# Una aproximación a la cultura del diseño en Bolivia

Por Fernando Navia Meyer

## Resultados de un estudio de contexto sobre Arte y Diseño, efectuado en 2010 en las principales ciudades bolivianas.

La cultura es un conjunto de experiencias, creencias, valores, rituales, comportamientos y conocimientos objetivos y subjetivos individuales y colectivos, que se comparte y debate en un grupo o sociedad que la produce y moldea. En este sentido, diseñadores gráficos, centros de formación en diseño, «consumidores» de diseño, clientes de diseño, medios de comunicación y sociedad integran, a través de su rol, lo que podemos llamar una cultura del diseño.

Según un estudio de contexto sobre Arte y Diseño, efectuado en las principales ciudades de Bolivia en el año 2010, en el mercado laboral existen tres segmentos claramente definidos de diseñadores gráficos:

1. Profesionales, formados en arquitectura, pintura, comunicación social, publicidad, fotografía, ilustración, ingeniería civil, marketing y derecho, entre otros.

2. Autodidactas, empíricos que han accedido a los programas y tutoriales de diseño en forma independiente.

3. Diseñadores formados en centros técnicos o universitarios.

Para el logro de su desempeño laboral, los dos primeros segmentos se auto-definen como diseñadores gráficos.

Los centros de formación en diseño gráfico, enfocan los contenidos de sus asignaturas en dos campos generales: programas de diseño y talleres (al estilo de la pintura clásica del renacimiento) que producen un ecléctico educativo entre diseño gráfico, bellas artes, artes gráficas, arquitectura y comunicación visual.

Por su parte, los clientes de diseño, generalmente instituciones y empresas, califican los productos del diseño gráfico en dos sentidos radicales: o les gusta o no les gusta, con el agravante de que pagan poco por el servicio. Los consumidores de productos de diseño lo califican de igual manera. Los medios de comunicación masivos, como la prensa diaria o la televisión, cuando se refieren a los diseñadores o a los productos del diseño, los califican como artistas del diseño y del arte gráfico. Finalmente, la sociedad, considera los objetos del

diseño como obras de arte, producto del trabajo de un ser creativo dotado de virtudes estéticas; es decir, de un artista.

De este conjunto de roles asociados al diseño, emergen las siguientes conclusiones:

- Un flagrante predominio del juicio estético para determinar el valor de un producto de diseño.
- El decisivo peso histórico del arte en el diseño.
- La evidente y abrumadora carencia de metodología, teoría y crítica de diseño.
- El bajo valor económico del producto de diseño y, en consecuencia, los bajos ingresos del diseñador.
- La inexistente investigación y producción de conocimiento en diseño.

Este escenario de roles, pone en evidencia una realidad de la cultura del diseño gráfico insipiente —carente de juicios basados en el saber—. Se mantiene el estereotipo histórico vinculado al arte, que menoscaba la finalidad y reputación disciplinar del diseño, por lo que hace necesario formar diseñadores mejor preparados para un desempeño público y estratégico responsable, sistemático y metodológico. Los centros de formación y los diseñadores formados, deben trabajar para elevar el valor de la disciplina, en virtud de su objeto específico, que es la elaboración de mensajes visuales.

Publicado el 26/03/2014

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/una-aproximacion-a-la-cultura-del-diseno-en-bolivia