

ESTAT ESTÈTIC, UNA NOVA PROPOSTA METODOLÒGICA AL VOLTANT DE LA INVESTIGACIÓ CIENTÍFICA SOBRE ELS MITJANS IMPRESOS

DANIEL TENA PARERA

(Resum de la tesi doctoral elaborada sota la direcció
del Dr. Angel Rodríguez)

El títol de la tesi doctoral en què s'orienta el text és *La influencia de la composición gráfica en la elección de un bloque de texto escrito* i representa un esforç per objectivar el component més abstracte de la composició impresa: la forma. El mètode que s'aplica en l'esmentada tesi doctoral ha estat el ja aplicat i experimentat en altres camps de la comunicació com ho són la ràdio o la televisió dins del marc del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona.

A treballs anteriors com són el d'Armand Balsebre: *Las imágenes auditivas en la radio*; *La redundancia radiofónica escrita*, de Manuel Pereira; *El ritmo en la expresión radiofónica*, de Juan José Perona; *Creatividad i recursos visuals a la informació televisiva diària*, de Patricia Lázaro; o *El papel de la voz en la publicidad audiovisual dirigida a los niños*, de Normi Montoya els segueix la tesi doctoral *La influencia de la composición gráfica en la elección de un bloque de texto escrito*, en el marc del mètode d'anàlisi instrumental que consisteix en un esforç per crear instruments objectius de mesura per aplicar-los a l'estudi de la comunicació de massa.

Les conclusions a les quals s'arriba amb la tesi doctoral no solament són aplicables a l'imprès tradicional sinó que ha estat voluntat des d'un bon començament el formular hipòtesis que permetessin poder aplicar-les a d'altres mitjans de comunicació en general i, en concret, s'ha pensat en els suports digitals, com Internet.

L'objectivitat i la subjectivitat

El mitjà imprès no és aliè als avenços tecnològics i comparteix, al mateix temps, una necessitat cada cop més imprescindible de realitzar missatges més eficients.

En els darrers anys s'està vivint una transformació dels mitjans de comunicació en general i en particular dels suports textuals: els impresos. Cada cop més es farà més necessari conèixer l'ús que en fa el receptor del mitjà utilitzat. Caldrà conèixer quins efectes produeixen en ell determinats estímuls visual.

Es diu la part més abstracte, en ser considerada pels professionals del mitjà com físicament poc mesurable i fins i tot gens observable: Abstracte en tant que, com diu Martín (Martín, 1995: 5): «*es el ¿Cómo?*». Com l'estètica, el disseny gràfic permet traduir els continguts a missatges òptics, capços de despertar l'interès dels lectors.

La representació dels continguts es basa en bona mesura en els recursos visuals. Però, des de l'època de la Bauhaus, no hi ha hagut estudis ni aportacions de conceptes revolucionaris en aquest àmbit que facin suposar una millora del producte imprès. Tota l'anàlisi es realitza amb posterioritat a la producció i consisteix bàsicament en la descripció, més o menys acurada, realitzada per un especialista o, fins i tot, pel propi autor.

Per altra banda, el gust com a mesura d'anàlisi no ens serveix. Cadascú de nosaltres té una hipotètica escala personal respecte als productes que ens envolten. En tot cas, les rutines productives sempre han fet referència al gust preponderant en un moment donat de la història, la qual cosa no fa més que deixar-nos desconcertats en la feina de valorar objectivament el producte imprès.

La qüestió principal és: Com millorar la comunicació impresa? com produir missatges més eficients? i com analitzar els productes impresos sense ser excessivament subjectius?

El punt de partida el trobem quan ens preguntem: En quina mesura els missatges impresos són objectivament eficients? o per contra, la construcció de missatges gràfics es fonamenta en l'especulació creativa, la intuïció artística o en les rutines productives que generen un gust preponderant en un moment determinat.

L'Estat Estètic

Davant l'observació de diferents pàgines impreses, —per exemple pàgines de premsa diària, de revistes, fins i tot de pàgines web— es poden apreciar diferències entre unes i altres. Fins i tot en el cas de poder disposar de dues pàgines amb la mateixa informació textual, els diferents tractaments gràfics fan que el lector senti una determinada predilecció per unes pàgines en detriment d'altres. De la mateixa manera que es prefereixen determinades pàgines es fa amb determinats elements dins d'una mateixa pàgina.

Aquest elements compleixen entre d'altres les següents funcions: a) Matisen la rellevància de cada un dels continguts. b) Estableixen un ordre o jerarquia d'importància entre els continguts. c) Fan que el lector mantingui una atenció addicional a determinats continguts informatius.

