

María Belén Copello es Diseñadora Industrial, especializada en Gráfica y Técnica en Comercialización. Integrante y becaria en Proyectos de Investigación subsidiados y acreditados por SecyT y por la Facultad de Artes y Diseño, desde 1999. Ha participado en Jornadas de Investigación y publicado en la Revista Huellas (2001 y 2004). Ha realizado Pasantías Laborales en Francia. Desempeña su actividad profesional en el medio. Actualmente cursa la Especialización en Diseño Multimedial de la UNCuyo.

El método iconográfico como herramienta en la medición de la calidad en afiches callejeros de propaganda y/o culturales

Iconografía en el análisis de los afiches del grupo GRAPO

TERCERA PARTE

Con los objetivos de aportar a la Teoría del Diseño Gráfico y optimizar su práctica profesional a través de la obtención de una metodología de evaluación que mida la calidad de afiches callejeros de propaganda y/o culturales; el proyecto de investigación Imagen & Conducta 2¹ analizó cuantitativa y cualitativamente los niveles funcionales, operativos, contextuales y los efectos sobre el público receptor, en diversos productos gráficos, entre ellos, las series de afiches del grupo GRAPO. El novedoso método iconográfico de observación, información y comunicación empleado en el análisis de dichos afiches, complementó la información obtenida con el tradicional análisis cuantitativo.

Introducción

Juan Samaja considera que el científico en el proceso de investigación debe afrontar una doble tarea: en primer lugar *traducir el objeto de la experiencia* precientífica en una fenomenología o morfología expresada *en datos* y en segundo lugar proponer principios que permitan a la comunidad científica obtener todos los estados relevantes o transformaciones posibles con respecto al objeto de estudio.

Pero el *dato* tiene la forma invariante de una *tabla* cuya visualización impide un análisis rápido y preciso de los atributos, relaciones y contextos del objeto de la investigación. Tradicionalmente se han utilizado diagramas de tortas o de barras para visualizar y extraer la información contenida en el dato.

El *método iconográfico de observación, información y comunicación*², al trabajar con *conjuntos de datos* posibilita que el análisis, la interpretación y la presentación de la información adquieran un nuevo carácter en la investigación en Diseño.

El método iconográfico

En el proceso de investigación, el dato es el elemento portador de la información, el que permitirá comprender y generar las bases teóricas del objeto de estudio. Puede ser numérico, alfanumérico, textual o combinado, y se organiza en una matriz constituida por unidades de análisis (UA), variables (V) y valores (R). En la matriz, las UA ocupan las filas, las V las columnas y los R se encuentran en el cruce de ambas (**imagen 1**).

Según Samaja, la tarea de investigar científicamente consiste en construir sistemas de matrices de datos, llenarlas, procesarlas e interpretarlas.

En la visualización mediante el método iconográfico, las UA quedan representadas gráficamente mediante puntos en el hiperespacio; la proximidad entre ellos determinará el grado de semejanza. Un individuo es más semejante a otro cuanto más próximos sean sus valores en el conjunto de las variables³.

En cuanto a las V cualitativas, cuantitativas y/o textuales, pueden estar representadas en el plano por puntos o por vectores, dependiendo del tipo de V graficada. Si su representación grá-

fica consistiera en puntos, se aplicaría el mismo principio que en las UA, y en el caso de ser vectores, es el ángulo conformado el que determinará sus asociaciones. Una variable está más relacionada a otra cuanto menor sea su ángulo respecto de otra, cuyo coseno es interpretado como el coeficiente de correlación entre ellas⁴ (**imagen 2**).

La representación gráfica del conjunto de datos debe analizarse agrupando los individuos semejantes según la tipología de las variables analizadas (**imagen 3**).

