo; el contraste intensifica las diferencias entre ambos. Tal cambio aumenta según el grado de contraste, tanto en las dimensiones tonales, como en el área de contacto.

Las variaciones de tono, constituyen el medio con el



PA

• y pasa el tiempo...

Ferrera 1962

Composición I: El claroscuro.

que distinguimos ópticamente una declaración visual, existiendo entre claridad y oscuridad distintas gradaciones. La escala tonal más usada entre los pigmentos blanco y negro tiene unos trece grados (D.A. Dondis, *La Sintaxis de la Imagen*).

Otro sistema acromático se divide en nueve etapas que incluyen el blanco y negro (escala Ross-Pope). Con base en esta escala tonal, para indicar una relación de tonos se emplea el término de clave, el cual señala las características de alta, intermedia y baja. Un grupo de valores claros constituyen una clave alta, los valores intermedios generan esa clave, y los oscuros conforman la clave baja.

El claroscuro además permite indicar y expresar referencias ambientales (profundidad, distancia), y reforzar la apariencia de realidad, creando la sensación de luz y sombra.

El efecto del claroscuro en esta composición depende de la distribución del contraste de tonos que actúan en ella. Su organización está basada en la sutil gradación de valores oscuros (clave baja), indicando cierta referencia espacial y de distancia, que progresivamente se hace más profunda, teniendo además a presentar una disminución del detalle. Solamente en algunas zonas se percibe el contraste más intenso entre blanco y negro, mediante la luz y sombra reflejadas.

- Elementos básicos:

Se presentan líneas que recorren y describen rectas (horizontales, verticales, diagonales) y curvas. Debido a su naturaleza indican una dirección y tensión visual. La línea constituye un elemento que enriquece esta composición, adoptando grosores diferentes de cuerpos irregulares, que las distinguen como figuras en el campo.

El contraste entre líneas tensas y sueltas o libres, expresa diversas posibilidades en cuanto al material real que representa dicho elemento.

Los planos constituyen el fondo de la superficie. Se presentan superpuestos, no paralelos al plano de la imagen es decir, se perciben oblicuos creando un espacio ilusorio no muy profundo. La referencia de profundidad se refuerza además mediante los elementos lineales que atraviesan y penetran el esquema visual, a manera de puntos de resalte de distinta jerarquía .

El contraste de direcciones en sentido diagonal (ascendente y descendente), vertical y horizontal, predomina en la dinámica visual de este trabajo. En cuanto al efecto de las fuerzas en el campo, se produce una sensación de tensión, unidad y equilibrio.

El orden compositivo se basa esencialmente en la ex-

presión del claroscuro manejado por la gradación de tonos oscuros. El efecto de claridad que penetra, se intensifica por medio de los espacios en blanco destacados a su vez, por el fondo negro más lejano.

Los cambios de textura varían entre la lisa y homogénea, hasta alcanzar la representación visual más detallada de un material real. Mediante el contraste de estas texturas, se distingue claramente una expresión particular de algunos elementos, destacando ciertas zonas que enriquecen la composición.

- **Estructura:**

Se observa una estructura de contraste que gobierna las relaciones entre los elementos del ejemplo. De apariencia visible, el esquema está conformado por líneas estructurales reales que poseen un grosor y cuerpo identificable. Estos ejes interactúan y se relacionan con el espacio total, organizados en forma libre y activa, pues contienen tensiones que desencadenan una estructura visual de fuerzas antagónicas que se equilibran entre sí.

Este orden estructural aporta subdivisiones que se unifican por agrupamiento y semejanza de los elementos presentes en el formato, mencionados anteriormente.



10/10: "Solamente mescal" F. Wynn Mexico

Composición F: La textura visual.

- Composición F : La textura visual
Técnica : Litografía

- Observaciones :

La textura visual se refiere a las características de una superficie bidimensional. Se distinguen tres clases que pueden ser vistas como textura decorativa, espontánea y mecánica (W. Wong, Fundamentos del Diseño bi-tridimensional).

La característica expresiva de tipo espontáneo de la textura, constituye el valor visual de este ejercicio, puesto que su tratamiento es parte importante de la composición. Sus elementos integran la estructura y actúan al mismo tiempo como figuras y marca textural en la superficie.

El tratamiento textural está basado en el contraste entre las superficies homogéneas y lisas, y los elementos y zonas detalladamente trabajadas que representan un material.

- Elementos básicos:

Los elementos compositivos poseen características lineales, dado que su forma contiene una longitud prominente en relación al ancho. De apariencia orgánica, irregular y similar en su marca textural, limitan y articulan los planos y su contorno. Indican además, un sentido de verticalidad, generan tensión y referencia de espacialidad.

Estas líneas poseen diversas cualidades visuales contrapuestas: unas rígidas, otras sueltas y libres, penetran y se relacionan con los demás elementos, adquiriendo noción de figura en el formato.

Los planos (opacos y lisos), conforman el fondo negativo y homogéneo en su tratamiento textural. Se perciben no paralelos al plano de la imagen (oblicuos), creando un espacio de cierta profundidad. Se relacionan mediante los elementos lineales que los limitan, penetran y unen.

La dirección diagonal ascendente y convergente de sus ejes es predominante. En este sentido los elementos describen un recorrido abarcando la superficie, que orienta y sirve de referencia en el campo visual. Se genera además una tensión de fuerzas ascendentes dirigida hacia el extremo superior del formato.

El claroscuro está basado en el contraste entre blanco, gris y negro, en función del efecto de la textura visual. Se observa cierta gradación tonal de poca intensidad en el fondo.

La claridad en este caso, es empleada para distinguir en un primer plano los elementos y sus características particulares. La oscuridad en cambio, prevalece en el fondo y aminora los detalles.

El blanco de fondo refuerza la apariencia de un espacio vacío, que se abre iluminando y creando sombras en algunos elementos o figuras.

El contraste de textura está sujeto a las diferencias de calidades entre el nivel de complejidad, densidad e intensidad de las marcas, en los elementos mencionados anteriormente; representando en su mayoría a un material real.

- Estructura:

Se observa una estructura simple e informal organizada por ejes verticales convergentes de tipo irregular, que dividen el esquema mediante líneas de un grosor y texturas muy definidas; equivalentes en este ejemplo, a figuras positivas.