Sense perdre de vista altres suports informatius —suports digitals—, el nostre punt de partida és la pàgina impresa i tot buscant els motius pels quals el lector reacciona davant els elements gràfics, podem afirmar que aquest ho fa en funció de l'Estat Estètic (Tena, 1998: 20). L'Estat Estètic és aquella formulació —tractament formal— que proporciona al lector percepcions visuals que li provoquen una actitud de preferència en front el producte gràfic.

Sembla evident que el lector valora el que més li satisfà i en l'ordre en què ho fa, tot mirant els elements de la pàgina. D'aquesta forma, la mirada es converteix en l'enllaç entre el lector i els elements formals de la pàgina. El lector es veu involucrat en les percepcions que li arriben de la pàgina i l'indueixen a tenir una actitud determinada. Aquesta actitud pot ser d'aproximació o de rebuig.

L'elecció de determinades pàgines o, fins i tot, de determinades publicacions en front d'altres es basa en el concepte de *preferència*. La preferència és l'elecció de determinats elements de la pàgina o de determinades publicacions, que estan en competència, entre les quals el lector escull uns en detriment d'altres (Tena: 1998, 22).

Sense oblidar els conceptes d'estat estètic i de preferència, es fa necessari un altre concepte que permeti generar els dos anteriors. És a dir, alguna cosa que permeti a la pàgina o a determinats elements de la pàgina millors resultats en la captació de la mirada. O dit d'una altra forma, que els elements siguin mirats de manera més preferent.

Això ens porta a proposar el concepte de *Visualitat*, el qual definim com la capacitat que té la composició gràfica i els elements que la integren, és a dir, l'imprès en la seva totalitat, d'atraure l'atenció del lector (Tena: 1998, 23). Al marge queden investigacions que sobre el disseny gràfic ens parlen de la legibilitat. Tot i ser un terme molt utilitzat, no ens centra en la problemàtica d'estudi. La legibilitat és un problema de lectura lineal i l'estat estètic, la preferència i la visualitat s'ocupen de la lectura global.

Processos perceptius

Els conceptes de la Bauhaus, revolucionaris en el seu moment, sobretot en la tipografia, són avui dia encara molt vigents. Els agrupaments perceptius, proposats per la Gestalt permeten encara avui en dia explicar els processos perceptius. Però no tant sols podem explicar els processos per-

ceptius des de la Bauhaus. Cal fer referència als aspectes cognitius. En aquest sentit, com afirma Dember, els aspectes que influeixen en la percepció visual, des d'una perspectiva cognitiva són: la predisposició, l'ambigüitat, la familiarització, la freqüència, la significació, el context, la recerca, l'activació, la sinèrgia i la memòria (Dember: 1990, 343 i ss.).

Amb el plantejament anterior adquireix sentit la proposta donada a la tesi doctoral sobre el *Model de capacitat visual* (Tena: 1998, 80). Aquest model es basa en el procés de percepció realitzat en tres nivells: 1) Exploració, 2) Selecció i 3) Atenció.

En l'exploració es respon a determinats estímuls visuals que permeten captar el contingut global de la informació i de la seva jerarquització. En aquesta etapa es realitzen un seguit d'exploracions parcials que han estat anomenades seqüències d'impacte on el lector realitza un procés d'atenció parcial: mira, escull però no arriba a seleccionar la informació però sí prioritza els elements d'impacte. En aquesta etapa es respon als factors físico-òptics, als factors d'hàbits i als factors culturals.

En la selecció, s'escullen els estímuls. De la fase anterior es posseeix prou informació de la valoració feta. És en aquest moment quan es va a la informació preferida.

Per últim, resta l'atenció. És l'etapa guiada pels aspectes cognitius de la transmissió de la informació. En aquesta etapa té importància l'atenció sostinguda.

Mapa de format

Basat en el Mètode d'anàlisi Proporcional Aproximatiu proposat per Angel Rodríguez Bravo (Rodríguez: 1995, 87), el mapa de format —que es proposa en la tesi doctoral— divideix el format de l'imprès en 100 parts iguals —10 en sentit vertical i 10 en sentit horitzontal—, cadascuna de les quals és alhora dividida en 100 parts més. El Mapa de format permet la medició i comparació objectiva de distintes pàgines impreses i de tots els elements que en elles es trobin. Amb el Mapa de format es redueix a la mateixa base tots els formats diferents dels impresos.

