



FACULTAD DE
ARTES Y
HUMANIDADES



DOCTORADO EN
DISEÑO
y creación

Los *Memes* como modelo comunicativo verbal de mensajes visuales

Doctor Walter Castañeda Marulanda

Director de tesis: Doctor Adolfo León Grisales Vargas

Línea de investigación: Interrelación diseño, arte, ciencia y tecnología

Introducción



Figura 1. Pieza gráfica para una campaña disuasiva

La figura 1 presenta lo que podría ser una pieza gráfica con un mensaje estándar para diversidad de personas en el mundo. Se compone de un cigarrillo, su ceniza acumulada, algo



FACULTAD DE
ARTES Y
HUMANIDADES



de humo y un fondo neutral. No hay más elementos en el plano compositivo, pero los elementos fotográficos y metafóricos, que componen el mensaje visual¹ configuran una pieza de diseño ideal. Es posible que en él intervinieran un diseñador y un grupo de personas especializadas en fotografía, iluminación y los agentes del departamento de salud, encargados de crear estrategias comunicativas de prevención sobre los peligros del cigarrillo.

Las funciones del diseño representadas en esta figura, pueden ir desde la elección de la estrategia comunicativa, de medios de expresión, así como la creación de una estructura a los elementos para facilitar un reconocimiento eficiente y agradable del mensaje. Los atributos visuales de la pieza gráfica, se evidencian en el equilibrio entre la iluminación, la posición y dirección del objeto principal y la ubicación de los textos en el extremo inferior izquierdo, justo donde se tensiona la mirada en el plano². Mediante la adecuada distribución de la imagen y el texto, el lector realiza una lectura inconsciente en la que sus ojos rastrean los elementos por orden de importancia, según lo dispuso el diseñador. La tipografía corresponde a una familia que denota higiene e imparcialidad por su carácter carente de las impregnaciones históricas o estilísticas que caracterizan a algunas familias.

Es de destacar que en la figura 1 se podrían escrutar y reconocer la autoría de la fotografía e inclusive el estilo de quien diseñó, porque destacan la calidad metafórica y el lenguaje de sus componentes. Todo el conjunto evoca una metáfora de contenido sexual por la contundencia del mensaje fotográfico. Mediante este tipo de técnicas procedentes de la psicología, la teoría de la imagen, la publicidad y la planificación, se utilizan la imagen y el texto para que el

-
1. La acepción de mensaje visual se aborda desde la propuesta del chileno Raymond Colle (1999), quien lo entiende como una unidad informativa de carácter icono-verbal, en la que las palabras anclan el significado para estabilizar el significado.
 2. Frente a esto conviene decir que en la percepción de las personas insertas en la cultura occidental se aprecian los objetos de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo, de manera análoga a la lectura de un texto sobre un papel. El diseño de mensajes usa estas convenciones para direccionar o atraer la mirada hacia determinados sectores del plano, para enfatizar algún contenido.



FACULTAD DE
ARTES Y
HUMANIDADES



lector recuerde la campaña que promueve la pieza y asimile el mensaje sobre los aspectos negativos de fumar.

En el conjunto de la figura 1 se esconde una intención metafórica, que dirige su mensaje basado en la condición sexual dominante masculina enfocada en el placer fálico. Las palabras “pérdida” y “sexual” son referentes lingüísticos que en conjunción connotan mensajes culturales negativos entre muchos hombres occidentales. Si a esto se le adiciona la sugestiva potencia del mensaje fotográfico, se obtiene un mensaje visual idóneo porque cumple con el cometido esperado. En otras palabras se puede mencionar que con economía de recursos se logra transmitir todo el concepto relacionado con la prevención.