

La investigación en diseño gráfico

Por Norberto Chaves

Paradojas de las aspiraciones científicas de las carreras de diseño gráfico.

Este artículo nace de varias experiencias académicas de las que he sido testigo directo, relacionadas con la investigación en carreras de diseño gráfico. He escogido dos casos en los cuales los profesores, para dar jerarquía científica a los trabajos de los estudiantes imponían condiciones derivadas de sus preconceptos acerca de lo que sea «investigar».

El primer caso consistía en una auditoría de marca gráfica a partir de parámetros objetivos, mediante los cuales los estudiantes determinarían la calidad y pertinencia de las marcas analizadas. Una ejercitación esencial para el desarrollo de una capacidad ineludible en todo diseñador gráfico, pero que está prácticamente ausente en los planes de estudio.

El conflicto apareció al incrustarse, en ese ejercicio de auditoría, la palabra «investigación»: el trabajo quedó automáticamente desvirtuado. Los directores académicos, a partir de una noción rudimentaria de investigación (tomada mecánica y superficialmente de la «investigación de mercado») impusieron a los tesisistas la obligación de «testear» las marcas analizadas. O sea que el trabajo de evaluación profesional de esas marcas, realizado por jóvenes especializándose en una disciplina técnica, era sometido a la opinión indocumentada de los transeúntes. Gravísimo error basado en un desconocimiento del concepto y función de la marca gráfica, del concepto de investigación, y de la propia disciplina. Desconocimientos alarmantes, tratándose de directores de carrera.

El diagnóstico de esta desviación es sencillo: los responsables de la carrera aspiraban a darle al oficio un carácter científico (primer error), y apelan a un concepto de «investigación», parcial e inadecuado al tema (segundo error), tomado de una interpretación naif de lo que sea un estudio de opinión (tercer error), metodología compleja no limitada a preguntarle a la gente indiscriminadamente qué le parece lo que se le muestra. Que es exactamente lo que han tenido que hacer aquellos estudiantes para saciar la sed de «cientificidad» de sus profesores. Sencillamente, patético.

El segundo caso lo aporta una materia dirigida a que los alumnos «aprendan a investigar». Aquí la experiencia consistía en formular una hipótesis acerca de algún fenómeno gráfico, y pasar a demostrarla apelando al apoyo de los conceptos aportados por una u otra obra o pensador, elegidas ad hoc.

En este caso, la supuesta investigación respondía al género «ensayo», con cierto respaldo bibliográfico. El estudiante se asumiría como «ensayista», perfil ajeno a la profesión, sólo observable, excepcionalmente, en personas con vocación para la producción teórica. Un perfil con presencia numéricamente imperceptible, incluso entre la multitud de excelentes

diseñadores del mundo.

Para colmo de males, una de las exigencias de aquella materia consistía en que el tema de investigación no tuviera aplicación práctica al diseño. O sea, «investigación pura».

Nuevamente, por otra vía, las direcciones académicas hacen gala de su ignorancia acerca de lo que supuestamente están «enseñando» y de lo que realmente deberían enseñar.

Seguramente la casuística de estos desaguizados debe ser más extensa; pero los dos casos descritos bastan para poner el dedo en la llaga: en las aspiraciones científicas de profesores sin formación científica e, incluso, sin formación técnica en la disciplina que imparten. En las carreras de diseño gráfico proliferan «profesores» que en su vida han diseñado una tarjeta de visita; pero cuentan con una «teoría».

El perfil de investigador, en sentido estricto, lo define esencialmente la ciencia, y requiere una formación metodológica y epistemológica seria. No cualquiera «investiga», a menos que apelemos al uso meramente coloquial del término. Ese perfil es del todo ajeno al de diseñador gráfico, y resulta imposible desarrollarlo mediante el plan de estudios de la carrera de diseño. Quien lo desarrolle lo hará por su propia inquietud y sus capacidades personales. Un estudiante interesado en aprender a diseñar y no tiene, como vocación paralela, la de investigador, debería oponerse a cursar materias «de investigación» que, en todo caso, deberían figurar como asignaturas electivas. Pues, además, lo que puede hacerse con el perfil medio de estudiante de diseño gráfico y dentro de planes de estudio normales son meros simulacros de investigación. El compromiso de formación de ese estudiante y de la institución académica respectiva es legítimamente otro.

Nunca será suficiente cuanto se reivindique la formación cultural e intelectual del diseñador; pues hoy esa formación es muy débil cuando no decididamente ausente. Paradójicamente, en medio de ese desierto, se le pide a los alumnos que «aprendan a investigar». Y, aunque tal exigencia fuera válida, ¿con qué herramientas lo harían? La formación teórica del diseñador es indispensable. Él no puede ignorar conceptos básicos de semiología, lingüística, teoría de la comunicación... No para «investigar» sino para tener herramientas para pensar y entender la realidad general y específica sobre la que ha de actuar.

Entre una fraguada «investigación» y la ejercitación en diseño queda vacante el espacio de la inexcusable formación cultural e intelectual del estudiante. En lugar de «aprender a investigar», en las carreras de diseño gráfico es indispensable el estudio minucioso y permanente de la cultura gráfica, histórica y actual, los estudios de campo gráfico en los distintos sectores de aplicación, el dominio de parámetros de programación y evaluación del diseño. Y, desde ya, una formación cultural amplia al menos en los géneros próximos a la disciplina: ilustración, artes plásticas, literatura, arquitectura... A esta tarea toda la vida se la ha llamado, simplemente, «estudiar» y no «investigar».

Publicado el 01/12/2020



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/la-investigacion-en-diseno-grafico>

