



TALLER DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN VISUAL 4A

4

APUNTE DE CÁTEDRA **ESTRATEGIA**

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

A partir de la información obtenida en la etapa de *Análisis* —estudio del contexto, de los usuarios y establecimiento de un estado de situación—, se llega a la etapa en que la propuesta comienza a obtener su forma final. Se definen, en este momento, las características fundamentales, generales y particulares, funcionales, formales y constructivas de la intervención.

Para ello es necesario definir el **concepto general** que establecerá la manera en que tomarán forma los distintos aspectos de la propuesta. En otras palabras, el discurso.

Junto a este concepto se deberán establecer una serie de referencias a la manera en que ese concepto toma cuerpo, se traslada y se hace evidente en las distintas aristas de la propuesta. **Se ponen de manifiesto los materiales y tratamientos utilizados, la cromaticidad de la propuesta, el tono de voz con el que se brindará información a los usuarios, escalas, relaciones ergonómicas con los destinatarios**, etc.

En esta etapa también deberá atenderse a la complementariedad de medios en el proyecto, para cada uno de los espacios a abordar. Este aspecto se aborda a partir de la generación de un plan de medios.

CONCEPTO GENERAL

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.

COMPONENTES SISTÉMICOS

El concepto, por definición, opera sobre el plano de la abstracción. Para dotar de materialidad y visualidad a la propuesta debe estar acompañado de una serie de referencias que comiencen a dar cuerpo a la propuesta. **Esa serie de aspectos que la intervención deberá contener estarán reunidos en una hoja de componentes sistémicos. Los componentes son las partes que conforman el sistema y suponen las distintas variables sobre las que se trabajará: materialidad, texturas, cromaticidad, información, escalas, visuales,** etc. Esta combinación de componentes permitirá hacer visibles sensaciones, ideas de espacio o simplemente dar volumen al carácter de la propuesta en los distintos planos en los que se manifieste.

PLAN DE MEDIOS

Este ítem hace referencia a la parte de la estrategia mediante la cual se planifican y especifican los medios o canales que se utilizarán en la propuesta. **El objetivo es poder establecer qué información será dada por el comitente a través de los distintos puntos de contacto con los usuarios.**

Este es un punto clave en la nueva propuesta a desarrollar ya que permite elegir entre los distintos medios disponibles y hacerlo de manera estratégica. Es decir que el objetivo es **poder llegar de una manera efectiva a la mayoría de los usuarios analizados, con el foco puesto en sus necesidades particulares.**



Que sea un ejercicio estratégico y en pos de una planificación implica de parte del diseñador la selección de los canales más adecuados. Es importante en este aspecto tener en cuenta, no solo las condiciones objetivas del comitente, sino también las características de cada medio.

RELEVAMIENTO DE SITUACIONES ANÁLOGAS

Como su nombre lo indica, se realiza una búsqueda lo más extensa y variada posible de **soluciones de diversa índole que presenten algún tipo de semejanza con el caso abordado**: elección o combinación de materiales, utilización del color, medios utilizados, concepto, etc.

Es indispensable que se realice un análisis crítico de los ejemplos relevados. Este análisis debería responder a las siguientes preguntas: **¿Por qué se seleccionó este caso análogo y qué características comparte con el tema abordado? ¿Qué observaciones se pueden hacer sobre el caso?**

Como ya se dijo, para esta búsqueda la analogía no se da sólo a partir de la función del espacio (si el espacio asignado fuera Temaikèn, los casos a relevar no deberían ser únicamente parques temáticos naturales). Es decir que la analogía con el espacio se puede encontrar desde varios aspectos: su función y uso, sus dimensiones, usuarios, características arquitectónicas, su clima, entre otros.

