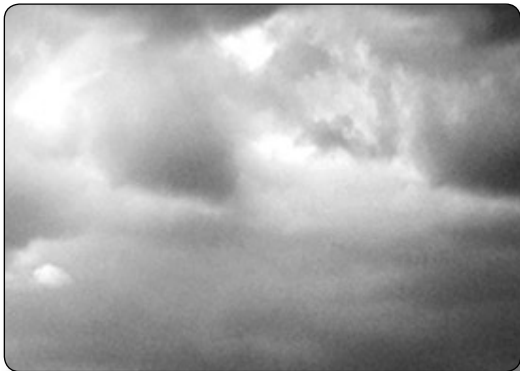


La comunicación visual

Bruno Munari

Para tratar de definir la comunicación visual es importante comenzar a analizar los elementos que la componen y sus posibles categorías.



La comunicación casual en general es natural y está presente en nuestro entorno.



La comunicación intencional es artificial y está hecha por las personas de una determinada cultura. Aeropuerto de Düsseldorf, Alemania.

¿ Se puede definir lo que se entiende por “ comunicación visual” ? Prácticamente es todo lo que ven nuestros ojos: una nube, una flor, un dibujo técnico, un zapato, un cartel, una libélula, un telegrama como tal (excluyendo su contenido), una bandera.

Imágenes que, como todas las demás, tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes. Con todo, entre tantos mensajes que pasan delante de nuestros ojos, se puede proceder al menos a dos distinciones: la comunicación puede ser intencional o casual.

La nube es una comunicación visual casual, ya que al pasar por el cielo no tiene intención alguna de advertirme que se acerca el temporal. En cambio es una comunicación intencional aquella serie de nubecitas de humo que hacían los indios para comunicar, por medio de un código preciso, una información precisa.

Una comunicación casual puede ser interpretada libremente por el que la recibe, ya como mensaje científico o estético, o como otra cosa. En cambio una comunicación intencional debería ser recibida en el pleno significado querido en la intención del emisor.

La comunicación visual intencional puede, a su vez, ser examinada bajo dos aspectos:

El de la información estética y el de la información práctica. Por información práctica, sin el componente estético, se entiende, por ejemplo, un dibujo técnico, la foto de actualidad, las noticias visuales de la tv, una señal de tráfico, etc. Por información estética se entiende un mensaje que nos informe, por ejemplo, de las líneas armónicas que componen una forma, las relaciones volumétricas de una construcción tridimensional, las relaciones temporales visibles en la transformación de una forma en otra (la nube que se deshace y cambia de forma)

Pero dado que la estética no es igual para todo el mun-

do, ya que existen tantas estéticas como pueblos y quizás como individuos hay en el mundo, por ello no se puede descubrir una estética particular de un dibujo técnico o de una foto de actualidad, sino que en estos casos lo que nos interesa es que el operario visual sepa revelarla con los datos objetivos.

Establecemos estas reglas para facilitar la investigación, pero estamos dispuestos a modificarlas o a vulnerarlas ante una demostración más evidente del problema.

El mensaje visual

La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos, sonoros, térmicos, dinámicos, etc.

La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, que forman parte de la gran familia de todos los mensajes que actúan sobre nuestros sentidos.

Por ello se presume que un emisor emite mensajes y un receptor los recibe. Pero el receptor está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden alterar e incluso anular

el mensaje. Por ejemplo, una señal roja en un ambiente en el que predomine la luz roja quedará casi anulada o bien un cartel en la calle de colores banales, fijado entre otros carteles igualmente banales, se mezclará con ellos anulándose en la uniformidad. El indio que transmite su mensaje con nubes de humo puede ser estorbado por un temporal.

Supongamos que el mensaje visual está bien proyectado, de manera que no sea deformado durante la emisión" llegará al receptor, pero allí encontrará otros obstáculos cada receptor, y cada uno a su manera, tiene algo que podríamos llamar filtros, a través de los cuales ha de pasar el mensaje para que sea recibido. Uno de estos filtros es de carácter sensorial. Por ejemplo> un daltónico no ve determinados colores y por ello los mensajes basados exclusivamente en el lenguaje cromático se alteran o son anulados. Otro filtro lo podríamos llamar operativo o dependiente de las características constitucionales del receptor. Ejemplo: está claro que un niño de tres años analizará un mensaje de una manera muy diferente de la de un hombre maduro. Un tercer filtro, que se podría llamar cultural, dejará pasar solamente aquellos mensajes que el receptor reconoce, es decir, los que forman parte de su universo cultural. Ejemplo: muchos occidentales no reconocieron la música oriental como música, porque no corresponde a sus normas culturales; para ellos la música, " ha de ser" la que siempre han conocido, y ninguna otra.