Otra característica estructural se refiere a la presencia de cierto grado de concentración de los ejes convergentes en el centro de la composición. Los elementos se agrupan libremente en esa zona, dando un efecto de densidad y resalte con respecto a la totalidad del formato.

4.2.2 EL CONTRASTE EN EL PROYECTO GRAFICO:

Los siguientes ejemplos corresponden a dieciocho proyectos gráficos en blanco y negro, donde se aplica principalmente el concepto del contraste, paralelo a otros criterios de diseño.

Esta presentación de carácter práctico, se orienta a demostrar visualmente, mediante algunos soportes gráficos tales como el logotipo, el cartel y la tipografía, la importancia del contraste en el orden compositivo de una propuesta gráfica.

El Logotipo:

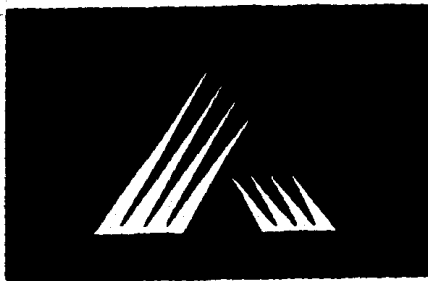
El logotipo es la forma primaria de expresión de la identidad visual atemporal. Cronológicamente nace a partir de la marca o señal material de origen y cualidad distintiva, para el reconocimiento publicitario de los productos y sus fabricantes. Posee un objetivo funcional como elemento referencial y orientador dentro del contexto publicitario.

Muchos factores pueden ser considerados al diseñar un logotipo, dependiendo de las necesidades de la empresa. Sin embargo, la simplicidad, individualidad y apariencia constituyen sus determinantes básicas.

En cuanto al aspecto formal, el logotipo puede ser diseñado, a partir de las letras del alfabeto, de los caracteres (tipos) dados por el nombre de la empresa, o transmitir gráficamente al usuario la imagen corporativa, mediante la representación, simbolismo o abstracción.

El logotipo como estímulo visual, busca la visibilidad y pregnancia. Ambos propósitos basados en su temática y concepto definen y distinguen su naturaleza, dada por su valor simbólico (factor psicológico) y su función de impacto y notoriedad visual.

- Ejemplo 1:

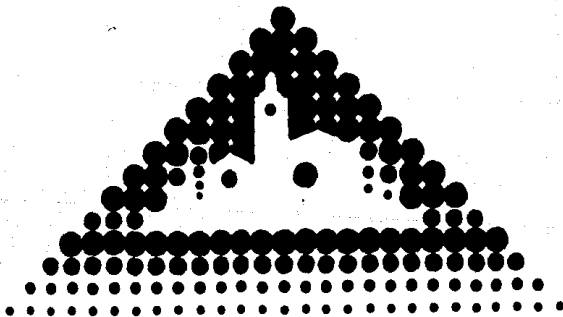


El concepto de dinamismo y agudeza visual, se ve expresado mediante el uso del triángulo virtual, como caracte-

rística perceptiva del logotipo. Su contenido está basado en la identificación y pregnancia visual, por efecto de la forma geométrica simple, regular, y los elementos también semejantes.

Los dos elementos estructurados dentro de la composición triangular, se relacionan entre sí mediante el contraste de dirección y tamaño. Se confrontan generando una tensión ascendente, produciendo un efecto visual de dinamismo para producir notoriedad de la imagen.

- Ejemplo 2:



2.10

Con base en el principio perceptivo de atracción y agrupamiento, un conjunto de círculos negros contenidos en

un triángulo virtual; expresan el concepto de integración y contorno de una forma que identifica visualmente al logotipo.

La noción de contorno, relacionado con la silueta de una iglesia y otros elementos simbólicos (cielo, estrellas, mar y tierra) que se integran, son generados a partir de contraste que marca las diferencias de tamaño e interrelación de los círculos por unión toque y distancia; distinguiendo la relación entre figura (negativa) y su fondo.

- Ejemplo 3:



D1 Design & Development
Consultants Ltd

El concepto de este logotipo, basado en el principio de figura-fondo, permite la visualización simultánea e integrada de las iniciales de la empresa.

La interrelación entre estas dos formas en distinta

posición, correspondientes a las iniciales D,I; genera por medio del contraste blanco-negro, la identificación de ambas como efecto de figura negativa y fondo, para obtener resalte óptico.

También se percibe la integración y pertenencia entre estos dos elementos, distinguiéndose el logotipo por dicha particularidad.

- Ejemplo 4:



design house s n c 62019 recanati italia

GUZZINI HA PROGETTATO LA LUCE

Dos elementos tipográficos equivalentes a las iniciales de la empresa, se relacionan por asociación con el servicio que prestan (iluminación), mediante el manejo de la gradación lineal alternada, para representar la proyección de luz. Esta característica visual identifica al logotipo

debido al contraste de sus elementos compositivos.

El tratamiento de la superficie de formas distintas (letras D y H), está basado en la gradación alternada que consiste en el cambio gradual de las líneas, dado por el contraste de dos direcciones opuestas, y por el blanco y el negro. Como efecto visual se produce una sensación de proyección que simboliza la luz, una fuerza de atracción entre ambos elementos tipográficos que se integran.

- Ejemplo 5:



BERKEY PHOTO (CANADA) LIMITED
70 Floral Parkway, Toronto, Ontario M6L 2C1.

El logotipo está basado en las características perceptuales de figura-fondo (positivo-negativo), para producir pregnancia visual por el manejo de dos elementos regulares, simétricos y simples.

Las iniciales de la empresa b y p, constituyen los elementos que pertenecen al esquema visual. Se confrontan al estar invertidos, y se integran dentro de un rectángulo mediante su interrelación formal (toque). Ambos poseen igual jerarquía como figura positiva y negativa, manteniendo su individualidad y generando el concepto de imagen total y unificada.

- Ejemplo 6:



La noción de armonía manejada a través del cubo, analogía que fluye entre el efecto de volumen y la idea de equilibrio y solidez; corresponde al valor visual del logotipo.

Sus elementos equivalentes a la inicial de la empresa (H), distribuidos dentro de un cuerpo volumétrico virtual

(cubo); se perciben integrados y relacionados por líneas y planos en contraste, para reforzar el concepto de la propuesta gráfica.

