

Preguntas infrecuentes

Viajando de la periferia al centro de la comunicación urbana, fueron surgiendo más preguntas. Estas son algunas de las que se hizo el EICU, Equipo de Investigación de Comunicación Urbana, más algunas de las posibles respuestas.

© EICU

Claudio Pousada / Vera Barbiric / Luciano Passarella / Juan Pablo Olivieri / Cinthia Popoo / Muriel Walter



¿Qué es el caos y qué es el orden?

Una parte sustancial del oficio de los diseñadores es la de ordenar la información, sus formas, contenidos y significantes bajo premisas establecidas. Pero generalmente no nos preguntamos sobre la naturaleza de ese orden.

Habitualmente se considera al caos y al orden como opuestos irreconciliables. “Caos” es anarquía y des-orden, entendido como algo negativo que atenta contra el normal desenvolvimiento de las actividades humanas. Desde este mismo punto de vista “Orden” tiene un sentido positivo y una interpretación ligada a la disposición correcta de las cosas.

Si no se piensan estos términos como dicotómicos se descubre que caos y orden coexisten, se entrelazan y son relativos a la escala de observación y al punto de vista.

Tomando como ejemplo la circulación vehicular en una gran ciudad podríamos observar, con una vista aérea, la maraña de conexiones de calles, avenidas y autopistas, y luego mediante un acercamiento descubrir que existen códigos y pautas que rigen ese sistema.

Si consideramos lo anterior, queda claro que uno hace al otro. También se puede decir que lo espontáneo tiene en muchos casos un cierto grado de planificación y que, aún donde parece haber caos, hay un orden subyacente que puede partir de la naturaleza, de la cultura y de las costumbres.

Es muy posible que la acción de “re-ordenar” (la palabra presupone que antes hubo un orden) sin un conocimiento del entorno, provoque caos, desarmando el orden natural. Y también es posible que generando caos se establezca un nuevo orden.

Si esto es así, ¿que papel cumplimos los diseñadores en general, al pensar parte de nuestro accionar profesional como sinónimo de “poner orden”? Está claro que no se propone centrar el debate en este punto. Solamente se sugiere pensar a la profesión más allá de las acciones de ordenar. Sumar otros puntos de vista y ampliar la mirada.



¿Qué es la contaminación visual?

La definición más común de **contaminación** del diccionario es **Degradación del medio ambiente o alteración de la pureza de una cosa.**

Generalmente los entes de control urbano definen a la **contaminación visual** como toda forma de interferencia que pueda generar un mensaje visual o su estructura portante que impida ver, distorsione o desdibuje la visión de otros mensajes o de cualquier componente del entorno.

Según esta visión la contaminación visual se considera **ruido o interferencia visual.**

Por lo tanto existiría interferencia visual cuando hay muchos mensajes superpuestos, mensajes que no se comprenden ya sea por sumatoria de información o por problemas en el diseño.

Ahora, si existe la contaminación visual, ¿Existe la pureza visual?



¿Qué es la visión y qué es la mirada?

La memoria juega un papel fundamental en la visión humana. En muchos casos es la mente la que completa lo que la visión no capta. Lo que quiere decir que vemos lo que "sabemos" y reconocemos.

Pero entonces es necesario hacer la distinción entre **ver** y **mirar** :

La visión:

Es la función de la vista.

Depende de un órgano.

Tiene las limitaciones de lo fisiológico.

La mirada:

Está relacionada con reflexionar, pensar y asociar.

Hay encuadre para focalizar y para recortar del todo.

Tiene las limitaciones de la cultura.

En síntesis, la mirada es el recorte, el encuadre de la visión.

Y ese recorte está dado por nuestra formación, nuestros intereses e influencias.

Todos tenemos un encuadre propio.



Refiriéndonos a la gráfica urbana, usualmente miramos lo que está entero como pieza de comunicación.

Lo que está muy roto, degradado, superpuesto, deja de tener atributos de objeto comunicacional.

Es decir, no lo miramos. Es ruido de fondo. Con una actitud más despierta podemos traer adelante lo que está ausente de la mirada.

Entonces, la cultura puede operar tanto como limitante de la mirada como motivadora para su expansión. De ahí surge la importancia de la ejercitación de la atención perceptiva, como por ejemplo, con los ejercicios de rescate de gráfica urbana.

¿Cómo es la mirada de los diseñadores?

Es habitual que los diseñadores se erijan en jueces de los criterios de la gráfica urbana no-profesional. Sin embargo, estos son pertinentes a la cultura y a los códigos comunicacionales de su entorno.

La transformación del enfoque que aquí se propone, nos permitiría desarrollar una actitud reflexiva y no de juicio al observar las manifestaciones de la cultura.





¿Cuál es la relación entre el centro y la periferia?

En este mundo globalizado, los centros urbanos cosmopolitas tienden a la homogenización y similitud. Son las periferias geográficas, económicas, culturales y políticas las que conservan en mayor medida y por su propia situación los rasgos distintivos originales. Es por esto que la periferia es el entorno adecuado para las acciones de rescate.

Vamos al rescate de esa periferia y ésta nos termina rescatando de la homogenización.

