

PONENCIA: **EL PROYECTO GRAFICO COMO POSIBILIDAD INVESTIGATIVA**

AUTOR: HUGO ALONSO PLAZAS, Docente Departamento de Diseño, Universidad del Cauca

Foro Académico RAD/G+V 2003: La Investigación en Diseño Gráfico.

En la última época nos hemos puesto en la tarea de preguntarnos acerca de la investigación en nuestra disciplina inscribiéndola en un cuestionamiento un poco más grande acerca de la investigación en las artes, y aunque el Diseño y el Diseño Gráfico específicamente, han tratado de alejarse de las artes a través de un discurso propio desde los años 50, también se ve afectada por una visión objetivista acerca de lo que es la investigación. Con esto quiero hacer referencia a la idea que se tiene en términos generales de lo que es la investigación, que proviene directamente del positivismo, es decir, de las ciencias duras como la biología, la física, la química. De la misma manera la investigación como concepto tiene una figura un poco más contemporánea conocida como la investigación para el desarrollo, que se inscribe en los terrenos de la tecnología. Es la imagen que se maneja comúnmente acerca de la investigación caracterizada por la oferta de posibilidades para el desarrollo de una Nación y en especial de una nación como la nuestra que sufre de incontables desigualdades sociales y que ve como paradigma, extrapolado de los países desarrollados, la investigación como base para el desarrollo.

Para las ciencias sociales el camino de la investigación no ha sido cosa fácil en especial por aquella visión sesgada que no entiende a la investigación sin un producto o un resultado práctico y concreto que ofrezca beneficios en el terreno económico. Pero las ciencias sociales lo han sabido llevar hasta el punto de reconocer el objeto de sus disciplinas como objetos de investigación. Por ejemplo, la antropología reconoce que su acción es investigativa por sí misma, sin necesidad de ningún componente externo. Me detengo aquí para aclarar que los campos de conocimiento que habitualmente asociamos con carreras universitarias, pueden tener dos vertientes según lo explica el profesor Carlos Augusto Hernández, en su libro Disciplinas¹: Una vertiente se refiere a las llamadas profesiones, como la medicina clínica que tiene por obligación ofrecer un servicio a la sociedad a partir de un conocimiento aprendido y cotejado en círculos profesionales. La

¹ Hernández, Carlos Arturo, Disciplinas, Editado por Icfes, Bogotá, 2000.

otra vertiente son las disciplinas, es decir aquellas en las cuales su carácter es otorgado por la investigación constante, como las ciencias duras que mencioné anteriormente. En este caso, su práctica social es nula, puesto que el único paradigma que sostienen es el del conocimiento, independiente de su aplicabilidad en el terreno social.

Ahora bien, teniendo claro estos puntos, nos hemos preguntado qué es hacer investigación en Diseño Gráfico y nos encontramos en primera instancia con la dificultad haber sido preparados principalmente para ayudar a la sociedad con sus problemas de comunicación, tanto así, que nos hacemos llamar comunicadores gráficos. Esta circunstancia nos sitúa en la vertiente de las profesiones como la habíamos mencionado anteriormente. Sin embargo, dentro del terreno general de las Artes, se ha abierto una brecha que nos permite vislumbrar la acción del artista, sin recortar el término a las artes plásticas, que supone al Arte como investigación en términos de la capacidad de creación que en ella subsiste. La creación en este caso se toma como la investigación misma, y hoy en día es frecuente reconocer la imagen del artista como investigador. No podemos afirmar que este reconocimiento se dé de manera institucionalizada aun, pero los círculos del Arte tratan de verse cada día más como instituciones investigativas. En el Diseño Gráfico nos queda pendiente la tarea de preguntarnos de una manera profunda por la creación entendiéndola como investigación. Tal vez, y esta es la apuesta que vengo a ofrecer, podamos acercar el concepto de creación a lo que conocemos habitualmente como Proyecto Gráfico. Para construir este puente quiero mencionar a unos de los padres del Diseño Gráfico y considerado demiurgo por Enric Satué²: Otl Aicher, diseñador Alemán muerto en 1991.