Se observa una forma tridimensional, debido a la sugestión de un grosor dado por la posición en sentido no frontal de sus elementos (isométrico). La sensación de volumen y profundidad (espacio ilusorio), es generada también por la superposición de dos planos: el de adelante, sólido y negro, y el atrás conformado por líneas que marcan su contorno.

Este ejemplo se destaca por la presencia formal volumétrica, basado esencialmente en el contraste de blanco y negro de los planos que lo integran.

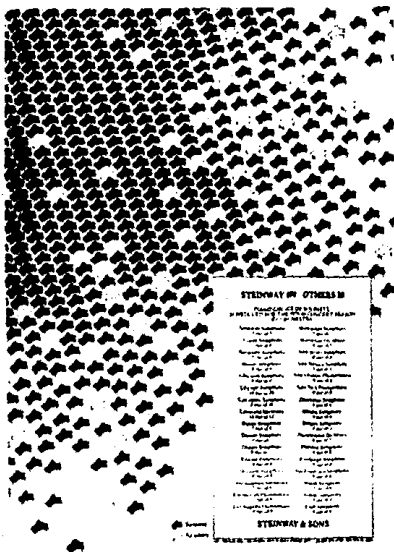
El Cartel:

El cartel se considera como un medio de comunicación visual que responde a la necesidad humana de difundir un mensaje en un tiempo, un espacio, y un lugar determinados.

Puesto que transmitir un mensaje es el propósito esencial de su existencia, el carácter del cartel viene determinado por su contenido y significado, y por la naturaleza e intensidad de la influencia del entorno (social, político, económico, cultural, etc.), sobre su aspecto.

La lectura global del cartel debe ser comprendida por el perceptor, en tanto que su lenguaje busca el impacto, la pregnancia formal, y el efecto de interés en el observador.

- Ejemplo 7:



STENWAY OR OTHERS

STENWAY & SONS

1. American	2. American	3. American	4. American	5. American	6. American	7. American	8. American	9. American	10. American	11. American	12. American	13. American	14. American	15. American	16. American	17. American	18. American	19. American	20. American	21. American	22. American	23. American	24. American	25. American	26. American	27. American	28. American	29. American	30. American	31. American	32. American	33. American	34. American	35. American	36. American	37. American	38. American	39. American	40. American	41. American	42. American	43. American	44. American	45. American	46. American	47. American	48. American	49. American	50. American
-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

El contenido del cartel, manifiesta la calidad de un producto musical (piano). El mensaje se refuerza por medio de la comparación visual en cuanto a la densidad, cantidad y presencia del producto con respecto a otros.

La impresión visual de esta composición estructurada regularmente se logra a través de la relación entre dos elementos iguales, basada en el contraste de figura positiva y negativa, y en la diferencia de densidad y concentración de ambas. Este concepto establece además, la integración por comparación entre elementos; percibiéndose un claro dominio de las figuras negras en positivo sobre las blancas o negativas. La disposición regular de sus componentes, está en sentido descendente, de izquierda a derecha, dirigiendo nuestra atención hacia el texto que apoya al mensaje gráfico.

- Ejemplo 8:

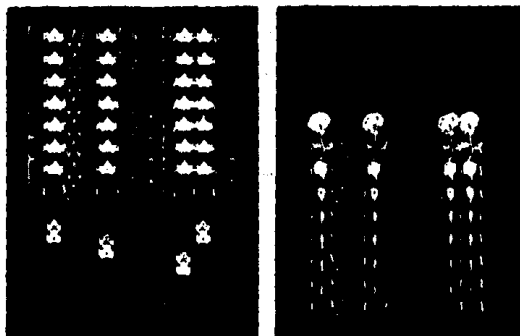
Un tema referido textualmente como "el impacto de la excelencia", se maneja por asociación visual con un elemento sobresaliente que se contraponen a la generalidad. Este concepto tiene relación con la exclusividad en calidad, pues aparece representado solitariamente y destaca su valor único por contraste de posición y cantidad en el formato.

La presencia de un elemento localizado aparentemente

fuera de lugar marca, en consecuencia, un acento. Este efecto de anomalía donde prevalece la regularidad y similitud, permite atraer la atención hacia una figura, marcada por el cambio de posición que produce un quiebre en la agrupación alineada en sentido horizontal.

Se percibe una relación de contraste entre elementos de igual naturaleza para crear un resalte óptico y apoyar gráficamente el concepto que transmite el mensaje: lo excepcional.



Ejemplo 9:

El cartel ilustra gráficamente el tema correspondiente al otoño y la primavera, por medio del tratamiento visual relacionado con dos nociones opuestas que se asocian con las características propias de ambas estaciones.

El otoño, expresado con la caída de las hojas es representado haciendo uso de un elemento (hoja) contenido en el espacio interior de las letras O. El efecto de descenso y gravedad se obtiene por la repetición de este elemento y su aparición fuera de la estructura; provocando una tensión vertical descendente debido a la variación de distancia que

se da entre los elementos de afuera con respecto a los de adentro.

La primavera en cambio, relacionada con la germinación y crecimiento de la semilla se manifiesta con la variación gradual de la forma y proporción de un elemento en sentido vertical ascendente, distribuido también dentro de la letra O; apoya gráficamente el contenido del mensaje.

En ambos carteles se percibe el mismo tratamiento gráfico en cuanto a la tipografía, estructura, distribución, y al contraste entre blanco (figuras negativas) sobre fondo negro (positivo). Esto permite reconocer, la relación comparativa y las diferencias entre los mensajes.

- Ejemplo 10:


El cartel está constituido por la ilustración y texto referidos a un producto (cable conductor eléctrico), que se destaca por su calidad en el mercado. Tanto el texto como la imagen, se integran y permiten que el contenido del mensaje se inteligible.

La calidad particular en cuanto apariencia y componentes materiales del producto, sobresale de la generalidad, por acción del contraste de dirección (diagonal) y textura



visual, que produce un resalte óptico. La presencia de una agrupación alineada verticalmente y concentrada por la superposición de cables similares, posibilita la comparación de este elemento único por sus características, con respecto a otras existentes en el mercado.

Ejemplo 11:



In 1979 Honda sold its one millionth car in America.
Over 94 percent are still on the road.

HONDA
We make it simple.

©1981 American Honda Motor Co., Inc.

Esencialmente el contenido del cartel nos sugiere

en forma gráfica, la presencia del automóvil en la carretera, anunciado por el texto que relaciona su marca con la calidad y duración.

