

Estrategias formativas de la intervención gráfica en espacios públicos

Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza

El diseño se define hoy en día como una actividad que genera realidades. No sólo produce imágenes sino también las instala en el entorno, a través de recursos materiales y virtuales. El recorrido que el diseño implica, desde la imagen mental a la imagen con soportes externos, materializa el pensamiento humano. En esta perspectiva, el diseño de espacios participa activamente en el re-diseño de la realidad.

La pragmática espacial de la información y comunicación

La formación de diseñadores para la intervención gráfica en espacios públicos requiere de una pragmática espacial en la cual el diseño de la información y comunicación debe internalizar la función cultural formativa de ideas, hábitos, estilos de vida e identidades. El escenario público no es sólo el marco específico para la aplicación de las estrategias de interacción con el público, sino también es un micro universo de la comunicación donde los indicadores gráficos participan en la generación de sentidos y valores.

En la enseñanza – aprendizaje del diseño, la intervención de espacios y la creación de espacios incorporan la señalética, el diseño de escenarios, de espacios comerciales e institucionales, de stands y ferias, de eventos. La formación debe contar con estudios situacionales y manejar proyectos con dimensiones conceptuales, comunicativas, expresivas y técnicas. Se inscribe en una visión en la cual el diseño no sólo informa y comunica, sino también forma al público usuario. Por estas mismas características, los proyectos deberían ser trabajados en condiciones reales, con casos y usuarios reales; y deberían ser realizados, para una correcta evaluación de resultados. Como valor agregado, tendrían alcances sociales relevantes para el perfil actual de la formación universitaria, con responsabilidad pedagógica, didáctica y social.

Identidad y dinámica social

Una atención especial debe otorgarse a la acción cultural del diseño en la configuración de identidades y dinámicas sociales.

El diseño participa activamente en la configuración de visiones del mundo. Lo hacen desde varias fuentes o puntos de acción. El espacio público, en el cual la gente convive y por el cual transita, es una matriz de signos que generan ideas en la memoria colectiva. Para el diseñador resulta de suma importancia evaluar el espacio público como espacio de interacciones de la comunidad, no sólo fácticas, sino también comunicacionales, para poder intervenir con mensajes y construcciones de sentido. En el Perú, hay mucho interés en una cultura gráfica atenta a la conservación y valoración de los signos de identidad, por lo cual la interacción entre lo cultural y lo comercial y la acción de los identificadores conceptuales y materiales para crear el perfil único de un espacio / comunidad participe en la identidad peruana son parámetros constantes para todo proyecto de diseño de espacios públicos. La meta de un proyecto de diseño de espacio se relaciona de esta manera con la información, la comunicación y la identidad.

Para asegurar la información, el diseño interviene estratégicamente en el espacio público tomando en cuenta la dinámica del público y la estructura matriz que la recibe. Aunque desarrolle una estética de la transmisión de la información sin efectos apelativos añadidos,

su expresión (soporte, formato y lenguaje visual) se adecuará a la información transmitida, adquiriendo casi miméticamente sus rasgos estilísticos. Por ende, hay tanta variedad de presentación e inserción en el espacio público como variedad de informaciones hay que transmitir. Para asegurar la comunicación, el diseño debe relacionarse con la mejora de la calidad de vida, tomando en cuenta aspectos que atañen la vida actual de cada comunidad. Debe encontrar vías y recursos para el diálogo y la participación del público. Para asegurar la interacción en el campo de la identidad y de su permanente dinámica, debe valorar el perfil del público y del lugar, sus tradiciones y cambios, su historia y sus costumbres, sus personajes célebres y su gente de día a día.

Diseño de espacios en la PUCP

Para la especialidad de Diseño Gráfico de la Facultad de Arte de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) , el diseño de espacios es una línea de acción del Plan de Estudios, sobre cuyos fundamentos se construye.

Los primeros proyectos, a fines de la década de los 90, unos pocos reales, la mayoría simulados, fueron de escenografías teatrales, televisivas y de conciertos, como productos gráficos espaciales desarrollados en el marco de la elaboración del proyecto global de identidad e imagen del espectáculo o emisión de TV. Los proyectos incluían tanto los materiales gráficos de difusión y promoción, como el diseño de escenario, objetos, vestuario, luces y maquillaje. Al mismo tiempo, se realizaron proyectos de señalética urbana y de espacios institucionales. La pauta de globalidad del proyecto se desarrolló sobre los criterios de construcción de marcas y universos semióticos. Su enfoque se ha mantenido y desarrollado en los proyectos siguientes, con las respectivas exigencias de consideración del conjunto comunicativo, para asegurar la coherencia y la cohesión de la manifestación gráfica conceptual. La importancia del factor estético fue significativa, desde estos inicios: es un elemento clave en la formación del diseñador gráfico en una Facultad de Arte.

