

Comunicación gráfica para interpretar o patrimonio... ou como ser intérprete gráfico e non morrer no intento

Graphic Communication for Heritage Interpreting... or how to be a graphic interpreter and not die in the attempt

Enrique Mingote Rodríguez. Diseñador gráfico e ilustrador (Galicia-España)

Resumo

Este artigo non é só un compendio de normas sobre o deseño gráfico aplicado á Interpretación do Patrimonio, senón un manifesto sobre o que é un interprete grafico e cal é a situación destes/as profesionais a día de hoxe. O traballo do interprete grafico circunscribe dentro do que se denomina Interpretación do Patrimonio "non persoal" realizada por un interprete non presente no momento da visita do público e levada a cabo por medio de elementos de comunicación grafica. Un artigo que intenta arrojar un pouco de luz sobre unha profesión complexa e non suficientemente valorada. A orixe está no descoñecemento de todo o proceso creativo..

Abstract

This paper is not just a summary of graphic design rules applied to Heritage Interpreting, but a manifesto regarding what a graphic interpreter is and in what situation these professionals are nowadays. The work of a graphic interpreter is included in "non personal" Heritage Interpretation, done by an interpreter who is not present at the time of the public's visit and carried out through elements of graphic communication. The paper tries to shed some light on a complex, undervalued profession. The origin of this situation is In the lack of awareness of the entire creative process.

Palabras chave

Interpretación, deseño, comunicación, ilustración, cartel.

Key-words

Interpreting, design, communication, illustration, poster.

«Búscanse homes para unha viaxe perigosa. Soldo baixo. Moito frío. Non se asegura retorno con vida. Honra e recoñecemento en caso de éxito».

Cando o explorador Ernest SHACKLETON inseriu este anuncio na prensa británica nos primeiros meses de 1914, non imaxinou canto de verdade había naquela terrible oferta de traballo. Tratábase de atravesar a pé por vez primeira o continente antártico, unha misión capaz de pór a proba o amorne de calquera aventureiro romántico, cando o mundo estaba por descubrir.

Este anuncio ben puidese ser o publicado á hora de contratar a un interprete gráfico. Unha profesión chea de dificultades, só recoñecida en caso de éxito.

Antes de empezar a escribir estiven tentado en facer un breve tratado-compendio das normas esenciais para a realización de publicacións interpretativas, pero creo que é moito máis interesante coñecer o que hai detrás desta profesión. Polo menos para aquelas e aqueles que queiran embarcarse, fágano con coñecemento de causa.



Para empezar, como toda profesión vocacional e “altruísta”, leva implícita unha serie de compromisos que non debemos eludir, como facer o recordatorio da comuñón de familiares, a invitación de voda do cuñado do teu amigo, os logotipos de toda ONG, asociación, club ou empresa coa que teñas relación por moi afastada que sexa. Evidentemente sen custo algún, porque somos “colegas” e es “o dos debuxos”. Como moito, e con sorte, alguén se decatará que a ilustración



da portada do libro de tal Ministerio, ou da Asociación de... é túa. Un gran consolo.

Pero se aínda con todo, o suxeito persiste no empeño e decide dedicarse profesionalmente a este traballo, debe saber que os perigos non fixeron máis que empezar.

Coñeces a última versión do último programa de computador que saíu? Líchesche o manual de uso dos dez programas máis utilizados? Porque se non é así, xa sabes onde está a porta.

Unha vez cumpridos estes sinxelos requisitos iniciáticos, busca na rede de redes, páxinas de deseñadores e ilustradores que segundo os “entendidos” sempre son mellores que ti. Cen ou douscentos perfís como o teu.

Ata algún, poida que non estude cinco anos como ti, nunha escola de deseño e que sen título e cuns coñecementos rudimentarios de computador poida tirar para adiante. Se é así, pode ser por tres razóns:

1. Autodidacta con talento innato.
2. Un bo padriño que achegue un volume considerable de traballos.
3. Ambas as razóns nunha soa.

