

¿Cómo afecta el diseño a los individuos y a los grupos?, ¿cuál es la relación de causa y efecto entre ambas partes?, ¿qué le hace el diseño a la gente?, son preguntas capitales que dan una nueva orientación a la reflexión sobre el diseño y su significación social. Permiten vislumbrar cuestiones que tienen particular importancia en un contexto como el mexicano, en el cual, no obstante su intensa producción de discursos visoespaciales cotidianos o trascendentales, aún se simplifica al diseño como un resultado

# El sentido del diseño:

## Entre el oficio y la transdisciplina

RAÚL HERNÁNDEZ VALDÉS  
Departamento de Síntesis Creativa  
UAM-Xochimilco  
hevr@cueyatl.uam.mx  
tzabcan@hotmail.com.mx

“superestructural” sobredeterminado sólo por la economía, o se subvalora como la envoltura “estética”, “ornamental” del hardware y la ingeniería operativa de los productos industriales. En el ámbito de la educación superior para el diseño, no son pocos los programas de docencia o de investigación que se aferran a la fundamentación pretendidamente científica de la “disciplina” y sus “desarrollos” tecnológicos, y aquellos otros desde los cuales el diseño todavía se considera como cosmética y al diseñador como una especie de peluquero (Bonsiepe, 1993, 1-4).

Esas preguntas capitales nos conducen también, directamente, al significado actual de la práctica del diseño de la comunicación gráfica, al cual le preceden sentidos distintos correspondientes a los cambios sucesivos de la modernidad y la transición a la época contemporánea. Refieren a los instrumentos de cultivo de ideas y diseminación de creencias y preferencias. Remiten también al estudio del diseño, lo que ha sido, lo que debería ser hoy y, por último, a los aspectos paradigmáticos que considero pueden ubicar adecuadamente la formación de los profesionales y la práctica del diseño en las condiciones y demandas del tiempo presente.

Con respecto de los pensamientos, las creencias y las preferencias, Edgar Morin, en su libro *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*, expresa:

*Marx decía justamente: “Los productos del cerebro humano tienen el aspecto de seres independientes dotados con cuerpos particulares en comunicación con los humanos y entre ellos.*

Es más, las creencias y las ideas no sólo son productos de la mente, también son seres mentales que tienen vida y poder. De esta manera, pueden poseernos.

Debemos ser bien conscientes que desde el comienzo de la humanidad nació la noósfera –esfera de las cosas del espíritu– con el despliegue de los mitos, de los dioses; la formidable sublevación de estos seres espirituales impulsó y arrastró al *homo sapiens* hacia delirios, masacres, adoraciones, éxtasis, sublimidades desconocidas en el mundo animal. Desde entonces vivimos en una selva de mitos que enriquecen las culturas (Morin, 2001, 28).

**Resumen**  
*Este artículo examina la función del diseño como instrumento de cultivo de ideas, diseminación de creencias e inducción de preferencias. Reflexiona sobre qué ha sido el estudio del diseño y qué debería ser actualmente en cada contexto cultural.*

*Considera algunos tópicos paradigmáticos que ubican la formación de los profesionales, los investigadores y la práctica profesional en las condiciones socioculturales presentes.*

**Abstract**  
*This article examines the function of design as an instrument of cultivation of ideas, dissemination of beliefs and induction of preferences. It also meditates on what has been the study of design and what it should currently*

*be, within each cultural context. It considers some paradigmatic topics which locate the molding of professionals, investigators and professional practice at their current state.*

Por otra parte, en *La mente bien ordenada*, Morin subraya el importante papel de la metáfora en el conocimiento del mundo:

...la literatura revela el valor cognitivo de la metáfora, la cual es rechazada con desprecio por el espíritu científico. Como dicen Knyazeva y Kurdyumov: "La metáfora es un indicador de una no linealidad local del texto o el pensamiento, es un indicador de apertura del texto o del pensamiento para diversas interpretaciones o reinterpretaciones, para resonar con las ideas personales de un lector o interlocutor", (Knyazeva y Kurdyumov, 2000). Una metáfora despierta la visión o la percepción que se habían vuelto clichés. En este sentido dice un poeta: La realidad es un cliché del que nosotros escapamos por la metáfora. La metáfora literaria establece una comunicación analógica entre realidades muy alejadas y distintas, que permite dar intensidad afectiva a la inteligibilidad que aporta. Al suscitar ondas analógicas, la metáfora supera la discontinuidad y el aislamiento de las cosas. A menudo aporta unas precisiones que el lenguaje puramente objetivo no puede aportar. De este modo se comprende mejor la calidad de un vino hablando de su textura, de su cuerpo, de su bouquet, de su finura antes que por unas referencias físicoquímicas (Morin, 2000, 120-121).

Las referencias anteriores apuntan analógicamente –y centralmente– a contenidos esenciales, a lenguajes formales y procedimientos también comunes a los discursos visuales y espaciales de la cultura; específicamente a los de la cultura estética que cobija al arte y al diseño. Estos discursos expresan aspectos cualitativos que sólo pueden ser esquematizados cuantitativamente con los recursos de la ciencia.

El potencial expresivo y condicionador de las formas objetivadas por el diseño puede ejemplificarse con los distintos alcances causales del diseño de la comunicación gráfica. Pensemos en la funcionalidad evocadora de los registros gráficos remitiéndonos al hombre que caza para alimentarse y observa, atento, la impresión en el barro de una huella animal. Lo que mira es un signo gráfico. Y con el ojo de su mente, percibe al animal mismo en el campo de las representaciones internas.

No obstante, un signo no es todavía una representación, una imagen, un icono. Las imágenes gráficas son mucho más que ilustraciones descriptivas de cosas vistas o imaginadas. Son complejos signícos, simbólicos o alegóricos a los cuales su contexto les otorga un sentido y su reubicación en otro contexto les puede dar un nuevo significado.

En el diseño gráfico, la mayoría de las veces las palabras y las imágenes se usan conjuntamente. Tanto la imagen como el texto pueden ser dominantes, o cada una de las partes puede determinar el significado de la



Cartel de Alan Le Querrec para la obra de teatro "Crónicas romanas", de Alfonso Sastre. París, 1982.

otra. Algunos de los ejemplos más sofisticados del diseño gráfico se apoyan en la precisión de las palabras para dar un significado exacto a una imagen ambigua.

En los términos más pragmáticos, la instrumentación del diseño gráfico tiene los siguientes efectos básicos:

- Le dice a la gente lo que algo o alguien es, o de dónde viene; le indica la identidad o la pertenencia de las cosas, los lugares, los individuos o los grupos por medio de la producción de signos, estandartes, banderas, heráldica, escudos, emblemas, símbolos impresos o publicitarios, marcas, logotipos, etiquetas, etcétera; es decir, *le identifica*.

- Le proporciona datos, le entera o avisa de una circunstancia, le señala la relación de una cosa con otra en dirección, posición y escala, a través de formas tales como señales, signos direccionales, diagramas, esquemas, planos, mapas, etcétera; es decir, *le advierte, informa e instruye*.

- Dirige la atención de la gente y le hace notar y recordar mensajes mediante formas expresivas de diversos contenidos, en carteles, anuncios y murales; es decir *le presenta, induce y promueve*.

