



TALLER DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL 4A

APUNTE DE CÁTEDRA **GLOSARIO**

María Adela Cañas
Pablo Tesone
Sebastián Vanini
Sofía Guerrini
Agustina Pasarín
Emmanuel López Acuña

ÍNDICE

Actividad	Límites
Barrio	Lineamientos sistémicos
Branding	Materialidad
Circulación	Motivación
Componentes (de un sistema)	Necesidad (del comitente)
Comportamientos	Necesidad (de los usuarios)
Concepto	Nodos
Contenido	Nomenclatura
Concentración de usuarios	Orden
Condición de uso	Organización
Condicionantes	Plan de medios
Contexto	Prototipo
Diagnóstico	Punto de acceso
Dirección de circulación	Punto de conflicto
Diseño de información	Punto de contacto
Diseño en el entorno	Punto de intervención
Distritos	Punto nodal
Dominio	Senderos
Escenario	Señalización
Estructura (de un sistema)	Servicio
Estructura portante	Sistema
Flujo de circulación	Trazado
Forma urbana	Uso
Función	Usuario
Hitos	Zonificación
Identidad	



ACTIVIDAD

Hace referencia a aquella tarea realizada en un espacio o por una entidad y está vinculada directamente a su función. Por ejemplo, Educación o Exhibición. Puede tipificarse a partir de distintos criterios, pero cualquiera que se decida utilizar deberá tener en cuenta su vínculo con la función del espacio y el carácter de importancia que revistan en relación a ella.

Más allá de que las actividades desarrolladas por una entidad puedan entrar en el sector de servicios —entendido como aquel en el que se realizan prestaciones materiales no productivas de bienes a los ciudadanos, como la administración, la enseñanza, el turismo, etc.—, no debe ser confundido con la definición del término servicio que se dará posteriormente.

BARRIO

Ver Distritos.

BRANDING

Según Sylvia Harris, «el branding tiene que ver con la capacidad de una institución para cumplir con éxito las promesas hechas al público, ya sea en forma de garantía de un producto de alta calidad o una educación de primera clase. Los mejores programas de branding aprovechan cada oportunidad para identificar a la entidad representada y articular sus valores fundamentales, misión y ofrecimientos» (Harris en Gibson, 2009: p. 73). Por su parte, Wally Olins lo define como la cualidad que le permite a una institución presentarse de modo consistente y en forma de entidad. (Olins, 2009). En tanto, Joan Costa dice que «las marcas han acumulado sus antiguos estados: son al mismo tiempo signos, discursos y sistemas de memoria» (Costa, 2004: p. 112), y que, más allá de lo que podría sospecharse, «este fenómeno complejo que es la imagen no es en absoluto un efecto residual de las marcas. Por el contrario, se ha impuesto como su misma existencia y su razón de ser» (Costa, 2004: p. 14). Para concluir, se puede que el branding es el proceso mediante el cual una marca deja ver lo que es.

CIRCULACIÓN

Este término nuclea a todos los aspectos que tienen que ver con la manera en que las personas se desplazan en el espacio.



COMPONENTES (DE UN SISTEMA)

Hace referencia a aquellos elementos que lo conforman.

COMPORTAMIENTOS

Hacen referencia a aquello que una persona necesita hacer para hacer uso de un producto, servicio o espacio.

CONCEPTO

Un concepto, por definición, es una abstracción por generalización. El concepto *árbol*, no involucra necesariamente una especie o un ejemplar en particular. Generalmente, se asocian imágenes distintas según quién sea el intérprete del momento. Estos conceptos pueden hacer referencia a cuestiones simbólicas de los contextos de intervención y allí es la metáfora —en un sentido amplio del término— la que le dará forma y lo creará (Belinche, 2016). «La metáfora trabaja a partir de un paralelismo cualitativo de sus componentes» (Belinche, 2016: p. 29) y es el procedimiento mediante el cual una cosa se convierte en otra: la sustituye. Así, al hablar de metáfora se hace referencia a un relato que va por dos vías: una superficial y una subterránea; una explícita y una sugerida; «la superficie visible siempre expresa una forma más profunda que se manifiesta en el diseño» (Uebele, 2017: p. LXXI), y a veces es el diseño el que opaca la forma y se entromete en la linealidad de un significado.