A isto podemos chamalo imponderables consustanciales, e será un escollo máis, co que sempre debe de contar quen queira dedicarse a este oficio.



Pero cal é a diferenza que lle permite ao interprete gráfico manterse con vida? A primeira e máis sinxela é que en cada traballo damos o mellor de nós mesmos, porque cremos o da obra ben feita, entregada no prazo estipulado, aínda que iso poida significar moitas máis horas diante do computador.

Mais que un “artista” é un profesional cualificado. O cal non quere dicir que se cobre a hora a prezo de arte senón a prezo de fontaneiro.

A segunda diferenza está en como facemos as cousas.

Non se trata de colocar unha galería de bichos, nin unha sucesión texto-foto. Debemos situalos de xeito tal, que exista unha harmonía entre textos e imaxe. E sobre todo, se se trata de ilustracións, a cousa complicase e os distintos elementos necesitan interactuar entre si, para que a escena teña movemento e vida.



Solucionado o problema da composición do cartel, temos que lograr que o público que visita un lugar físico ou virtual, detéñase durante uns segundos para que a mensaxe chegue ao seu destino. Nese primeiro achegamento, a comunicación debe ser tan áxil, rápida e atractiva como para cativar ao público e facerlle partícipe daquilo que estamos interpretando. O destino último da mensaxe non é o cerebro, senón o corazón. Desde alí debe emprender un camiño de volta convertido en sensacións ou emocións que teñen como fin último o aprecio e protección do noso patrimonio.

Porque se non somos capaces de transmitir emocións, dificilmente seremos capaces de que o espectador sexa o primeiro interesado na custodia e defensa do patrimonio.

A terceira razón é que o interprete “non persoal” ou interprete gráfico, é un investigador constante. O seu traballo esta máis próximo á figura do científico e o seu laboratorio que á do “friki” do deseño.

Debe de buscar novas fórmulas e avaliar os resultados do traballo realizado. Pola sinxela razón de que existe pouca bibliografía sobre interpretación non persoal, e que a existente é superada de xeito vertixinoso pola aplicación da IP (Interpretación do Patrimonio) ás novas tecnoloxías de comunicación. A análise do propio traballo, da prensa, a publicidade e dos blogs especializados en comunicación gráfica, achegan elementos constantes para unha formación permanente.

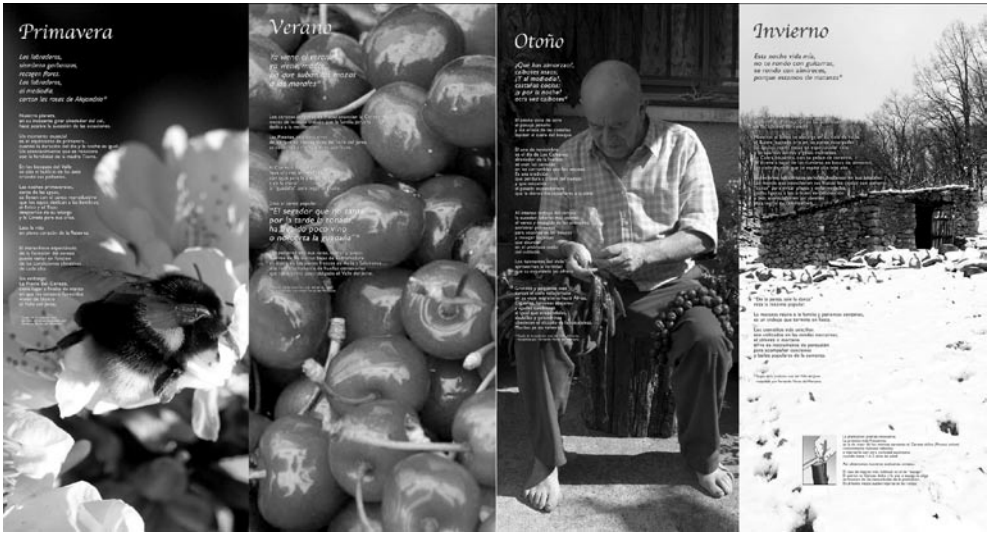
En definitiva, estar na vangarda tecnolóxica pero cunha formación académica en debuxo e deseño clásico que che permita utilizar a técnica máis adecuada en cada momento. Guitarreros, pero previo paso polo Conservatorio de música.