Els estímuls visuals

La tesi doctoral que estem presentant en aquestes línies proposa quatre variables visuals que són anomenades categories visuals i que són les que, en definitiva, provoquen un determinat estat estètic en el receptor, mit-

jançant diferents graus de preferència. Aquestes quatre categories visuals són: quantitat, mida, posició i aspecte.

La primera categoria visual descrita és la de quantitat. Aquesta categoria correspon al nombre d'elements susceptibles de ser enumerats en un espai gràfic (Tena: 1998, 49). És en el moment de fixar la mirada que s'estableix un punt de referència a partir del qual es consideren tots els elements de la pàgina i es distingeixen els elements que la componen.

La segona categoria visual descrita és la mida. La mida correspon a l'espai ocupat per un determinat element en el Mapa de format (Tena: 1998, 68). La mida estarà indicada pel nombre de quadres format que siguin ocupats.

Una altra categoria visual descrita és la de posició. La posició es determina per la localització d'un estímul visual determinat en el Mapa de format. La posició d'un determinat element es coneix per les indicacions de les coordenades en el Mapa de format (Tena: 1998, 74).

Finalment resta la categoria visual anomenada com aspecte. Aquesta categoria visual és la que planteja més inconcrecions en la seva definició i provoca majors dificultats en la seva medició. En general podríem parlar del color, però no tant sols afecten en l'aspecte el color; també és afectat per la textura, pel traç dels caràcters, per la relació entre grafismes i contragrafismes, etc. Així, la categoria visual d'aspecte queda definida com: l'aparença final dels elements gràfics (Tena: 1998, 77).

Índex de Preferència

A les variables independents que han estat anomenades categories visuals cal afegir ara la variable dependent que representa la preferència, la qual és conseqüència de les categories visuals descrites. Amb la intenció de mesurar la preferència s'ha ideat un índex de preferència que és un valor entre 0 i 1, basat en la probabilitat que un element sigui escollit entre altres. Les fraccions queden arrodonides pel valor discriminant 0,05.

Metodologia experimental

Un cop plantejats tota una sèrie de conceptes que permeten explicar el comportament del receptor, cal demostrar aquest fet. D'aquesta manera es va construir un conjunt de pàgines, les quals es van presentar als subjectes experimentals per obtenir d'aquesta forma informació suficient per corroborar o no les hipòtesis plantejades en la tesi doctoral (Tena: 1998, 90).

Per demostrar les hipòtesis plantejades i, en definitiva, l'existència de l'estat estètic i dels conceptes afins, es va confeccionar tot un conjunt de pàgines on es variava, de forma controlada, una sola de les categories visuals descrites. Per a demostrar que els canvis produïts en el comportament dels subjectes experimentals només podia ser degut a la variable estudiada, era necessari que l'experiment reunís una sèrie de requeriments: 1) Descripció de les variables independents (mida, quantitat, posició i aspecte). 2) Descripció de la variable dependent de les variables independents: la preferència. 3) Aïllar les variables estudiades, per tant es va decidir esgair el procés comunicatiu, que encara que és un procés continu, els coneixements dels talls permeten explicar el conjunt del procés. 4) Calia neutralitzar totes les variables externes i internes que poguessin influir, per això es van realitzar els tests de recepció en un laboratori. 5) Un altre requeriment va ser l'exigència d'obtenir les variables visuals de manera controlada i presentar-les als subjectes experimentals amb aquestes característiques. Això va fer que es neutralitzés el contingut de les pàgines experimentals. Només d'aquesta manera, una vegada coneixem la influència de la forma, podem abordar els continguts i en quina mesura interactuen objectivament forma i contingut.

Tenint presents aquests requeriments es van fer els experiments seguint un estricte protocol d'execució. En l'experiment, els subjectes experimentals havien de visionar les pàgines confeccionades i respondre a un qüestionari on se li formulaven preguntes concretes. Del tractament estadístic dels resultats es va poder corroborar les hipòtesis.

Conclusions

Amb el primer tractament de les dades ja es va poder comprovar el següent: la independència de les respostes dels subjectes experimentals va ser total; és a dir, les respostes dels subjectes experimentals han estat induïdes per les maquetes que han analitzat i no en funció d'algun fenomen extern o independent del grup. Es respon de manera diferent davant pàgines diferents i es respon d' igual manera davant pàgines iguals.

