

El dominio del diseño gráfico

Por Luciano Cassisi

Aunque los límites de ninguna profesión pueden delinearse con precisión de relojería, hay criterios para determinar con bastante aproximación qué es y qué no es diseño gráfico.

Muchas veces, especialmente al definir qué es el diseño gráfico, tal vez para no repetir, se utiliza la palabra «visual» como sinónimo de «gráfico». Algunos encuentran más precisión en la palabra «visual», pues asocian al término «gráfico» a la industria gráfica y a los llamados medios gráficos, resultando evidente que los diseñadores gráficos producimos muchas piezas que no se imprimen (como la gráfica para pantalla).

Además, hay carreras universitarias que se denominan «Diseño de Comunicación Visual» o «Diseño en Comunicación Visual» y «Diseño de Información», que se dedican a formar profesionales con habilidades y saberes homólogos a los de los egresados de las carreras de Diseño Gráfico. Paralelamente, hay libros e infinidad de referencias que hablan de «diseño gráfico y comunicación visual», pero que no hacen distinción alguna entre una cosa y la otra.

Seguramente los jóvenes que buscan una institución educativa donde estudiar diseño gráfico, se pregunten por qué algunas carreras se llaman Diseño Gráfico y otras no. ¿Será que enseñan cosas diferentes? Y, de ser así, ¿por qué nadie aclara las diferencias? A quienes hemos notado que en realidad no hay diferencias esenciales que ameriten tantas denominaciones, que no hay una actividad llamada diseño gráfico que sea distinta de otra llamada diseño de comunicación visual¹, nos queda la tarea de aclarar este evidente embrollo.

¿Gráfico o visual?

La primera pregunta a responder es la siguiente: ¿Es lo mismo «lo gráfico» que «lo visual»? Si buscamos la respuesta en la bibliografía existente de la profesión, aunque sea por omisión, la respuesta a la pregunta sería afirmativa porque, como decíamos, es difícil encontrar autores que distingan explícitamente entre los dos términos. En los hechos, tanto en el ámbito educativo como en el profesional, «gráfico» y «visual» son utilizados con el mismo sentido. Sin embargo, como veremos, cada uno de estos términos determina un dominio cuyos límites no coinciden.

La palabra «Gráfico» se comenzó a usar en la lengua castellana en el siglo XVIII, pero fue rara hasta el siglo XIX. Proviene del latín *graphicus* y éste del griego *graphikós* «referente a la escritura o al dibujo», «hábil en lo uno o en lo otro» (derivado de *gráphō* «yo dibujo, escribo»). En ese único sentido del término (no hay otros), una pintura rupestre es indudablemente un producto gráfico. Y lo mismo puede decirse de un papel tapiz, un motivo

textil, un contrato escrito, una firma, una anotación manual, un texto escrito a máquina, un dibujo, una fotografía (el mismo nombre lo indica: foto-grafía), una ilustración, un logotipo, un folleto, etc.

Como puede observarse, el dominio de «lo gráfico» tiene unos límites bastante acotados: para que una producción humana forme parte de este dominio debe ser escrita, dibujada o foto-grafiada por el medio que sea. En cambio, el dominio de «lo visual», es mucho más amplio: incluye todo lo que se puede ver, por más etéreo e «inmaterial» que parezca. Las famosas señales de humo utilizadas por algunos pueblos aborígenes y las señales luminosas de los faros marítimos, constituyen formas de comunicación visual no-gráficas, al igual que la expresión del rostro y las gesticulaciones humanas hechas con las manos y el cuerpo.² Estos ejemplos demuestran que el dominio de «lo visual» incluye formas de comunicación que quedan categóricamente fuera del dominio de la gráfica.

Pero los ejemplos no terminan allí: la vestimenta, los objetos, la decoración, la arquitectura y los espacios también son tan capaces de producir sentido como los gestos humanos, y como la gráfica. El campo de la comunicación visual incluye al de la gráfica pero es infinitamente más amplio. Queda claro entonces que la gráfica es un subconjunto de lo visual y que usar las palabras «gráfico» y «visual» como sinónimos es incorrecto.



¿Cuál es entonces la denominación más precisa para referir a la especialidad que desarrollan los diseñadores gráficos? El diseño tiene muchas especialidades. Lo que distingue a cada una de ellas es el campo de acción. De modo que lo deseable es que la denominación de cada especialidad coincida con ese campo. En función del análisis elemental que hemos hecho y dada la naturaleza visual de casi todos los campos de acción del diseño, hablar de «diseño de comunicación visual» es casi lo mismo que decir simplemente «diseño», a secas. No especifica casi nada. En cambio, como vimos, el dominio de la gráfica es mucho más acotado. La palabra «gráfico» es transparente, no pretende más de lo que es y coincide con lo que todo el mundo entiende, sin necesidad de explicaciones.

¿Por qué hay «diseño gráfico» y no simplemente «gráfica»?