Este concepto metafórico dará génesis y regirá la elaboración del discurso y las tomas de decisión dentro de la propuesta, además de acompañar los valores identitarios de la institución en cuestión. En la medida que el diseño interpreta estos valores y los traduce visualmente, este concepto podría considerarse como la historia que contará la intervención.

Esta historia a contar deberá ser definida de manera tal que se convierta en un parámetro lo suficientemente amplio para abarcar la mayor cantidad posible de variables de la intervención. A su vez, es necesario que sea específica para identificarse con ese espacio y/o institución particulares.

Todos los entornos y todas las entidades llevan consigo una impronta particular, una idea que opera en el plano simbólico y que tiene que ver con su identidad en sentido estricto: aquello que es. Es necesario poder comprenderla y desglosarla a fin de elaborar este principio rector que dará como resultado experiencias coherentes y arraigadas.



CONTENIDO

Está conformado por todos aquellos elementos portadores de información vinculados a aspectos específicos del mensaje. Estos elementos pueden ser de carácter lingüístico, o bien brindarse a través del uso de distintos recursos: cromaticidad, uso de signos, símbolos e imágenes, mapas, sonidos, etc.

Hace referencia, además, a características propias de estos elementos que tienen que ver con cuestiones morfológicas y sobre los cuales puede hacerse una valoración y análisis cualitativo: cantidad y tipo de información, discursos presentes, uso de recursos retóricos, etc.

CONCENTRACIÓN DE USUARIOS

Se vincula con la densidad estática de personas en determinados puntos de su recorrido. A diferencia del *flujo de circulación*, la concentración refiere a una no-circulación y puede complicar el funcionamiento normal del espacio e incluso provocar disfunciones.

CONDICIÓN DE USO

Hace referencia a la relación de los usuarios de un entorno —físico o virtual— con una pieza de diseño determinada, con una intervención en su conjunto o con el entorno mismo. Este vínculo se verá condicionado por las características fisiológicas de las personas (capacidad de visión, por ejemplo), pero también por aspectos culturales y cognitivos (idioma o experiencia previa). Además, existen cuestiones motivacionales que determinarán la manera en que las personas interactúan con la información, las estructuras que la portan y un contexto determinado.

CONDICIONANTES

Limitantes que impone el contexto a intervenir. No necesariamente son negativos. Por el contrario, son aspectos a tener en cuenta a la hora de planificar la propuesta de diseño. Se podrían definir como aquellas cuestiones que condicionarán las decisiones de diseño, desde contenidos y formas, hasta materialidad y ubicación.

Se conforman generalmente por factores ambientales, inclemencias climáticas, obstrucción visual —tanto de origen natural como artificial, archi-



tectónico o industrial—, características propias del espacio físico —plani-
ficación, dimensiones, alturas, cromaticidad, otras—, características del
mobiliario, iluminación, disfunciones organizacionales, características pro-
prias de los usuarios, entre otras posibles variables.

CONTEXTO

Es un componente que interviene en la asignación de significado de un
tipo de información determinado. Puede decirse, en términos generales,
que hace referencia al entorno en el que esa información está inserta,
pero además, en un plano más específico, hace referencia a las distintas
variables que en él intervengan: emplazamiento, velocidad, distancia de
lectura, condición de uso, entre otras.

DIAGNÓSTICO

Estado de situación que permite identificar los problemas a resolver por
medio de la intervención futura.

Proporciona un conocimiento de la realidad concreta, permite la identifica-
ción de necesidades no satisfechas, problemas y aspiraciones; su magnitud,
su génesis y la manera en que se manifiestan y/o su grado de relevancia.

