

## **Contexto y Referencialidad**

### **Conceptos para la comprensión del proceso de diseño**

Seijo, Claudio

#### **Estado de la cuestión**

La necesidad de la comunicación comercial, empresarial y comunitaria fue a lo largo del siglo XX encontrando sus propias lógicas gráficas y textuales que fueron estableciendo parámetros estéticos y argumentales propios, que establecieron las bases del lenguaje común que permite al usuario reconocer el sentido de lo que se expresa a simple vista.

La concreción cada vez más clara y común de un lenguaje general con parámetros visuales que establecen géneros discursivos y estilísticos con una clara representación simbólica y emotiva de los sectores comerciales/sociales a los que representa, nos permite construir la comunicación con una claridad cada vez más certera.

La globalidad, en su continuo desarrollo y exposición, nos permite entender en forma general y común a la mayoría, valores simbólicos en modelos de representación asignados a nichos comerciales/sociales en los cuales su continua reproducción marcan un estilo preciso a la representación de los mismos.

#### **Fundamentos**

Diseñar una pieza gráfica es un proceso individual en el cual se desarrollan distintas etapas tanto intelectuales como emotivas, en estas se apela a explorar, analizar y elaboran conclusiones para encontrar las mejores relaciones estético/gráficas que le permitan al diseñador tener certezas sobre el resultado a obtener.

Como parte del análisis es fundamental hacer un recorrido sobre las estéticas puestas en juego en la contemporaneidad del diseño vigente, y sobre todo la exploración de los nichos de diseño alrededor de las características comerciales/sociales de la temática a representar.

Hoy vivimos un dinámica de valoración de la subjetividad personal, cada vez más profunda; en ella cada individuo desarrolla un esquema de opinión y valoración de los contenidos simbólicos detrás de cada idea/concepto de nuestra cultura, personalizando la manera individual, la forma en la que observa, siente y concibe su percepción del diseño en general.

## **De la comunicación gráfica**

La combinación del devenir histórico de las piezas gráficas desarrolladas para producir vínculos comerciales o sociales y la valoración individual de la subjetividad, se produce en un esquema complejo de circulación de bienes simbólicos como parte del proceso de interpretación de las piezas.

El análisis de las formas de interpretación que realizan los usuarios de lo realizado por los diseñadores se ubica en el centro de sus decisiones, convirtiéndose hoy en los motivos esenciales para la efectividad comunicacional de las piezas gráficas.

Pensar en anticipar o controlar la interpretación del público usuario de un sitio web, entender sus gustos o valoración simbólica de la estética elegida, podría ser considerado un imposible, pero es aquí donde surge un estado común de elementos simbólicos representativos que no es otra cosa que la constitución misma del lenguaje gráfico.

El lenguaje gráfico, impredecible, movedizo y altamente subjetivo, ha desarrollado sus propios anticuerpos frente a una suerte de caos interpretativo, sosteniendo formas de representación con esquemas estéticos comunes generando así géneros y estilos aplicados a temáticas comerciales y sociales específicas.

En nuestro carácter dual de usuario de los bienes culturales y diseñadores tenemos la posibilidad de observar con ojos subjetivos y comunes las formas de ejemplificación que cada sector comercial/social fue a lo largo del tiempo encontrando para darle forma a su representación simbólica y estética.

## **De la propuesta pedagógica**

La propuesta se inicia en la definición de objetivos proyectuales, siendo que la realización de los diseños va a ser simulada a través del entendimiento de las etapas del proceso para la obtención final de una presentación donde se haga hincapié en los elementos conceptuales desde donde se tomaron las decisiones para elegir en cada caso los elementos que los componen.

Los objetivos de la propuesta pedagógica dentro de la cual se inscribe la importancia de explorar el contexto actual del diseño y de utilizar técnicas de referencialidad son:

- La realización de una pieza de diseño web que transmita un mensaje claro de forma visual, estética y argumental.

- Elaboración de un proceso de diseño a través de cual se analicen las etapas de pensamiento, análisis, búsqueda y desarrollo, exploración y elección estética, y conceptualización de las experiencias de funcionalidad sobre la Web.
- Realizar una presentación final en un formato digital del sitio web como forma argumental para exponer su proceso de realización y los motivos de las decisiones tomadas.

## **Desarrollo de la propuesta**

### **Objetivos**

La propuesta se centra en explorar las formas de análisis para obtener la mayor cantidad de certezas a la hora de definir los motivos por los cuales un diseñador toma decisiones para elaborar un diseño.

El diseño, en este caso web, es un trabajo profesional que requiere aportes económicos para su ejecución, por tal motivo es fundamental entender que la realización de mismo debe requerir de necesidades importantes de justificar para que signifique necesaria la inversión económica.

Como propuesta comunicacional es fundamental entender que todo diseño está enfocado en un usuario que lo va a interpretar y que de esa lectura personal y subjetiva debería tomar acciones para la obtención de resultados y hechos a favor de nuestro cliente.

Toda construcción estética tiene como apelativo argumental la emocionalidad, allí es donde se construye el principal vínculo entre el diseñador y los futuros usuarios. El lugar donde se expresan sensaciones y sentimientos a través de colores, formas, ornamentaciones, dibujos, fotos, etc.

