

Tres principios del diseño gráfico

Por Pablo Gallego

El artículo de Norberto Chaves «Diez principios del diseño gráfico» me ha hecho reflexionar. Mi experiencia me lleva a intentar simplificar y matizar sus ideas.

Sin ánimo de corregir a Norberto Chaves, a quien considero uno de mis maestros, debo reconocer que sus análisis suelen resultarme muy certeros pero excesivamente normativos y difíciles de recordar. Este texto podría haber sido un comentario a su artículo [«Diez principios del diseño gráfico»](#), pero ideas tan complejas creo que necesitan ser abordadas con tiempo y cuidado, y en lo más íntimo veo en mi texto la pretensión de conectar con las ideas de Norberto y continuar con la conversación que él abrió.

He querido a modo de juego reducir el decálogo –las tablas de la ley– a una tríada más simple y abierta –santísima trinidad– que quizás sea menos precisa pero espero más abierta y fácil de recordar. Mis tres principios, extraídos de la reflexión sobre el decálogo de Norberto Chaves son: relevancia, pertinencia comunicacional y corrección formal. Paso a explicarlos.

1. Relevancia

Toda propuesta de diseño debe explorar los límites que el encargo le permita para intentar ser relevante. Una buena comprensión del encargo y una alta capacidad para escuchar la opinión de los clientes, usuarios y grupos de interés, debe indicarnos durante el proceso cual es el punto adecuado. Es tan peligroso el miedo a arriesgarse como la obsesión por evitar el riesgo.

2. Pertinencia comunicacional

Toda propuesta de diseño es un elemento más o menos importante en la identidad global del emisor/marca. Es imprescindible responder y potenciar tanto su relato identitario como sus códigos establecidos o latentes, respetando de esta manera al receptor, al emisor y al medio. Sumando coherencia y amplificando el reconocimiento y la empatía de la marca en todos los receptores posibles de la propuesta gráfica diseñada.

3. Corrección formal

Toda propuesta de diseño debe evitar el ruido y la ambigüedad formal quitando lo que sobra, añadiendo lo que falta, evitando redundancias, amaneramientos y anacronismos. Deben ser

piezas técnica y culturalmente completas. A continuación cito un texto de Norberto que me parece bellissimo.

«Entre lo vacío y lo lleno debe haber una relación de sentido. El signo debe estar saturado, o sea, carente de zona privadas de sentido. Si al eliminar un elemento nada se pierde, es porque ese elemento sobraba».

Por último y a modo de condicionante general de cualquier proceso de diseño, incluyendo la gráfica: Todo diseño debe abordarse respetando el tiempo como el elemento fundamental, que añade a cualquier hecho el paso que permite su creación, comprensión y adopción. La prisa es enemiga de la eficiencia: la estrategias deben abordarse reflexivamente y las tácticas sin demora.

Publicado el 02/09/2013



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/tres-principios-del-diseno-grafico>