Permite interpretar la situación, y jerarquizar las problemáticas según su
naturaleza e importancia en ese contexto, a fin de establecer los paráme-
tros de la intervención disciplinar que orienten una acción programada
cuyo objetivo principal sea dar respuesta eficazmente a los distintos re-
querimientos existentes.

DIRECCIÓN DE CIRCULACIÓN

Hace referencia a los sentidos en los que se mueven las personas o vehí-
culos en un espacio determinado.

DISEÑO DE INFORMACIÓN

Es la planificación del contenido de la información destinada a resolver
problemas de orientación de las personas a lo largo de su recorrido en
un espacio. Para ello, «entender cómo las personas resuelven problemas
provee a los diseñadores el criterio necesario para determinar qué infor-
mación es requerida y dónde o cuándo tiene que ser accesible» (Passini,



2000: p. 86). Puede decirse que no sólo es necesario tener en cuenta qué información se transmite, sino también para quién.

DISEÑO EN EL ENTORNO

Es un término paraguas que abarca distintas áreas vinculadas a la forma en que deben ser percibidos y vivenciados los espacios.

Como tal, incluye diversas disciplinas que se cruzan teniendo en cuenta las necesidades del espacio a abordar, como así también las de los distintos usuarios que lo frecuentan. Más aún si se considera que el campo de lo vivencial y de la experiencia atañe, además, a distintas entidades que encuentran en el entorno el ámbito central en el que se vinculan con las personas que lo recorren. A partir de ese suceso, puede decirse que la percepción de una institución en el imaginario del público destinatario depende de cuestiones que exceden lo meramente visual e involucran aspectos simbólicos e intangibles que, a su vez, se identifican (en este caso, se vuelven idénticas) con esas personas que consumen, usan, transitan, etc. Incluye a la señalización, al diseño de información, al diseño urbano y arquitectónico, industrial, de interiores y la dirección de arte.

DISTRITOS

Bajo la postura de Kevin Lynch en *The Image of the City*, «son las secciones de mediano a gran tamaño de la ciudad, concebidos por tener una extensión bidimensional, en la que el observador mentalmente *entra dentro de*, y que son reconocibles por tener un cierto carácter común e identificable. Siempre identificables desde el interior, también se utilizan como referencia externa si son visibles desde el exterior. La mayoría de la gente estructura su ciudad en cierta medida de esta manera, con las diferencias individuales en cuanto a si los senderos o los distritos son los elementos predominantes. Parece depender no sólo de la persona sino también de la ciudad dada» (Lynch, 1960: p. 47).

DOMINIO

Hace referencia al carácter de quien posee la propiedad de un espacio o entidad. Puede ser *público* —cuando el espacio o la entidad pertenecen al Estado— o *privado* —cuando el espacio o la entidad son propiedad de una persona física o jurídica no estatal/gubernamental—.



ESCENARIO

Herramienta de procesamiento de información surgida de la metodología del *pensamiento de diseño*. Se construye a modo de historia que narra la relación que tiene un usuario con un determinado fenómeno en situaciones concretas en las que tienen un objetivo específico. Define y detalla el conjunto de tareas y puntos de contacto que hacen que un objetivo quede resuelto, siempre teniendo en cuenta el contexto en su totalidad.

ESTRUCTURA (DE UN SISTEMA)

Son aquellos parámetros a partir de los cuales se pueden establecer relaciones generales de similitud entre las partes.

ESTRUCTURA PORTANTE

Este término hace referencia al elemento portador de información. Se trata de una estructura generada *ad hoc* para la transmisión de determinados mensajes, siempre en combinación con su contenido y dependiendo de su uso y función en el contexto en que se inserta. Puede decirse que funciona como nexo físico y concreto entre el comitente y los usuarios que transitan los espacios públicos.

FLUJO DE CIRCULACIÓN

Hace referencia a la densidad en el movimiento de personas en los espacios de uso común (pasillos, halls, andenes, veredas, etc.).