La composición basada en este concepto, se genera mediante el efecto de dos pequeños puntos blancos sobre un gran fondo negro, que representan al automóvil y su entorno, para marcar su posición o referencia dentro de un espacio (carretera). Se percibe claramente la relación de tamaño (grande-pequeño) lograda por el contraste máximo entre figura y fondo.

La sensación de espacio y profundidad, está dada por las líneas negras en perspectiva. Asimismo, por el tratamiento del fondo, por medio de la gradación tonal de blanco a negro, que caracteriza el entorno.

- Ejemplo 12:

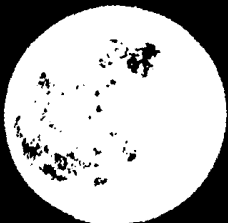
El tema científico del ejemplo, se expresa por razón del manejo de los componentes visuales que anuncia. Presenta una relación análoga entre la luna como objeto de estudio, y una muestra que forma parte de su análisis. Este concepto está representado por dos elementos que poseen distinto valor visual o jerárquico.

Se otorga mayor importancia científica a la muestra,

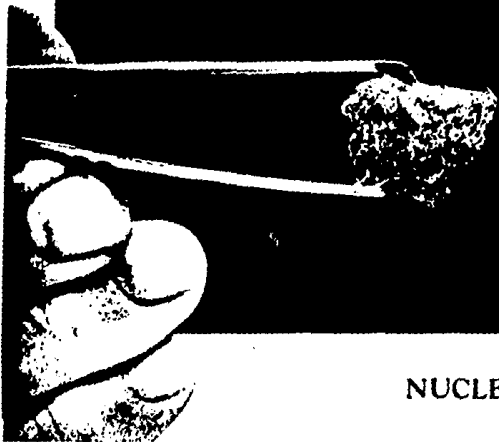
SCIENCE 80

MAY-JUNE

TWO DOLLARS



SAMPLING
PIECES
OF TIME



WHAT ANIMALS SAY
NUCLEAR WAR: WHAT IF...?
DREAM SLEEP

debido a su localización frontal y en primer plano en la zona inferior izquierda, destacándola visualmente en el formato. Esta referencia significativa se ve reforzada mediante la relación entre el elemento señalado y su origen (la luna).

La confrontación basada en la noción del contraste entre dos elementos análogos (figuras) para destacar a uno de ellos, caracteriza este cartel. Ambos componentes se relacionan e integran visualmente en el esquema estructurado por la superposición de dos planos frontales: el primero en jerarquía, está constituido detalladamente por tres figuras (mano, pinza y muestra), que se destacan sobre el fondo plano negro, el cual contiene al otro elemento (luna) y el texto.

Estos dos planos relacionados por efecto de figura y fondo, contraste de blanco y negro, de forma (contorno), y textura visual, producen además una sensación de espacio ilusorio en la composición evocativa de su referencia espacial.

La Tipografía:

Desde Gutenberg, la tipografía ha empleado reglas fijas que se aplican a la configuración de obras impresas. Estas normas se refieren a las distancias entre letras y entre palabras, a las relaciones de tamaño y tipos, a las formas de las letras, al interlineado, a las proporciones de las

manchas, columnas, márgenes y formato de páginas.

En el proyecto gráfico, la composición tipográfica debe reunir determinadas cualidades visuales, para cumplir correctamente con la legibilidad y notoriedad dependiendo del propósito del mensaje.

A continuación se presentan seis proyectos basados esencialmente en el contraste y su concepto, aplicados a composiciones tipográficas en diferentes soportes gráficos.

- Ejemplo 13:

El tema del cartel consiste en rescatar el valor visual de ornamentación de la caligrafía en las artes gráficas, destacando el aspecto formal del tipo caligráfico. Gráficamente el contenido del mensaje se expresa mediante el uso del contraste entre lo manual e industrial de los tipos, tamaño y efecto de figura fondo.

El mensaje representado por el tipo caligráfico presenta un trazo modulado y regular, que alcanza notoriedad en el formato debido a su localización central, gran tamaño, y por su condición de figura negativa sobre el fondo negro. Dichos rasgos apoyan y reiteran visualmente el texto enunciado (caligrafía).

SOCIETY OF SCRIBES LTD. 10TH ANNIVERSARY



10, Abchurch Lane, London EC4N 3DF
Tel: 01-475 3639
Fax: 01-475 3637
Telex: 250000 SWS

CALLIGRAPHY IN THE GRAPHIC ARTS SEP/6 OCT 1

- Ejemplo 14:

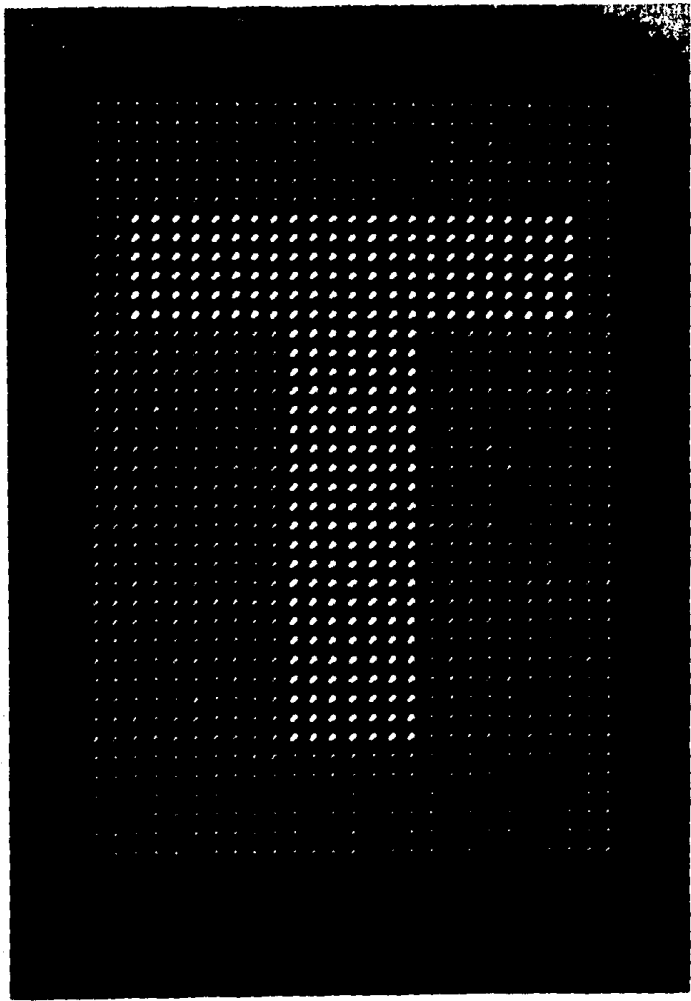
A partir de un elemento compuesto por dos puntos de distinta dimensión, aparentemente genera una superficie semejante; pero, con el fin de identificar en ese campo visual el logotipo de la empresa, este elemento varía en proporción, acentuándose la diferencia de densidad y textura visual entre lo blanco y lo negro, como resultado del contraste de tamaño y la interrelación de los puntos (toque y unión).