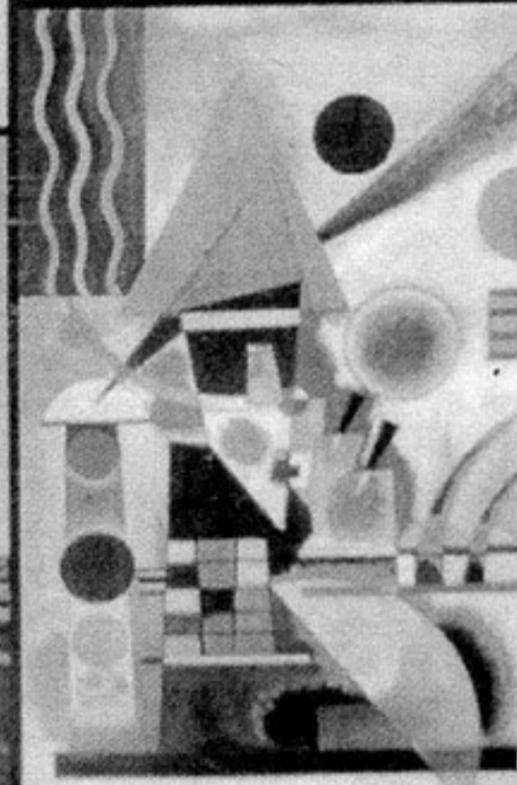
Sin embargo, los efectos del diseño gráfico no son sólo pragmáticos y funcionales, sus mayores alcances se encuentran en las aportaciones de sentido complejas. En él, como en los otros campos del diseño, las imágenes y los objetos diseñados no son inocuos, llevan en sí mismos su propia carga de significado y son mucho más persuasivos por sus connotaciones que por sus denotaciones. La ideología, no es externa a los objetos sino que está incorporada y es transmitida por ellos. La implantación de contenidos ideológicos principia en el condicionamiento estético, es decir, la inducción de las preferencias por medio de la difusión mediática intensiva de formas concretas determinadas. Sus efectos simultáneos son la conformación sistemática del gusto colectivo y el consumo masivo de formas de contenido ideológico. De aquí la efectividad del cultivo sistemático de los discursos visuales para la definición de las identidades. El diseño, en términos generales, hace posible la materialización de su expresión y hace también posible la lectura de sus contenidos en las estructuras morfológicas que los sustentan en cada círculo de la sociedad: el individuo, la familia, la asociación, profesión, grupos diversos, nación. Conjuntamente con

las escalas de lo urbano, lo arquitectónico y los objetos, el diseño gráfico configura y realiza los escenarios de las manifestaciones colectivas, los espacios, los artefactos y las imágenes que instrumentan los acontecimientos: la celebración o el duelo, los rituales sacralizados o profanos, excepcionales o triviales.

#### EL DISEÑO COMO ENTIDAD CULTURAL

La reflexión nos lleva pues al ámbito de la cultura, en el cual circulan las formas diseñadas y sus respectivas significaciones. Guillermo Bonfil nos aproxima a la complejidad de la cultura:

*La cultura abarca elementos muy diversos: incluye objetos y bienes materiales que el sistema social organizado que aquí denominamos pueblo, considera suyos: un territorio y los recursos naturales que contiene, las habitaciones, los espacios y edificios públicos, las instalaciones productivas y ceremoniales, los ritos sagrados, el lugar donde están enterrados nuestros muertos, los*



Alegorización de Philippe Stark con dos piezas de su lámpara "Ara 1988" y su texto sobre el diseño de 1987, Alcances de la Bauhaus: imagen de la modernidad.

instrumentos de trabajo y los objetos que enmarcan y hacen posible la vida cotidiana; en fin, todo el repertorio material aunado al acervo espiritual, que ha sido inventado o adoptado al paso del tiempo y que consideramos nuestro—de nosotros (Bonfil, 1990, 47).

Bonfil nos refiere al sistema patrimonial de paradigmas y modelos explicativos, convicciones y creencias, ideas de lo trascendente y lo cotidiano, fuerzas normalizadoras, mitos, procedimientos, fetiches, tabúes, doctrinas, ideologías, etcétera, que no puede tener otra manifestación que las formas mentales, pensadas e imaginadas y las formas concretas, materiales, perceptibles sensorialmente. Las formas y las significaciones, impulsadas por el *ser social*, nutren la *conciencia social* de los ciudadanos y determinan, a su vez, sus comportamientos frente a los productos culturales y los naturales.

Por su carga significativa, las formas diseñadas son portadoras de valores culturales; el diseño, como ejercicio de operación de formas, no es un trabajo neutro e higiénico de "resolución de problemas". Es, al contrario, una práctica comprometida con los significados y los valores que las formas construyen y transmiten. Mediante la articulación de múltiples recursos retóricos, el diseño propone y confiere sentido a determinados segmentos y relaciones

de la realidad y confirma o transforma, en su orden específico, el hábitat donde se inserta.

El diseño hace que las culturas concretas se apropien material y espiritualmente de su hábitat, de su espacialidad, mediante la generación o producción de formas, de objetos visibles y tangibles, de su distribución y ubicación específica, de sus consideraciones, usos o utilidades, de las conductas o comportamientos que implican su consumo, de registros gráficos y descripciones verbales, definitivamente de todos los modos en que se realizan y operan las formas. Las formas diseñadas no son, pues, productos secundarios o accesorios, sino productos culturales ineludibles para la aprehensión y la reproducción de las manifestaciones —materiales y espirituales— de la sociedad que los genera.

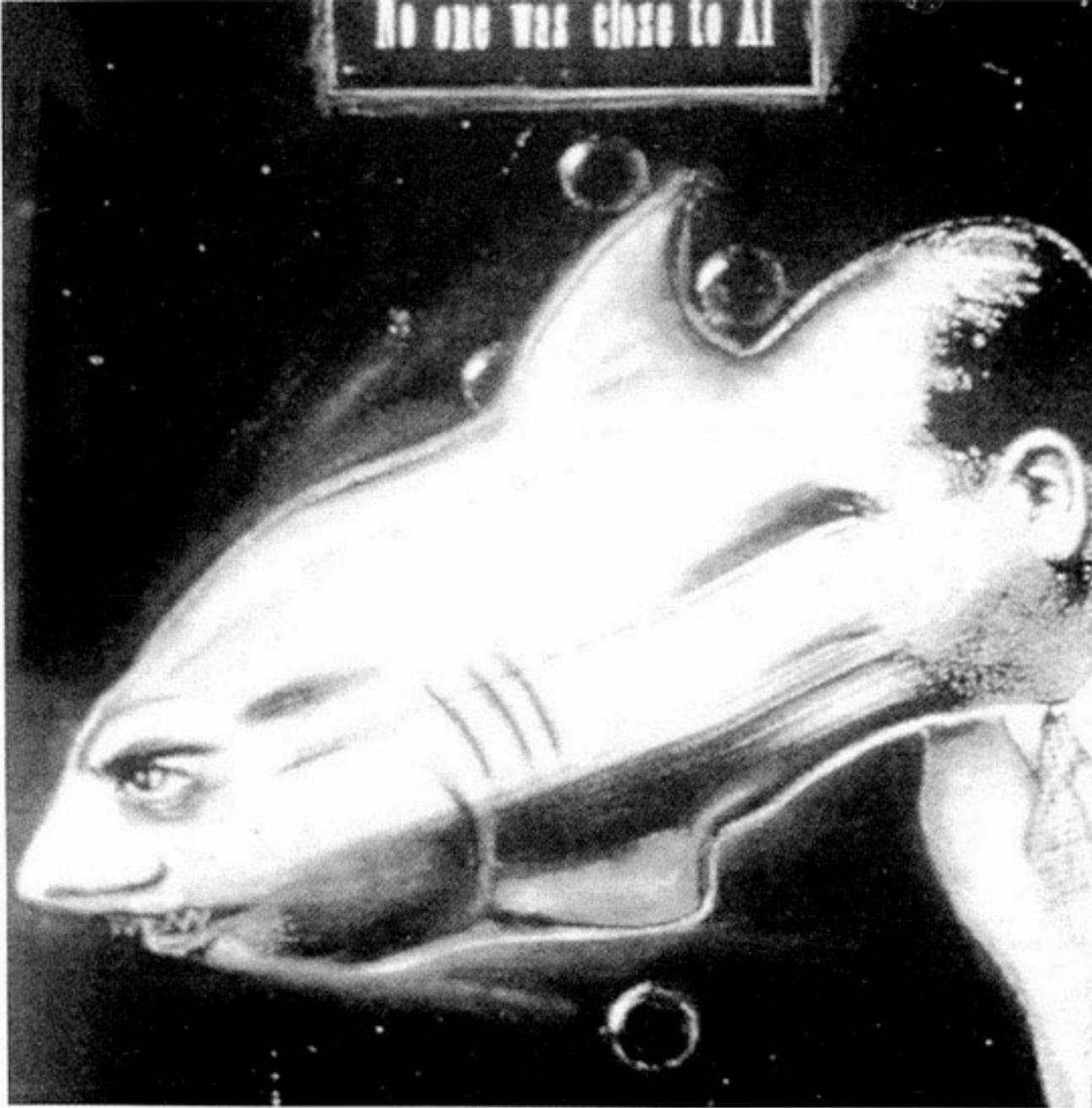
La cultura requiere del diseño como el diseño de la cultura. Los objetos del diseño no sólo son satisfactores de necesidades culturales sino que ellos las generan y las multiplican. Cabe precisar que las necesidades tampoco son inmutables sino históricamente cambiantes. Su carácter original de ser biológicamente básicas se vuelve relativo, permitiendo múltiples concreciones de objetos satisfactores. En este sentido, se puede argumentar que las necesidades son histórica y culturalmente producidas, sin perder por ello su condición de objetividad.

