

SOBRE EL DISEÑO²

LA CREACIÓN

ROMN III sobre el DISEÑO, la creación y la intuición

La disciplina del Diseño en Comunicación Visual, es nebulosa y de pocas concreciones a la hora de delimitar su universo. La influencia del diseño se vuelca de variadas maneras en numerosos campos: gráfica editorial, identidad de empresa, televisión, packaging, difusión de campañas, páginas web, diseño multimedia, arquigrafía y un largo y múltiple etc. Esto, sumado a su relativa juventud, si la comparamos con disciplinas ya definidas desde hace siglos como la pintura o la arquitectura, y la aparición constante de los nuevos medios que toma como soporte y que también por supuesto condicionan sus desarrollos, hacen que a la hora de definir cuál es la mejor respuesta al problema del diseño, las posturas y las explicaciones no coincidan.

Y LA INTUICIÓN



Redacción: Andrés Muglia → Lic. en Artes Plásticas ↑

El diseño es, como la arquitectura, una herramienta con la que se quiere solucionar un problema. El problema que la arquitectura debe solucionar es el de crear un habitat para el hombre. Visto y considerando que por ciertas carencias el hombre está incapacitado de vivir al aire libre, y cuenta entre las suyas con la posibilidad de erigir su propia morada desde el momento en que sus dedos índice y pulgar se oponen entre sí, la arquitectura surge como herramienta para resolver de la mejor manera posible la creación del antónimo del cielo, que es el techo (y no la tierra). De esta manera ensayará mediante un campo delimitado por leyes físicas, económicas y estéticas, la mejor forma de brindar una vivienda segura, limpia, económicamente viable (desde la construcción hasta el mantenimiento), y en lo posible estéticamente aceptable.

Por su parte, las artes plásticas no tienden a solucionar un problema concreto. De hecho si somos firmes en nuestro razonamiento no tienden a solucionar ningún problema. Esa es tal vez la maldición (y por suerte la bendición) de las artes plásticas: el problema no existe. Un cuadro no cubre una carencia, ante su ausencia usted

no se mojará la cabeza en caso de que llueva, su justificación es puramente espiritual. Ahora bien, cuando los corpulentos topes de lo práctico (como decía Michaux), que son quienes lamentablemente manejan en particular las

cuentas que pagamos y todas las cuentas en general, piden la prueba de una "utilidad" de la obra artística, es cuando todos nuestros violinistas, escultores, colombinas y trovadores, adquieren la expresión turbada que semeja a un signo de pregunta.

El "David" de Miguel Ángel.



El diseño es distinto tanto a la arquitectura como a las artes plásticas, pero es a su vez parecido a ambos. Es parecido a la arquitectura porque tiende a solucionar un problema de la mejor manera posible, cómo comunicar un mensaje dado, de la forma más clara posible. Y a las artes plásticas por mera transposición de signos, el diseño usa de hecho el reperto iconográfico de la historia del arte. Ambos desarrollos, tanto el de las artes plásticas como el del diseño, están imbricados de tal forma que es imposible hablar de diseño sin citar nombres de artistas plásticos, o dejar de reconocer escuelas enteras basadas en las formas que crearon Mondrián, Malevich o Schwitzer, entre otros. De hecho muchos pintores y artistas fueron a su vez diseñadores, haciendo indivisible la relación.

Sin embargo, y a pesar de sus claras e indiscutibles implicaciones estéticas, el diseño se diferencia del arte taxativamente, en el momento en que la comunicación clara de un mensaje es su principal objetivo. Si la comunicación se pudiera definir por una recta, y la que produce el diseño se pudiera definir como la "mejor recta posible" (la mejor forma si nos



Museo de Guggenheim, New York. Una de las grandes obras arquitectónicas del siglo XX, diseñado por Frank Lloyd Wright en 1959.



ponemos gestálticos), el arte se podría definir como la comunicación a través de la curva. La polisemia del mensaje artístico es una de sus principales características, su búsqueda constante del descubrimiento de nuevos lenguajes indica un remarcado, refinado, y deliberado desprecio por la formas convencionales (y remarco el concepto de convención) de comunicación. Aquí es donde el diseño se diferencia radicalmente del arte, porque aunque sus herramientas se parezcan, los objetivos son esencialmente diferentes. Mientras uno intenta ser claro, el otro busca a veces intencionadamente, la oscuridad. La diferenciación se torna confusa desde el momento en que tenemos colgados en nuestras piezas afiches o carteles que se destinaban a publicitar un producto, atendiendo más a sus cualidades estéticas que a sus virtudes comunicacionales.

Tel: (0221) 424-1690

e-mail: info@clips.com.ar
website: www.clips.com.ar

Cartelería
Señalización
Letreros luminosos

Tarjetas plásticas
Credenciales
Control de acceso

Merchandising
para autoservicios
Exhibidores
Displays
Puntos de venta

Clips

Nueva Dirección

Calle 39 N° 371 e/ 2 y 3
(1900) La Plata

⊕ Extracto de la obra "Composición con rojo, amarillo y azul", de Piet Mondrian.

