

Nueva York como reflejo del diseño

Amaranta Aguilar Escalona

El diseño consiste en diseñar un diseño para producir diseño
John Heskett

Cuando se habla de diseño es difícil saber por dónde comenzar. A pesar de encontrarse en nuestro diario devenir, a cada paso que damos, al adentrarnos más seriamente en sus terrenos se vuelve inminente preguntarnos ¿qué es el diseño? ¿Se podrá dar una respuesta concisa y directa? La palabra diseño puede tener muchas interpretaciones y dentro de cada una abarcar temáticas distintas. Existe el diseño que se estudia y el diseño que se habla; desde el diseño industrial (enfocado a los objetos), el diseño gráfico (referente a la comunicación visual), el diseño de modas (pendiente de las tendencias en el mundo del glamour) y el diseño web (encargado de los nuevos medios), hasta el diseño de uñas, el diseño floral y el diseño de imagen. Es decir que tantas acepciones de la palabra diseño terminan por volverla ambigua algunas veces, tanto que es difícil definir y poner parámetros de contexto al diseño; en consecuencia, muchas veces se usa sin poseer un conocimiento previo.

En cuanto al diseño gráfico, específicamente, no pasan desapercibidos elementos que constituyen parte fundamental de la definición de diseño. Los proyectos gráficos en ciudades grandes juegan un papel importante; por ejemplo, Nueva York. Desde que se aterriza uno nota cómo la ciudad se vierte en el diseño: el aeropuerto se convierte en un lenguaje visual que indica salidas, puertas, metro, sanitarios, taxis; a diferencia de cualquier otro, en el aeropuerto de esta ciudad se despliega gran multiplicidad de aerolíneas de diferentes países en un mismo sitio. Uno puede sentir que realiza un recorrido a lo largo del mundo, sin escalas, pues las fachadas de cada una de las aerolíneas son expresión gráfica de su respectivo país, en cuanto a los logos, mostradores, trípticos, boletos de avión. Una vez que



salimos del aeropuerto podemos sumergirnos en el amarillo característico de un taxi, que se distribuye por toda la ciudad como un río amarillo que cubre sus calles hasta donde la vista alcanza, inundando incluso el horizonte desde la vista de un rascacielos; la psicología del color le adjudicaría un tono cálido. O bien podemos elegir la experiencia de tomar el metro, lo cual puede resultar un reto ante la posibilidad de perdernos si por algún motivo pasamos por alto una señal o si ésta ha sido suprimida.

Aunque vital, y quizá por lo mismo, la planeación gráfica de Nueva York es sencilla, pensada tipográficamente para una rápida lectura posibilitada por un tipo de letra *sans serif* ("sin patines" o palo seco), de modo que el planteamiento de señalización adquiere pertinencia en su relevancia; se aprecia que cada señal tenga una gama de color y una jerarquía, principios deudores del diseño.

La comunicación visual en esta urbe tiene diferentes aristas. En el edificio del Times Square, por ejemplo, todo es iluminación; está lleno de anuncios espectaculares lumínicos que describen una infinidad de cosas a la vez, pero ¿es todo esto diseño? Es algo visual, conformado por tipografías, logotipos, colores y contrastes, fotografías, todo ello dispuesto con un formato y diagramación...enton-

5 Avenue-53 St Station



H&M



YU

1 5 4 0



LG

INSPIRED YOU

NEW! GET UP TO A YEAR

YSA

LG

LG

3rd Prize LG G3

1st Prize LG Tone Headset

E BROADWAY'S
BIGGEST STAR
LIVE



A MENZIE

THE

New Musical

226 W 46th St (btwn 7th and 8th Ave)

LUGGAGE
NY

SONY BOWER

once

GRAMMY TONY OLIVIER ACADEMY AWARD-WINNING MUSIC

oncemusical.com

telecharge.com 212-239-4000

bernard b. jacobs theatre

635 W. 46th St. Broadway & 6th Ave



Disney

FOREVER

21





ces la respuesta es sí: además de ser parte de un panorama del consumismo en su apogeo, es sin duda un catálogo de diseño publicitario.

