

LA ENSEÑANZA DEL COLOR

Uno de los mayores problemas del presente en la enseñanza del color, especialmente en el contexto del diseño gráfico, es la separación entre teoría y práctica. Mantener un enfoque teórico y abstracto ocasiona que el alumno no logre conciliar los fundamentos adquiridos con la realización de temas específicos, tales como el cartel, la identidad gráfica corporativa, la tipografía y el diseño editorial. Todavía se siguen los planteamientos de Johannes Itten y de Joseph Albers, entre otros, sin cuestionar su efectividad en el terreno de la práctica. Esto no quiere decir que sean erróneos, sino que son el resultado de una obra pictórica, pero no gráfica.

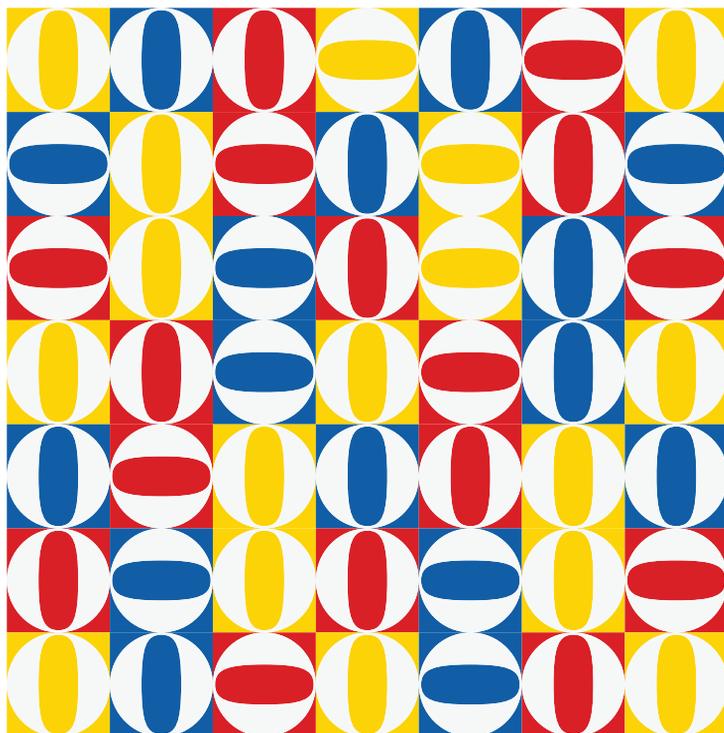
Es necesario, por tanto, insistir que la práctica del diseño gráfico obliga a entender que el color, además de ser el producto