Aplicación iconográfica en los Afiches Conmemorativos del 25 de Mayo

Los afiches callejeros de propaganda y/o culturales han constituido el objeto de estudio del proyecto de investigación IMAGEN & CONDUCTA 2. Para la obtención del dato portador de información, el equipo de investigación analizó cuatro series de afiches de aparición mensual expuestos en la Facultad de Artes y Diseño de la UNCuyo. Para este artículo se seleccionó la primera de las series.

La temática de los afiches analizados giró alrededor de una mirada actual de la historia de Argentina y el mundo. Sus autores, el grupo de Diseño GRAPO -Gráfica Popular-integrado por profesores de la Carrera de Diseño Industrial, expresan en su manifiesto⁵ la intención de recuperar la pasión por el diseño, la alegría del trabajo, la experimentación y la innovación frente a la dictadura de los códigos del mercado.

Se aplicó la medición cuantitativa y la técnica de la encuesta, consultándose la opinión de 53 estudiantes de grado de la FAD respecto a los afiches conmemorativos de GRAPO. Los encuestados -jóvenes de ambos sexos, entre 18 y 31 años- tenían la posibilidad de comparar al mismo tiempo los cuatro afiches integrantes de la serie.

Con el objetivo de visualizar los niveles funcionales, operativos y contextuales que intervienen en la elección y retención del afiche, teniendo en cuenta además la edad y el sexo del receptor, se aplicó el método iconográfico.

Primer Paso: configuración de la matriz de datos

Unidades de análisis (UA)= 53 individuos
 Variables cualitativas cuantitativas y textuales (V) = edad, sexo, gusto, recuerdo, preferencia, impacto teniendo en cuenta la imagen, la originalidad, la legibilidad, el contraste figura/fondo y el color.
 Valores (R)= información numérica codificada (1,2) y textual en el cruce de la matriz.

emplearon Variables Cuantitativas, Cualitativas y Textuales al mismo tiempo.

Tercer Paso: jerarquización visual

Para facilitar la interpretación y el análisis de la información, se agrupan las UA por semejanza y se asocian las V, jerarquizando la información en función del objetivo de análisis (**imagen 4**)

Segundo Paso: graficación de los datos

Se trabajó con el programa XLSTAT y con el Análisis Factorial de Correspondencias Múltiples (AFCM), debido a que en la matriz de datos se

Cuarto Paso: interpretación y análisis

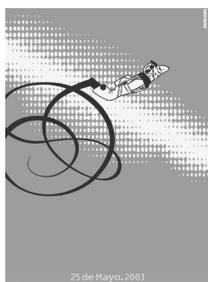
Es necesario tener en cuenta que la muestra (n=53) tiene una tendencia joven-femenina; el 76% de los encuestados son mujeres y 91% son estudiantes entre 18 a 21 años.



Entre las mujeres de 18 a 21 años, el afiche A, ha sido el preferido en gusto y también el más retenido en la memoria. Dado que este grupo es el más numeroso, este afiche ha sido el de más impacto en cuanto a su imagen. Para los estudiantes jóvenes - adultos que abarcan entre los 22 y 31 años, el impacto ha estado dado en el color.



El afiche B ha sido el preferido en general por el total del grupo encuestado y su impacto ha estado dado en el color. En cuanto a la retención en la memoria, este afiche se dirige directamente a los jóvenes de entre 18 a 21 años y por lo tanto, es el más recordado dentro de ese grupo. Sin embargo, en la franja del adulto-joven, este afiche ha tenido un gran impacto por la fuerza de su imagen.



Teniendo en cuenta la elección por gusto, el afiche C, atrae a las mujeres jóvenes que lo encontraron original y valoraron la diferenciación figura-fondo para impactar. Este afiche ha sido retenido en la memoria por los estudiantes masculinos entre 18 a 21 años, entre los cuales ha impactado el color.