Frente a la suposición de que el oficio del diseño es superfluo, de ornato, en donde las necesidades básicas no han sido satisfechas, hay que recordar el fenómeno de las primeras vanguardias artísticas de principios del siglo xx y de la Bauhaus. Un pequeño grupo de diseñadores ha formado la concepción que, hasta la fecha, tenemos de la modernidad, y de una manera tan determinante que parece ser la "normal", la única posible; tan estructural, tan omnipresente que resulta difícil concebir a esta disciplina como una profesión menor, y a este grupo como quienes se ocuparon frívolamente de la sofisticación de apariencias sin importancia alguna para la realidad concreta.

Como vemos, el diseño conlleva una importante responsabilidad ética, por ser una práctica incidente en el sistema axiológico de los sujetos; y a partir de ello, porque se concreta en un complejo sistema de objetos cuya producción requiere de un dominio total de las disciplinas que la manifiestan. Los objetos que se diseñan producen y conforman nuestro mundo, imbricado para bien y para mal con el mundo de lo dado, de la naturaleza.

#### DISEÑO Y MANIPULACIÓN

Pero existen también aspectos inquietantes con respecto al uso del diseño como instrumento de manipulación de los sujetos,



Cartel político de Raymond Vezina, Canadá.

ya sea para ampliar los alcances del consumo o para impulsar actitudes, conductas y acciones colectivas en favor de otras finalidades. Las ideologías también pueden transmitirse por contagio a través de imágenes virtuales, de formas diseñadas que les corresponden, y que pueden ser inoculadas en la conciencia. A partir de su influencia reiterada, de la repetición o la imitación, se vuelven habituales y crean dependencias; se convierten en prototipos inducidos por medios persuasivos e instrumentos retóricos desarticulados de fundamentos dialécticos, o por implantaciones subliminales y otros recursos de manipulación psicoperceptual. El estudio del funcionamiento de estas formas de pensamiento puede ayudar a entender algunos aspectos de la propaganda y la publicidad para las modas, las creencias, la política, la religión, el comercio y muchos componentes subyacentes de la cultura.

En este sentido, la eficacia del diseño se reitera históricamente con los tópicos y temáticas, con los criterios estéticos y retóricos y los recursos diseñísticos y tecnológicos de cada época. Desde los elementos más simples como el cartel —una superficie impresa, imagen y alfabeto y sus medios de reproducción— a las grandes exposiciones —con sus arquitecturas efímeras, sus construcciones espectaculares e imágenes monumentales— han contribuido a la reproducción y difusión de

los más diversos contenidos y la creación de ambientes y *climas* necesarios para la inducción de sentimientos y emociones y la diseminación de estereotipos.

Como lo demuestra la historia pasada y presente, el diseño es sumamente eficaz para construir la conciencia del *adversario*, la *amenaza* y la *animadversión*, tan necesaria para la perversión de la identidad y el patriotismo y para la racionalización del conflicto y la agresividad. Pero este enorme potencial deformador del diseño, es también directamente proporcional a su poder conformador de una conciencia de tolerancia y reconocimiento respetuoso al derecho de la *alteridad*, en el que descansa la consolidación de una cultura pacifista y democrática.

Mucho aportaría a la comprensión de los procesos de la democratización mexicana, un estudio analítico y comparativo de las formas que incorporan los contenidos ideológicos de los partidos políticos, los recursos estéticos en sus estrategias retóricas visuales, sus mitologías y estereotipos, los sustentos signícos, simbólicos y alegóricos, su gestualidad y la apropiación de su espacialidad. Por ejemplo: las arquitecturas de grandilocuencia, “teotihuacana” y los histrionismos autoritarios del *tricolor*; el estridentismo chillón y contestatario, estudiadamente descuidado, “formalmente informal”, casi siempre reactivo y pocas veces propositivo del *sol azteca*; la velada violencia simbólica de la “de-

recha” empresarial y su conservadurismo *blanquiazul* de connotaciones “marianas”; la “modernización” mutiladora de los símbolos nacionales, entreverada con las reapariciones oportunistas guadalupanas y otros iconos religiosos en la morfología discursiva de un Estado laico.

En la escala mundial, el diseño también manifiesta los conflictos propios de la cultura, o bien, las confrontaciones entre las diferentes culturas y sus dinámicas de consumo. Si la cultura estética hegemónica de México —incluyendo en ella al diseño— es sumisa al proceso de globalización, la cultura estética popular le presenta resistencia y nacionaliza lo foráneo. La primera es el remedo de los países ricos e industrializados y la popular está todavía por estudiarse en sus particularidades. En lugar de producir conocimientos acerca de nosotros mismos los importamos indiscriminadamente. De aquí nuestra incapacidad de valorar lo importado según nuestra realidad local y colectiva.

El deslumbramiento por la parafernalia técnica de la modernidad occidental nos ha impedido ver que su apogeo y expansión se ha sustentado, en gran parte, en una acelerada dinámica de dispendio, que tiene como consecuencia múltiples disfunciones sociales y culturales y el desequilibrio ambiental que actualmente es muy difícil de detener. El poderoso aparato de los medios de comunicación y la educación modernizante han sido también soportes activos de esta estructura generadora de una riqueza que, paradójicamente, es también depredadora y, cuyos efectos negativos padece desde hace tiempo el resto del mundo. Tadanori Yokoo, reconocido diseñador japonés, nos comenta sobre el diseño, integrante sustantivo de la poderosa estructura económica de su país:

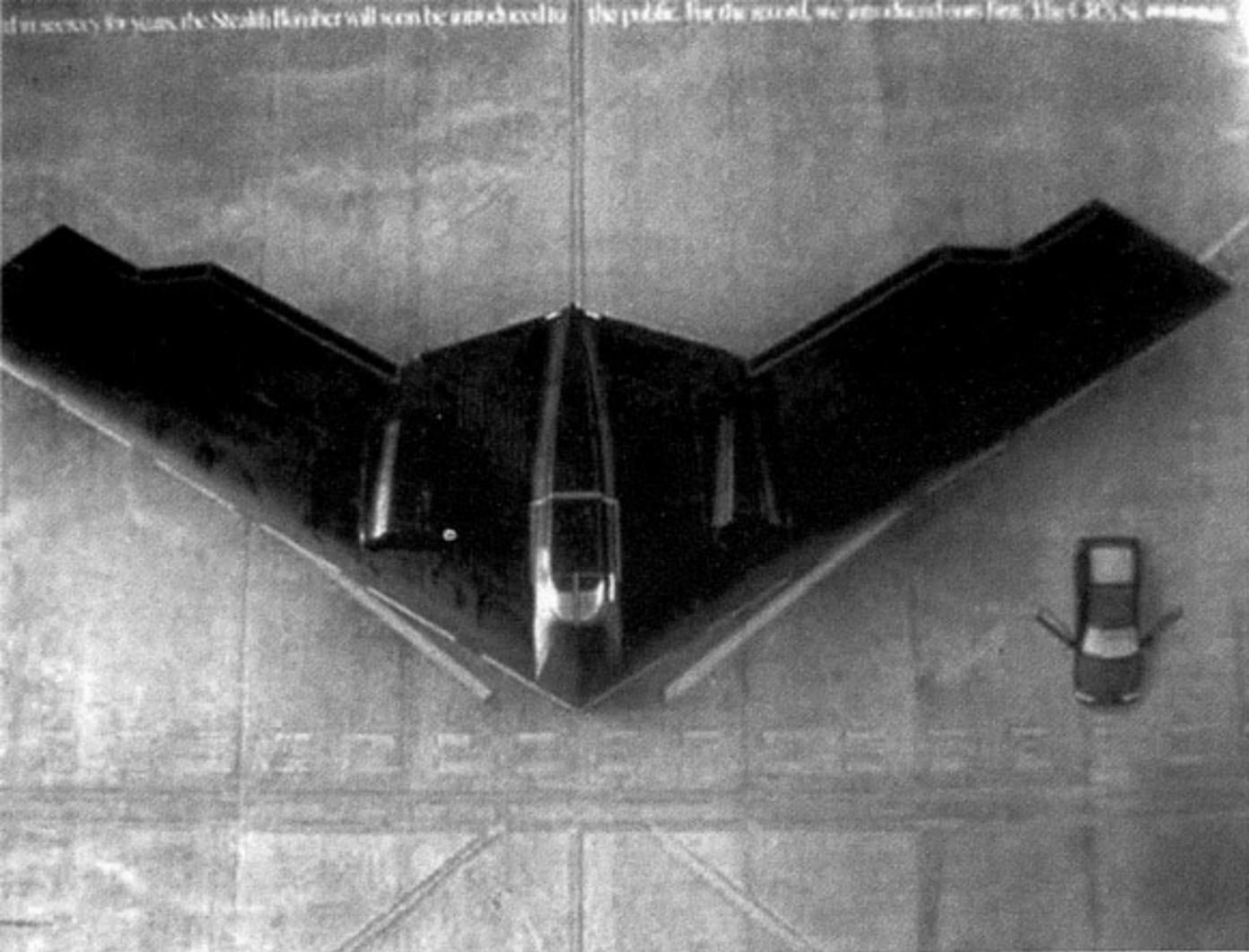
*El diseño modernista, vinculado íntegramente con la industria moderna y que ha hecho una contribución capital a nuestra civilización materialista, está ahora tratando de arrancarnos nuestras propias almas (Mollis, 1999, 207).*