El pensamiento inicial de un diseño como un proceso conceptual requiere:

- Establecer claramente un concepto-tema sobre el que se va trabajar. Esto ayuda a definir los segmentos culturales donde va a ser inscripto socialmente y los valores simbólicos que adoptará por los futuros usuarios.
- El futuro diseño a realizar debe tener un sentido y objetivo claro de por qué su realización es necesaria para dicho cliente dentro de su estructura comercial-comunicativa. Este objetivo es el punto de partida y el principal sentido conceptual en las tomas de decisiones del proceso de diseño.
- Reconocer a un segmento cultural como futuros usuarios, tipificarlos y estereotiparlos es importante para imaginar al futuro público de dicho diseño.

- Entender los valores retóricos y sensitivos de los elementos visuales, tanto de los colores, tipos, ornamentación, dibujos o fotos, nos permitirá poder darle al sentido general del diseño un carácter representativo claro y concreto.

Una vez que se encuentra pensado el diseño a través del análisis de los puntos anteriores, viene la etapa más difícil de asimilar que es el desarrollo de una estética unificada.

### **Contexto y referencialidad**

La estética general que durante mucho tiempo estuvo ligada a profundas fundamentaciones, ese misterio que une a los sentimientos con las cosas, ese lugar que a la razón le es prohibido y que se funde con lo más irracional y temperamental del ser humano, ha dejado de ser un lugar de preocupación para nuestros días.

De las lógicas de desarrollo estético teórico abandonadas desde hace tiempo por la incongruencia entre razón y arte, y por la imposibilidad de obtener resultados coherentes y manejables, se pasó a la efectividad de la repetición de valores gráficos sensitivos como una forma de establecer un lenguaje común a la representación de valores simbólicos culturales.

A partir de aquí, se hace indispensable tener en cuenta que todo valor cultural que poseemos tiene un claro origen referencial, es decir inevitablemente lo hemos adquirido en nuestro devenir por la vida y en nuestra exposición permanente a todas las formas de representación de la cultura.

Desde nuestra forma de vestir, la manera en la que llevamos nuestro corte de pelo, o el tipo de representación que elegimos en cada momento y para cada situación, todos ellos están contrastados permanentemente por nuestro análisis de la inscripción social, y es allí en esa constatación que hacemos en donde la representación cobra sentido y valor simbólico.

El diseño no solo no escapa a este análisis sino que vive y muere en él. Su vitalidad, frescura y lo más puro de sus valores simbólicos solo existen en su comparación con un mundo cultural en el cual lo estético es la primera impresión que intenta fundamentar y explicar todas las demás lecturas posteriores.

### **Análisis de diseños contemporáneos**

La utilización del contexto de diseño para elaborar nuevos y creativos procesos gráficos, es una práctica indispensable en la construcción de diseños contemporáneos, dado que su evaluación va a tener una clara referencialidad con lo ya hecho.

Inclusive en el mundo del arte, luego de la postmodernidad los meros conceptos estéticos de armonía y equilibrio de la homogénea modernidad cedieron al valor simbólico y contextual de los elementos gráficos/visuales utilizados en la obra.

El análisis de diseños contemporáneos no es solo una búsqueda de ideas o soluciones gráficas u ornamentales, es mucho más complejo y profundo. Es el entendimiento de cómo una mezcla de dichos elementos gráficos ordenados compositivamente representan una estética que simbólicamente le transfieren a la marca o producto valores sensitivos claros y concretos.

La referencialidad nos brinda respuestas claras sobre cómo determinadas estéticas (conjunto de elementos gráficos/visuales) ya están representando en el contexto cultural determinados conceptos vinculados con nichos comerciales específicos.

Es así como vemos que la mayoría de los diseños para los bancos son idénticos, o para las casas de moda, o para la venta de electrodomésticos o para los periódicos de noticias, y podríamos seguir con los ejemplos.

La similitud en los diseños por segmento no es un signo de debilidad, ni es por falta de creatividad o por falta de ideas. En realidad es un claro entendimiento de cómo funciona el lenguaje, solo se puede hablar de lenguaje cuando los signos que lo componen tienen un entendimiento común a la mayoría.

### **La estética del proceso de diseño**

Como describí en la etapa Objetivos, allí se piensa en un futuro diseño, la segunda etapa es buscar formas de representación gráficas/visuales de cada idea/concepto, y la tercera etapa es la búsqueda de una estética unificadora, que represente el valor simbólico de esa empresa/emprendimiento.

### **Propuesta**

- Analizar distintos diseños web, con la intención de encontrar la estética que mejor represente al tema a representar.

- Una vez que tenemos varios sitios web como referencia sensitiva de la imagen que queremos dotar a nuestro proyecto, analizamos esos diseños de una manera racional.
  - Cómo es la estructura. Relación, espacio ornamental y foto-texto.
  - Su tipografía, características, contrastes y tamaños.
  - Colores, relaciones, búsqueda de patrones.
  - Distribución de elementos de funcionalidad, botoneras, reels, etc.
- Una vez hecho el análisis, construir un nuevo diseño que esté inducido por las sensaciones simbólicas de los ejemplos.

### **Evaluación**

La evaluación que desde hace años realizo de este proceso de diseño, es que cada vez que se aplica el estudiante puede lograr un diseño de categoría con mayor claridad y rapidez.

Entender cómo acceder al resultado deseado les allana el camino para conjugar sus elementos estáticos/gráficos con una estética rectora que unifica y le da sentido simbólico. Y lo más importante le otorga al estudiante capacidad de autoanálisis, de poder entender mejor el lugar de la corrección y, fundamentalmente, adquirir independencia de criterio para abordar la vida profesional.