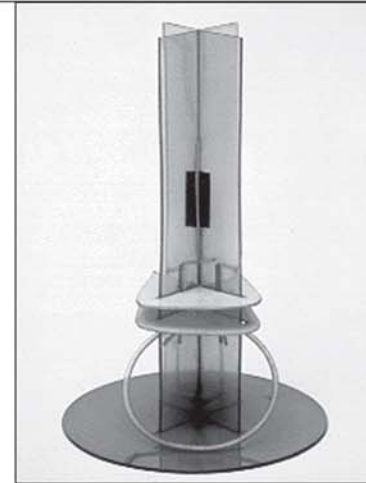
De esta confusión es de dónde surge un debate trunco, casi ¿ES EL DISEÑO UN ARTE? A lo que las instituciones de enseñanza se aprestan a responder: NO, un momento, nuestra disciplina tiende a solucionar un problema concreto en base a teorías comunicacionales, perceptuales y psicológicas, ayudado sí por medios, métodos y hasta técnicas e imágenes desarrolladas por las artes plásticas, pero con condiciones de partida y de llegada muy diferentes. Efectivamente, la diferencia es como decíamos más arriba, sustancial, pero desde el momento en que el diseño implica una instancia de creación, se emparenta con el arte en un sentido mucho menos frío y restrictivo que el de la simple explotación de un repertorio de imágenes y técnicas. Esto se pone de manifiesto sobre todo en la falta de un método que intente explotar esa faceta, y mucho más de un método de enseñanza que ensaye alguna solución en este sentido. Otro tanto se puede decir de las artes plásticas cuando hablamos de método (si es este posible en algún sentido, es al menos dudoso para los que desconfiamos de las recetas), pero la inquietud acerca de la creatividad es al menos un tópico importante, aunque no cerrado ni mucho menos, en relación a una práctica de diseño que pone un énfasis tan grande en el lenguaje, que se olvida de la creación. Cuando las reuniones de café versan más sobre las virtudes

del último software y la articulación de cierta composición (esto último en el mejor de los casos), que sobre las ideas, corremos el riesgo de quedarnos con un lenguaje brillante pero que no articule ningún mensaje.

De la mano de algunos diseñadores sin embargo, ha llegado una bocanada de aire fresco en la forma de algunos cambios de mirada sobre la concepción del diseño. Y aunque la originalidad no sea la mayor de sus virtudes, la inquietud sobre ciertos conceptos en relación al paso de la creación, o mejor de la gestación, del comienzo del proceso de diseño, los sitúa en un lugar dife-

rente al común denominador. Hojeando uno de los últimos trabajos de Carson, un libro profusamente ilustrado con las creaciones del diseñador norteamericano, y que incluía además una serie de escritos propios y apócrifos, se advierte esta misma preocupación. Los textos giran en torno a un concepto o eje que se reitera como respuesta, y que se encarna en la palabra INTUICION. Sorprende en parte que la respuesta propuesta al problema del diseño sea la intuición, cuando estamos acostumbrados a oír discursos acerca de las búsquedas racionales y otras melodías similares. Sin embargo Carson lo toma como base de toda su obra, como in-

David Carson y una tapa de la revista "Raygun", que él diseñó.



Modelo de columna de Kasimir Malevich.



vitación a una concepción más libre del diseño, de la comunicación y del lenguaje. Los resultados son variados. El mensaje no es tal vez tan claro y el lenguaje se vuelve tan personal que el sello del autor surge en todas las piezas, fenómeno que no es conveniente en algunas ocasiones.

A pesar de esto, la propuesta de Carson y otros diseñadores, es importante y renovadora a partir del momento en que dudan de que las herramientas del diseño ya estén todas concebidas, y que la concreción de las cotas máximas de significación y comunicación respondan a un sistema pautado racionalmente. Si la intuición no llega brillantemente al terreno de las concreciones, sí lo hace en el de las dudas y en el de los replanteos, en el de la relatividad de las pautas rígidas, que son un contrasentido en una disciplina en constante cambio y que no ha alcanzado los niveles de formulación y delimitación que estas tratan de imponernos. Estas ideas siembran una duda sobre la completa idoneidad de la racionalidad como estructuradora del diseño, proponiendo la irracionalidad, el instinto, la pulsión, como alternativa válida al momento de trabajar un mensaje visual. Si no definitivo, abre un camino, una alternativa y una inquietud. Que la respuesta no esté contenida en el enunciado no significa que este sea menos válido. El punto está en evaluar qué nos sirve a la hora de diseñar, y que pautas podemos usar en nuestra praxis diaria para abrir un poco el juego a la creatividad.

netverk
Internet

Sábados
abierto
hasta
20 hs

Soporte
técnico
telefónico
24 hs

calle 38 y Plaza Olazabal e/ 6 y 7
Tel/Fax: 424-1049
www.netverk.com.ar