Esta necesidade constante de revisalo todo, permite avanzar e superar erros. Probar novas fórmulas, elementos compositivos, diferentes tipos de letras mellorarán día a día as nosas capacidades.

Quen pensen que están en posesión da verdade absoluta e crean sabelo todo están abocados ao fracaso máis tarde ou máis cedo.

Todo isto trátase do día a día. Pero a peor trampa para o recentemente chegado é crer posible, o éxito ou a fama no campo das Artes Plásticas.

O traballo en “a cova” (o estudo) non é visible. Ninguén coñece ao autor. Un



personaxe gris e anónimo que pasa a vida ante o computador pero que é o maior descoñecido. Que non vai a congresos, exposicións, feiras, xornadas e demais “seráns” interpretativos. Son as empresas as que asinan e rezan en papeis.

A pesar de todo, unha vez conseguida a visibilidade, non acabaron aquí as fatigas. Unha tormenta económica repentina ou os vaivéns políticos das distintas administracións poden significar notables inconvenientes alleos á nosa vontade.

Ceñíndonos ao aspecto da realización de publicacións interpretativas, o que para un profano parece cousa de só media hora, na práctica poden representar tranquilamente cinco ou seis horas de traballo, e por suposto sen facer bosquexo. Porque ninguén incluídos Goya, Velázquez ou Picasso facían bosquexos. Verdade?

Queredes facer un cartel? Seguro?



O primeiro é seleccionar a imaxe (foto, ilustración) en función das dimensións do mesmo. Unha boa foto axuda, pero non é suficiente. Necesita do apoio dun bo texto interpretativo para que a interpretación “non persoal” non sexa “impersoal” e faga chegar a súa mensaxe aos sentidos e aos sentimentos. Unha vez que temos isto, vén a realización do texto.

Se o texto foi realizado por algunha persoa descoñecedora do que é a IP, traerá algo así como tres ou catro folios con palabras ben técnicas, para que se vexa que sabe do que fala. Ordovícico, briofíticas, industrias líticas etc.

Logo de insistir por activa e por pasiva que o texto non vai caber, que non se pon os textos xustificados e que ademais ten que ir en dous idiomas, chegaremos a unha solución salomónica. “Ou o pos todo, ou cho comes con patacas”.

Aínda así intentaremos darlle o maior equilibrio posible á combinación de imaxes e texto.

Un cartel interpretativo é o mesmo ca un cartel informativo?

A resposta é non. O cartel informativo achega ao visitante unha serie de datos de interese pero non pretende un cambio de actitude ante aquilo que observa.

O cartel informativo pode realizarse con finalidades didácticas, para que o público teña coñecemento dunha determinada actuación ou para aumentar a seguridade do visitante cando acude a un determinado lugar.



En principio, non obriga a complexas combinacións de imaxes e textos.

O cartel e en xeral todas as publicacións interpretativas deben resolver problemas de comunicación relativos ao patrimonio de forma orixinal e precisa. O obxectivo do deseñador é que os seus deseños sexan relevantes hoxe e eficaces mañá.

A interpretación utiliza as ferramentas de comunicación para aumentar o grao de satisfacción do público que visita un lugar que posúe un valor patrimonial.

Estas técnicas poden ser realizadas por un intérprete “in situ”, ou “ex situ” fóra do lugar por un intérprete presente (interpretación persoal) ou por un intérprete omnisciente (que non está) pero que achega elementos de comunicación interpretativa (interpretación non persoal).