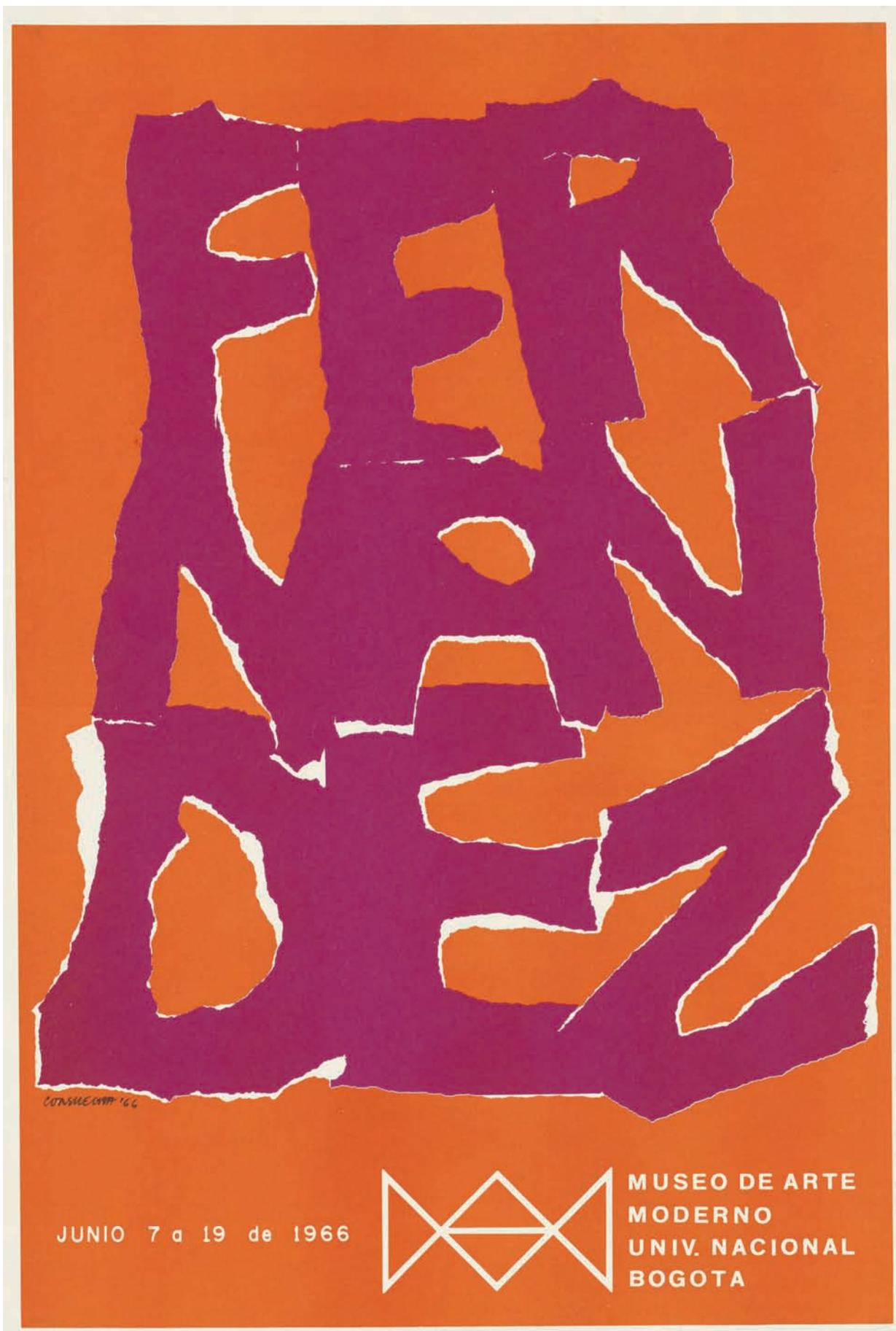
de una mezcla aditiva y substractiva, también requiere de un tratamiento simbólico. Pero, ¿se aplican todos estos conocimientos en algún momento? En el diseño gráfico y en el diseño industrial se maneja un vocabulario semántico cromático que requiere de unos fundamentos diferentes. Pienso entonces que es necesario replantear la teoría del color con el propósito de hallar una aplicabilidad más inmediata.

NUEVOS PLANTEAMIENTOS

Propongo que el alumno de diseño gráfico acceda al conocimiento del color aplicado a través de ejercicios en los cuales se utilicen cambios de formatos, proporciones, planos, superficies envolventes, aplicaciones varias, etc., que le permitan familiarizarse con diferentes contextos físicos y de contenido. En las clases de color y diseño básico usualmente se trabaja con el mismo formato y en situaciones bidimensionales planas, pero no se establecen distancias físicas con la obra que, realizada sobre la mesa, pocas veces abandona su posición horizontal, excepto cuando el profesor la ubica en la pared para evaluarla en relación con las demás. Sus contenidos no pasan tampoco de ser ejercicios abstractos a escala donde se plantean situaciones de armonía, contraste, colores primarios, colores secundarios, etc. No es igual una superficie plana de 5 x 5 centímetros pintada de rojo que una silla, un automóvil, un empaque, una pared entera o un edificio.