El cartel presenta una composición estructurada geoméricamente, basada en la relación de contraste entre sus elementos. Su propósito es destacar la letra T, por efecto del tamaño diferente de dos módulos que generan perceptivamente la identificación formal del tipo.

- Ejemplo 15:

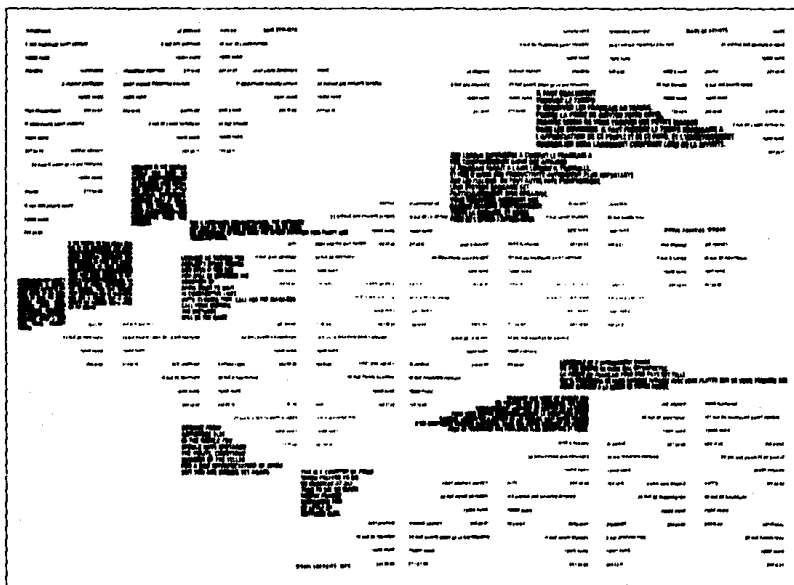
Para concentrar la atención del perceptor en el contenido de la información del anuncio, se hace uso de la aglomeración de los elementos tipográficos para destacar las características particulares de lo que se está promoviendo. La dispersión en cambio, se presenta como sinónimo de generalidad y poca relevancia.

La relación de contraste y densidad tipográfica, que se establece en la superficie, permite destacar un contenido,



mejorar su legibilidad y evitar la monotonía del impreso.

En esta composición informal, se conservan criterios de equilibrio entre la verticalidad y horizontalidad, la disposición estructurada del texto está basado en una retícula.



Ejemplo 16:

THIS IS NOT DUMMY COPY. IT IS MEANT TO BE READ. IT IS NOT A SUBSTITUTE FOR THE FINAL COPY WHICH WILL BE INSERTED AT A LATER DATE, BUT THE ACTUAL COPY WHICH HAS BEEN WRITTEN SPECIFICALLY FOR THIS AD. THIS AD WAS SET BY PHOTO-LETTERING, INC. THAT'S RIGHT, WE SET TYPE! IN FACT, MANY PEOPLE DON'T REALIZE THAT PHOTO LETTERING, INC. HAS BEEN SETTING TEXT SINCE THE LATE 60'S. OVER THE LAST FOURTEEN YEARS WE HAVE UPGRADED AND GREATLY EXPANDED OUR TEXT SETTING FACILITIES AND CAPABILITIES. NOW, WITH AN EVER-GROWING LIBRARY OF OVER 700 TEXT FACES INCLUDING EVERY ITC TEXT FACE, WE ARE SETTING COMPLETE ADS. (WE HAVE BEEN FOR YEARS!) WE ALSO DO COMPLETE MECHANICALS OF ADS—HEADLINES, TEXT SETTING, CLIENTS' ART, ETC. WE'VE REALIZED THAT FOR MANY YEARS WE HAVE BEEN KNOWN FOR OUR HEADLINES, PHOTO-EFFECTS, AND EVEN OUR SPECTRAKROME "ONE-OF-A-KIND" COLOR PREVIEW PRINT PROCESS; AND WE ARE PROUD OF THAT REPUTATION. SOME OF OUR SPECIAL PHOTO-EFFECTS ARE UNPARALLELED ANYWHERE IN THE WORLD. BUT EQUALLY IMPORTANT TO US IS THE FAST GROWING KNOWLEDGE THAT PHOTO-LETTERING, INC. IS A COMPETITIVE "TYPOGRAPHER" WITH COMPETITIVE TEXT SETTING FOR ALL OF YOUR TEXT COMPOSITION NEEDS. THIS IS NOT DUMMY COPY. IT IS MEANT TO BE READ. IT IS NOT A SUBSTITUTE FOR THE FINAL COPY WHICH WILL BE INSERTED AT A LATER DATE, BUT THE ACTUAL COPY WHICH HAS BEEN WRITTEN SPECIFICALLY FOR THIS AD. THIS AD WAS TYPESET BY PHOTO-LETTERING, INC., YOUR ONE STOP, FULL SERVICE TYPOGRAPHER. 216 EAST 45TH STREET, NEW YORK CITY, NEW YORK 10017. TELEPHONE 212-490-2345.

Este anuncio presenta un mensaje condensado que requiere una mayor participación del perceptor. Su efecto de redundancia, basado en la diagramación de un texto para auto anunciarse, reproduce gráficamente los elementos tipográficos y la retícula correspondiente a un impreso cualquiera, asociado al servicio que presta la empresa.

Para destacar la identidad de la empresa, por medio de los elementos que la designan y representan; se hace uso del contraste de tamaño y rasgos tipográficos (tipos caligráfico y times roman), obteniéndose además como efecto el contraste de textura visual revelado por la característica perceptiva de positivo-negativo.

