

## Dos distorsiones en la enseñanza del diseño gráfico

---

Por Norberto Chaves

Teoricismo y creativismo, dos visiones opuestas que, paradójicamente, conviven sin conflictos, confundiendo el carácter de oficio de la práctica del diseño gráfico.



Gran parte de los problemas de la enseñanza del diseño gráfico en México (y es de suponer que en muchos países latinoamericanos) provienen de una concepción distorsionada de la

profesión, en la que predominan dos prejuicios: teoricismo y creativismo.

Dichas distorsiones –claramente originadas en una grave disociación entre enseñanza y práctica del oficio– presentan dos características que las hacen interesantísimas como fenómenos del imaginario colectivo:

- son de una profundidad y una tenacidad altísimas, propias de las creencias míticas, lo cual las hace difícilmente reversibles, y
- son abiertamente contradictorias entre sí, hecho que prueba su naturaleza mítica: la contradicción racionalmente evidente no las pone en crisis.

La primera distorsión consiste en no reconocerle al diseño gráfico su carácter de oficio, o sea, de trabajo productivo en un campo específico; trabajo que, a través de la experiencia, acumula una serie de habilidades y saberes prácticos, anclados en las condiciones empíricas, particulares y cambiantes de la comunicación concreta y que se transmiten y enriquecen de generación en generación, materializando así su propia evolución como disciplina productiva.

En su lugar se concibe al diseño gráfico –tácita o explícitamente– como una suerte de «teoría aplicada». Supuestamente, el ejercicio del diseño estaría guiado por una teoría previa y autónoma respecto de la práctica y suficiente para dirigirla con resultados válidos.

Y, más aún, dicha concepción tiende a considerar que el criterio de validación de la práctica es la obediencia a dichos preceptos teóricos y no a la eficacia comunicacional real del producto diseñado: así, el oficio de luthier se confirmaría más por el respeto de un tratado sobre la construcción de guitarras que por el sonido de las mismas.

La comunicación gráfica y su diseño, para esta óptica, constituyen hechos absolutamente aprehensibles y aprendibles por medio de las ideas, resultando superflua toda otra vía de captación del fenómeno gráfico y de la intervención sobre él: la intuición, la memoria, la sensibilidad, la experiencia y la reiteración, la observación, la recopilación de imágenes, etc.

La prueba de lo anterior es la ausencia de todo hábito de observación y análisis del campo gráfico real, la ejercitación de la mirada y el desarrollo de una real cultura visual. No se tiene información sobre el estado actual de la producción gráfica mundial ni sobre su historia. Y hasta se desdeña la posesión de hemerotecas y bibliotecas gráficas bien nutridas. El diseño gráfico no se descubre ni se aprende: se reinventa de la nada.

Esta reinención permanente confirma la hipótesis del rechazo de la idea de oficio: para esta concepción el diseño gráfico no es el acervo de tipologías, lenguajes, recursos y elementos gráficos acumulados históricamente, sino una «disciplina racional» que permite deducir de una idea un mensaje sin pasar por el conocimiento de los paradigmas gráficos aportados por el oficio propiamente dicho.

Dicha «teoría» suele nutrirse, además, de disciplinas teóricas propiamente dichas, o sea, no

vinculadas a otra práctica que la específicamente teórica: semiología, lingüística, psicología, sociología. Se llega a creer - tácita o explícitamente - que disciplinas como la retórica, la estética o la hermenéutica sirven efectivamente como medios de formación del diseñador. Estos discursos teóricos tienen un papel importante en la formación ya no del diseñador sino de cualquier persona interesada en el estudio de la cultura.

Pero estas *ciencias básicas*, confundidas con una auténtica *teoría-de-la-práctica-del diseño*, ocupan su espacio y, en tanto ocupan su espacio, postergan su desarrollo. Se trata claramente de un error en la percepción de la pertinencia de estas teorías.