De otra parte, ¿se habla de densidad y proporción, de giros y tramas, de módulo, patrón y textura? Si, por ejemplo, se analiza un empaque, se podrá ver que además de ser un plano envolvente, sea circundante continuo (cilindro) o discontinuo







secundario, mezcla de magenta y amarillo en proporciones iguales; el morado, como el lila, son producto de mezclar cian y magenta en determinadas proporciones, y el negro es realmente una tinta diferente, ya que la mezcla de las tres tintas llamadas magenta, cian y amarillo produce un sepia oscuro.

Es necesario entrar en relaciones proporcionales que a nivel de aplicaciones sobre papel con acuarela, con témpera o con  leo, no son tan discernibles como lo son en fotomecánica o en el monitor de un computador, pero sí pueden ser al menos más comprensibles si se plantean mediante proyectos donde se den variantes de mezclas ópticas, transparencias, manejo de proporción y repetición de tamaños en los cuales el color sea apreciable a distancia, etc.

EL DISEÑO BÁSICO

(rectángulo, cubo o paralelepípedo), es un volumen en el cual generalmente hay color, imagen y texto, y cuyo diseño no puede valorarse de manera aislada sino al lado de otros empaques. Si se compara una estampilla, una carátula, un cartel y una valla, se podrá observar que en su estructuración —además de los determinantes de tamaño, distancia y tiempo de lectura— también hay determinantes cromáticos.  Qu  tanto son propuestas composiciones a una, dos o tres tintas?  Se clarifican desde un principio las diferencias entre una bicromía y un bicolor, entre una tricrom a y una impresión a tres tintas, entre una policromía y una impresión a cuatro tintas?

De igual manera, las mezclas cromáticas y tonales se basan en parámetros teóricos que en la práctica no son del todo exactos. Decir que la mezcla de rojo y amarillo produce naranja, que con azul y rojo se obtiene morado o que la mezcla de todas las tintas da negro, no es del todo correcto. En tintas de impresión el rojo es un color

Año tras año son repetidos los mismos ejercicios, sin evaluar si es debido a ellos que subsisten los problemas entre teoría y práctica. En diseño, a diferencia de otras asignaturas teóricas, no hay modelos absolutos. Los problemas particulares tienen soluciones particulares. Son muchas las determinantes que entran en juego para que un diseño sea exitoso visual y gráficamente, y por ello es necesario que se evalúe dentro de diferentes contextos físicos y visuales. La lectura de la totalidad por la parte no siempre es aplicable en contextos en donde no hay una cultura de los códigos visuales o donde se manejan otros. No es desconocido que un círculo solo es leído como tal tras una educación visual y en un determinado contexto, pues de otra manera puede leerse como un plato, una rueda, etc.

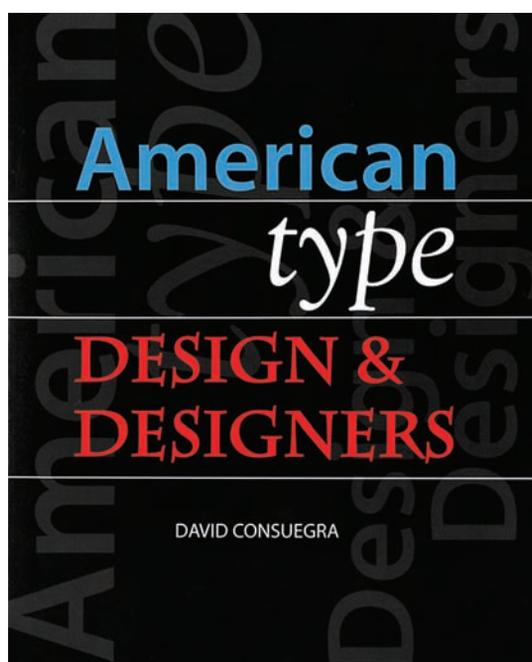
Si bien el alumno resuelve problemas de forma y contenido, tales como armonías, contrastes, etc., en cambio no resuelve problemas de forma y función, pues no es lo mismo un módulo que una textura, una baldosa que un piso completo. Las variantes



"ABC de marcas mundiales", 1988
 Editor, compilación y análisis, diseño y diagramación:
 David Consuegra
 Páginas: 140