Se observa una composición simple y regular, conformada por dos planos diferentes generados a partir de sus elementos (texto). Se establece una relación de contraste debido al acento creado por el fondo negro de la parte central equivalente al logotipo, correspondiente al plano más pequeño para romper con la monotonía visual.

- Ejemplo 17:

El anuncio pretende destacar la identidad de una empresa por el logotipo que la designa (Devlin). Para distinguir esta característica, el mensaje se representa gráfica -

mente a partir del contraste entre figura-fondo, de textura visual y de tipografía.

El logotipo considerado un elemento principal de composición, adquiere importancia debido a su condición de figura negativa, sobre el fondo negro. Está apoyado visualmente por la repetición fragmentada de este mismo elemento pero con distinto tratamiento en su superficie, dado por el tipo de letra característico de la mecanografía, que se relaciona con el servicio que presta la empresa (prensa).

También se presenta en la estructura compositiva el cambio de dirección, tipo, y tamaño de letra entre la marca y el texto inferior derecho, establecido por una relación de contraste entre los elementos propuestos.

- Ejemplo 18:

La identificación visual de un tipo de letra (times roman), constituye el tema del cartel. Este concepto es manejado por elementos de asociación para destacar las características del tipo romano.

Se produce la reiteración de los elementos, debido al texto que apoya el contenido visual, y al rasgo caligráfico de la letra R; que a su vez es relacionado análogamente

función del contraste de tamaño, de blanco y negro y textura visual, para resaltar gráficamente un tipo de letra.



con su contexto (Roma), y con la fisonomía típica del habitante del lugar (perfil romano).

Esta cualidad visual reiterativa se ve expresada en

CONCLUSIONES

1. En términos generales, podemos concluir que el principio del contraste no sólo se limita a su acción en el contenido expresivo y compositivo del proyecto gráfico, sino que constituye un factor físico del proceso de la visión y percepción de la forma, aspectos esenciales de toda experiencia visual.

En la percepción, las relaciones formales pueden ser generadas mediante el contraste como resultado de las diferencias en el campo visual, permitiendo la identificación de la cualidad formal y de luminosidad. El contraste es considerado un estímulo óptico que participa en los fenómenos pregnantes de figura y fondo, nivelación y aguzamiento.

2. En el proyecto gráfico, se considera que el mensaje debe estar definido por el concepto que encierra la idea, el propósito y su justa expresión. La interacción entre significado y objetivo en la composición, puede ser manifestada a través del contraste; de modo que el receptor comprenda su valor visual. Por consiguiente, el contraste y sus características visuales y expresivas, puede fortalecer el mensaje y facilitar su interpretación.

3. Una propuesta visual es expresiva cuando se convier -

te en una imagen dinámica por medio del empleo de las cualidades orgánicas de los elementos y técnicas, todo ello organizado en función de la unidad compositiva. Una manera de presentar la integración en el campo visual, es el entrelazamiento de valores opuestos (positivo y negativo) o de elementos divergentes; características fundamentales que ofrece el contraste como parte del lenguaje expresivo.

El contraste y su expresión, está basado en la tensión e intensidad de los componentes, junto con la forma y movimiento percibido de los elementos gráficos. Por lo tanto, su comportamiento es portador de fuerzas antagónicas comprensibles al sentido visual.

4. Mediante el análisis de las referencias compositivas, expresivas, perceptivas y conceptuales del contraste, se han definido las siguientes cualidades que determinan su relevancia en el medio visual:

- a) La importancia del contraste reside en la capacidad de conformar y relacionar una idea visual con un contenido e intención. Puede lograr un resultado efectivo y proyectar aspectos fundamentales del proyecto gráfico.
- b) Como técnica visual de composición, puede manejar y controlar los elementos visuales básicos (punto, línea,

contorno, etc.). Constituye además, un instrumento de articulación y construcción en el orden compositivo, para la solución gráfica de un problema de diseño.

- c) En cuanto a su proyección expresiva, contribuye a intensificar el significado o contenido del mensaje, generando un impacto que estimula, atrae la atención y permite enriquecer por su carácter dinámico la declaración visual.
- d) Posibilita la acción recíproca de entrelazamiento y comparación de los elementos compositivos que se unen al mismo tiempo con la oposición máxima de cada unidad para lograr un efecto visual de motivación y de mayor intensidad expresiva.
- e) Su concepto esencial es la oposición, "el estar en contra"; estableciendo la relación antagónica para definir y destacar las diferencias visuales.

5. En el proyecto gráfico, el contraste se genera a partir de la estructura interna de las formas en el campo visual. Su tratamiento (distribución y relación entre elementos básicos y técnicas visuales), y su comportamiento hacen posible la imagen diseñada. Esta referencia fundamenta su empleo para la solución de un problema gráfico, pues sus cualidades

facilitan la articulación y claridad de una propuesta visual.

6. En el transcurso de este trabajo se constató que la trascendencia del contraste se basa en dos aspectos o proyecciones significativas, que determinan su valor visual en una propuesta:

- a) Su significado, relacionado con la expresión y connotación, manifiesta confrontamiento y formas paralelas de conceptos opuestos. Tiene implicaciones emotivas pues es una contrafuerza que desequilibra, estimula y atrae la atención. Puede sugerir agitación, explosión (movimientos que surgen de su vigor), y desorden.
- b) Su concepto referido a la identificación de la forma y a los factores representacionales de cada elemento, otorgan la particularidad que lo distinguen de otras técnicas. En cuanto a su comportamiento en el campo visual, marca la diferencia de los elementos estructurales, que confieren al esquema características y funciones contradictorias.

7. Por las razones anteriores, la presente investigación ha demostrado la necesidad de considerar el conocimiento y aplicación de las técnicas visuales para el establecimiento y fijación de la imagen creada sobre una base vigorosa en función de la comunicación visual. Esto conlleva el señala-

miento a modo de conclusión final, de algunos aspectos que inciden en la estructura orgánica del proyecto gráfico:

- a) La emisión de un mensaje se relaciona con la actividad proyectual del diseño en la voluntad creativa generada por la habilidad expresiva y conocimiento del lenguaje visual, y por la experiencia gráfica del diseñador .

- b) La respuesta a un mensaje gráfico, está basada en el efecto visual determinado por el diseñador en coincidencia con la experiencia visual del perceptor, dada por los fenómenos psicofisiológicos de la percepción.