O deseño gráfico en IP permite interpretar o patrimonio por medio da imaxe facilitando a transmisión da información dun a xeito máis atractivo e comprensible.

Anima á lectura autoseleccionando ás audiencias para que cada cal poida ler ao seu ritmo e segundo o seu interese.

Para iso separa os contidos estruturándoos en niveis ou rangos. Estes niveis non restrinxen o deseño artístico senón que provén ao interprete dunha estratexia.

A imaxe simplifica ideas, aforra espazo de texto.

Os elementos de comunicación gráfica interpretativa poden ir desde o simple cartel ou folleto, a sofisticados audiovisuais, animacións flash, presentacións en Power Point, webs, ou infografías, imaxes en 3D ou calquera outro recurso ao seu alcance, para centros de visitantes, exposicións e sinalización exterior.

Para iso apoiámonos en todas as posibilidades gráficas chegados da publicidade (revistas, periódicos ou calquera medio publicitario pódenos achegar esquemas que poden servirnos para o noso traballo). As boas publicacións



interpretativas teñen un guión ben concibido, e desenvolven un tema de forma lóxica simplificando conceptos complexos minimizando o esforzo requirido.

Un difícil encaixe de palillos

Desde logo o noso labor é todo menos sinxelo, posto que nun mesmo soporte teñen que combinarse de xeito preciso, cor, imaxe e texto, que ademais en zonas públicas compite co contorno e outros carteis.

Se alguén pensa que as cores utilizadas son froito do azar equívocase.

Cada cor, ata cada escala variable do mesmo, ten o seu significado.

A cor é importante en función da fonte de luz. Se está en exteriores a pleno sol unha cor moi intensa contrasta máis e desgástase menos que aquelas cores neutros ou con valores altos.

A iluminación da exposición inflúe na percepción da cor.

Para exposicións escasamente iluminadas utilizaremos fondos claros e tons vivaces. Se a

iluminación é adecuada ou os soportes gráficos están situados no exterior, as cores poden ser máis escuras requirindo menor nivel de contraste.

Temos que saber que uso da cor determina o resultado final do deseño. É unha elección difícil. Pero por que escoller un e non outro?

Tan simple como que a cor vese inmediatamente desde unha distancia maior que calquera forma, palabra ou debuxo, sendo a 1ª característica que



capta o ollo de envases, libros, pósteres ou revistas.

A cor axuda a crear unha atmosfera proxectando estados de ánimo ou sensacións. A cor ten unha natureza subconsciente:

- A cor viva dos alimentos asociámola a frescura do produto.
- Un corpo bronceado evoca sensación de benestar.

A utilización de diferentes temperaturas de cor busca producir uns efectos desexados concretos.

As cores cálidas: son estimulantes e excitantes (lume, sangue e sol).

As cores frías: son calmantes e sedantes (auga, xeo, ambientes fríos ou sombríos).

Segundo sexa o tema ou ton da exposición seleccionaremos unha cor determinada. Se queremos facer a exhibición ou que os obxectos parezan máis grande utilizaremos cores cálidas. Para quitar énfase ou que pareza máis distante usar cores frías.