"En busca del cuadrado", 1992
 Autor: David Consuegra
 Editor: Universidad Nacional de Colombia
 Diseño y diagramación: David Consuegra
 Páginas: 188



"American type. Design and designers", 2004
 Autor: David Consuegra
 Editor: Allworth Press, Nueva York
 Diseño y diagramación: David Consuegra
 Páginas: 320



lingüísticas también inciden diametralmente en lo directo y contundente de una propuesta. Un ejercicio beneficioso sería trabajar de forma simultánea con propuestas en dos idiomas para entender que muchas de las obras maestras del diseño gráfico están circunscritas al idioma en que se produjeron. En el logotipo I♥NY, creado por Milton Glaser en 1973, pese a haberse convertido en uno de los íconos del siglo XX, subsisten algunos problemas semióticos y semánticos que no permiten una traducción directa en otros idiomas y en otros contextos. ¿Se puede decir “Yo amo el conservatismo” si el logotipo tiene un corazón rojo? ¿Se puede expresar amor con un corazón azul? ¿Existiría la misma calidad gráfica con una palabra que no se puede abreviar?

Las palabras varían de letras y de extensión al cambiar de idioma, y además cambian su orden: mientras en inglés se dice *black and white*, en español se dice blanco y negro. Igual sucede con las medidas en inglés, donde se dice 70 x 100, mientras que en español decimos 100 x 70. Un caso interesante se presenta con la palabra Grecia, que se escribe de manera similar en los idiomas de origen o de relación latina, tales como Grecia, *Greece*, *Grèce*, *Griechenland*. Pero no es así en el griego, donde además de escribirse con H, se usan letras de estructura diferente: HELAS. Grecia se conoce como la Hélade. Igual sucede con las traducciones de muchos títulos literarios o cinematográficos que exigen el desarrollo de un diseño diferente.

Generalmente se trabaja con el alfabeto romano y en español, ignorando la existencia de caracteres no convencionales propios de otros idiomas o la existencia de alfabetos que, a pesar de una construcción similar de sus letras, es totalmente diferente, tal como sucede con el griego y el ruso. Otros idiomas, como el árabe o el hebreo, simplemente se desconocen.