El afiche D tiene una tendencia muy masculina; ha sido elegido y retenido en la memoria por los hombres entre 18 a 21 años. Para este grupo, el impacto visual está dado por la originalidad. Para las mujeres, en cambio, por el color de la pieza. El impacto de la legibilidad está altamente asociado con la relación figura-fondo; tanto este afiche como el primero han sido elegidos por la totalidad de la muestra como los más legibles y contrastantes.

El mensaje denotativo y el connotativo son decisivos en la retención del afiche en la memoria del observador. En el caso puntual de las mujeres, el recuerdo está asociado sobre todo con la identificación del código visual y con el mensaje denotado.

Conclusión

La investigación en Diseño permite llegar al conocimiento científico a través de diversos

métodos complementarios y sinérgicos. El método iconográfico comienza a posicionarse como un complemento a los tradicionales métodos de análisis debido a la riqueza en las asociaciones generada por conjuntos de datos y a su novedosa e impactante configuración gráfica. Como sostiene Césari, "las figuras dadas por los gráficos presentan constataciones, inferencias y estimaciones, constituyendo un precioso instrumento de análisis y comunicación, simultáneamente".

Imagen 1: Matriz de datos

Nº Encuesta	Edad	Promedio Edad	Sexo	Gustó +					Recuerda +					Qué recuerda					
				A	B	C	D	Ni	A	B	C	D	Ni	D	C	DyC	CV	T-I	
1	20	joven	femenino	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1
2	20	joven	femenino	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1
3	19	joven	masculino	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	
4	19	joven	femenino	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	
5	20	joven	femenino	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	
6	19	joven	femenino	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	
7	20	joven	femenino	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	
8	19	joven	femenino	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	
9	19	joven	femenino	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	
10	19	joven	masculino	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	
11	19	joven	femenino	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	
12	20	joven	masculino	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	
13	19	joven	femenino	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	
14	19	joven	femenino	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	
15	19	joven	femenino	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	
16	19	joven	femenino	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	
17	20	joven	femenino	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	