La teoría se subcontrata a científicos cuyo discurso en nada incide sobre la capacitación del diseñador. Resultado: de la disciplina propiamente dicha seguirá sin saberse qué es ni cómo se ejerce.

El hiato entre estos discursos subcontratados y la práctica efectiva del diseño es un auténtico abismo: después de oídas las clases sobre la hermenéutica, el alumno permanece virgen e igualmente subcapacitado para el diseño.

El papel y real eficacia de estas disciplinas (indudablemente útiles en el desarrollo de la capacidad intelectual), sólo se plasma plenamente una vez instalado un discurso específico acerca de los procesos reales de la producción de diseño, que descubra y explique ese modo de producir mensajes. Y ausente el eslabón de una auténtica «teoría-de-la-práctica» la presencia de estas disciplinas no excede la función de pátina lexical o pasatiempo inocuo.

Estas disfunciones se multiplican si miramos de frente y con sinceridad el perfil del estudiante tipo de diseño gráfico que, no sólo está lejos de la Retórica sino que ni siquiera manifiesta interés por la gramática. Hablarle de Hermenéutica a un estudiante de diseño gráfico es desconocer al interlocutor. (Pero eso es harina de otro costal).

Esta desviación teorcionista es un fenómeno ideológico cuyas raíces son relativamente fáciles de detectar:

- el escasísimo desarrollo de la profesión y la escasísima presencia de profesionales en la docencia, responsabilidad que es asumida por personas que prácticamente desconocen el oficio
- la injustificada inscripción de las carreras de diseño gráfico en el ámbito universitario, que alienta su asimilación mecánica al modelo de las carreras propiamente universitarias y, por tanto, poseedoras de un curriculum teórico sólido
- la fuerte corriente ideologista y teorcionista y el gusto por el discurso especulativo y la diletancia «científica» que impregna los claustros universitarios latinoamericanos
- esta corriente es especialmente fuerte en las universidades públicas, donde el sano pensamiento utópico y el sano rechazo del tecnocratismo degradan en una auténtica

fobia idealista a la realidad, cuando no en un franco desprecio por el trabajo productivo y un culto a la supervivencia parasitaria.

La segunda distorsión, abiertamente opuesta a la anterior, es más universal y la comparten las carreras mexicanas de diseño gráfico con las de todo el mundo: el mito que localiza a la creatividad en el núcleo ontológico del diseño.

Este mito reniega de la teoría, de la racionalidad y hasta de los mismísimos condicionantes del programa: la respuesta creativa hace eclosión como una pura manifestación del talento inmanente del diseñador.

Sobre el carácter distorsionante de este mito y sobre su equívoca relación con el arte, todo se ha dicho y no cabe abundar aquí. Lo que sí importa señalar es que ambas distorsiones coinciden en un franco desprecio por la cultura gráfica real, por el fondo y patrimonio gráfico y por su papel, absolutamente prioritario, en la formación del diseñador.

La cultura gráfica es despreciada por el teórico, que siente fobia hacia todo saber práctico o «verdad empírica». Y es despreciada por el creativo, pues empaña el protagonismo y la originalidad del «diseño de autor». El primero sostiene que el mensaje gráfico es una secreción del cerebro izquierdo; el segundo, de otra glándula, aún no localizada. Ninguno quiere aprender un oficio que preexiste a toda carrera académica y que evoluciona, afortunadamente, con autonomía respecto de lo que ocurre en los claustros.

Así como en las escuelas de diseño gráfico europeas (y, ni, qué decir, en las españolas) cabe una preocupación por su escaso desarrollo teórico y por la debilidad de recursos conceptuales para contextualizar la práctica, en las universidades de diseño latinoamericanas cabe preocuparse por su débil inserción en la práctica del oficio e, incluso, por su lejanía respecto de la cultura gráfica concreta.

Publicado el 01/07/2005



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/dos-distorsiones-en-la-ensenanza-del-diseno-grafico>