## ¿QUÉ ES ESPECÍFICAMENTE EL DISEÑO?

### LA ESCALA DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

Hasta aquí me he referido a algunos efectos sociales del diseño, pero ¿qué es específicamente este campo de acción?

El diseño gráfico es básicamente un oficio, una práctica proyectual y de estructuración de objetos gráficos en la que se suceden diversos momentos de transformación de conceptos a formas visuales, unificados por un proceso sistemático y ordenado dirigido a la comunicación. En este sentido, y para nuestros objetivos, es más adecuado el término *diseño de la comunicación gráfica*.



Publicidad de Honda. Texto: "Mantenido en secreto por años, el bombardero Stealth pronto será presentado en público. Para el record, nosotros presentamos primero al nuestro. El Honda CRXSI". Diseño: Gary Yoshida, The Best of Graphics, Publicidad I, Zurich, Graphics Press, 1993, p.40.

Diseñar consiste en componer los medios necesarios para materializar una idea gráfica. Desde el punto de vista metodológico, la idea gráfica es la que permite desarrollar un proyecto de diseño, la que lo rige y que a la vez lo estructura, que establece los criterios de cohesión gráfica y define los parámetros de coherencia y calidad del resultado.

Lo propio del diseño de la comunicación gráfica es a menudo representar visualmente y asimismo con imágenes, aquello que también es propio del lenguaje: desde las descripciones más concretas a los conceptos más abstractos y los valores más intangibles.

El diseño valora las imágenes por su eficacia comunicativa, utiliza su capacidad evocadora y sugestiva, aprovecha sus alcances persuasivos, sus valores de verdad y de irrealidad, asociándolas entre sí tanto por su contenido como por sus aspectos formales más visibles, jugando siempre en el universo del sentido. En resumen, el diseño convierte las imágenes en textos gráficos, adecuados y útiles sólo en relación con la finalidad práctica y argumental que persigue. Si la articulación de la idea gráfica está regida por la palabra, el medio de existencia, la materia de que se compone esta idea pertenece al mundo de la imagen. El diseño trabaja con la materia de la imaginación y con la imaginación de la materia. La referencia de la imaginación es la realidad, externa e interna. La percepción consciente de las diferentes dimensiones de la realidad es capital en la formación del diseñador. El diseñador, como el

artista y el artesano, es un operador de formas de la realidad. Los momentos de operación de las formas van de la idea gráfica, a la prefiguración del objeto de diseño, a su configuración como producto y al hecho de diseño instalado en el mundo como estímulo, como texto o parte de un discurso, como una entidad cultural significativa. Usualmente, el trabajo de diseño culmina en la prefiguración, que será producida ulteriormente.

#### EL DISEÑO COMO OFICIO

Me permito analogar lo que Norberto Chaves (2001, 139-140) dice del diseño gráfico, con las otras escalas del diseño, subrayando que éste es de naturaleza operativa, técnica, productiva: no se trata de un arte, una ciencia ni una tecnología científica sino de una práctica empírica con un gran componente artesanal y experimental, exploratorio o de ensayo y error.

Dicha práctica, en tanto dirigida a la creación de formas y espacios significativos y de mensajes concretos, debe sintetizar múltiples dimensiones, en combinaciones siempre variables y sin el predominio definitivo de ninguna: funciones informativas, persuasivas, estéticas; factores técnicos, económicos, sociales y culturales.

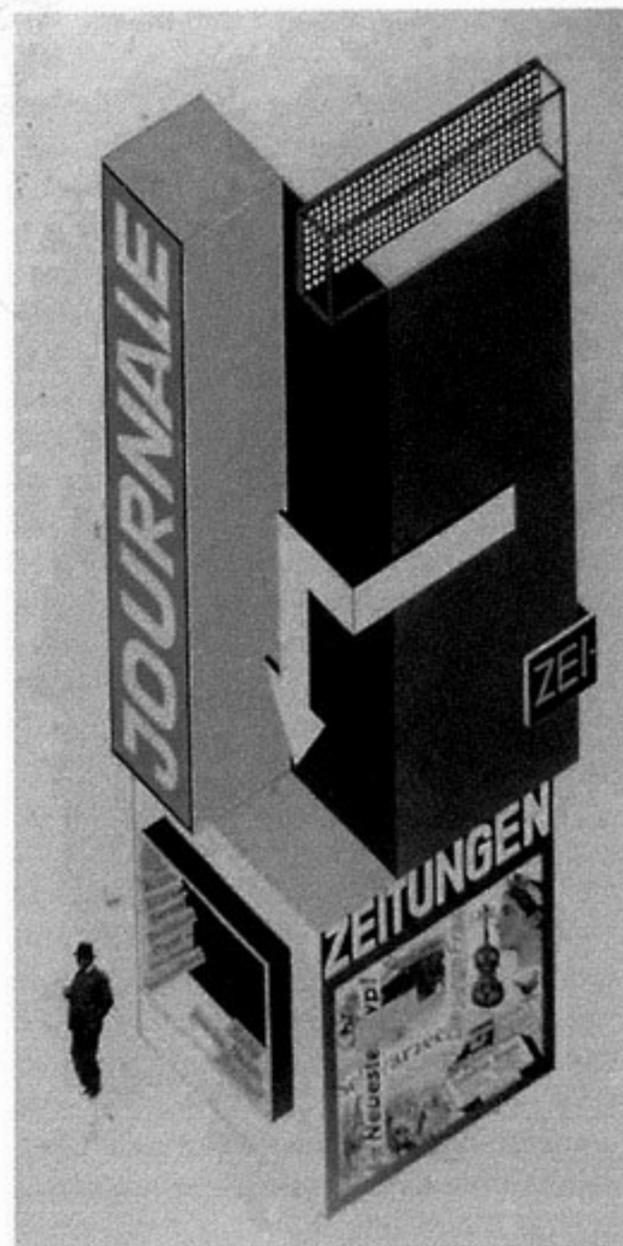
De Stijl, Bayer. Puesto público de revistas y propaganda, 1919.

Sus saberes se aplican a la producción concreta, son fundamentalmente instrumentales (técnicas y procesos; códigos y sistemas de signos; etcétera) y su transmisión es esencialmente empírica; se redescubren en el hacer y se perfeccionan con la experiencia reiterada.