FORMA URBANA

Modo en que se estructuran los distintos elementos que componen un área urbana o suburbana en el espacio. Es posible encontrar distintas configuraciones, agrupamientos y elementos involucrados. Según A.E.J. Morris, el concepto de forma urbana refleja el hecho de que «la gran mayoría de los lugares urbanos considerados nunca fueron “proyectados” y que escribir acerca de la historia del “planeamiento” urbano o del “urbanismo” hubiera sido inexacto, sino erróneo» (Morris, 2018: p. 10). Es decir, el término forma permite hacer referencia tanto a entornos que fueron prefigurados, como a aquellos que no.



FUNCIÓN

Razón de ser de una entidad o espacio. Permite distinguir entornos o entidades con características similares. Responde, de alguna manera, a las siguientes preguntas: ¿qué o quién?; ¿dónde se encuentra?; ¿qué brinda?, ¿con qué fines?; ¿posee algún valor distintivo?, ¿cuál?

HITOS

Tal como lo plantea Lynch, «son otro tipo de puntos de referencia, pero en este caso el observador no se introduce en ellos, son externos. Generalmente son más bien un objeto físico definido: un edificio, un signo, un comercio o una montaña» (Lynch, 1960: p. 48).

IDENTIDAD

Según Alejandro Grimson, la identidad es definida por una serie de valores que otorgan un sentido de pertenencia a un grupo determinado y lo distinguen de otros (Grimson, 2009). Por su parte, Néstor García Canclini plantea que si se considera que «al ser un relato que reconstruimos incessantemente, que reconstruimos con los otros, la identidad es también una coproducción» (García Canclini, 1995: p. 114). Como tal, no está exenta de manifestarse a través de distintos medios, sino que esto permite dinamizarla y asegurar su persistencia.

La identidad también podría catalogarse como una percepción o imagen mental que refiere a lo que una institución es, y es definida por Sebastián Guerrini como aquello que «nace de los procesos de diferenciación entre uno y el resto, de esta manera se entiende la identidad como un proceso de identificación y de búsqueda dinámica por adquirir sentido» (Guerrini, 2017: p. 26). Por su parte, Norberto Chaves define a la identidad institucional como «el conjunto de atributos asumidos como propios por la institución [que] [...] a través de su actividad regular y, básicamente, de su diálogo permanente con sus interlocutores, va generando formas de auto-representación» (Chaves, 2005: p. 26).

A su vez hace referencia a la serie de características simbólicas más o menos tangibles que permite, no solo destacar a estas entidades, sino también diferenciarlas de otras de similar naturaleza.



LÍMITES

En palabras de Lynch, «son los elementos lineales no usados o no considerados como senderos por el observador. Son los bordes entre dos fases, rupturas lineales en la continuidad: costas, cruces de ferrocarril, bordes de desarrollo, muros. Son referencias laterales más que ejes de coordenadas» (Lynch, 1960: p. 47).

LINEAMIENTOS SISTÉMICOS

Hace referencia a la manera en que la estructura del sistema se comporta. Permite, a su vez, identificar cuestiones constantes y variables que establecen las pautas que guían y le dan forma.

MATERIALIDAD

Cualidad de una intervención vinculada a la combinación de materiales utilizados en ella.

Se configura como un elemento portador de significación en tanto las características propias de los materiales —texturas, colores, temperaturas, brillos, transparencias, luminosidades, entre otras— potencian la propuesta conceptual.

MOTIVACIÓN

El término hace referencia a aquellas cuestiones que movilizan al usuario a hacer uso de algún producto o servicio, de dirigirse a un espacio y realizar una tarea determinada. Es la que distingue a los grupos de usuarios entre sí.

NECESIDAD (DEL COMITENTE)

Requerimiento general o específico en determinado contexto espacio-temporal y con distintos objetivos.

