

## LA PRODUCCIÓN DEL DISEÑO

Corina Arrieta

Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Bellas Artes

### Resumen

El tema de este trabajo es un aporte al marco teórico de la cátedra de Lenguaje Visual IB (FBA / UNLP). Esta pequeña investigación surge de una presentación mostrada en clase sobre materialidad no convencional en el diseño gráfico. El contenido que aquí se desarrolla, estructurado por ejemplos visuales concretos, intenta pensar en las múltiples posibilidades que brindan los materiales si son usados en función de la imagen y de la situación comunicacional.

Palabras clave: diseño gráfico – materialidad – producción – lenguaje visual

-

El contenido de esta investigación fue compartido en una exposición oral en un contexto áulico de la cátedra de Lenguaje Visual IB en la Facultad de Bellas Artes, UNLP. Dicha asignatura se dicta para alumnos de primer año de las carreras de plástica, diseño en comunicación visual, diseño multimedial e historia del arte, y en ella se estudian los principios compositivos que conforman la imagen visual, promoviendo, asimismo, la producción reflexiva de los alumnos. Consecuentemente, la cátedra manifiesta explícitamente en su programa la importancia de la materialidad como una cuestión de estudio; esto se expresa en la realización de una consigna específica para ese contenido, donde se insta a los estudiantes a la producción de obra con materiales considerados como no convencionales para el campo de las artes visuales.

En la clase teórica de dicho tema, presentada por la profesora Margarita Dillon, se establece que un material no convencional es aquel que desafía los vínculos con la tradición disciplinar, con su emplazamiento o uso habituales, produciendo una ruptura con lo esperable y creando nuevos, otros sentidos. La profesora plantea el asunto desde el punto de vista artístico, definiendo los conceptos a través de él, y mostrando numerosos ejemplos de exhibiciones y obras de arte.

Lo que planteo a continuación fue mostrado en el espacio de mi comisión, y viene a ser un aporte a lo anteriormente explicado. Esta profundización tiene como eje la producción del diseño gráfico. A partir del análisis de imágenes proyectadas, organicé un recorrido discursivo que da cuenta de la diversidad de reflexiones que genera el uso crítico de los materiales en esta disciplina.

En principio se podría determinar una característica común en todos estos ejemplos: los materiales en sí suelen ser los que generalmente se utilizan en la industria del diseño (papel, cartón, sistemas de impresión habituales, etc.). El interés puesto en los procesos de producción modifica el tratamiento de esos materiales, y el resultado de este accionar cuestiona la tradición formal de cada tipo de pieza gráfica. Estos proyectos, por lo tanto, no sólo generan otro diálogo con el usuario, sino que también interpelan a la propia práctica de los diseñadores.

Con el fin de cumplir con los requisitos formales de la convocatoria, he reducido la cantidad de imágenes exhibidas a cinco, tomando casos paradigmáticos y diferenciados entre sí. Cada uno de ellos problematiza un aspecto en particular, además de presentar distintos tipos de contextos comunicacionales, con diversos objetivos y clientes; diferentes escalas, formatos, modos de circulación, etc.

La disposición de los ejemplos posee un criterio: están ordenados desde la estrategia comunicacional más eficiente y típica a la producción de un objeto de interpretación más abierta y poética.



Fischer Portugal, *Diseño de tarjetas personales para Andrea Romani*, Lisboa, Portugal, 2009.

El diseño de estas tarjetas personales para una consultora en medioambiente consistió en la realización de un sello de goma automático, factible de ser impreso en cualquier tipo de papel. En la secuencia fotográfica vemos a una mano activando el sello, y varias ‘estampas’ realizadas en papeles encontrados: un trozo de cartón, un retazo de papel celeste, un ticket, el reverso de un paquete de azúcar. Ellos poseen huellas de su uso anterior, los contornos rasgados y los formatos irregulares son algunas características visuales que lo demuestran. La elección de reutilizar estos soportes puede entenderse como un ejercicio mínimo de reciclaje, aspecto que remite de manera perfecta a la profesión de la cliente.

Con la modificación del formato estandarizado de las tarjetas personales, este encargo se resolvió dándole una vuelta ingeniosa a las cuestiones de “comunicación” y “eficacia” que tanto obsesionan al diseño corporativo y al marketing.