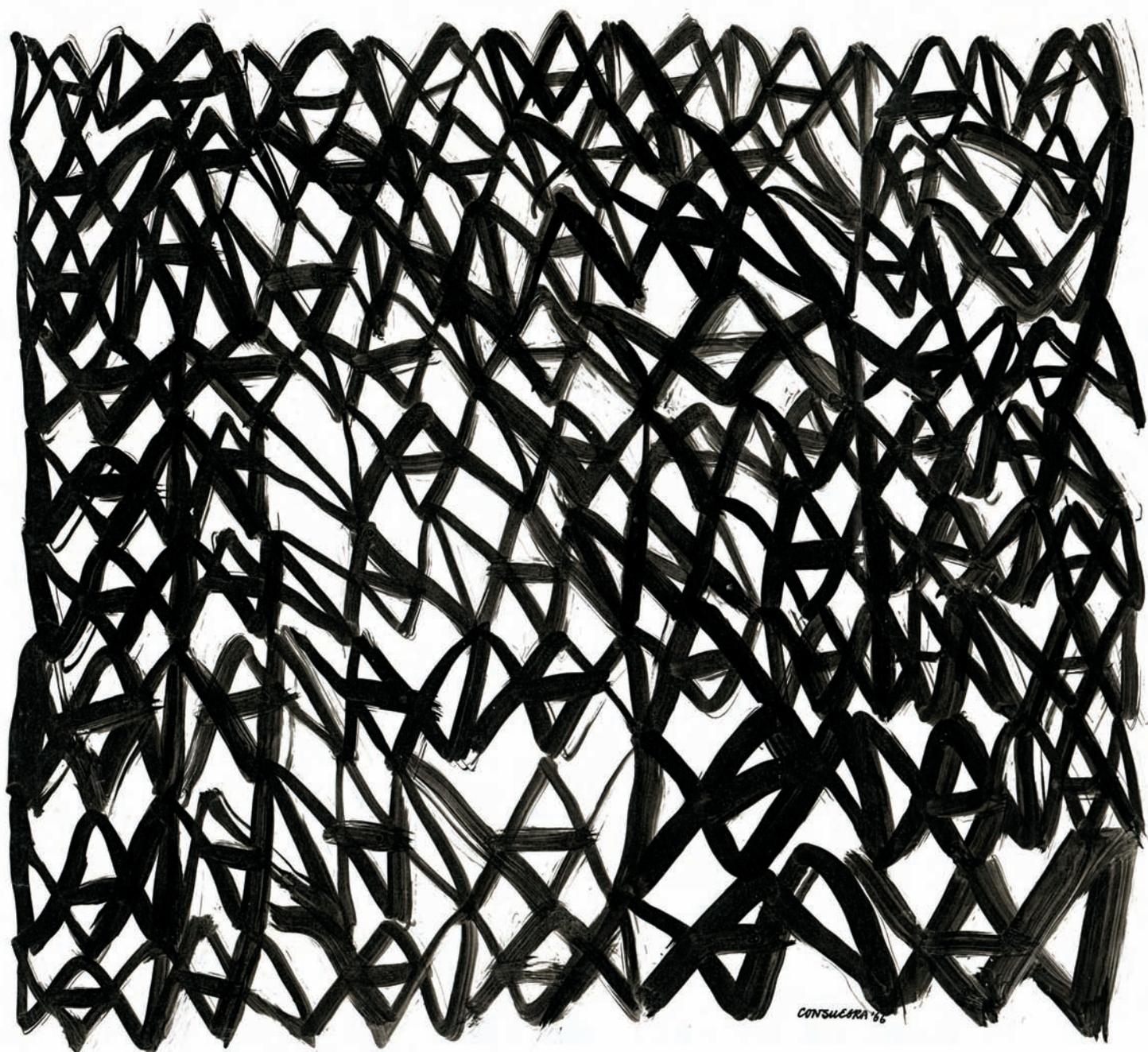
Composiciones bidimensionales puestas sobre un cilindro o un cubo permiten entender que en el paso de una super-

ficie plana a una envolvente hay una nueva determinante: lo bidimensional no solo se ha modificado de manera proporcional sino visiblemente. Ya no se verá la totalidad del diseño, solo una parte. A este respecto conviene comparar los carteles verticales de Jules Chéret o Alphonse Mucha con el envase de la Coca Cola en lata. Mientras en el primer caso se da una contextualización visual con el espacio físico determinado por los soportes cilíndricos erigidos en Berlín y París en las décadas de 1850 y 1860, en el segundo caso el ordenamiento de la información está determinado por la necesidad de ubicarlos alrededor del espacio. Que los carteles sean alongados obedece al área visible, que la información de la lata se repita cada cuarto del área cilíndrica obedece a una exigencia de lectura constante de la marca, pues sin importar de qué lado se tome la lata, siempre habrá una marca presente, sea a través de variantes de escritura o de la inclusión de la imagen de la botella clásica.

EL DIBUJO ESTÉTICO Y EL DIBUJO GRÁFICO

Entremos en el área del dibujo. Primero que todo, pertenece al área de expresión y como tal se ha seguido manejando con un criterio artístico. Al igual que en el diseño básico, no se incursiona en formatos, encuadres o ángulos visuales. Se continúa empleando el pliego o el medio pliego vertical u horizontalmente dependiendo de la posición del objeto dibujado; tampoco se maneja la figura como un medio de acceder a la narración gráfica, que además de ser necesaria en la ilustración, se requiere para la elaboración de *story-boards* propios de la animación y del cine publicitario (cortometrajes, propaganda televisiva, etc.).

