

Todo diseñador gráfico proyecta mensajes visuales por encargo, mensajes que, para no resultar fallidos, deben poder ser leídos y decodificados en las duras condiciones de la comunicación social. En este sentido, por ejemplo, por original e innovador que pueda parecer un afiche, si en los hechos pasa inadvertido o se vuelve ilegible no cumplirá su principal función, que no es reflejar las ocurrencias creativas del diseñador sino transmitir, de la mejor manera posible, el mensaje a sus audiencias.

Este libro es la réplica a una serie de ilusiones y falsas creencias que suelen alentarse en las escuelas de diseño y que constituyen una mitología muy arraigada en ciertos ambientes universitarios. Entre ellas, la idea de que, a la hora de diseñar, la innovación y la creatividad en sí mismas son los valores más apreciados, o que el diseñador puede decidir libremente la orientación del mensaje, ajeno a la necesidad de su comitente, o que el diseño tiene fines sociales propios. Por inocentes que parezcan, estas ilusiones son perjudiciales: están alejadas del oficio real de diseñar, entorpecen la práctica y distorsionan su enseñanza.

En palabras del autor, «el vigor que estas supersticiones manifiestan y la facilidad con que son creídas motivaron este trabajo, dirigido a maestros y aprendices preocupados por el diseño eficaz de mensajes visuales en sus contextos reales de actuación». Cada capítulo comienza planteando una ilusión y luego presenta, con ejemplos y argumentaciones precisas, el correspondiente desengaño. Así, al aceptar ceñirse a una determinada estructura textual, el libro mismo encarna la concepción del diseño gráfico que defiende: un oficio rigurosamente condicionado por la demanda y el contexto, y por lo tanto alejado de la libre creatividad.

# Índice

Introducción .....	9
1. Definición del diseño .....	11
2. La función social del diseño .....	29
3. El perfil del diseñador .....	43
4. La tarea del diseñador gráfico .....	55
5. Las teorías en la enseñanza del oficio .....	69
6. Los ejercicios para aprender diseño gráfico	83
7. Los métodos para diseñar .....	101
8. La influencia del maestro .....	117
Conclusión .....	129