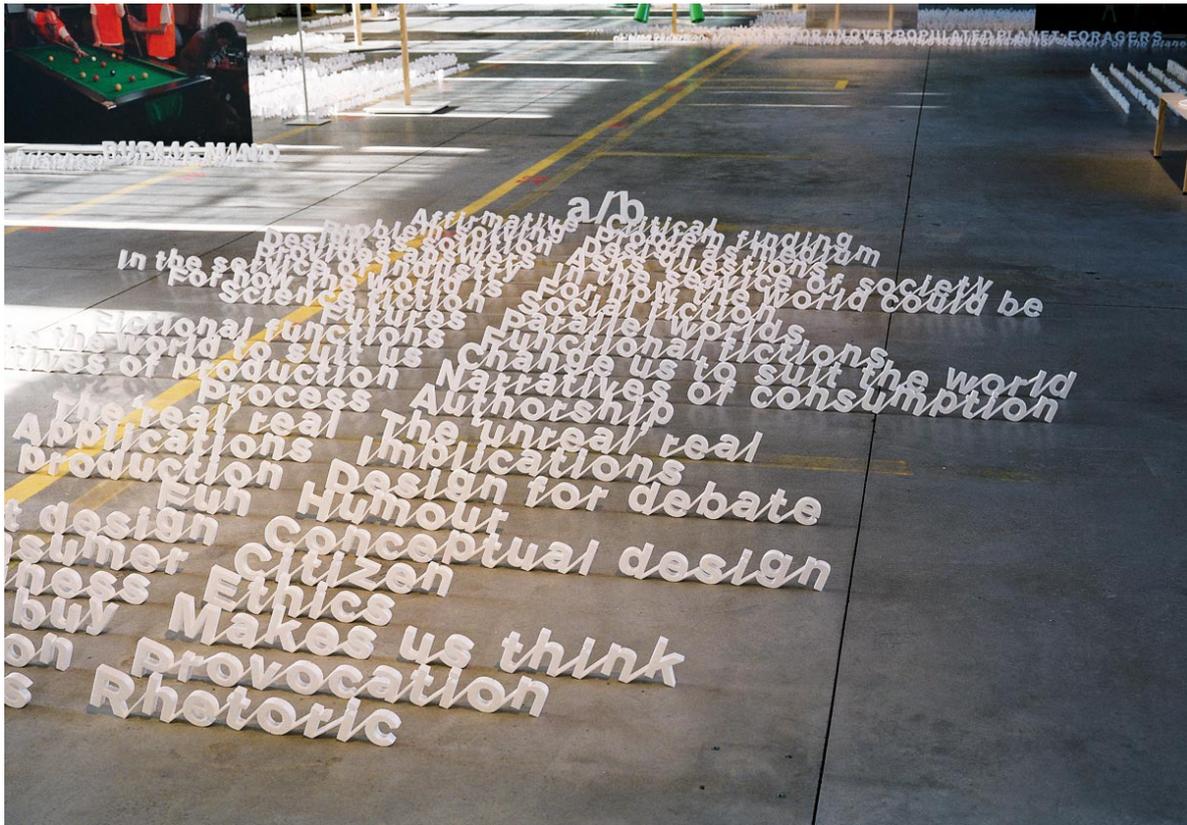


Romain André y Michael Savona, *Publicidad urbana para la muestra The Way of the Shovel, Art as archaeology*, Museo de Arte Contemporáneo de Chicago, Estados Unidos, 2013.

Para la campaña publicitaria de una exposición de arte se realizó una serie de carteles ubicados en backlights, montados en dos capas. La capa interior es una fotografía que representa a un hombre excavando en la arena. La capa exterior, que cubre a la anterior, está impresa sobre el soporte acrílico del backlight, y contiene los datos de la muestra y una ilustración. La superficie vinílica de la tinta invitaba a rasparla, para descubrir, además de la imagen de atrás, un beneficio en la compra de entradas al museo.

En las fotografías que aquí se muestran se evidencia este procedimiento. En la de la izquierda, el cartel está por ser intervenido por un espectador. Las líneas punteadas que van apareciendo guían su accionar hacia la parte superior del póster donde se encuentra impreso un código QR que, al ser escaneado, brinda un descuento para ingresar al museo (fotografía de la derecha). Además de ello, se trasluce la fotografía del fondo, que es una obra presente en la exposición.

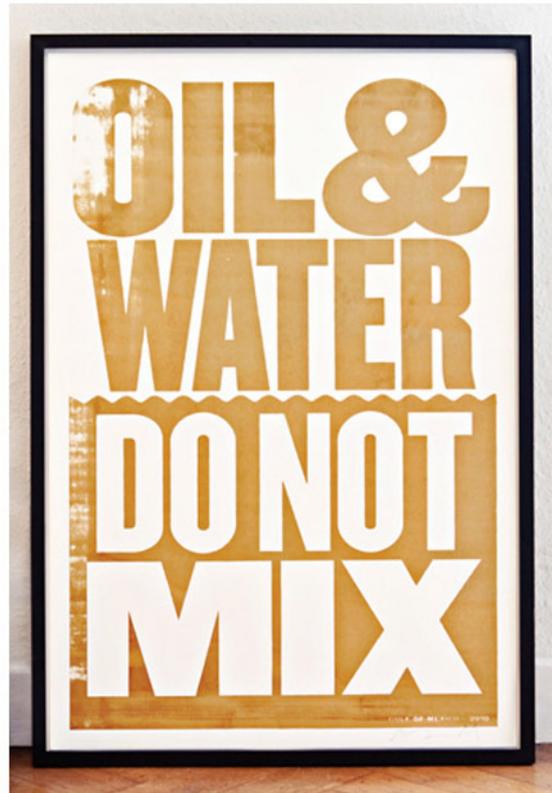
Este mínimo llamado a la acción establece un diálogo inusual con el receptor quien, al asumir un rol lúdico, concluye con su pequeña intervención la interpretación de la pieza. A su vez, ese gesto de raspar, metafóricamente, *excavar* la superficie, se vincula conceptualmente con el contenido de la muestra, cuyo título, traducido al español es “La dirección de la pala, el arte como arqueología”.



