

.....

Percepción visual y Diseño
¡Juntos o separados?

Visual perception and Design ¿Together or separated?

.....

MSc. DÉBORAH MAURA LÓPEZ

DRA. NORMA CHERRY MORENO CABALAR

Percepción visual y Diseño ¡Juntos o separados?

Visual perception and Design ¿Together or separated?

RESUMEN

La percepción es uno de los procesos cognitivos que se desarrollan en nuestra psiquis y la delicada tarea de un diseñador no puede llevarse a cabo con éxito si no se tienen en cuenta los elementos básicos de la percepción visual.

En este artículo las autoras explican la importancia de los conocimientos psicológicos para el diseñador, destacando la utilidad y la necesidad de la percepción visual en el desarrollo exitoso de su labor.

Con una mirada al diseño desde la psicología de la Gestalt, se explica cómo los seguidores de esta escuela psicológica perciben la realidad por una serie de leyes de organización de las formas que deben ser estudiadas y tenidas en cuenta para el proceso de diseño.

Percepción visual y diseño: ¡Juntos!

MsC. DÉBORAH MAURA LÓPEZ

DRA. NORMA CHERRY MORENO CABALAR

ABSTRACT

The perception is one of cognitive process that it is developed in our psyche and the fine task of a designer cannot be carried successfully if they don't have into account the basic elements of visual perception.

In this paper the authors explain the importance and the need of psychological knowledge for designers, and signify the use of visual perception in order to obtain successful results in their work.

With a view to design from the Gestalt Psychology it is explained how those who follow it perceive the reality of laws concerning the organization of the forms that should be studied taking into account in the design process.

Visual perception and Design: Together !

Palabras Claves

Psicología, Percepción visual, Diseño, Leyes de la Gestalt.

Keywords

Psychology, Visual Perception, Design, Laws of Gestalt Psychology

LA DELICADA TAREA DE UN DISEÑADOR NO PUEDE LLEVARSE A CABO CON ÉXITO SI NO SE TIENEN PRESENTE LA PSICOLOGÍA. Muchos son los elementos de esta Ciencia que le aportan al trabajo del Diseñador. Es por ello que nuestros estudiantes reciben un programa de temas en esta materia durante su etapa de formación. Del contenido de dicho programa, uno de los elementos básicos es **LA PERCEPCIÓN VISUAL**.

No solamente desde el punto de vista de la agudeza de la visión de aquellos que intervienen en el proceso de diseño o de aquellos que lo apreciamos, sino de los elementos psicológicos de la percepción visual que un diseñador debe dominar para hacer un uso correcto de los mismo durante su trabajo.

Hay quienes opinan que no son necesarios, pero los antecedentes, las vivencias y las experiencias así como los resultados de algunas investigaciones actuales vinculadas con el tema, nos confirman lo contrario.

La percepción ha sido considerada uno de los momentos iniciales de los procesos psíquicos, por tal motivo desempeña un importante papel en la organización de la vida psíquica del ser humano.

A partir del materialismo dialéctico y de la Teoría del reflejo se considera que la percepción es el reflejo concreto de la realidad, primer escalón del conocimiento, sobre el cual se levanta el conocimiento del mundo en forma abstracto – lógica y teórica. La percepción también aparece como el escalón inicial del

procesamiento de la información ya que es el producto de la actuación de diferentes estímulos sobre los órganos sensoriales. Es un proceso activo, histórico y al mismo tiempo tiene carácter objetual.

Los diseñadores, en su quehacer diario, han de tener en cuenta estos elementos ya que es mediante el analizador visual que el público comienza a interactuar con los productos de diseño que ellos crean.

Conviene aclarar que la sensación es el más elemental de los procesos psíquicos, pero no es suficiente para obtener toda la información de cuál es y cómo es el objeto que vemos, escuchamos o palpamos, para tener esta información debemos combinar varias sensaciones.

Si frente a nosotros nos colocan un objeto desconocido, que vemos por primera vez, podremos decir por lo menos y en primer lugar que vemos algo, es decir, que tenemos la sensación visual de que hay algo. Pero inmediatamente después seguimos con la mirada el contorno del objeto – su forma-, también combinamos esta sensación con la del color; además nos aproximamos y buscamos tener la sensación del tacto y lo tocamos: es duro, liso o frío. Aquí tenemos por lo pronto varias sensaciones visuales -forma y color- y tres sensaciones táctiles -dureza, lisura y temperatura-. Esta combinación de diversas sensaciones frente a un objeto conduce a la percepción del mismo. La percepción es un proceso psíquico, por el cual conocemos ya algunas particularidades de los objetos.

