

LAS REGLAS DEL JUEGO: DISEÑOGRAMA

CONTENIDO

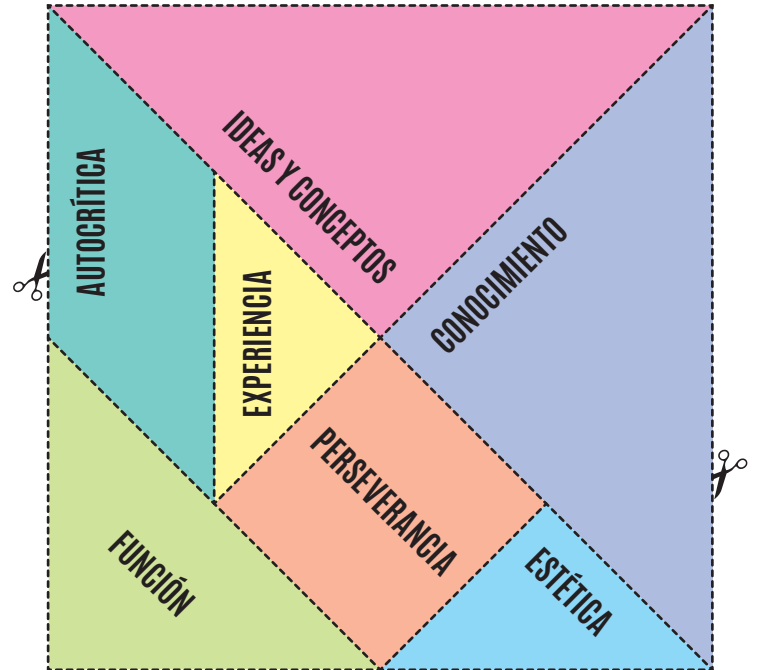
Este juego contiene: conocimiento, ideas y conceptos, perseverancia, autocrítica, experiencia, estética y función. Recomendamos revisar que cuente con todas cada vez que comience y termine de jugar la partida.

OBJETIVOS

Llegar a un resultado sólido, legible y concreto, a partir de la combinación de todas las piezas, y según la demanda del cliente.

REGLAS

- Deben utilizarse todas las piezas (no pueden faltar y tampoco sobrar)
- No puede haber superposición.
- Todas las piezas deben estar en contacto en al menos una arista.



Un juego consiste en el planteo de una serie de reglas que afectan a una cantidad determinada de piezas y que incluyen la participación de uno o más usuarios. Justamente en su presentación se cuenta con esos elementos para poder comprender el objetivo y el rol de cada participante. Sin embargo, lo interesante es que el juego puede controlar la actividad hasta un punto determinado: las reglas son propuestas, resultan claras y concretas, pero no pueden controlar lo que el participante comprenda, reinterprete o imagine de ellas. No prevén usos alternativos de las piezas ni cambios posibles en la forma de jugar.

El diseño, ¿no debería operar de forma similar?

Sumado a esto, podríamos decir que el juego elegido particularmente es una guía que establece la forma en que deben utilizarse y relacionarse una serie de piezas que cobran sentido en sus diversas combinaciones, lo que nos muestra una clara analogía con nuestras disciplinas ¿qué es el diseño sino una forma de vincular y organizar distintos elementos?

Nos encontramos obsesionados por la determinación, pero a partir de este ejemplo nos preguntamos si justamente lo interesante del producto que podamos poner en el mundo consiste en todas esas partes indeterminadas: *lo*

no previsto, lo espontáneo.

¿Cómo podemos diseñar teniendo en cuenta la futura interpretación del usuario?

¿Debemos tenerla en cuenta?

Quizás deberíamos plantear reglas de juego que sean lo suficientemente abiertas como para alentar a la propia imaginación del otro; ese otro que da sentido a nuestro objeto. Ningún afiche, espacio, película, objeto o prenda de ropa tiene sentido si no es usada, si no es apropiada y experimentada. *Si no hay vivencia.*

Comprendiendo la problemática desde este lado nos surgen nuevos cuestionamientos...

¿Debemos entonces diseñar la experiencia?

¿Deberíamos dejarla librada al azar?

¿Tenemos recursos para inducir determinados comportamientos?

¿Cómo podemos generar ese diálogo entre la pieza y el usuario? Un diálogo continuo que se modifique: la pieza propone, el usuario reinterpreta, y la pieza vuelve a proponer.

En estas cuestiones seguimos pensando...