A falta de nuevas propuestas, o de propuestas más dinámicas, se está eliminado el dibujo como parte del currículo de enseñanza del diseño. En tanto no se desarrolle



Dibujo en tinta china sobre papel (a partir de la marca del Museo de Arte Moderno de Bogotá), 27,5 x 31 cm, 1966.

desde un comienzo un vocabulario gráfico y visual, al llegar el alumno a la fotografía, a la diagramación o al diseño editorial, estará tan limitado como en sus inicios, solo que ahora se encontrará ya en cuarto semestre o más adelante.

Desde hace años insisto que se enseña dibujo artístico, cuando lo que se requiere es enseñar dibujo gráfico. No se incursiona en vocabularios gráficos, manejo de técnicas, tipos de soporte, etc. Por el contrario, se sigue empleando carboncillo, formatos que no se emplean en la gráfica y una presentación de la imagen no adecuada para los medios de reproducción. Es necesario el manejo del dibujo a tinta, el empleo del color, la inclusión de tipografía, etc.

Curiosamente, las historietas se dibujan al doble de la proporción en que se reproducen, lo cual exige un manejo diferente del espacio, de la proporción y de la técnica de expresión. Tampoco se maneja la información en diferentes formatos que permitan pasar de un cartel a una valla o tener un dominio del espacio propio de la diagramación. Medios de reproducción, como el *scanner*, generalmente no manejan formatos mayores de un cuarto de pliego (35 x 50 cm). Todo esto quiere decir que tampoco hay una contextualización con estos medios.

Se accede a la historia del arte o del diseño generalmente a través de libros en blanco y negro o a través de diapositivas, sin cerciorarse de que en la toma o en la proyección se han cambiado las dimensiones del original. Un cartel de 2 metros de altura aparecerá igual que una carátula de 20 cm o una estampilla de 4 cm.

En la historia del arte tampoco se analizan las obras a través de los formatos, de los encuadres o del color. El aporte holandés, como el aporte de la gráfica japonesa, fue más entendida y aplicada posteriormente por los artistas gráficos que por los artistas plásticos. La mayor parte de la pintura renacentista se reduce a formatos horizontales

normales, planos de conjunto, primeros planos, tales como el retrato, o planos generales, como los paisajes. Son contados los ejemplos donde se ve al artista incursionar en otras posibilidades tales como los picados, contrapicados, etc., tal como en algunos óleos de Edgard Degas influenciado por la fotografía, mas se verá en las obras realizadas en el *Art Déco* y en el *Art Nouveau* y sobre todo por los dibujantes de historietas. No sobra añadir que la historia del arte es generalmente la historia del óleo, porque es poco lo que se ve de mural, de la gráfica y jamás de la historieta. ¿No son todos estos lenguajes parte del desarrollo de la imagen?

Recordemos que por cerca de cuatro siglos los libros solo contaron con ilustraciones en blanco y negro, con algunas iniciales o palabras en rojo. El color es tardío en la reproducción y la obra de arte no pudo valorarse visualmente sino hasta la aparición de la cromolitografía, en 1836. Solo desde entonces pudieron el lector y el observador apreciar y estudiar la historia del arte con reproducciones a color.

Es necesario un replanteamiento del color, del diseño básico y del dibujo. Mientras el individuo no posea una maestría de trazo y forma, del espacio y la composición, de la descripción y la narración gráfica, será dominado indefectiblemente por la máquina. Es importante el conocimiento de las técnicas de expresión manuales para entender las técnicas de expresión digitales. Sin un dominio amplio del vocabulario gráfico y visual, los resultados serán mecánicos y la creación una simple copia de lo hecho por otros.

He aquí el reto. A través de ustedes invito a todas las escuelas del país a trabajar conjuntamente en la tarea de reevaluar programas y reestructurar contenidos, a dar la importancia que le corresponde a la educación formativa dentro de la carrera de diseño para que se logren cimentar las bases que se requieren en el ejercicio profesional. ✨

Arte final
(¿Whitman?).
Sin datos, s.f.
Collage y tinta
china sobre
cartón.
30,5 x 20,5 cm