NECESIDAD (DE LOS USUARIOS)

Aquello que los usuarios requieren del espacio, producto o servicio una vez inmersos en una experiencia determinada. «Las necesidades no necesariamente son únicas para un grupo de usuarios. Los usuarios quizás puedan compartir el mismo conjunto de necesidades, estando la diferen-



cia en la importancia relativa que asignan a cada una». Más allá de que se encuentren o no satisfechas, tienen que ver con requerimientos puntuales cuya descripción puede ayudar a comprender qué es lo que las personas demandan de ese entorno diseñado.

NODOS

En palabras de Lynch «son puntos, puntos estratégicos en una ciudad en los cuales el observador puede entrar, y son los focos intensivos desde y hacia los cuales se está trasladando. Pueden ser principalmente cruces, lugares de quiebres en el transporte, un cruce o convergencia de senderos, los momentos de cambio de una estructura a otra. O los nodos pueden ser simples concentraciones, que adquieren su importancia de ser la condensación de algún uso o algún carácter físico, como una esquina concurrida o una plaza cerrada. Algunos de estos nodos de concentración son el foco y el epítome de un distrito, de los que irradia influencia y de los que se erigen como símbolo. Pueden ser llamados núcleos. Muchos nodos, por supuesto, participan de la naturaleza de uniones y concentraciones» (Lynch, 1960: p. 47).

NOMENCLATURA

Criterio general de denominación de las cosas que permite diferenciar distintos elementos, sean o no de la misma índole. Por ejemplo: distintos barrios, calles, salas, pisos o pabellones, secciones, instancias, entre otros.

ORDEN

Ver *Organización*.

ORGANIZACIÓN

Se refiere a la disposición de los distintos elementos en un espacio determinado, ya sea urbano o arquitectónico. Su definición lo hace vincularse con el término *orden*.

PLAN DE MEDIOS

Herramienta que permite planificar y especificar los medios o canales que se utilizarán en una propuesta de diseño, además de poder establecer



qué información será dada por el comitente a través de los distintos puntos de contacto con los usuarios. Permite elegir entre los distintos medios disponibles y hacerlo de manera estratégica. Su objetivo es poder llegar de una manera efectiva a la mayoría de los usuarios analizados, con el foco puesto en sus necesidades particulares.

PROTOTIPO

Elemento desarrollado de manera sencilla y con baja fidelidad que permite evaluar los desarrollos planteados, sean estos estéticos, del diseño de información, ergonómicos, etc. Es a partir de este modelo que se corrigen las cuestiones observadas para llegar al objeto final de manera más acabada.

PUNTO DE ACCESO

Es todo aquel sitio mediante el cual se ingresa a un entorno. En términos arquitectónicos, se vincula con las entradas de las edificaciones. En el caso urbano y semiurbano puede configurarse a partir de las terminales de transporte o sus puntos intermedios, ya que ciertas veces pueden configurarse como el primer contacto de las personas con un lugar.

PUNTO DE CONFLICTO

Foco donde se producen disfunciones con respecto al plan original de funcionamiento del espacio. Puede estar dado por acumulación de personas, gran cantidad de actividades/servicios, sitios de espera, etc.

PUNTO DE CONTACTO

El término hace referencia a aquellas instancias donde una persona se vincula con el entorno diseñado, sea éste un espacio, un producto o un servicio.

PUNTO DE INTERVENCIÓN

Sitio donde la propuesta se hará presente en el espacio. Tienen que ver con decisiones propias de la propuesta, pero también con la circulación y las necesidades de los usuarios y del comitente.



PUNTO NODAL

El concepto de puntos nodales surge del planteo de nodos e hitos, realizado por Kevin Lynch, y hace referencia a los focos que presentan algún tipo de relevancia respecto al entorno físico: accesos, puntos de toma de decisión, zonas, subespacios, etc. No necesariamente brindan información, pero pueden ser útiles para estructurarla.