Recordamos al diseñador Otl Aicher como cofundador de la Escuela Superior de Diseño en Ulm, Alemania, a finales de los años 50. De esta Escuela, podemos decir que fue uno de los hitos más importantes del Diseño, después de la Bauhaus, y de la cual tuvieron que ver muchos de los más importantes diseñadores de la segunda mitad del siglo XX. Su filosofía acerca de lo funcional de los productos de diseño y del reconocimiento del diseño gráfico como comunicación social son algunos de sus aportes que tenemos en lo académico. Por otra parte, en el terreno de la práctica profesional, tenemos a Otl Aicher como referente en el área de la imagen corporativa, con las marcas de Braun, Lufthansa, Erco, etc. Del diseño tipográfico, con la creación de la fuente Rotis y el paradigmático sistema de

² Satué, Enric, Los Demiurgos del Diseño Gráfico, Mondadori, Barcelona, 1990.

signos para la comunicación visual, escrito a partir de la unificación de pictogramas para los Juegos Olímpicos de Múnich.

A parte de su producción profesional, lo que nos interesa establecer aquí, es la filosofía del Proyecto que propone Aicher en su libro: *El Mundo Como Proyecto*³, de 1991. Allí propone una visión acerca de la función social del Diseño, para Aicher, el diseñador es un desarrollador en el plano de lo social y el diseño una responsabilidad frente a los criterios de uso del mundo, que desembocan en efectos sociales y ecológicos. La responsabilidad nace en el seno de un hacer configurador de mundo. Según esta filosofía, en la medida en que el mundo es cada vez un mundo hecho por el hombre, es susceptible de ser proyectado.

Lo que reconoce Aicher en primera instancia es la dinámica del mundo contemporáneo, una dinámica de continua renovación, de construcción y destrucción constante a partir de las circunstancias de cada época. En este sentido, posa su teoría del Diseño en el concepto de uso, que no es más que el ajuste debido entre el pensar y el hacer. Por supuesto, la manera de afrontar el mundo según esta concepción es la funcionalidad, un concepto trajinado hasta la deformación hoy en día. Lo que nos propone el concepto de funcionalidad es una razón de la realidad, es decir una manera ajustada de contemplar y representar cualquier cosa alejada de cualquier capricho.

Como dije anteriormente, el concepto de funcionalidad propuesto por Aicher, es tomado en la actualidad como un valor dependiente de la función económica, tanto así que en algunos casos se entiende como una respuesta directa entre el costo y el beneficio. La filosofía del proyecto se diluye en el circuito producción - consumo y los resultados gráficos antes de responder a problemáticas sociales se convierten en armas de seducción o en actor regulador de la industria cultural⁴. Las especialidades en el Diseño Gráfico antes de dar solución a los problemas de los usuarios aparentan ser desdoblamientos innecesarios que acortan las posibilidades de respuesta a coyunturas determinadas, respondiendo principalmente a industrias de medios como la prensa, la televisión, y otras; caracterizadas por la planificación controlada de los procesos de creación.

Las especialidades que menciono, contienen un surtido de soluciones predeterminadas para ciertas situaciones y que a la vez impiden a la

³ Aicher, Otl; *El Mundo como Proyecto*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1994.

⁴ Ledesma, María del Valle, *Diseño Gráfico ¿Un orden necesario?* En *Diseño y Comunicación: Teorías y enfoques criticos*, Paidós, Buenos Aires, 1997.

disciplina cuestionarse por su actividad y su responsabilidad ante la sociedad. La falta de investigación dentro del Diseño Gráfico aparece como causa y efecto de este factor, el cual tratamos de negar con reiteradas referencias a lo funcional, que como ya dijimos se entiende hoy en día como lo económicamente correcto, y a su carácter de valor agregado que el marketing impone sobre la mirada del producto. Al respecto, Wolfgang Jean Stock nos dice⁵: "Hay que recordar que la Escuela de Ulm promovía un diseño por encima de especialismos en vez de limitada a las especialidades".