Siguieron, a partir del año 2000 y participando en un nuevo Plan Curricular, interesado en la creatividad intercultural e interdisciplinaria, los proyectos de señalética urbana y de espacios institucionales y comenzaron a realizarse, con una frecuencia cada vez mayor, instalaciones artísticas y comerciales, intervenciones urbanas, performances, Street art, desfiles. Se dio inicio a los proyectos de elaboración de escenarios cinematográficos, para video arte, comerciales, juegos interactivos y campañas de expectativa en el registro de la publicidad alternativa. Todos estos proyectos se realizaron y contaron con la evaluación del público. Fueron parte de los cursos de investigación y perfeccionamiento del Plan de Estudios y muchos de ellos contaron con el funcionamiento de grupos de investigación para la creación y la comunicación a través del diseño, cuyas actividades, si bien se iniciaban en clase, se desarrollaban fuera de ella. La mayoría tuvieron contenidos culturales y varios practicaron la investigación de estrategias de integración de lo comercial con lo cultural. La exploración del espacio se diversificó acentuando el carácter real y urbano del diseño, el manejo del espacio abierto a la par con el espacio cerrado, junto con la capacidad de crear realidades a partir de la ficción. Un aspecto característico de esta segunda etapa fue la opción de realizar la mayoría de las acciones en la ciudades de Cusco y Arequipa, lo que implicó profundizar en el concepto de identidad, integrando las manifestaciones de la diversidad cultural del Perú. Otro aspecto, fue la presentación de los resultados, en exposiciones nacionales e internacionales, incluyendo Argentina y México, en América Latina; en redes sociales; en Congresos y otros eventos académicos. Al mismo tiempo, se

mantuvo y desarrolló el vínculo entre diseño y arte, en el marco de proyectos que tenían como objeto y mensaje la expresión de la identidad. Los temas implicados fueron la interacción entre lo global y lo local, de la diversidad de la cultura peruana, el diálogo intercultural latinoamericano, la hibridación de la cultura actual.

La tercera etapa de enfoque y tratamiento del diseño de espacios comenzó en 2010, junto con la elaboración del nuevo Plan Curricular. La visión interdisciplinaria se centró en la interacción con la arquitectura y el diseño industrial por un lado y en la interacción con la tecnología audiovisual por el otro. Los proyectos desarrollados en esta última etapa, en relación con la arquitectura del espacio, son de señalética, de diseño de espacios comerciales e institucionales, de ferias, stands y eventos; de gráfica para medios de transporte. En el campo del audiovisual son escenarios para publicidad, videoarte, documental, video didáctico, video experimental, animación. Se trata de intervenir en una pragmática de lo cotidiano, al encuentro con las necesidades y expectativas del público y de las instituciones y empresas interesadas. En su gran mayoría son proyectos reales y varios se realizaron en respuesta a pedidos institucionales. A continuación, presentaremos tres de estos proyectos, realizados en el curso de Perfeccionamiento Gráfico bajo Tutoría.

El proyecto Tinkuy

El edificio Tinkuy es el resultado de un proyecto arquitectónico en el cual se hace presente la acción de muchos factores, que corresponden al conjunto situacional de esta construcción en la Universidad. Cuál es su propósito, para quién es, qué pretende ser, tener, significar, comunicar, dónde se ubica y cómo interactúa con su entorno, que tipo de diálogos entabla con los usuarios y con los no usuarios: he aquí preguntas que encontraron respuestas en las decisiones arquitectónicas y en los sistemas funcionales del edificio, que debían ser completadas y resaltadas por la intervención gráfica.

En convergencia con el diseño arquitectónico y las pautas de construcción e implementación de estructuras y servicios, el diseño gráfico aportó nuevos elementos a la propuesta estructural y funcional. Aportó elementos expresivos y discursivos, que incidieron en la personalidad del espacio, para informar, sugerir, plantear lecturas afectivas, jugar, intervenir con formas, ritmos, colores, iconos, escenas. El edificio debía volverse un escenario que invitara a las personas a desempeñar ciertos roles, a recibir información, a experimentar cientos estados de ánimo. Se trata de una tendencia con una larga historia. La intervención mural con sus funciones decorativas o didácticas data de la antigüedad y nunca se ha interrumpido. Hoy en día las técnicas y recursos son de los más variados. Asimismo, el enfoque de la intervención, pero siempre hay una constante: la expresión de la identidad. La intervención gráfica de los edificios, en exteriores o interiores, de tipo artístico o informativo, decorativo o funcional, formal o informal, remite siempre a una identidad que se quiere mostrar a la gente.