Como oficio, por la naturaleza operatoria de su patrimonio conceptual, no puede ni le compete desarrollar una plataforma autoanalítica, no es una disciplina "reflexiva". Pero, como veremos más adelante, en cuanto se abre como *transdisciplina*, los análisis teóricos serios del diseño pueden realizarse desde las aportaciones de disciplinas exteriores que disponen de auténticas plataformas categoriales de tipo analítico: historia, teoría de la comunicación, semiótica, sociología, etcétera, y siempre y cuando el diseño no confunda con ellas su propia especificidad.

Ninguna de estas disciplinas teóricas, filosóficas, o científicas puede sustituir al "oficio" propiamente dicho mediante presuntas aplicabilidades directas a la creación de espacios artefactos y mensajes. Sólo pueden incidir en la producción a través del enriquecimiento de las capacidades analíticas del diseñador, útiles pero insuficientes para cumplir los fines del diseño.

La heterogeneidad absoluta de su temática, que oscila desde sistemas de alta complejidad hasta ejercicios simplísimos, como



la cualificación de mensajes elementales, le impide hacer formulaciones metodológicas o teorías normativas generales, de validez universal. Carece de una teoría propia en el sentido estricto. Sólo obedece a las exigencias programáticas de cada caso práctico y a los valores culturales en que éste se integra. Pero la ausencia de un núcleo teórico es lo que da lugar a una vacuidad central que no es nula o nulificadora, sino generadora de múltiples posibilidades e infinitas identidades. Es, asimismo, lo que posibilita la mutación del oficio del diseño en transdisciplina.

Volviendo al diseño gráfico, su objeto —el hecho comunicacional concreto— posee un carácter crudamente empírico y, por lo tanto, está sobre-determinado por la circunstancia, en la que se mezclan complejos condicionantes socioeconómicos y culturales, específicos y cambiantes en el tiempo.

Las habilidades que se combinan en su ejercicio son necesariamente múltiples; lo cual descalifica toda reducción a un principio único: sensibilidad cultural, racionalidad, capacidad analítica, pensamiento e intuición estructural, sentido de la estética, etcétera. Como la amplísima mayoría de los oficios, el diseño es tan ajeno a la imaginación libérrima como a la planeación absoluta (Chaves, 2001, 139-140).

### ¿QUÉ HA SIDO EL DISEÑO?

En sus orígenes, el diseño estuvo comprometido con la utopía social. En el contexto de la modernidad propuso una especie de democratización universal del mundo de los objetos y las imágenes implantando una jerarquía de valores racionales: funcionalidad y economía primeramente; después, sencillez productiva, claridad, participación de los usuarios, flexibilidad, austeridad, etcétera. Como nuevo medio de producción racionalista el diseño llevaba implícito, técnicamente, el "manifiesto" revolucionario de las primeras vanguardias. Y, como todo manifiesto de vanguardia, tuvo un marcado componente mesiánico en el que se fundió su vocación de servicio social, con la reivindicación de su liderazgo social.

La disciplina fue modificándose por los cambios sociales, y a medida que su evolución histórica fue coincidiendo con su procesamiento socioeconómico, el diseño se transformó de utopía cultural en técnica de producción industrial en el mercado de la oferta y la demanda: *Se trata de una migración del humanismo hacia el marketing* (Chaves, 2001, 93).

Como toda propuesta revolucionaria, el diseño nació cargado de ideología. Luego se pragmatizó, se concentró en la factorización y la técnica despojándose de sus valores éticos originales; se secularizó y se transformó

intervención de las nuevas tecnologías, el modelo productivo se ha confirmado y se ha depurado hasta lo esencial. Sin embargo, no puede decirse que, en términos esenciales, la tecnología haya modificado la sustancia y los procedimientos básicos del diseño.

Paradójicamente, la tecnología se ha convertido en uno de los grandes fetiches de la cultura moderna y se le atribuyen eficacias que realmente no tiene, mientras que se ignoran aportaciones que efectivamente repercuten en la producción del conocimiento y su aplicación. El impacto generalmente más reconocido es la aceleración de los procesos, en razón de la velocidad que la tecnología genera en algunas partes resolutivas del proyecto de diseño. Supuestamente, el incremento de la velocidad debería ser una ventaja si el tiempo ahorrado se dedicara a profundizar más en soluciones complejas y con mayor valor agregado y, por consiguiente, se aplicara a aumentar la calidad final de las propuestas. Pero esto no es así: la aplicación de las técnicas digitales ahorra el tiempo de realización; ello disminuye el tiempo de producción y muy rara vez aumenta el tiempo de diseño. Lo que se observa es que el tiempo de diseño se mantiene igual o incluso se reduce, trivializando el proceso e impidiendo el mejoramiento de la calidad.

*Desde el punto de vista de la comunicación y la cultura —que se supone es el pertinente— nada ha ocurrido que nos permita sostener que entre la producción gráfica preinformática y la actual se haya observado un ascenso de la calidad.*

*Una velocísima carrera deculturadora y una masificación disociante y aniquiladora de los contenidos éticos de la comunicación son los que dan contenido real al espectacular incremento de recursos instrumentales. No debería sorprender a nadie que la era de la multimedia coincida exactamente con la era de la anomia: jamás se tuvieron tantos recursos para decir tan poco y ser casi nada* (Chaves, 2001).

Los fetiches tecnológicos y el mito de la velocidad incorporados a la teleología del desarrollo han tenido su efecto paralelo en la escalada de dispendio, de desperdicio y de desechos generados por la sociedad "real" del mercado, inmersa, no en el mercado para el consumo, sino en el consumismo para el mercado.

Las últimas etapas de la modernidad han culminado en una saturación de imágenes fragmentadas en el entorno urbano y en los



Publicidad fotográfica alemana. The Best of Graphics, Publicidad I, Zurich, Graphics Press, 1993,20.

en instrumento neutro de las causas que pudieran financiarlo. En los primeros años del siglo XXI, aquel diseño que quiso ser instrumento de humanización y socialización ha sido reducido a su mínima expresión.

El "impacto revolucionario" se volvió tecnológico. Las expectativas en la ética social fueron sustituidas por las expectativas en la "inexorable socialización de la información" a través de la automatización progresiva de los medios electrónicos. La tecnología informática fue distanciando al operador de la representación proyectual para restringirlo a las tareas de la estructuración mental y la configuración del mensaje separadas de su factura. Las nuevas tecnologías han ubicado al diseñador básicamente en la tarea semiótica, retórica y comunicacional. Actualmente se concentra en lo básicamente diseñístico, sin que necesariamente tenga que incursionar en habilidades tangenciales, como las artísticas, o en teorizaciones y metodologías cuantitativas como las científicas. Con la in-

medios de comunicación masiva y la trivialización de lo cotidiano llevan a la anestesia de todos los sentidos. La máxima expresión de esta dinámica que parece irreversible es el fenómeno *trash*: la expansión de la basura. La basura comunicativa generada con la mayor sofisticación tecnológica por gran parte del aparato de operadores de la comunicación, incluyendo a los diseñadores gráficos, conduce prácticamente a la banalización de todas las cosas.

El todo de nuestras ciudades refleja la fragmentación disciplinaria y los excesos de la especialización. A falta de verdaderos criterios globales de planeación y de diseño, cada edificio tiende a desarticularse del otro. Los ejes viales, producto de métodos de optimización, se asemejan a tajadas parciales de diseño urbano en contra del diseño arquitectónico. Los interiores se oponen a los exteriores de los edificios, porque los diseñadores industriales diseñan los objetos y los artefactos de uso cotidiano con independencia total de los arquitectos. Los diseñadores gráficos invaden con su publicidad y sus espectaculares las fachadas de los edificios, sin mayor preocupación por la imagen urbana. Todo entra recíprocamente en conflicto y la agresión visual es omnipresente. Las razones de lo anterior son muy profundas, pero es un hecho que los diseñadores contribuyen significativamente en este deterioro del medio ambiente cultural.

#### EL DISEÑO COMO TRANSDISCIPLINA

Ante el panorama cultural uniformado, simplificado o fracturado, que la modernidad ha legado al occidente, el espíritu del tiempo presente concentra su atención en la complejidad de los fenómenos y sus consideraciones. Si se trata de operar interdisciplinariamente, habría que empezar articulando entre sí las disciplinas del diseño que han sido desagregadas artificialmente en busca de especializaciones cada vez más precisas.