SENDEROS

Según Lynch, «son los canales por los que el observador habitualmente, ocasionalmente o potencialmente se mueve. Pueden ser calles, caminos, líneas de tránsito, canales, vías de ferrocarril. Para muchas personas, estos son los elementos predominantes en su imagen. La gente observa la ciudad mientras se mueve a través de ella, y lo largo de estas rutas los otros elementos del entorno se disponen y relacionan» (Lynch, 1960: p. 47).

SEÑALIZACIÓN

Es una de las ramas del diseño en el entorno. Según Joan Costa, «...es la acción de un verbo: poner señales en la vía pública. [...] Es al mismo tiempo: el conjunto de la planeación de la acción de señalar, los elementos necesarios para ellos y los resultados prácticos que se derivan de esto» (Costa, 2007: p. 25).

SERVICIO

Refiere a aquella prestación o instalación que un espacio brinda a fin de complementar una actividad o darle al usuario las posibilidades de satisfacer una necesidad secundaria y general dentro del espacio. Por ejemplo, Buffet o Baño.

SISTEMA

Se refiere a un conjunto de elementos enlazados entre sí a través de un lógica determinada. Esta lógica puede ser denominada como criterio de sistematicidad, formado, a su vez, por lineamientos sistémicos.



TRAZADO

Estructura formal de un espacio urbano compuesta por sus distintos elementos: senderos, parques, límites, etc. Generalmente hace referencia a las formas urbanas en la que interviene algún tipo de planificación, y en las que permiten reconocer patrones de generación, crecimiento, entre otros. En los casos donde no hay evidencia de un planeamiento —o se manifiesta un *crecimiento orgánico* (Morris, 2018)— se vincula con la morfología que adquieren los distintos elementos que los componen.

USO

Respecto de un espacio, hace referencia a quienes lo utilizan o frecuentan. Puede ser *público* —cuando no existen restricciones para que las personas lo visiten— o *privado* —aquellos ámbitos en los que la decisión de qué personas pueden ingresar es tomada por quien tiene su dominio—.

USUARIO

Persona con determinadas características y destinatarios e intérpretes de cualquier propuesta de diseño. Puede definirse también como una persona que hace uso de y, por tanto, con distintas maneras en que hace uso del espacio, intereses, motivaciones, expectativas, etc.

ZONIFICACIÓN

Criterio mediante el cual pueden agruparse áreas que comparten características —físicas, funcionales, etc—. Puede existir una lógica de zonificación establecida por el comitente (por ejemplo, en un hospital pueden encontrarse las zonas de internación, consultorios externos, guardia y emergencias o zonas restringidas), detectarse en la instancia de análisis del contexto o establecerse *ad hoc* en la intervención.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Belinche, Daniel (2016). *Arte, poética y educación*. La Plata, Argentina: Papel Cosido.

Chaves, Norberto (2005). *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Costa, Joan (2004). *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Barcelona, España: Paidós.

García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México D.F., México: Grijalbo.

Gibson, David (2009). *The wayfinding handbook: information design for public places* [Manual de wayfinding: diseño de información para lugares públicos]. Nueva York, Estados Unidos: Princeton Architectural Press.

Grimson, Alejandro (2009). "Fronteras y extranjeros: desde la antropología y la comunicación - cultura, identidad, frontera", en García Canclini, Néstor (dir.), *Extranjeros en la tecnología y en la cultura*. Buenos Aires, Argentina: Fundación Telefónica/Ariel.

Guerrini, Sebastián (2017). *Los poderes del diseño: la construcción de imágenes y marcas entre culturas, políticas y negocios: teoría, metodología y práctica*. La Plata, Argentina: Troupe Comunicación.

Lynch, Kevin (1960). *The Image of the City* [La imagen de la ciudad]. Cambridge, Estados Unidos: MIT Press.

Morris, A.E.J. (2018). *Historia de la forma urbana. Desde sus orígenes hasta la revolución industrial*. Barcelona, España: Gustavo Gili.

Olins, Wally (2009). *El libro de las marcas*. Barcelona, España: Océano.

Uebele, Andreas (2017). *Material*. Londres, Inglaterra: Unit.