La intervención gráfica del edificio Tinkuy de los Servicios Estudiantiles PUCP fue un pedido institucional. Los proyectos gráficos se realizaron en colaboración con el equipo de arquitectos e ingresaron en un concurso institucional, del cual resultó ganador un proyecto que optó por una sintaxis tipográfica expandida en grandes dimensiones, integrada rítmicamente al edificio, con rasgos tipológicos y compositivos que valoraban la actual cultura urbana peruana. Su cromática remitía al tratamiento andino de los colores, al igual que su densidad compositiva. Al mismo tiempo, la semántica de las palabras que indicaba las diferentes funciones del edificio – estudio, conversación, reuniones de trabajo, patio de comida, boletería y librería del Centro Cultural, cafetería, tiendas - se relacionaba con la

especificidad de las actividades y competencias estudiantiles: leer, descubrir, informarse, divertirse con la información y la comunicación. El proyecto se aplicó a fines del 2011 y las reacciones de los usuarios están en las redes sociales de la Universidad y en el gran flujo de los estudiantes al edificio.

Otros proyectos, que no llegaron a aplicarse, por las mismas características del concurso, pero que fueron trabajados con los arquitectos y evaluados por el jurado institucional, optaron por otros enfoques y planteamientos. Un proyecto desarrolló un enfoque semántico que se centraba en la relación con la naturaleza, presente en el campus PUCP, que impresiona a los visitantes por los árboles, los espacios verdes, los venados y las ardillas de su jardín. El jardín PUCP invadía el edificio, integrándolo en el espacio mayor, a la vez que enfatizaba la importancia de la naturaleza y el placer de su contemplación. Otro optó por un enfoque predominantemente sintáctico, de expresión de los flujos de energía presentes en el edificio estudiantil; otro, por un enfoque pragmático lúdico, centrado en el lenguaje propio de los estudiantes, en sus bromas y gusto por el juego.

El proyecto La combi

Este proyecto se realizó para la Gran Feria Mistura 2011, feria de comida peruana realizada en Lima y organizada por Gastón Acurio, importante promotor de los valores gastronómicos peruanos, quien solicitó a las dos especialidades de la universidad, de Diseño Gráfico y de Diseño Industrial, participar en un concurso para la realización de unas combis, buses de comida, restaurantes itinerantes, que representen el gusto peruano por la papas, a través de las salchipapas. Aunque se trata de la intervención gráfica de un vehículo de transporte, transformado en cocina y en punto de venta, lo que se crea es el espacio de peruanidad, teniendo en el centro la comida urbana como signo representativo. El desplazamiento y el emplazamiento del vehículo instala en cada momento el espacio conceptual de la identidad peruana, al cual se le invita al público ingresar para disfrutar y consumir. En el concurso, los planteamientos tuvieron como referentes los signos de lo peruano, variando los recursos pero no el interés por la manifestación de la identidad. Hubo dos proyectos ganadores del jurado, que se realizaron e iniciaron su funcionamiento en el marco de la feria; en la feria, el público pudo votar y escoger a su ganador, ya que todos los proyectos seleccionados fueron expuestos.

El proyecto Textiles Cusco

Este proyecto se realizó para la Feria Internacional Perú Moda 2012, a solicitud de la Región Cusco, para promocionar las Pymes de los artesanos cusqueños, productores de textiles e indumentaria. Se trataba de 20 stands de exposición venta de las PYMES y del stand de la región Cusco, que incluía una pasarela y la oficina de consultas. Los proyectos se basaron en la representatividad regional y artesanal, para un mercado competitivo, nacional e internacional. Los proyectos fueron evaluados por un jurado de la región Cusco y el ganador presentaba un enfoque semántico que valoraba el sincretismo cultural de la región y su impresionante patrimonio, en el cual fusionan la herencia precolombina, la colonial y el gran dinamismo actual de su vida cultural y económica. A la vez, resaltaba los valores de excelencia y liderazgo, con la cromática y los signos inspirados del arte colonial, en una composición rítmica moderna. Los demás proyectos destacaron la tradición artesanal, la tradición de los cuatro suyos, la diversidad de colores como identificador andino, etc. En todos los casos, la referencia a la identidad regional fue fundamental, a la vez con la expresión de sus valores de mercado.

Conclusiones

El diseño de espacios opera en medio de una gran diversidad conceptual y formal, con parámetros situacionales bien definidos, en el territorio de la interdisciplinariedad y la interculturalidad, pero siempre deberá tener en cuenta un aspecto central, la identidad, la expresión de la idea que define y particulariza la representación, que le atribuye sentidos y valores. A través de la identidad, el diseño de espacios se relaciona con la cultura y sus integrantes; asume un punto de vista, desarrolla un discurso, promueve determinados valores. La formación de diseñadores debe incluir este aspecto, como parte intrínseca de la acción comunicativa del diseño, y desarrollar estrategias de integración de la identidad en el proyecto de diseño de espacios.