Unidades de análisis

Variables

Imagen 2: Correlación de variables / Fuente: Ricardo Césari

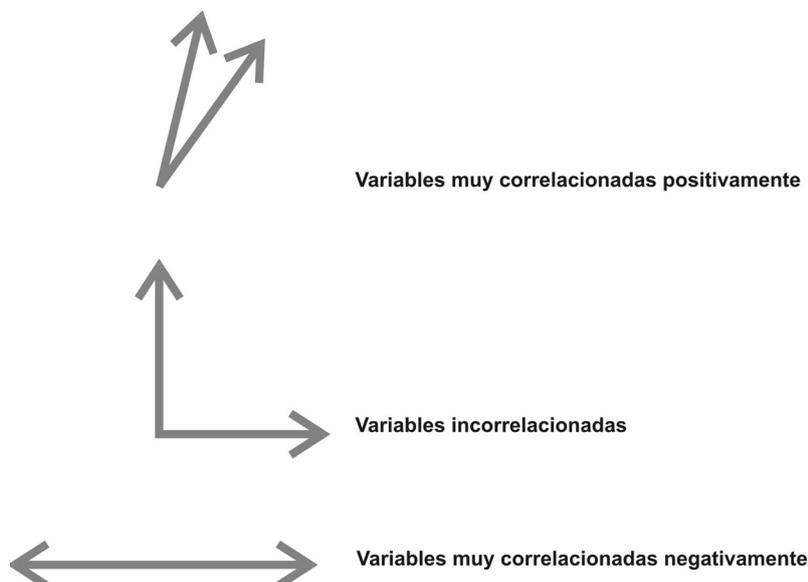


Imagen 3

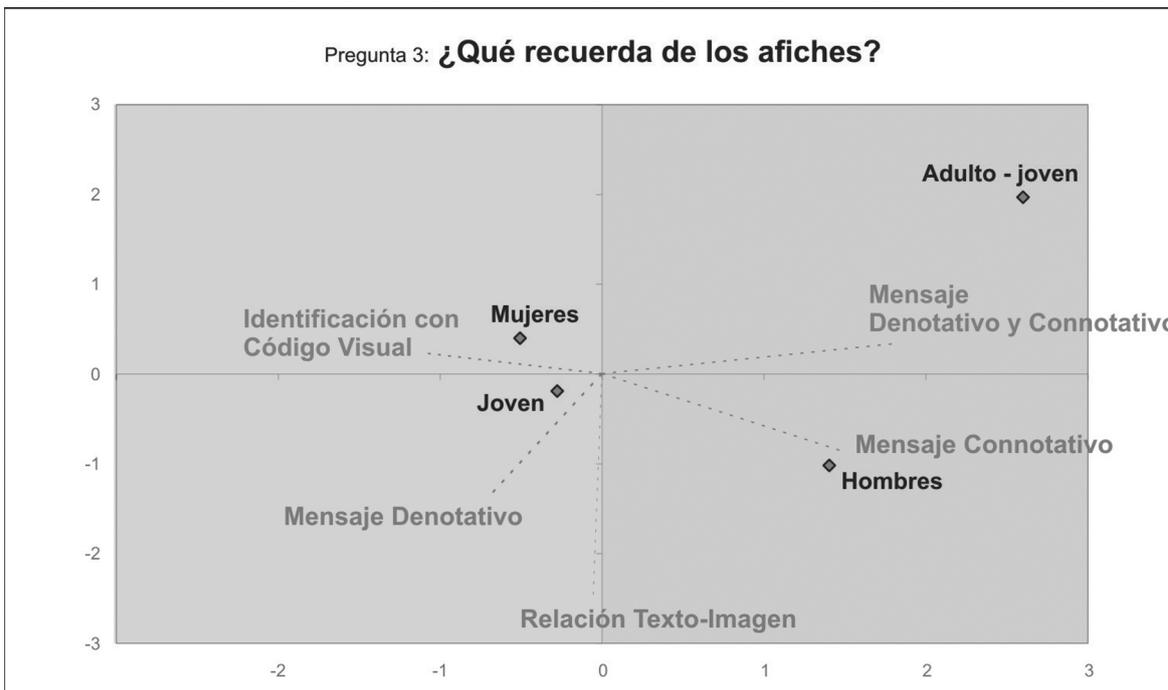
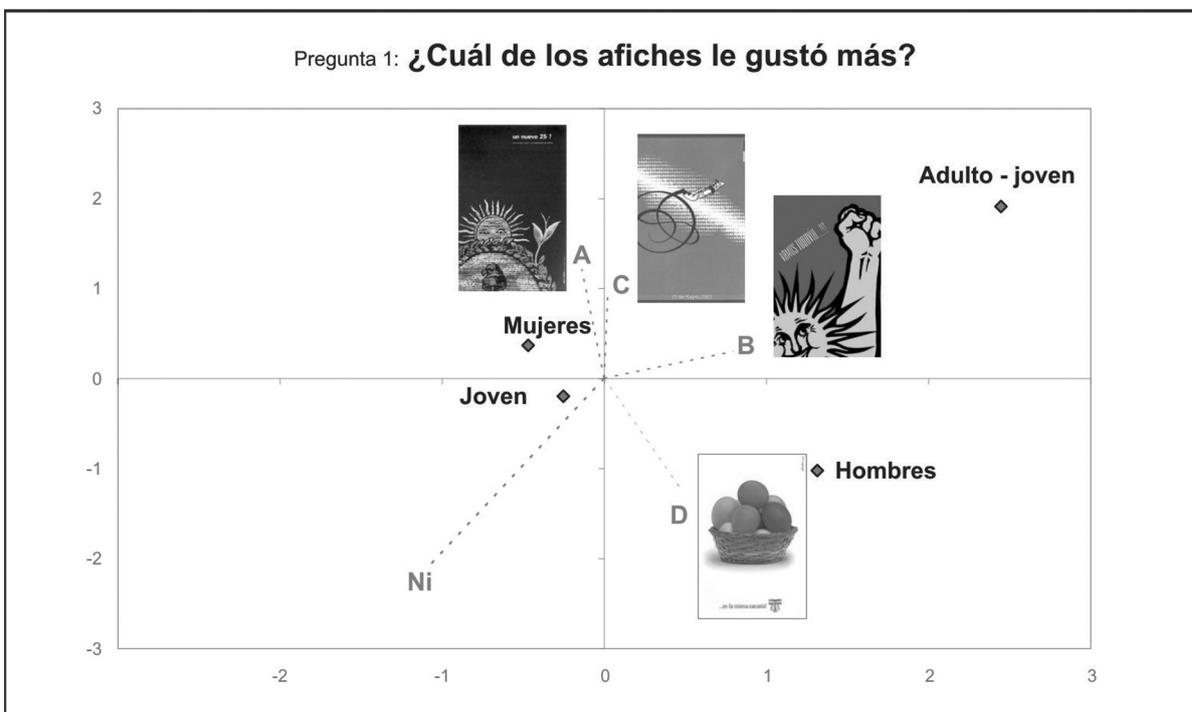