Hemos visto que cada proyecto de diseño lleva implícita la finalidad operativa de tener un efecto predeterminado en el conocimiento, las actitudes o la conducta de los usuarios o receptores. Pero, además, cada objeto de diseño ubicado en un espacio público tiene un efecto colateral, un impacto cultural. Este impacto afecta los modos en que las personas interactúan entre ellas, con los objetos y las cosas y crea consensos culturales. Hay todavía mucho por hacer para comprender el impacto cultural del diseño y para que los diseñadores operen socialmente con mayor conciencia y responsabilidad.

Coincido con Jorge Frascara en que la idea de diseño ya no puede limitarse a la pura construcción de estructuras formales,

gráficas, productos, sistemas y ambientes; sino que éstos deben ser considerados recursos causales y reactivos para que la gente actúe y satisfaga sus deseos y necesidades responsablemente. Es a las necesidades y los deseos humanos, entendidos socialmente, a los que el diseño debe servir, y para ello los objetos de diseño deben tratarse únicamente como medios. Pero esta visión requiere de una comprensión más amplia y más profun-

las prácticas de los diseños, integrado el de la comunicación visual.

El diseño contemporáneo requiere de un pensamiento abierto a la pluralidad disciplinaria de sus factores y sus componentes temáticos, estéticos, los propiamente *diseñísticos* y a sus múltiples dinámicas profesionales y académicas.

Estos procesos no son solamente dialécticos sino, como hemos dicho, tam-



Gráfica política monumental. Marcha zapatista en la ciudad de México, 11 de mayo, 2001.

da de los usuarios, de la sociedad y del ecosistema (Frascara, 2002). Esto significa que las necesidades y los deseos van ahora más allá de la imaginación narcicista y la visión antropocéntrica, justificada por una argumentación lineal y limitada de lo social que ha sido rebasada por la realidad concreta. Se requiere de una conciencia más amplia y más profunda que aquella que llegó a plantear a la sociedad y el ecosistema, a la cultura y la naturaleza, como pares de oposiciones independientes, sin conciliación posible. Esta necesidad extiende la competencia del diseñador, del conocimiento de la forma, de la técnica y los procesos de producción, a la comprensión de los factores sociales, psicológicos, culturales, económicos y ecológicos que afectan la vida social y el medio ambiente; revela la necesidad de recurrir a la interdisciplina y la transdisciplina para abordar sin pretensiones mesiánicas la complejidad de la educación, la investigación y

bién retóricos, sustentados por la naturaleza polisémica del diseño, su paradójica articulación lógico-estética y la diversidad heurística de su *poiesis*. Con ellos, el diseño posibilita y afirma la existencia del sistema productor del hábitat (Tudela, 1985, 91-137). Al ser el diseño, estratégicamente, una entidad cultural, sus procesos de búsqueda y sus acciones propositivos son de carácter abductivo y rizomático y aceptan en ellos la coexistencia de sistemas de verdad arbóreos y circulares.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Los sistemas arbóreo, circular y rizomático corresponden, respectivamente, a los paradigmas de las culturas clásica (tradicional), moderna (como tradición de ruptura) y posmoderna (como simultaneidad de elementos excluyentes). En el terreno de la lógica, este modelo ternario tiene similitud con los modos argumentales de la deducción, la inducción y la abducción.

El razonamiento abductivo es conjetural; examina evidencias e infiere varias hipótesis o varias reglas o definiciones posibles, hasta que una de ellas explica o propone adecuadamente una acción o resolución. Es una estrategia conjetural que reconstruye la lógica causal más probable para su objetivo; implica el ejercicio de la incertidumbre y en su desarrollo hay amplios espacios para la consideración estética y el ejercicio de la lúdica que se alejan de la norma. En sus procesos pueden tener lugar un sinnúmero de tropos, como la sinécdoque, la metonimia, la metáfora, la alegoría, la paradoja y la ironía. La abducción está en la raíz, no sólo de la producción de conocimientos de la ciencia contemporánea, sino también de los procesos inventivos, de creación estética y de la proyectación y el disfrute de los productos artísticos y diseñísticos. En términos semióticos, puede decirse que el diseño:

... es, a fin de cuentas, una relectura de los textos existentes que hace posible la generación de nuevos textos (Zavala, 2002, 2-10).

Hoy en día, el conocimiento vigente, pertinente y relevante es aquél que puede localizar todo texto, toda información en su contexto y, de ser posible, ubicar esa información dentro del conjunto donde esté inscrita. De este modo, hay una progresión del conocimiento, no por formalización, abstracción y sofisticación, sino en la medida en que se es capaz de contextualizar y globalizar lo particular y lo local; esto es, comprender su complejidad como parte integral de un sistema.

Por lo anterior, la cualidad abductiva del diseño contemporáneo, le permite no sólo abordar la interdisciplina sino, además, transmutarse de disciplina a transdisciplina y, como tal, hacer aportaciones teóricas, autoanalíticas y estar abierto a la complejidad de la visión ecosistémica.

Como decíamos antes, la naturaleza elusiva, camaleónica del diseño, está anclada férreamente en un conjunto mutable e impermanente de saberes y procederes en torno a un centro abierto. El diseño toma prestado, roba teorías, objetos de estudio, métodos, identidades –pero sólo temporalmente– para prefigurar y operar formas de comunicación visual y espacial, para facilitar su disseminación y el uso de sus contenidos.

El diseño es distinto de la planeación pero tiene elementos análogos a ella, como el programa, el proyecto y su proceso mediante el cual:

1. Focaliza, problematiza, contextualiza.
2. Descompone, analiza.

3. Articula, sintetiza, pondera, jerarquiza –mediante un juego de segregación e integración– estructura, prefigura, configura, formaliza.

4. Racionaliza tanto procedimientos como mecanismos y acciones a lograr; determina posicionamientos y estrategias. Es básicamente estratégico.

5. Monitorea, hace la evaluación de avances, fallas y logros.



Fragmentos del Muro de Berlín en un parque público de Madrid, 1988.

El diseñador es inventor, estratega, promotor, catalizador. También puede programar y promover, cuando tiene la posibilidad de ir más allá del mero control y la organización de los procesos de prefiguración de estructuras formales visuales y espaciales.

### ¿CÓMO ESTUDIAR Y EJERCER EL DISEÑO?

Con base en la mutabilidad del diseño entre el oficio y la transdisciplina, es ahora necesario reflexionar sobre propuestas didácticas centradas en una práctica del diseño en la que se viertan, en ausencia de una teoría del diseño propiamente dicha, otras teorías de manera ecléctica, creando un espacio de confluencia, fluctuante en sí, una especie de repertorio cultural que nutra el plano de contenidos de los objetos diseñados; esta reflexión tendría que llegar hasta la concepción de programas de estudio –de licenciatura o de posgrado– concebidos como un discurso de fuentes y finalidades abiertas –abiertas también a la incerti-

dumbre– para ser construidas en el mismo proceso de enseñanza.

Sea como espacio central de convergencia disciplinaria, sea como eje que articula diferentes disciplinas de manera discontinua pero recursiva, insistimos en la urgencia de reconstruir la unidad perdida del diseño, de revertir el proceso de desconcentración, de especialización y regresar a las “raíces”. Considero que la profundización en el programa curricular no está dada por la fragmentación del objeto de estudio ni garantizada por la especialización sino, al contrario, en la complejización de dicho objeto al reconstituirlo en su totalidad.

El pensamiento dualista de la modernidad ha implicado la contradicción como su motor: el progreso avanza en razón de la ventaja de una alteridad sobre la otra. La modernidad de los diseños se fue estableciendo sobre la idea de las vanguardias operando una sintaxis de contradicción: efectúan un parricidio casi inmediato del movimiento anterior, pero a su vez se inscriben en un trayecto perfectamente lineal. Este trayecto es una sucesión de “ismos” y a cada vanguardia fue correspondiendo un “ismo” contrapuesto al anterior: academicismo, modernismo, historicismo, expresionismo, racionalismo, estructuralismo, posmodernismo, posestructuralismo, etcétera. Es precisamente en los “ismos” donde se concreta el pensamiento moderno. Es en las vanguardias donde la modernidad concluye su expresión estética y conceptual. Los “ismos” son la modernidad (Dewes, 1991, 75-87).