Aunque para muchos resulte una perogrullada, conviene recordar qué en esta denominación la palabra «diseño» ha de tener algún sentido, alguna función. De lo contrario estaría de más.

Como vimos en algunos ejemplos mencionados anteriormente, la gráfica no es potestad exclusiva de los diseñadores gráficos. Cualquiera que dibuje o escriba —hasta un niño muy

pequeño—, es capaz de pergeñar productos gráficos, independientemente de su calidad. Así, tanto la receta que da el médico a su paciente como el folleto de un diseñador son productos que forman parte de un mismo universo: el de la gráfica. Pero es evidente que los productos gráficos diseñados han de tener algo que no tiene el resto de los productos gráficos; algo que justifique la distinción. Sin embargo, ese algo no es tan fácil de describir, ni tampoco es fácil de detectar. Algunos se parecen muchísimo a otros no diseñados, lo cual produce mucha confusión tanto en el público como entre los propios diseñadores. A causa de esta dificultad, es común que se meta en la bolsa del diseño gráfico a muchos tipos de manifestaciones gráficas como el grafiti, el estencil callejero, la historieta, la ilustración, la pintura, etc. ¿Cuántas veces se ha dicho la barbaridad de que las pinturas rupestres de las cuevas de Altamira constituyen uno de los primeros casos de diseño gráfico?

Aunque sea difícil determinar los límites entre lo diseñado y lo no diseñado, el diseño gráfico es apenas un subconjunto de la gráfica: una parte de un todo. Pero, por supuesto, eso no inhibe el natural interés del diseñador por todo tipo de producción gráfica —diseñada o no—. Sin duda, la valoración de la calidad en cualquier manifestación gráfica y el dominio de un amplio repertorio estilístico, representan insumos fundamentales para su trabajo. Al pianista, que se interesa por todo tipo de música, no se le ocurre pensar que su oficio es el responsable o el origen de toda la producción musical de la humanidad.



El esquema es una simplificación incompleta, que tiene como objetivo ilustrar la ubicación del diseño gráfico como subconjunto de la gráfica y su relación con otras formas de gráfica.

En el imaginario de la profesión, afortunadamente, ya se ha instalado la idea de que el diseño sirve para solucionar problemas o necesidades. Por eso hablamos de proyectos de diseño. Proyectar —o planificar— es un modo particular de gestar la forma del producto, que tiene en su extremo opuesto a la espontaneidad, la imprecisión y la falta de cuidado. Volviendo a los ejemplos, nadie diría que un garabato hecho por un niño pueda considerarse un proyecto de diseño. No hace falta demasiada lucidez para notarlo. Pero entre el extremo de la espontaneidad arbitraria y la planificación total hay muchos medios tonos, que hacen difícil determinar una frontera precisa entre el diseño gráfico y el resto de la gráfica.

La gráfica callejera, espontánea por definición, es un claro ejemplo de gráfica que queda fuera del diseño gráfico. Su único vínculo con la profesión está dado apenas por el aporte de unas pocas variantes estilísticas (generalmente no rigurosas y poco versátiles) que se suman a la amplia paleta del diseñador. Que haya diseñadores que utilizan técnicas y estilos típicos del diseño gráfico para producir gráfica callejera (a veces de alta calidad) no debe confundir: para el caso también hay muchas obras pictóricas que incluyen símbolos gráficos y tipografía y, más aún, miles de millones de usuarios de computadoras que diariamente dan forma a sus documentos y presentaciones de pantalla utilizando los mismos elementos que los diseñadores gráficos. En cambio, la ilustración y la fotografía están mucho más próximas al diseño gráfico porque representan insumos de gran parte de sus producciones, que incluso pueden y suelen diseñarse *ad hoc*.

Todo proyecto gráfico comienza con un programa de necesidades (la explicitación de la demanda) —sea extremadamente simple o muy complejo—, y concluye con la entrega de la documentación necesaria para la producción (planos, originales, manuales de uso, documentos, plantillas, etc.). En ese sentido, un indicador para determinar si un producto gráfico forma o no parte del diseño gráfico, es la existencia de planos, originales o alguna forma de documentación. Tal vez ese criterio pueda dejar dentro del dominio del diseño gráfico a algunos casos extraños, pero es seguro que ha de reducir notoriamente el estado de confusión.

Publicado el 03/04/2009

-
1. En el artículo «[El diseño no es comunicación](#)» sugiero una posible interpretación del por qué de este segundo bautismo del diseño gráfico: «es probable que buscaran jerarquizarse respecto de sus antecesores «menos pensantes»: los letristas, los armadores, los dibujantes, etc.»
 2. Aunque tendamos a suponer que las formas de enunciación visual extra-lingüísticas son apenas accesorias del la expresión oral, lo cierto es que podemos comunicarnos y expresar conceptos complejísimos mediante los gestos. La prueba mas acabada es que los sordomudos pueden comunicarse haciendo señas con las manos o leyendo los labios.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-dominio-del-diseno-grafico>