Imagen 4



Notas

1. IMAGEN & CONDUCTA 2. *Función operativa de las imágenes visuales sobre las conductas sociales. Una propuesta metodológica para la medición de la calidad en productos de comunicación gráfica: afiches callejeros de propaganda y/o culturales.* Proyecto subsidiado y acreditado por Secretaría de Ciencia y Técnica. Convocatoria de proyectos bianuales 2002-2004. Período de desarrollo: 2002 - 2004. Equipo de trabajo: Director: Viviana Zani. Codirector: Claudia Zozaya. Integrantes: Diana David, Laura Dufour, Claudia Cabut. Egresadas: Elsa Benito, Belén Copello, Laura López, Mariela Tenutta. Alumnas de la carrera de Diseño: Mariana Mari Kaul y Cecilia Monllor. Evaluación de Informe de Avance: Aprobado. Calificación: Muy Bueno
2. Método iconográfico de observación, información y comunicación: término propuesto por el Ingeniero Ricardo Césari
3. Césari, Ricardo, Seminario de Posgrado "Investigación y Tesis", Dirección de Investigación y Desarrollo, Facultad de Artes y Diseño, UNCuyo, Octubre 2003, pág. 28.
4. *Ibidem.*
5. Castro, Edgardo; Colombano, Ricardo; López, Eduardo y Sarale, Luis, "Grupo GRAPO. Gráfica Popular", Revista Huellas... Búsquedas en Artes y Diseño, N° 3, Mendoza, Argentina, Dirección de Investigación y Desarrollo, Facultad de Artes y Diseño, UNCuyo, Noviembre 2003, pág. 71.

Bibliografía

- Césari, Ricardo, Seminario de Posgrado "Investigación y Tesis", Dirección de Investigación y Desarrollo, Facultad de Artes y Diseño, UNCuyo, Octubre 2003.
- Césari, Ricardo y Césari, Matilde, Seminario "Métodos iconográficos de observación, información y comunicación en el proceso de investigación", Ciclo de Licenciatura en Gestión y Comunicación Gráfica, Facultad de Artes y Diseño, UNCuyo, Octubre 2005.
- Revista *Huellas... Búsquedas en Artes y Diseño* N° 3, Dirección de Investigación y Desarrollo, Facultad de Artes y Diseño, UNCuyo, Mendoza, noviembre 2003.
- Revista *Huellas... Búsquedas en Artes y Diseño* N° 4, Dirección de Investigación y Desarrollo, Facultad de Artes y Diseño, UNCuyo, Mendoza, noviembre 2004.
- Samaja, Juan, *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*, Eudeba, Buenos Aires, 1997.