



prácticas, es una construcción que se enmarca en el proyecto moderno. El área de competencia tradicional del diseño giró, en un principio alrededor de las artes gráficas, pero rápidamente se expandió hacia otras expresiones, tal como se puede constatar, en algunos hitos históricos como:

- › el interés de los vanguardistas rusos de principios de siglo por el trabajo con materiales;
- › el interés bauhasiano de Moholy Nagy por los medios dinámicos audiovisuales;
- › las escuelas de la segunda posguerra que estudiaron los medios de comunicación;
- › los avances de la filmografía documental y didáctica en los años sesenta y setenta
- › la revolución digital de fin de siglo, que potenció la comunicación a distancia .

Así, el diseño de comunicación audiovisual aparece como una más entre otras áreas, como la identidad institucional, el diseño de información, la señalética o el diseño editorial. En definitiva, es un área que opera con un conjunto de herramientas visuales y sonoras para transmitir mensajes en diferentes soportes audiovisuales como ordenadores de escritorio, teléfonos móviles, televisores, largometrajes, paredes tecnológicas e instalaciones.



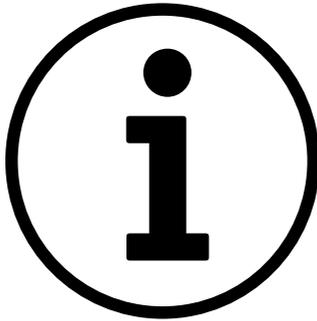
<http://dicereblog.wordpress.com>

UNLP, FDA, DCV/**cátedra tecnología cv3**  
Diag. 78 n° 680  
(B1900CKB)  
La Plata, Pcia Buenos Aires  
(54-0221-4237548)  
[www.3tecnoblogspot.com.ar](http://www.3tecnoblogspot.com.ar)

## Referencias

- AA.VV. (2023). "What is design" en <https://www.aiga.org/what-is-design>
- AA.VV. (2023). "Design" en <https://www.theicod.org/en/professional-design/what-is-design/what-is-design>

Boletín periódico  
Año 10 n° 46  
Abril 2023  
ISSN 2344-987X



### Sumario

345 Investigación

**El diseño de información y su impacto audiovisual.**

**La pantera rosa y la recepción cultural en los usuarios**

Adrián Mena Hernández

350 Reseña

**Apostilla sobre diseño de comunicación audiovisual**

Investigación

**El diseño de información y su impacto audiovisual. La pantera rosa y la recepción cultural en los usuarios**

Adrián Mena Hernández

Como toda pieza de diseño de información, el diseño de títulos de crédito debe responder a una necesidad comunicacional. El diseñador Saul Bass pensaba que la principal función de este tipo de composiciones era anclar el contenido de la película o serie, así como sintetizar la trama de la misma. No obstante ¿qué ocurre cuando la pieza audiovisual es capaz de cautivar al espectador al punto de crear una admiración duradera alrededor de la secuencia de títulos de créditos, independientemente del resto del filme.

Este es el caso que ha ocurrido con el personaje de la Pantera Rosa, el cual (junto a su icónica música) ganó mayor reconocimiento a lo largo de la historia que el protagonista de la producción y la trama misma de esta. Dicho esto, resulta interesante preguntarse el porqué de esta situación y qué influencia tiene una pieza de diseño de información para crear un antecedente de cultura audiovisual. Lo primero a tomar en cuenta es el contexto en que surgió la película, los títulos de créditos, su composición musical y el personaje que protagonizaría más tarde toda la franquicia. El filme *La Pantera Rosa* de 1963 estuvo dirigido por Blake Edwards; para la realización de la secuencia de títulos de créditos, Edwards deseaba mostrar una figura de color rosado, muda y cómica. Por ello, pidió a Fritz Freleng, creador de la caricatura de Bugs Bunny y animador de la serie Looney Toons, de Warner Bros, diseñar al personaje.

Por otro lado, se le encargó a Henry Mancini la tarea de componer la pieza musical que acompañaría

a la animación. Desde un principio, se planteó que el personaje estaría enfocado a un público adulto: con un toque elegante, pero jocoso y atrevido al mismo tiempo. La película recibió buena recepción por parte de la prensa, en especial los títulos de crédito, los cuales resultaron mejores que el mismo filme, dicho por la crítica.

Poco tiempo después, el personaje de la pantera se popularizó al punto de contar más tarde con una serie animada y nuevas películas. Esto nos lleva a pensar que, si Blake Edwards sólo deseaba crear un personaje complementario para una pieza introductoria de corta duración, ¿cómo pudo este ser tan icónico y reconocible en la cultura popular, tanto por su aspecto como carisma y música que siempre le acompaña? Para acercarse a responder esta duda, sería oportuno definir algunos conceptos comúnmente utilizados en el diseño: identidad, imagen e identificación.

Según la Real Academia Española, la identidad es «F. 2. La consciencia que tiene una persona de ser ella misma y distinta a los demás.» (Diccionario esencial de la lengua española, s.f.). De esa manera, podemos entender que la identidad de algo es la percepción propia que lo distingue del resto. La imagen por otro lado, se define como una figura



*Pink Panther*. Fotograma de los títulos de diseñados por Fritz Freleng, 1963.

que recrea la apariencia de algo. Dentro de un plano psicológico, la imagen es una representación mental de un objeto, persona, experiencia previamente vista. Finalmente, para definir identificación visual, hace falta comprender que la identificación se refiere a un símbolo o recurso que imita a algo más. Así, la identificación visual es el recurso o conjunto de recursos gráficos que funcionan como una imitación de algún concepto, valores, representaciones previas, etc.