Kellenberger-White, *Textos y señalética de una muestra del estudio de diseño industrial Dunne & Raby en la Bienal de Diseño de Saint Etienne, Francia, 2010.*

En esta muestra de objetos y prototipos de un estudio de diseño industrial, se decidió resolver el texto curatorial y la señalización del espacio de manera tridimensional. La alteración de la escala y del modo de emplazamiento de este trabajo tipográfico nos hace dudar sobre su funcionalidad informativa y nos habilita a considerarlo como una instalación artística.

Por lo tanto, se puede suponer que esta resolución esteticista, aparentemente caprichosa, tiene como fin darle la misma relevancia al texto que a lo exhibido, además de servir como guía de circulación en la sala.



Anthony Burrill y Happiness Brussels, *Pósters Oil and water do not mix*, Louisiana, Estados Unidos, 2010.

Esta serie de serigrafías fue impresa utilizando como tinta petróleo proveniente de un derrame ocurrido en el Golfo de México en 2010. Lo recaudado de la venta de los pósters fue donado a una ONG dedicada a la recuperación del ecosistema costero de Louisiana, considerablemente afectado por la catástrofe.

Lo que se observa en las dos fotografías de la izquierda es el procedimiento realizado para la impresión de los pósters. En la de arriba se vislumbra al diseñador recogiendo arena contaminada con petróleo, la materia prima de este trabajo, y en la de abajo se muestra el hacer de la serigrafía, el entintado de la matriz con este pigmento sucio. En la foto de la derecha se revela la estampa final. El formato, que remite a un cartel, y el peso visual que adquieren las letras en la composición tipográfica, nos recuerdan de manera exhortativa que “El agua y el aceite no se mezclan”.

La decisión del diseñador de exhibir el registro fotográfico del proceso de producción demuestra que lo concibe como una parte esencial del contenido conceptual y gráfico del proyecto. Asimismo, su participación físicamente activa y su adhesión a esta causa pública lo presentan como un productor comprometido socialmente con su práctica. (Como diría Ellen Lupton, relejendo a Walter Benjamin: “the designer as producer”).



Lauren Di Cioccio, *Shopping bags*, bolsa de organza bordada a mano, 2009.

Esta pieza es la representación de una bolsa de supermercado, hecha en tela de organza y con el texto característico que presentan las bolsas en Estados Unidos (un agradecimiento a la compra) bordado a mano en hilo rojo.

La reflexión poética que suscita esta pieza la acerca a una producción artística. La dedicación puesta en esta labor para representar un objeto tan seriado y ordinario, nos hace pensar en la mecanización de las tecnologías y en la masividad y fugacidad de los productos que consumimos. A su vez, ese gesto manual puede resultar nostálgico, como una añoranza a los comienzos del diseño, o un retorno romántico a la artesanía. Este diseño luego se utilizó en una campaña para abandonar el uso de bolsas plásticas en los supermercados de la ciudad de San Francisco. Ahora, fabricadas en tafeta y cosidas a máquina, devinieron en *tote-bags* en los que la frase "Thank you" adquiere otro significado.

Se intenta demostrar, por medio de estos ejemplos, las diversas formas que pueden adoptar los materiales corrientes de la producción gráfica si se los explota de manera intencional en función de lo que se quiera comunicar. Se pretende también no caer en una visión simplista y superficial del diseño, dándole importancia a las características formales de las imágenes y las complejidades que ellas mismas entrañan.

## Bibliografía

AA. VV. "Lenguaje Visual I-II B, Programa 2016"

<http://lenguajevisual1bfba.wix.com/lenguajevisual1b-fba>.

Calvera, A. (Ed.) *Arte ¿?Diseño*, Gustavo Gili, Barcelona, 2003.

Ciafardo, M. Dillon, M. Medina, P. "Algunas consideraciones sobre materiales no convencionales", <http://lenguajevisual1bfba.wix.com/lenguajevisual1b-fba>.

Eco, U. "El problema de la obra abierta" en *La definición del arte*, Ediciones Martinez Roca, Barcelona, 1970.

Ledesma, M. *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación en la era del individualismo)*, Wolkowicz Editores, Buenos Aires, 2010.

Lupton, E. "The designer as Producer" en Blauver, A. Lupton, E. (Ed.) *Graphic Design: Now in production*, Walker Art Center, Minneapolis, 2011, p. 12-13.

Pelta, R. *Diseñar hoy*, Paidós, Barcelona, 2004.

## Páginas web

<http://anthonyburrill.com/projects/oil-and-water-do-not-mix>

<http://cargocollective.com/romainandre/Scratch-off-Ads>

<http://inhabitat.com/brilliant-eco-business-card-can-be-printed-on-practically-anything/>

<http://kellenberger-white.com/project/st-etienne/>

<http://laurendicioccio.com/sculpture>

<http://open-editions.com/collections/artist-designed-factory-made/products/thank-you-tote>