En este punto comienza la discusión acerca de la posibilidad del Proyecto como objeto de investigación propia del Diseño Gráfico. Si rescatamos el concepto de Proyecto como "modelo de desarrollo" que en última instancia nos propone Aicher, nos enfrentamos a la posibilidad de fundar una vía de reflexiones que trascenderán el hacer y se inscribirán en el pensar. Para ello, no debemos entender el Proyecto como molde en el cual se encierran las respuestas típicas o fórmulas que se aprenden de manera reiterada en la academia; tampoco se debe entender como método en el cual se dan preconcepciones institucionalizadas o programas de desarrollo para medios determinados, como muchos casos de diseño editorial, los "Coffee table book" son una muestra de ello.

En este caso, el Proyecto Gráfico no debe entenderse como una planificación preestablecida de las circunstancias y las actuaciones del diseñador. Debe entenderse como Aicher lo señala, en un conjunto de pruebas y correcciones que redundarán en un resultado adecuado y caracterizado por la correspondencia con la tarea examinada por todos sus lados, o en otras palabras y como él mismo lo señala, debe entenderse como "modelo de desarrollo".

"Modelo de desarrollo" se entiende como objeto de acción social en el cual las situaciones y circunstancias que atraviesa el Proyecto validan las respuestas dadas. En tal caso lo que recogemos del Proyecto es una suerte de experiencias y vivencias (la bitácora), capaces de ser cotejadas, compartidas y acumulables que darán pie a la construcción de un cuerpo teórico en constante renovación.

Para tal efecto, proponemos entender al Proyecto como concepto, que dentro de sí, debe contener los elementos suficientes para la reflexión, como lo son: la interacción social, la innovación en el manejo de códigos

⁵ Jean Stock, Wolfgang, Introducción al libro El Mundo como Proyecto, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1994.

culturales, la creación, el entorno, la identidad, la comunicación, los medios de comunicación convencionales y no convencionales, etc. Con estos elementos es viable construir preguntas que cuestionen los esquemas tradicionales del circuito producción - consumo y redunde en nuevos conocimientos que permitirán constituir la en una disciplina investigativa.

De esta forma, el Diseño Gráfico abre la posibilidad de investigar a través de la experiencia propia de cada proyecto, suponiendo que quedará para la posteridad el conjunto de circunstancias enfrentadas y el sistema de valores desplegado para dar solución a los problemas planteados. El producto final se convierte así, en sólo un paso intermedio, que a su vez genera nuevos proyectos.

Bajo esta reflexión se hace necesario llevar al Proyecto a los espacios de interacción social, al conjunto de comunicaciones explícitas e intersubjetivas efectuadas a lo largo y ancho del conjunto social, a la trascendencia de las imágenes en la infinita red de asociaciones del colectivo y al carácter de memoria y rasgos de identidad que los productos de diseño conllevan.

Entonces, de cada Proyecto se espera que se abra a la posibilidad de lo desconocido, se abstenga de prefigurar el medio de solución del problema planteado, indague distintas respuestas acordes a profundas reflexiones sobre la acción del Diseño Gráfico en la sociedad, promueva la integración como eje mediador entre aquel que comunica y aquellos a quienes se les comunica y funde para sí un conjunto de respuestas válidas según las circunstancias enfrentadas.

Entonces, y ya para terminar, lo que aquí queda sobre la mesa es un conjunto de reflexiones que sólo trata de interceder por la acción propia de la disciplina, que merece ser entendida con el estatus de investigación ante los demás y principalmente ante nosotros mismos, porque la investigación es primero que todo una actitud.