Estamos hablando de una de las ciudades más visitadas y cosmopolitas de todo el mundo; un lugar idóneo para observar y percibir un poco la definición de diseño, esa forma de planificar y dar una solución visual, de representar palabras con imágenes, y que utiliza una necesidad, asimila su transformación y significado para vender un producto, anunciar algún hecho, difundir o expresar alguna sensación. El mundo que habitamos es un producto diseñado por y para el ser humano, y responde principalmente a sus necesidades. Nuestro entorno atiende a un concepto y a una definición del diseño que va más allá de ver grandes espectaculares luminosos llenos de publicidad.

Si nos adentramos más en la vida de Nueva York podremos experimentar el pequeño diseño, el que se centra en los detalles y la simpleza, en la importancia del comienzo del punto y la línea. Pensemos en los carteles colgados en los semáforos, en la interacción entre las pequeñas galerías y el *street art*. Dado que esta ciudad parte de un esquema multicultural, las tendencias del mundo observan cada cambio ocurrido aquí, una ciudad llena



de contrastes, repleta de ilustraciones o carteles que nos comunican visualmente el entorno cultural. Las ideas que lo alimentan surgen en su mayoría de un impulso por poder expresarse, de la percepción, de alguna noción o reflexión, en un proceso de comunicar y transmitir tales intenciones. Esto se refleja en murales de artistas independientes que encuentras esparcidos por las calles de Nueva York; incluso aprecias ese esfuerzo por llamar la atención visual entre el tráfico y las luces.

Expresarse de manera independiente es lograr que el diseñoacapare y llegue a competir con la publicidad. Entonces lo visual se torna reflexivo. Después de un tiempo, las grandes tendencias en una ciudad se vuelven monótonas, incluso aburridas; de ahí que se agradezca la percepción de otros diseñadores, cuyos puntos de vista dotan de expresividad y realzan las calles de Nueva York, tal como los talleres, locales experimentados en las ilustraciones, estampas o estencil.

Así, en una ciudad como ésta, el diseño gráfico logra comunicar por distintas vías, de distintas maneras y en distintos idiomas. No olvidemos que la ciudad está conformada en gran medida por inmigrantes, quienes le otorgan una diversidad cultural que aporta también al diseño. En el ámbito gráfico



existen buenos ejemplos, como los barrios de China Town o Little Italy, con sus letreros y anuncios en sus respectivos idiomas, más otros que anuncian "se habla español" en algunos locales. Nueva York está atravesada por ejemplos de diferentes ámbitos de lo gráfico; basta percibir de lo general a lo particular elementos comparativos y de estilos para el diseño. Ello se debe a que el diseño gráfico se disuelve en la vida cotidiana y se comparte en muchas disciplinas, de modo que terminan por comunicar visualmente a escala masiva –ya sea para dar a conocer un nuevo sitio o para promocionar algún producto– mediante empaques, ilustraciones para acompañar diseños, páginas web (al final, no obstante, también la contracorriente se vuelve moda). Habitados ya al diseño, no debemos olvidar el significado de los pequeños detalles del mismo y valorar que responde a alguna necesidad, por lo cual ha sido creado desde una diagramación y pasado por tipografías, imágenes, colores y formatos.

El diseño de manera gráfica se podría analizar como el reflejo visual independiente, social, institucional o comercial que vemos día a día, que puede, o no, impactar a los receptores y que es influenciado por la cultura, costumbres, educación, país, etcétera; además busca, de manera sintética, transmitir mensajes combinando elementos gráficos cuyo resultado puede dar diferentes parámetros visuales, necesarios para una óptima resolución visual e interpretación adecuada al mensaje. De este modo, los elementos gráficos son caracterizados por las necesidades lógicas de la comunicación, para llevarlas a cabo en diferentes formatos de gran o pequeña escala.