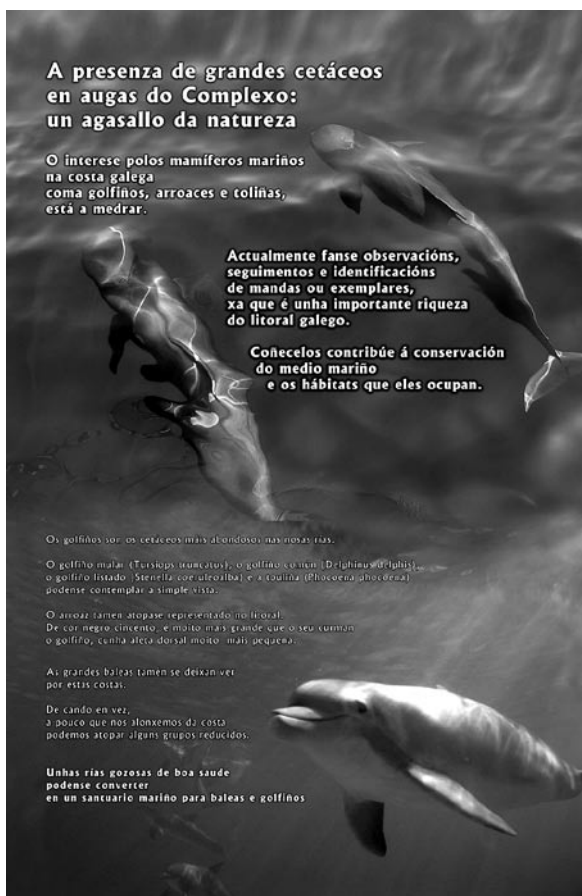
A cor atrae e mantén a atención do espectador focalizandoa nun espazo breve de tempo.

Demostrouse que o que primeiro se capta nun deseño é a cor, logo o debuxo e a continuación os signos formais, as marcas, os logos e as frases. A cor transmite información e fai que a información recórdese.

Unha imaxe en cor ten 40 % ou máis de atención que outra idéntica en b/n.

Nun xornal detémonos alí onde hai cor.

De día a nosa apreciación da cor é máis sensible á luz amarela.



Por que non facer todos os carteis así? Porque o amarelo distorsiona exposto ao sol en longos parágrafos de texto facendo que os textos vibren.

Unha vez que conseguimos unha combinación equilibrada de texto e imaxe, debemos de ter en conta o tipo de letra, xa que non todas teñen o mesmo índice de lexibilidade. O tamaño é importante sobre todo se falamos de textos, posto que se é demasiado grande non poderemos colocar toda aquela información, ou se a letra é demasiado pequena, o esforzo requirido para a súa lectura pode ser un grave inconveniente para que alguén queira ler o noso cartel.

Entre o texto e a imaxe, o deseñador coa sutilmente elementos imperceptibles que facilitan a lectura e evitan a fatiga expositiva. O balance visual entre os distintos elementos compositivos evita unha situación semellante a cando vemos un cadro torto. Hai algo que nos molesta.

Outra das axudas consiste en repetir o esquema de composición nunha serie completa de carteis. Rapidamente o ou a espectadora aprende onde se atopa a información principal e a secundaria. Deste xeito descansa e pode reter maior cantidade de información. Para iso é moi útil colocar esta información secundaria en bandas de cor ou recuadros de cor, que centran a nosa atención por diferenza e énfase (os elementos de deseño dirixen

a mirada do ollo cara a un determinado punto).

Non debemos esquecer tampouco os espazos ente formas, que “dan descanso” ao ollo e axudan a colocar elementos que poden engadirse con posterioridade.

Unha última cuestión pode ser a utilización moderada de brillos e sombras nos textos. Con iso facilitamos a súa lectura sobre fondos complexos. Unha utilización excesiva emborrona e distorsiona o cartel.

Terminado todo o proceso de deseño cabe preguntarse se as proporcións que vemos na nosa pantalla adaptanse á escala real. Para iso nada mellor que facer unha proba de impresión dunha porción de texto e dos logotipos a tamaño real para ver o resultado.

Creo que xa me desviei cara ao tratado-compendio de normas sobre deseño en interpretación do patrimonio. E este é un tema que pode encher unha enciclopedia.

En resumo se alguén quere dedicarse a interpretar gráfico, que non pense en navegar por augas tranquilas, senón que terá que ir rompendo o xeo tal como *Shackleton* no “Endurance”.

Que conste que vos avisei. Para o meu é demasiado tarde.