Estos tres filtros no se distinguen de una manera rigurosa y si bien se suceden en el orden indicado, pueden producirse inversiones o alteraciones o contaminaciones reciprocas. Supongamos en fin que el mensaje, una vez atravesada la zona de interferencias y los filtros, llega a la zona interna del receptor, que llamaremos zona emi-



Puede haber interferencias o "ruidos" del entorno que impidan o dificulten la recepción del mensaje. A su vez el receptor tiene sus propios filtros internos. Calle comercial en Amsterdam, Holanda.

sora del receptor. Esta zona puede emitir dos tipos de respuesta al mensaje recibido: una interna y otra externa. Ejemplo: si el mensaje visual dice “aquí hay un bar”, la respuesta externa envía al individuo a beber; la respuesta interna dice, “no tengo sed”.

Descomposición del mensaje

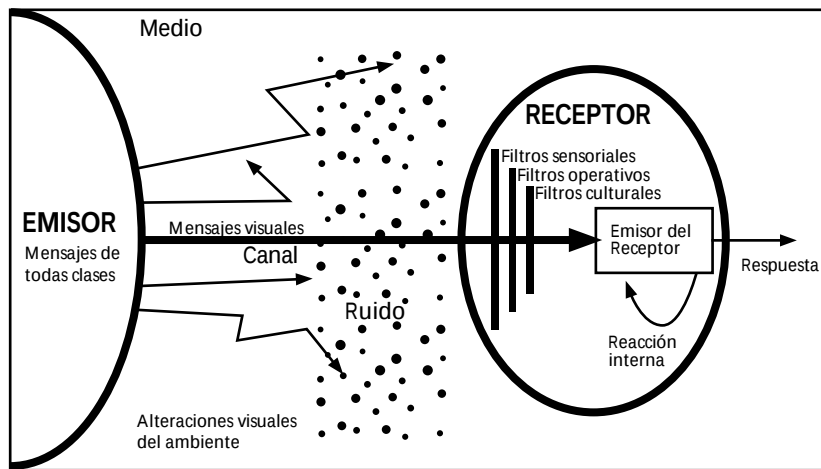
Si hemos de estudiar la comunicación visual convendrá examinar este tipo de mensaje y analizar sus componentes. Podemos dividir el mensaje, como antes, en dos partes: una es la información propiamente dicha, que lleva consigo el mensaje y la otra es el soporte visual. El soporte visual es el conjunto de los elementos que hacen visible el mensaje, todas aquellas partes que se toman en consideración y se analizan, para poder utilizarlas

con la mayor coherencia respecto a la información. Son: la textura la forma, la estructura, el Módulo, el Movimiento. No es sencillo, y quizás sea imposible establecer un límite exacto entre las partes enunciadas, tanto más cuanto a veces se presentan todas juntas. Al examinar un árbol vemos las texturas en la corteza, la forma en las hojas y en el conjunto del árbol, estructura de las nervaduras, los canales, las ramificaciones, el módulo en el elemento estructural típico del árbol, la dimensión temporal en el ciclo evolutivo que va de la simiente a la planta, flor, fruto y de nuevo simiente. Sabemos también que si observamos una textura con

una lente de aumento, la veremos como estructura y si empequeñecemos una estructura hasta no reconocer el módulo, la veremos como textura.

Por ello propongo considerar el ojo humano como punto de referencia categorial, ya que nos ocupamos de comunicaciones visuales, y así podremos afirmar que cuando el ojo percibe una superficie uniforme pero que caracterizada matéricamente o gráficamente, se podrá considerarla como una textura de módulos más grandes, tales que puedan ser reconocidos como formas divisibles en submódulos, entonces se la podrá pensar en una transformación de una textura en una estructura, o bien idear módulos con elementos internos particulares tales que, acumulados en estructuras, puedan reducirse a texturas con características especiales.

Esquema básico de la comunicación



Existen diferentes esquemas, con ciertas variaciones, para representar el fenómeno de la comunicación visual, en este pueden verse los elementos básicos que intervienen.