CITAS

- (1) M.L. Gutierrez, *Contra un Diseño Independiente*, pág. 58
- (2) *Ibid.*, pág. 58
- (3) Fabris Germani, *Fundamentos del Proyecto Gráfico*, pág. 204
- (4) Abraham Moles, *Diccionario de la Comunicación y los Mass Media*, pág. 119
- (5) David K. Berlo, *El Proceso de la Comunicación*, pág. 13
- (6) Jordi Llovet, *Ideología y Metodología de Diseño*, pág. 93
- (7) J. Casasús, *Teoría de la Imagen*, pág. 105
- (8) Jordi Llovet, *op. cit.*, pág. 97
- (9) P. Guiraud, *La Semiología*, pág. 33
- (10) Sebastia Serrano, *Signos, Lengua y Cultura*, pág. 53
- (11) D. Prieto, *Retórica y Manipulación Masiva*, pág. 25
- (12) A. Moles, *op. cit.*, pág. 275
- (13) Juan Acha, *El Consumo Artístico y sus Efectos*, pág.140
- (14) D. A. Dondis, *La Sintaxis de la Imagen*, pág. 83
- (15) R. Weisberg, *Greatividad. El Genio y otros Mitos*, pág. 47
- (16) *Ibid.*, pág. 3
- (17) *Ibid.*, *log. cit.*
- (18) *Ibid.*, *log. cit.*
- (19) *Ibid.*, pág. 15
- (20) *Ibid.*, pág. 20
- (21) *Ibid.*, pág. 28
- (22) *Ibid.*, pág. 29
- (23) *Ibid.*, *log. cit.*
- (24) A. Moles, *op. cit.*, pág. 200

- (25) M.L. Gutiérrez, op cit., pág. 152
- (26) Ibid., pág. 172
- (27) R. Weisberg, op. cit., pág. 16
- (28) R. Arnheim, El Poder del Centro, pág. 240
- (29) R. Arnheim, Arte y Percepción Visual, pág. 486
- (30) M. Naveiro, Forma y Comunicación Visual, pág. 40
- (31) J. Hogg, Psicología y Artes Visuales, pág. 253
- (32) J. Gasasús, op. cit., pág. 25
- (33) Domenec Font, El Poder de la Imagen, pág. 9
- (34) J. Gasasús, op. cit., pág. 25
- (35) Ibid., pág. 34
- (36) Ibid., pág. 112
- (37) A. Moles, op. cit., pág. 341
- (38) Ibid., pág. 339
- (39) G. Kepes, El Lenguaje de la Visión, pág. 47
- (40) M. Naveiro, op. cit., pág. 22
- (41) R. Arnheim, Hacia una Psicología del Arte, pág. 47
- (42) R. Arnheim, Arte y ... op. cit., pág. 62
- (43) M. Naveiro, op. cit., pág. 62
- (44) Fabris Germani, op. cit., pág. 13
- (45) Ibid., pág. 14
- (46) R. Arnheim, El Poder ... op. cit., pág. 239
- (47) Fabris Germani, op. cit., pág. 14
- (48) Ibid., pág. 19
- (49) Ibid., pág. 27
- (50) Ibid., pág. 32

- (51) W. Kandinsky, Punto y Línea sobre el Plano, pág. 25
- (52) D.A. Dondis, op. cit., pág. 28
- (53) Ibid., pág. 28
- (54) Ibid., pág. 124
- (55) Ibid., pág. 29
- (56) R. Arnheim, Arte y ... op. cit., pág. 450
- (57) Fabris Germani, op. cit., pág. 27
- (58) R. Arnheim, Arte y... op. cit., pág. 25
- (59) Fabris Germani, op. cit., pág. 26
- (60) Ibid., pág. 26
- (61) Ibid., pág. 157
- (62) Ibid., pág. 468
- (63) Ibid., pág. 462
- (64) Ibid., pág. 160
- (65) R. Arnheim, Arte y... op. cit., pág. 24
- (66) Ibid., pág. 27
- (67) Diccionario de Psicología, pág. 68
- (68) I. Crespi, Léxico Técnico de las Artes Plásticas, pág. 20
- (69) G. Scott, Fundamentos del Diseño, pág. 10
- (70) J. Cohen, Sensación y Percepción Visuales, pág. 8
- (71) Ibid., pág. 8
- (72) Ibid., log. cit.
- (73) Ibid., pág. 9
- (74) I. Crespi, op. cit., pág. 17
- (75) A. Moles, op. cit., pág. 572
- (76) R. Arnheim, Arte y... op. cit., pág. 83
- (77) D.A. Dondis, op. cit., pág. 107

(78) R. Arnheim, *Arte y...* op. cit., pág. 83

(79) *Ibid.*, pág. 478

(80) G. Scott, op. cit., pág.22

EJEMPLOS:

- 1.- Art Directors' Index to Illustration, Graphics & Design. Illustrator Illustrated # 4, pág. 210
- 2.- Jordi Llovet, Ideología y Metodología de Diseño, pág. 48
- 3.- P. Wildbur, International Trademark Design, pág. 96
- 4.- Al. Cooper, World of Logotypes. The trademark Encyclopedia: Volume 1, pág. D9
- 5.- Ibid., pág. B3
- 6.- Ibid., pág. H5
- 7.- Don Barron, Creativity 10: A Photographic Review, Lám. 2
- 8.- Ibid., Lám. 159
- 9.- Ibid., Lám. 321
- 10.- Ibid., Lám. 107
- 11.- Ibid., Lám. 15
- 12.- Ibid., Lám. 297
- 13.- Typography. The Annual of the Type Directors Club, pág.18
- 14.- Ibid., pág. 46
- 15.- Ibid., pág. 84
- 16.- Ibid., pág. 85
- 17.- Ibid., pág. 132
- 18.- Ibid., pág. 76

BIBLIOGRAFIA :

- Acha, Juan. El Consumo Artístico y sus Efectos , Ed. Trillas, México 1988, 304 págs..
- Acha, Juan. Introducción a la Teoría de los Diseños , Ed. Trillas, México 1988, 169 págs..
- Arnheim, Rudolf. Arte y Percepción Visual , Ed. Alianza y Forma, España 1985, 545 págs..
- Arnheim, Rudolf. El Poder del Centro , Ed. Alianza, Madrid 1984, 250 págs..
- Arnheim, Rudolf. Hacia una Psicología del Arte , Ed. Alianza, Madrid 1980, 393 págs..
- Art Directors' Index to Illustration, Graphics & Design.
Illustrator Illustrated # 4 , Rotovision Books, Switzerland 1983, 319 págs..
- Barron, Don. Creativity 10: A Photographic Review , Art Direction Book Company, New York 1981.
- Berger, John. Modos de Ver , Ed. G. Gili, Colección Comunicación Visual, Barcelona 1975, 177 págs..