Les conclusions a què ens ha portat l'elaboració de la tesi doctoral sobre la influència de la composició gràfica en l'elecció d'un bloc de text escrit poden ser resumides de la manera que a continuació s'exposa:

1^a El comportament del receptor respon als elements formals de la pàgina, és a dir, a l'Estat Estètic.

2^a El comportament del receptor no és igual si es tracta d'una pàgina amb una maqueta horitzontal que si es tracta d'una maqueta vertical. Quan

la maqueta és horitzontal, ja sigui pàgina dreta o esquerra, el comportament és sempre idèntic. En canvi, quan es tracta d'una maqueta vertical, el comportament ja no és igual en la pàgina de la dreta o de l'esquerra.

3ª El comportament del receptor en front d'una maqueta horitzontal és sempre igual, tant si es tracta d'una pàgina a l'esquerra com d'una a la dreta.

4ª El comportament del receptor en front d'una maqueta vertical és diferent si es tracta d'una pàgina a la dreta o a l'esquerra.

5ª En una maqueta horitzontal, el comportament del receptor varia si es tracta d'unitats informatives (notícies) de diferent o d'igual mida.

- a) Quan la mida és diferent, sempre preval la menor. És a dir, el lector sempre escull la de menor mida. D'aquesta manera es pot afirmar que la mida preval sobre la posició.
- b) Quan la mida és igual, sempre es prefereix la de la posició superior.

6ª Quant a la maqueta vertical, el comportament del receptor també varia si es tracta d'unitats informatives d'igual o diferent mida.

- a) Quant la mida és diferent, el comportament del receptor és similar tant si es tracta de pàgina de la dreta com si és de l'esquerra.
 - En valorar la part superior de la pàgina, sempre preval la unitat informativa de les parts més exteriors de la pàgina. D'aquesta forma es pot afirmar que la posició preval, en aquests casos, sobre la mida.
 - En valorar la part inferior de la pàgina, l'índex de preferència major l'obté la unitat informativa de menor mida, d'aquesta manera i en aquests casos, preval la mida sobre la posició.
- b) Quant la mida de les unitats informatives és igual, el comportament del receptor és el següent:
 - Quant a les pàgines de l'esquerra, es prefereix la informació de la posició més superior i exterior de la pàgina, decreixent cap a la part interior de la pàgina.
 - Quant a les pàgines de la dreta, es tendeix a igualar els índex de preferència lateralment però són més preferents les unitats informatives de la part superior que no pas les de la part inferior de la pàgina.

7ª Quant a la variable visual de quantitat es constaten tres fenòmens al respecte:

- Davant informacions de mides iguals, es prefereix la unitat informativa que tingui major nombre de divisions internes.
- Si el que es tracta és de valorar la quantitat d'unitats informatives més preferent en una pàgina, el valor tres representa un llindar perceptiu a partir del qual comença a demostrar-se la preferència. En maquetes horitzontals, la quantitat de 3 o 4 unitats per pàgina són les que demostren major preferència. En el cas de les maquetes verticals, aquesta quantitat d'unitats informatives pot ser major.

Amb aquestes conclusions podem afirmar que el coneixement del comportament dels receptors en front del mitjà imprès no és suficientment exhaustiu i s'evidencia un cert desconeixement real del procés de recepció dels missatges impresos. La investigació que ha donat peu al present text qüestiona algunes formulacions i alguns coneixements que *a priori* es tenen per bons. Sense entrar en el fons de la qüestió, respecte a quins i en quin sentit es qüestiona la vigència d'aquests coneixements, sí que és cert que es dissenyen pàgines sense el més mínim coneixement dels efectes que produirà en el receptor, en el lector, en l'usuari de la informació. Ja sigui aquesta informació presentada en pàgina de diari, en revista, en llibre o fins i tot en una pàgina web, es fa sense tenir la perspectiva de l'usuari.

El treball esmentat ha pretès aportar alguna cosa en aquest sentit i a més a més evidenciar que no es poden ignorar els efectes i l'ús que fa el receptor dels missatges audiovisuals.

Bibliografia

- DEMBER, W. (1990), *Psicología de la percepción*. Madrid: Alianza Editorial.
- MARTÍN AGUADO, J. A. (1995), *Tecnología de la información escrita*. Madrid: Ed. Síntesis.
- RODRÍGUEZ BRAVO, A. (1995), *Una nueva propuesta metodológica en torno al ritmo visual: aplicación del método instrumental al ritmo visual de una telenovela y un telefilme norteamericano*. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.
- TENA, D. (1998), *La influencia de la composición gráfica en la elección de un bloque de texto escrito*. Tesi Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.