Ante esta interminable secuencia, ahora se hace necesario suspender las contradicciones discursivas y la tautología de la agotada retórica moderna proponiendo: un diseño de *coexistencias* y de *correspondencias*; un diseño del *pasado en el presente*, porque aquél coexiste en el presente como un eco; un diseño con *identidad*, sustentada no sólo por los recursos de la naturaleza la geografía y el paisaje, sino también por las infancias culturales; no solamente por el *locus* sino también por el *genius loci*; un diseño ecléctico, tan ecléctico y diferenciado como la cultura y la identidad iberoamericanas, y tan opuestas al puritanismo unitario, homogeneizante, de la modernidad; un diseño de *resemantización* enfática y de orientación *narrativa*, que cuente su propio cuento, hable de su propia historia y de su propia cultura. Un diseño en el que el dogma moderno de la optimización de pasos (el cómo funciona) sea subordinado al sentido (el qué significa) y a la expresión (el cómo es) (Dewes, 1991).

Se hace necesaria, también, una visión holística más allá de la visión fragmentadora de las contradicciones y el especialismo, para acentuar la complejidad de la interacción de los muchos ámbitos del diseño y los diversos campos del conocimiento que se encuentran, se tocan, se influyen y se fecundan entre sí. Esta visión, a su vez, puede reubicar a la comunicación gráfica en el centro del universo del diseño, localizarla y darle una posición definida a su enfoque de la cual se deriven métodos y contenidos de enseñanza. Esta posición implica la puesta en práctica –en práctica de enseñanza– de un



*Estructuras organiformes intemperizadas en las Pozas de Xilitla, San Luis Potosí, México.*

pensamiento que constituye –a la vez que interpreta– el espíritu del tiempo, el *zeitgeist*, entendido éste como el conjunto de paradigmas, como los modos de pensar y sentir propios de una época. El diseño siempre ha plasmado el espíritu de su época, siempre contiene los valores culturales que la generan (Leach, 2001, xii-xxi).

El juego de la verdad y del error no sólo se juega en la verificación empírica y la coherencia lógica de las teorías, también se juega a fondo en la zona invisible de los paradigmas. Esto lo debe tener bien en cuenta

la educación para el diseño. La reforma del pensamiento que requiere la época presente es más paradigmática que programática. Nada impide, salvo el diseñador, que el diseño pueda pensarse paradigmáticamente, es decir, contextualizar el programa que le es dado y su problema de diseño.

La situación del paradigma y sus tópicos determina la aptitud para organizar el conocimiento y permite visualizar y evidenciar el contexto. La evolución cognitiva no se dirige hacia conocimientos cada vez más abstractos, sino hacia su contextualización. La contextualización es una condición esencial de la eficacia del funcionamiento cognitivo. El diseño puede resemantizarse al ubicar sistémicamente sus programas en una serie de tópicos paradigmáticos, de temáticas de concentración representativas del *espíritu del tiempo* contemporáneo.

### TÓPICOS CONTEMPORÁNEOS

Los tópicos paradigmáticos, no son necesariamente asimilables a un solo problema específico de diseño. Son concepciones de la realidad que problematizan situaciones en las que pueden converger múltiples problemas. Cuestionan las aproximaciones parciales e invitan a una reflexión integrada de nuestro tiempo. Dentro de los límites de estos tópicos es posible ejercer un modo de discusión, de experimentación y una valoración legítima de nuestro diseño como componente capital de la cultura contemporánea. Sus temáticas de concentración expresan el espíritu de la época y ninguno es indiferente al diseño como componente cultural.

Cabe señalar que estas temáticas y sus contenidos adquieren mayor sentido en cuanto se establecen vinculaciones de reciprocidad entre ellas y el espíritu del tiempo, del cual emanan, y el espíritu del lugar, con el que se confrontan. Dadas las limitaciones de este trabajo, sólo enuncio algunas con un esbozo de sus contenidos,<sup>2</sup> a reserva de que en un futuro ejercicio de reflexión sobre el diseño y la mutabilidad contemporánea, sean propuestos otros tópicos con otras temáticas de concentración significativas:

**La identidad.** El *genius loci*, el espíritu del lugar, el cual contiene los aspectos de la identidad, la significación (sin la cual la comunicación no existe) y el ámbito de la cultura, el diseño es una entidad cultural (un *topos* de la cultura); por identidad del diseño se entiende el que éste responda, en términos de su adaptación e integración, a las

condiciones naturales y culturales de su medio ambiente, es decir, al espíritu del lugar; texto y contexto; cuestionamiento de la autonomía del objeto de diseño y de los postulados de optimización y homogeneidad de lo moderno; recuperación y valoración de la especificidad y el diseño contextual; las dimensiones espacial y temporal como elementos determinadores de identidad; contexto natural y contexto cultural; adaptación o transformación; la estética, otros criterios, otras categorías; el ambiente y el concepto de *Punctum* (Barthes): la singularidad del detalle y la identidad del conjunto, etcétera.

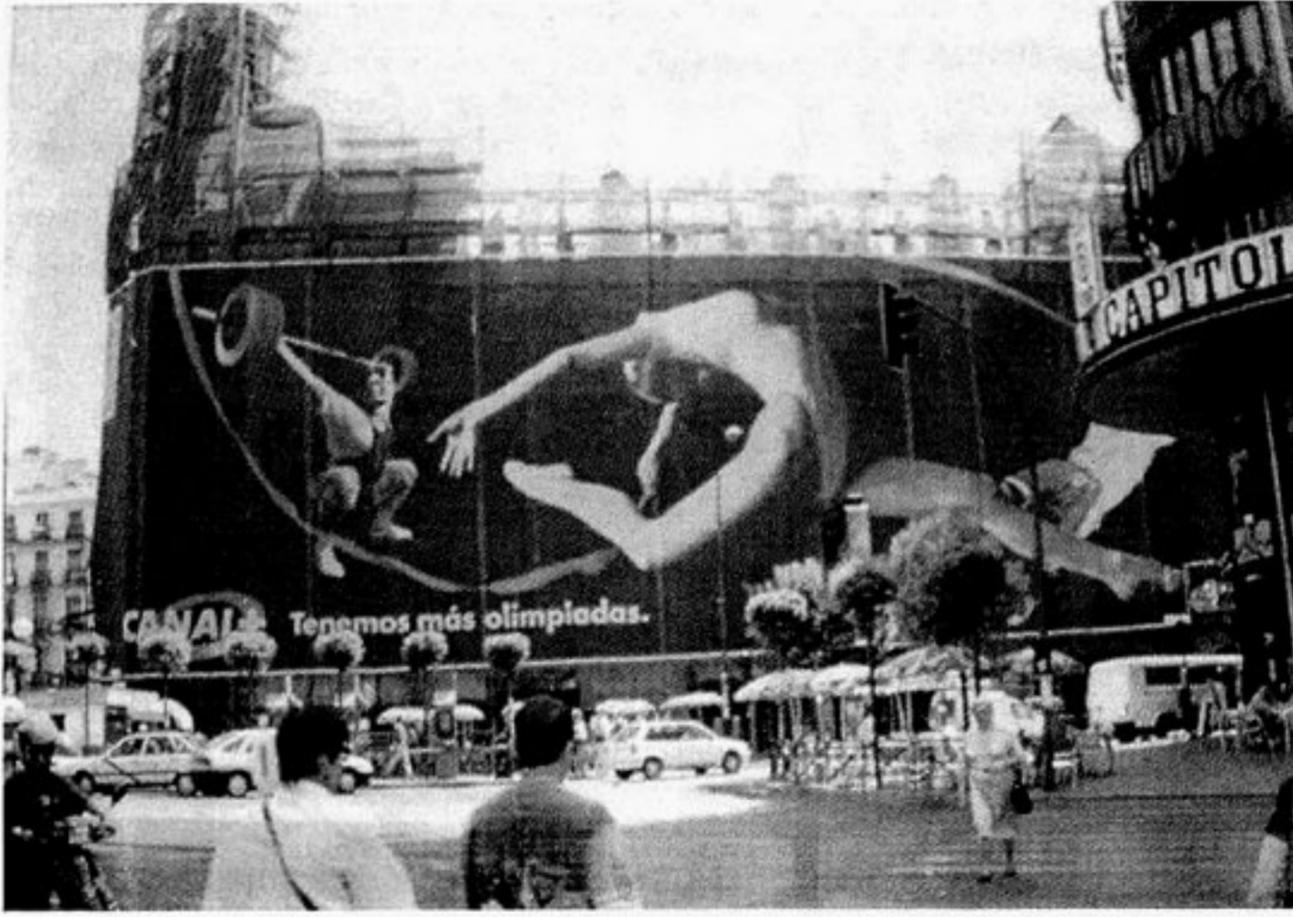
**La calidad.** La calidad como propiedad de la materia prima. Sustancia y forma, (semiótica, filosofía). Arte material, Arte povera, Anti-forma. Desde el *laissez-faire* del material a su autoexpresión en la forma adecuada; cualidades opuestas determinadas y sus formas respectivas; lo natural y lo artificial: formas biomórficas y formas geométricas; hacia una redefinición de la organicidad de la forma; cualidad formal y significación; propiedad y función; la transformación de la materia en el tiempo y en el espacio; rangos cualitativos y valoración; cualidad y calificación; la calidad como valor de lo bien hecho; la calidad como aspecto sensible, no mensurable de las cosas; etcétera.