- Berlo K., David. El Proceso de la Comunicación , Ed. El Ateneo,
- Casasús, José. Teoría de la Imagen , Ed. Salvat Colección Los Grandes Temas, España 1974, 143 págs..
- Cohen, Jozef. Sensación y Percepción Visuales , Ed. Trillas, México 1977, 99 págs..
- Cooper, Al. World of Logotypes. The Trademark Encyclopedia Volume 1 y 2 , Art Direction Book Company, New York 1976.
- Costa, Joan. Imagen Global , Enciclopedia del Diseño GEAC, Barcelona 1987, 262 págs..
- Crespi, Irene. Léxico Técnico de las Artes Plásticas , Ed. Universitaria, Buenos Aires 1971, 109 págs..
- Dondis, D.A.. La Sintaxis de la Imagen , Ed. G. Gili, Barcelona 1982, 210 págs..
- Diccionario de Psicología , H.C. Warren Editores, 1984, 383 págs..
- Edwards, Betty, Aprender a Dibujar con el lado Derecho del Cerebro , Ed. Blume, Madrid 1984, 207 págs..

- Fabris, Germani. Fundamentos del Proyecto Gráfico , Ed. Don Bosco, Barcelona 1973, 228 págs..
- Font, Domenec. El Poder de la Imagen , Ed. Salvat, España 1973, 64 págs..
- Frutiger, Adrián. Signos, Símbolos, Marcas, Señales , Ed. G. Gili, Barcelona 1981, 286 págs..
- Gibson, James. La Percepción del Mundo Visual , Ed. Infinito, Buenos Aires 1974, 319 págs..
- Gombrich, E.H. Arte e Ilusión , Ed. G. Gili, Barcelona 1979, 391 págs..
- Gombrich, E.H. Arte Percepción y Realidad , Ed. Paidós, Barcelona, 175 págs..
- Gombrich, E.H. El Sentido del Orden , Ed. G. Gili, Barcelona 1980, 498 págs..
- Guiraud, Pierre. La Semiología , Ed. Siglo XXI, México 1987, 133 págs..
- Gutierrez, M.L. Contra un Diseño Dependiente , Edicol Colección Diseño, México 1977, 308 págs..

- Hogg, James. Psicología y Artes Visuales , Ed. G. Gili, Barcelona 1969, 389 págs..
- Igarashi, Takenöbu. World Trademarks and Logotypes , Graphic Sha P.C. Ltd., Japan 1987, 411 págs..
- Kandinsky, Vassily. De lo Espiritual en el Arte , Premia Editora S.A., México 1985, 132 págs..
- Kandinsky, Vassily. Punto y Línea sobre el Plano , Premia Editora S.A., México 1986, 166 págs..
- Kepes, Gyorgy. El Lenguaje de la Visión , Ed. Infinito, Buenos Aires 1969, 302 págs..
- Kepes, Gyorgy. La Educación Visual , Ed. Novaro, México 1969, 233 págs..
- Klee, Paul. Bases para la Estructuración del Arte , Premia Editora, México 1985, 71 págs..
- Kuwayama, Yasaburo. Trademarks & Symbols Volume 1: Alphabetical Designs , Ed. Van Nostrand Reinhold Book, New York 1973, 193 págs..

- Kuwayama, Yasaburo. Trademarks & Symbols Volume 2: Symbolical Designs , Ed. Van Nostrand Reinhold Book, New York 1973, 185 págs..
- Llovet, Jordi. Ideología y Metodología de Diseño , Ed. G. Gili, Barcelona 1981, 161 págs..
- Moles, Abraham. Diccionario de la Comunicación y los Mass Media , Ediciones Mensajero, Bilbao , 677 págs..
- Munari, Bruno. Diseño y Comunicación Visual , Ed. G. Gili, Barcelona 1985, 365 págs..
- Naveiro, Mercedes. Forma y Comunicación Visual, Vol.: Forma , Universidad Iberoamericana, 34 págs..
- Panofsky, Erwin. El Significado de las Artes Visuales , Ed. Alianza, Madrid 1979, 386 págs..
- Peninou, George. Semiótica de la Publicidad , Ed. G. Gili, Barcelona 1976, 233 págs..
- Prieto, Daniel. Diseño y Comunicación , U.A.M. Xochimilco, 2da. Edición, México 1987, 149 págs..
- Prieto, Daniel. Retórica y Manipulación Masiva , Premia Editora, México 1985, 131 págs..

- Prieto, José Luis. Pertinencia y Práctica. Ensayos de Semiología , Ed. G. Gili, Barcelona 1977, 456 págs..
- Read, Herbert. Imagen e Idea , Ed. Fondo de Cultura Económica, México 1957, 245 págs..
- Read, Herbert. Orígenes de la Forma en el Arte , Ed. Proyección, Buenos Aires 1967, 223 págs..
- Rook, Irvin. La Percepción , Ed. Labor, España 1985, 243 págs..
- Scott, Gillam. Fundamentos del Diseño , Ed. Victor Lerú, Buenos Aires 1976, 195 págs..
- Serrano, Sebastia. Signos, Lengua y Cultura , Ed. Anagrama, Barcelona 1980, 155 págs..
- Taylor, Joshua. Aprender a Mirar , Ed. La Isla, Buenos Aires 1985, 187 págs..
- Typography. The Annual of the Type Directors Club , Ed. Watson Gupstill Publication, New York 1985, 224 págs..
- Vigiak, Mario. Omnibook 3 , Ed. Magnus Edizioni, Italia 1987, 318 págs..

- Weisberg, Robert. Creatividad. El Genio y otros Mitos ,
Ed. Labor, Barcelona 1987, 211 págs..

- Wildbur, Peter. International Trademark Design , Ed. Van
Nostrand Reinhold Company, New York 1979, 135 págs..

- Wong, Wicius. Fundamentos del Diseño bi y tri-dimensional ,
Ed. G. Gili, Barcelona 1985, 204 págs..