La percepción de la forma, que es una peculiaridad de todo objeto, no es simplemente el resultado de mirar. Cuando dirigimos la mirada a una forma cuadrada, hacemos algo más que mirar: movemos los ojos. Como si fuera un puntero, nuestra mirada sigue los bordes de la figura y para eso tienen que moverse los ojos. Los músculos que mueven los ojos producen propiocepciones que combinadas con las sensaciones visuales provocan la percepción de la forma.

Los diseñadores, tanto los industriales como los de comunicación visual, tienen la tarea de expresar todas las potencialidades de los productos en un breve espacio de tiempo, deben captar la atención del usuario de modo que este, con solo una mirada, se interese y se detenga para prestar atención voluntariamente y busque más información sobre el objeto en cuestión. Muchas veces son solo los analizadores visual y auditivo los que intervienen en este proceso, por lo que mediante la percepción visual debe brindarse la mayor cantidad de información posible.

Hay algunos tipos especiales de percepción, diferentes a las puramente visuales, acústicas, táctiles, etc. Somos capaces de percibir el tamaño, la distancia, la velocidad, el peso de los objetos y estas percepciones son combinaciones complejas de sensaciones y percepciones más sencillas. Hay casos en los que dependen unas de otras.

Por ejemplo, el tamaño de las cosas es percibido solamente si se tiene en cuenta la distancia a que se

encuentra ese objeto. Con una moneda de cinco centavos puesta delante de los ojos podemos tapar la visión de un gran edificio que esté a 100 metros de nosotros.

Por otra parte, percibimos o apreciamos la distancia cuando vemos el tamaño aparente de un objeto ya conocido: cuanto más chico lo veamos, es porque mayor será la distancia. Pero la distancia se percibe también gracias a una operación muy curiosa que realizan nuestros ojos cuando enfocan un objeto. Esto es fácilmente comprobable si situamos un dedo a 10 centímetros de los ojos de otra persona, esta girará los ojos hacia adentro, pero si empezamos a retirar el dedo, sus ojos van girando hasta ponerse paralelos uno con otro, como cuando miramos bien lejos. Esta rotación de los ojos, igual que cualquier otro movimiento produce una sensación en el cerebro que se combina instantáneamente con la visión del objeto y sí contribuye a percibir la distancia.

Muchas veces se aprecia a una madre con un niño caminando rumbo a la escuela y da la impresión de que la madre camina mucho más rápido que el pequeño, sin embargo no es así, la percepción de la velocidad depende del tamaño de los objetos y de la idea previa que tenemos de cómo debe ser esa velocidad. Un auto de juguete cubriendo un metro en un segundo nos dará la impresión de moverse velozmente pero un auto de verdad que se desplace a esa velocidad dará la impresión de estar averiado.

La percepción es un fenómeno complejo, del que los diseñadores deben conocer que las distintas propiedades de un objeto son captadas por un analizador o analizadores diferentes y determinan puntos de excitación en el córtex. Cuando son excitados siempre los mismos puntos por los mismos excitantes se forman conexiones reflejo – condicionadas, que el córtex por su actividad sistematizada organiza en un estereotipo dinámico y se forma una imagen integrada del objeto complejo. Este estereotipo perceptual, una vez formado, es tan estructurado que basta solo un excitante con la suficiente fuerza para reintegrar la percepción del objeto como un todo: la visión del ángulo que forman las líneas nos da la percepción del triángulo; su olor característico, la imagen íntegra de la naranja. Cuando esta percepción se hace referir a una categoría de objetos mediante la palabra, esta adquiere la misma cualidad reintegradora: la mención del alimento preferido “nos hace la boca agua”.

Es por este mecanismo que el ejercicio creativo de los diseñadores se hace tan complejo, cada vez es más difícil crear un producto que no evoque algo ya creado anteriormente. Además de que debe ser tenido en cuenta que nos enfrentamos a identificadores de marcas y entidades, spots, mensajes de bien público, etc.; con todo un almacén mnémico, de modo que es necesario que las imágenes y sonidos que se empleen sean originales y a la vez estén basadas en experiencias positivas y placenteras para la mayoría de los sujetos del público al que van dirigidos.

Existe una escuela psicológica que aborda profundamente esta temática: la Psicología de las Gestalt. Para la Gestalt, la percepción es un todo unitario, estructural. La percepción del todo precede a la percepción de las partes. Es el todo el que da significado a las partes, esto ocurre porque el hombre lo organiza siguiendo las leyes que le son propias, independientes de la experiencia y la actividad. Para esta escuela el psiquismo trabaja conforme a sus propias leyes por las que organiza el mundo. La percepción es la forma en que organizamos los elementos a partir de todos o configuraciones significativas.

