Las falsas teorías del diseño

Por Edgardo López

Circulan muchos textos con pretensiones teóricas pero que no entienden de qué se trata la actividad de diseñar.

Es común encontrar, sobre todo en el ambiente académico, temas, textos, artículos «de diseño» en donde éste brilla por su ausencia. Se habla de todo menos de diseño. Extensos textos con una larga lista de referencias, en los que el autor elige de forma creativa algún párrafo estratégico, le hace una incisión y le practica el injerto. Entonces súbitamente el escrito se vuelve un texto sobre diseño, en tanto que su autor sigue con la firme pretensión de inscribirse en el repertorio de escritores serios que desde hace varios años han aportado bases teóricas a la disciplina, han reflexionado sobre su desarrollo, o bien, han ordenado y documentado experiencias valiosas.

Para lograr este fin, de forma paralela se presenta una serie de argumentos para sostener que la opinión, la investigación o el tema expuesto son parte de la agenda del diseño gráfico. Y en contraposición se minimiza la actividad proyectual llevándola a extremos que describen al diseñador únicamente como alguien capacitado para explicar líneas, formas, figuras, y que en consecuencia ve al diseño de manera reduccionista y no ha aprendido a dialogar con otras disciplinas.

Y por si esto no fuera suficiente, estos experimentados autores tienen la habilidad (soportada en la capacidad de escribir textos sobre textos) de descalificar la actividad de los diseñadores tachándolos de incultos y encasillándolos como operadores con visiones estrechas. Sabida la capacidad de fundamentación que pueden lograr, de manera ventajosa recurren a hacer propias las posturas de otros escritores e insisten en la existencia de posturas paradigmáticas.

Para ello los autores adoptan perspectivas teórico-metodológicas propias del análisis del discurso, combinan diferentes materias, tales como la lingüística, la hermenéutica, el análisis del discurso, la gramática, la semiótica, la retórica y la teoría de la enunciación, entre otras, y luego plantean preguntas como «¿acaso el texto y el conjunto de significados o las imágenes que evocan los textos no son objeto de estudio del diseño?» o «¿es que los textos no construyen imágenes?»

Tan sofisticada argumentación parece más una típica justificación, es decir, un pretexto para forzar la entrada de una investigación al terreno del diseño y así encubrir otras carencias.

Una vez que se revisan los textos, se advierte que en ninguna parte se logra la intersección prometida entre el diseño y las otras áreas prolíficamente explicadas. Quedan sin resolverse las promesas. No se presenta ninguna referencia a algún tipo de diseño, por lo tanto la promesa de encontrar campo fértil para la investigación en diseño no se cumple. No se

concretan puntos de vista que logren enriquecer la disciplina, acreditar su perfil, integrar intereses y dotar de carácter su campo de acción.

El diseñador, además de comprender, prefigurar, trabajar con, y explicar, líneas, formas, figuras —situación que exhibe al diseño como reduccionista—, está capacitado para explicar otros fenómenos. Independientemente de su condición social e ideológica, el diseñador deberá atender el diseño y los temas de diseño.

No se debe perder de vista que cuando se habla de enseñar a los diseñadores a dialogar con otras disciplinas, el diseño debe seguir siendo el eje articulador.

Dominar el discurso no es dominar el diseño

Una patología común de esos autores (causada por la comodidad o por la ignorancia) es sostener que el conocimiento del diseño y el saber hacer diseño se manifiestan en el dominio del discurso y la capacidad de argumentación, y no a partir de la validación de ciertos preceptos teóricos o de la eficacia comunicacional real de los productos de diseño. Lo cierto es que no se aprende a hacer música leyendo la historia de Wagner o los tratados sobre las composiciones de Mozart. No se aprende a escribir leyendo libros de gramática. No se aprende a diseñar tipografía solo comprendiendo y analizando la historia de la escritura y las lenguas.

Sobre la visión estrecha y reduccionista que describe al diseñador como un personaje que solo se centra en explicar líneas, formas, figuras, conviene precisar que composición, sintaxis gráfica, estilos, tipologías, códigos, esquemas de visualización, colores, contrastes, tamaños, tipografías, formatos, articulaciones, organizaciones, métodos y procesos, técnicas de reproducción, tendencias, etcétera, son, entre otros más, temas del diseño gráfico.

¿O será que las visiones anchas y amplificadoras han propiciado la incapacidad de ver, analizar, comprender y operar los signos gráficos? ¿Necesita el diseño cobijar estas visiones? ¿No son suficientes la lingüística, la hermenéutica o las ciencias sociales, por citar algunas ciencias? ¿Es obligación del diseño soportar tanto? ¿Nos quedó chica la palabra «diseño»?

Es necesario que los diseñadores que saben ver y que han tenido la experiencia de resolver el diseño de páginas de un libro, de explorar durante semanas las posibilidades gráficas de una marca, de organizar los datos complejos en una infografía, de resolver las implicaciones técnicas para la producción de un cartel, de seleccionar la letra óptima para un directorio telefónico, por citar sólo algunas acciones, defiendan este conocimiento.

No se puede diseñar lo que no se ve, y los textos no entrenan para ver ni dotan de sensibilidad para operar signos y códigos visuales. Enfrentemos, critiquemos y señalemos las seudoteorías del diseño y la seudointerdisciplina de gente que no posee la más remota idea de lo que es diseñar.

Siempre habrá condiciones para discutir estos temas, sin embargo, alguien debe ponerle el cascabel al gato.

Publicado el 23/06/2010

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/las-falsas-teorias-del-diseno