Dicho esto, podríamos pensar que una pieza de diseño de información de carácter audiovisual (como lo es una secuencia de títulos de créditos), posee una intención comunicacional y finalidad de lograr algún accionar en el público (la identidad detrás de la producción), una serie de recursos que funcionarán para cumplir dicha intención (conjunto de elementos de identificación visual) y la construcción de una serie de representaciones, acciones y valores que se crean en la mente del espectador (imagen). Asociado a esto, se encuentra la labor cultural que posee el diseño de información dentro de la sociedad, al momento de construir imágenes y valores específicos. En su libro *¿Qué es el diseño de información?* Jorge Frascara explica que la principal labor del diseño de información es la generación de respuestas en el usuario: inducir en su conocimiento, sus actitudes, formas de pensar (Frascara, 211, p.23). Para poder lograrlo, es necesario conocer al público receptor; será fundamental conocer sus gustos, deseos, pasiones y problemáticas. De esta forma, se podrá crear una pieza que responda a la necesidad de comunicación, a su vez, será capaz de repercutir en el accionar de las personas directa o indirectamente. Abordados estos conceptos, podríamos entender que Blake Edwards tomó en consideración la segmentación del público de la época (adultos



Piezas comunicacionales encontradas en redes sociales, bajo el concepto de diseño de información. Se hizo una recopilación de las múltiples opciones de diagramación, temáticas y métodos de resolución comunicacional.

que ya estaban acostumbrados a ver producciones tanto tradicionales como animadas) y la noción de identidad que buscaba con los títulos de créditos al solicitar un personaje que a nivel cromático representara parte de la trama de la obra, el diamante Pantera Rosa. No obstante, no tomó en consideración la repercusión que podría tener una producción animada como introducción a una película de género policíaco y cómico, así como el respaldo sonoro de Mancini abriendo la producción. Si bien es imposible saber cuál fue la reacción del público al ver el estreno del filme, se puede suponer que estos quedaron sorprendidos al ver como apertura a un personaje de dibujos animados en una

### 3 tecno

secuencia donde se contaba una pequeña historia audiovisual. Sin embargo, al no poder ver más al personaje a lo largo de la producción, es probable que tuviesen la intriga de ver más a la Pantera Rosa. Otro aspecto a considerar es que, al ser una caricatura creada por un animador de renombre, el público podría tener curiosidad de continuar su historia. Por supuesto que esto es una especulación que podría debatirse. Aún así, es innegable el impacto que logró esa primera presentación del personaje junto a su memorable canción, al punto que esto se pueda encontrar actualmente en las redes sociales. Por ello, para continuar con esta investigación, se profundizará en el papel audiovisual de la Pantera en la cultura y cómo se percibe en los medios de comunicación actuales. Para lograr esto, se utilizarán diversas herramientas de investigación entre las cuales se encuentran:

- › relevamiento en redes sociales sobre en qué contexto se utiliza la figura audiovisual de la Pantera Rosa;
- › analizar la cronología de la franquicia iniciada en 1963 y cómo ha evolucionado hasta la actualidad;
- › encuestar a usuarios en redes sociales sobre el uso informativo de dichas plataformas y sobre cómo perciben a la Pantera;
- › profundizar en los conceptos de psicología del color y el sonido.

A través de estas herramientas se busca responder a las siguientes preguntas: ¿qué es la Pantera Rosa en la sociedad de información masificada actual? ¿qué es lo que más se aprecia en una producción audiovisual: el sonido, el movimiento, la imagen? ¿qué está en el imaginario colectivo al pensar en un personaje de la cultura popular?.

Conforme se logre avanzar en la investigación, se responderán estas preguntas. Sin embargo, es probable que también surjan nuevos interrogantes fruto de la profundización del tema de estudio. Aún así, lo fundamental será no desviarse del camino inicial: la creación de una imagen en la cultura actual, fruto de una pieza audiovisual de carácter informativo.-

### Referencias

Diccionario Real Academia Española (s.f). Ficha en línea: <https://www.rae.es/desen/identidad> consulta Abril 2022.  
Frascara, J. (2011). *¿Qué es el Diseño de Información?* Recuperado de: <https://taller4a.files.wordpress.com/2016/02/que-es-el-disec3b10-de-informacion.pdf> identificar la influencia de técnicas y recursos utilizados, otros.

\*\*\*

### Reseñas

#### **Apostilla sobre el diseño de comunicación audiovisual**

La International Council of Design, ICoD, ha caracterizado recientemente el diseño como una disciplina de investigación y práctica que orienta la interacción entre los individuos y su entorno, es decir entre los usuarios y el medio en que actúan. Por su parte la American Institute of Graphic Arts, AIGA, otra tradicional asociación del diseño profesional, hace hincapié en la misión de optimizar la visualización y funcionalidad de la información y los mensajes. En cualquier caso, quien diseña está supeditado a las condicionantes contextuales, estéticas, funcionales y tecnológicas que delimitan la respuesta a las necesidades de comunicación. El diseño como disciplina, con sus propias normas y