Esta teoría debe ser cuidadosamente analizada ya que para ellos la percepción del todo es el producto del trabajo cortical que a modo de un aparato físico organiza patrones, estructuras totales que tienen igual forma que el objeto que percibimos, sin embargo conocemos que en el trabajo cortical análisis y síntesis se dan en una unidad y que la comunicación, la actividad y las experiencias juegan un papel fundamental en la actividad psíquica de los sujetos.

Por otra parte debemos partir del principio de que la percepción refleja la realidad objetiva: es el mundo objetivo el que determina la percepción y no el hombre, siguiendo determinadas leyes que le son propias.

Las formas, para la Gestalt, se convierten en algo místico, en las que el hombre pierde toda la realidad de su historia, de sus experiencias y de sus aprendi-

zajes y las leyes de la organización de tales formas se constituyen en los únicos sectores de la percepción humana.

Los gestaltistas perciben la realidad por una serie de leyes de organización de las formas que deben ser estudiadas y tenidas en cuenta para el proceso de diseño siempre que se tenga presente que esta no es la única escuela psicológica y que la actividad psíquica humana ha sido estudiada desde diferentes aristas. La primera de las leyes que mencionaremos es la de la proximidad, que establece que los elementos que se encuentran próximos en el espacio se perciben como una unidad. La ley de la semejanza asegura que en una figura se unen los elementos que tienen características en común o que son semejantes. También se encuentra la ley o factor de cierre en la que los contornos cerrados predominan sobre los contornos abiertos.

Otros factores participan en la organización perceptiva, lo cual permite la separación de la figura del fondo, separación del color, valoración de la ubicación en el espacio y otros muchos factores que van más allá de los límites de este texto.

Uno de los aportes fundamentales de la escuela de la Gestalt es el análisis que realizan de las relaciones dinámicas entre el todo y las partes: percibimos como la misma una melodía cantada por una soprano, que tocada al piano. Sin embargo, en ambos casos, las partes, las notas musicales, fueron distintas y por

tanto distintas las sensaciones que estas notas produjeron; a pesar de ello, la percepción fue la misma, porque los elementos guardaron la misma relación entre sí. Pero si tomamos las mismas notas, las cambiamos de orden y modificamos los intervalos entre los sonidos, ya no percibimos la misma melodía, a pesar de que las notas, las partes del todo, eran las mismas. La percepción de una situación también se encuentra en dependencia de la relación que guardan sus elementos. Esta relación entre los elementos determina el contexto y es el contexto que establecemos el que da significación a la situación.

No es posible llevar a cabo el trabajo del diseñador haciendo caso omiso de estos y otros muchos elementos, que condicionan la actividad humana y que determinan la interacción de los sujetos con los diversos productos de diseño que realizarán en el futuro los hoy estudiantes de esta institución.

EN RESUMEN:

- Percibir es una función psíquica que le permite al organismo captar, elaborar e interpretar la información que llega desde el entorno.
- Una idea importante es que no se trata de recibir pasivamente información, percibir es actuar.
- Implica buscar, seleccionar, establecer conexiones, organizar, evaluar, aprender e interpretar, acciones todas presentes en la labor del diseñador.

- Los conocimientos psicológicos y en especial sobre la percepción visual constituyen una necesidad importante en la formación de los diseñadores, tanto industriales como gráficos, para lograr éxitos en su labor futura.

- Es por ello que las autoras de este trabajo damos por respuesta a la interrogante en el título del mismo que **PERCEPCION VISUAL Y DISEÑO DEBEN DE ANDAR JUNTOS.**

BIBLIOGRAFÍA

Bruce Goldstein, E. (2013) *La percepción del movimiento*. Editorial Thomson.

Cuellar, Antonio y Roloff Gerardo. (1977) *Nociones de psicología general*. La Habana. Edit. Pueblo y Educación.

Leone, Guillermo D. (s/f) *Leyes de la Gestalt*. Consultado el 10 de junio del 2014 en: www.guillermoleone.com.ar

Merleau Ponty, M. (2012) *Fenomenología de la percepción*. Barcelona. Ediciones Agostini.

Ministerio de Educación. *Asesoría Nacional de Enseñanza General*. (1970). Curso de superación para maestros. La Habana. Ed. Pueblo y Educación.

Miranda Martínez, Carolina. (2006). *La percepción en la Psicología*. Santiago de Chile. Ediciones Los Leones.

Rubinstein, J.J. (1982) *Principios de la Psicología General*.

Zepeda Herrera, F. (2008) *Introducción a la Psicología*. Ciudad de México. Ediciones Person.