En las dos décadas anteriores y hasta la fecha, el diseño ha tenido un auge extraordinario; esto ha sido el producto de fuertes inversiones estatales y del sector privado en los países industrializados. Pero ha sido tal vez menos el objeto de uso en sí que su diseño lo que se consumió y exportó, (recordamos la computadora Imac más por su estructura organiforme translúcida, azul turquesa, que por sus capacidades tecnológicas). En efecto, el diseño ha ido perdiendo su condición superestructural de plusvalía estética, la cáscara final del producto alojado en un rígido mecanismo esencial y funcional. En vez de esto se ha convertido en la condición estructural para la calidad múltiple del producto tecnológico. Actualmente, el concepto de calidad es coextensivo a la definición misma de diseño. Más aún, es el diseño lo que verdaderamente puede conferir “calidad” a un objeto, a un producto –su calidad es en gran medida su *buen diseño*.

**El diseño figurativo.** Figura, referencia y representación; lenguaje y realidad, realidad del lenguaje, verdad, verosimilitud y veridicción; diseño y desembrague; compartimentación y

<sup>2</sup> Tópicos y temáticas similares dieron sentido a un gran número de elaboraciones teóricas y experimentales en el taller de Ada Dewes, en la Licenciatura de Diseño de la Comunicación

Gráfica de la UAM-X, y fueron una parte importante de su propuesta de posgrado en Diseño.



Gráfica monumental, calle de Alcalá, Madrid.

escalas; el valor veritativo de la forma diseñada; de las vanguardias modernas a la transvanguardia posmoderna; el espacio de los conceptos; valor posicional, geometrización del semantismo o la cuestión del diseño como representación del pensamiento: significación y arquetipos; ¿qué significa un círculo?, ¿una fotografía?, ¿un vaso?, ¿una caja?, ¿una casa?, ¿una puerta?, ¿una ventana?; lo simbólico, lo signico y lo alegórico en el texto de diseño; etcétera.

**Los elementos.** La esencia material de la imaginación poética; poiesis; los elementos en el diseño, el diseño con los elementos; ensayos sobre la imaginación de la materia; la materia de la imaginación; imaginación, imaginario e imagen; la materia y el tiempo; la interpretación semiótica de los elementos; el diseño en función de los elementos; el diseño como defensa de los elementos; la materia prima elemental; los elementos y sus campos semánticos respectivos en la concreción del diseño: los diseños de la tierra, del agua, del fuego y del aire; etcétera.

**La suspensión.** Últimas tendencias del diseño; de la posmodernidad a la deconstrucción, la barroquización y el postestructuralismo; sistematización de neutralizaciones y conjunciones; la reivindicación del lugar y el espacio de relación; los opuestos complementarios; la deconstrucción y los desmontajes; la desdiferenciación como proceso: el continuo; la suspensión como interrupción del sentido; insensatez y placer: el hedonismo de lo cotidiano; la dislocación del diseño o la deconstrucción de los fundamentos; los nuevos eclecticismos; dispersión fractal; cambio paradigmático o catástrofe de implosión: hipótesis acerca del fin de la continuidad, etcétera.

**La dimensión social.** Hipótesis acerca del futuro inmediato del diseño arquitectónico; lo privado, lo público y el espacio social; identidad y alteridad; democracia o dictadura del consenso; las crisis de la democracia; nacionalismo, regionalismo y sustancia colectiva; sociedad civil y sociedad de masas; de la recuperación de identidades en el arte, el diseño y la arquitectura, al regionalismo como rechazo de principios universales; pluralismo tolerante o heterogeneidad violenta; las dosis homeopáticas de violencia cotidiana; la violencia simbólica; lenguajes y consenso; territorialidad y relativismo moral; los diseños, la arquitectura, la ciudad y la región; estereotipos del pensamiento sociológico y económico y sus supuestos intocables; las escalas del diseño; sistemas axiológicos y lugares comunes; lo local y lo global; escalas, patrones y dimensión fractal: la noción de autosimilitud; el antropocentrismo en el diseño; teoría del caos, principio de indeterminación y teoría de catástrofes; etcétera.

Finalmente, en un programa de estudios de diseño, ciertos temas o problemas de diseño pueden ser abordados idóneamente desde el *corpus* teórico de diferentes disciplinas o, por el contrario, ser más afines a uno de ellos, enfatizando una cierta escala en el diseño. Se pretende así conjugar el más sólido manejo del oficio técnico de las representaciones y concreciones del objeto de diseño con una rigurosa capacidad de conceptualización. Debería procurarse que los diseños realizados para cada temática fueran representados en todas las escalas del diseño y sería deseable haberlas abordado

todas en el proceso de enseñanza-aprendizaje. La combinatoria múltiple entre contenidos, técnicas y escalas, esbozada y propiciada por la naturaleza misma de los tópicos paradigmáticos y las temáticas de concentración, imprimiría una gran flexibilidad al programa académico resultante.

## BIBLIOGRAFIA

BONFIL Batalla, Guillermo, 1990, *México profundo: una civilización negada*, Grijalbo, México, 250 pp.

BONSIEPE, Gui, 2001, *Las siete columnas el diseño*, UAM-A, México.

CALABRESE, Omar, 1987, *La era neobarroca*, Cátedra, Madrid.

CHAVES, Norberto, 2001, *El oficio de diseñar: propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan*, Gustavo Gili, Barcelona.

DEWES, Ada, 1991, "Por una posmodernidad propia", en Arango Silva (comp), *Modernidad y posmodernidad en América Latina*, Comp. Silvia Arango, Escala, Bogotá.

FRASCARA, Jorge, 2002, "La desmaterialización del diseño", en *Tipográfica*, Núm. 52, julio, agosto, septiembre, Buenos Aires.

HOLLIS, Richard, 1999, *Graphic Design: A Concise History*, Thames and Hudson, Nueva York.

KNYZEVA, E.N. y S.P. Kurdymov, 1994, *Synergetics at the Crossroads of the Eastern and the Western Cultures*, Instituto Keldish de Matemáticas Aplicadas de la Academia de Ciencias de Rusia.

LEACH, Neil, 2001, *Rethinking Architecture: A Reader in Cultural Theory*, Routledge, Londres.

MORIN, Edgar, 2000, *La mente bien ordenada: repensar la reforma, reformar el pensamiento*, Seix Barral, Barcelona.

-----, 2001, "Los siete saberes necesarios para la educación del futuro", *El Correo de la UNESCO*, París.

TUDELA, Fernando, 1985, *Conocimiento y Diseño*, UAM-X, México.

ZAVALA, Lauro, 2002, "La tendencia transdisciplinaria en los estudios culturales", en *Casa del tiempo*, Vol. IV, Época III, Núm. 38, marzo, México.