



Los DISCURSOS
contemporáneos del diseño

LUIS RODRÍGUEZ
Universidad Iberoamericana.

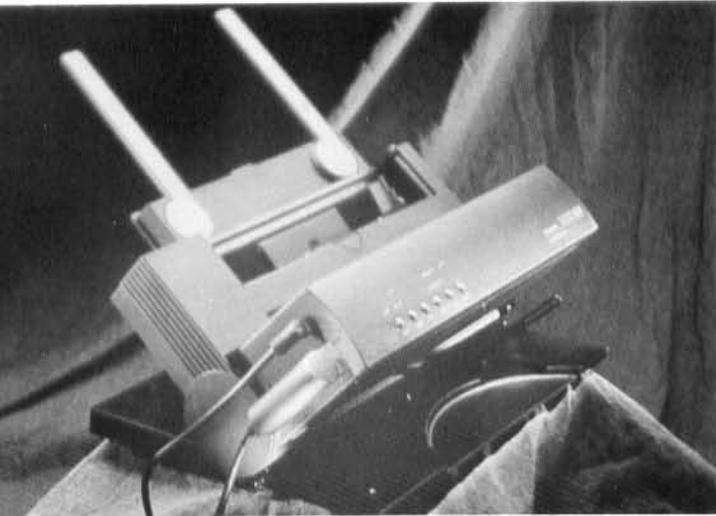


“Ninguna teoría de la física que sólo trate de la física, explicará jamás a la física”

WHEELER

Por discurso de diseño entendemos todas aquellas manifestaciones de corte teórico metodológico cuyo objeto es la profesión del diseño y que buscan ordenarla dentro del cosmos de las actividades humanas. En este sentido, partimos de un concepto global de diseño, es decir, no prestamos atención a las diversas manifestaciones profesionales o especializaciones, como el diseño de productos, gráfico o textil, de hecho muchas de las reflexiones en este artículo pueden aplicarse también al diseño arquitectónico, e incluso al urbanístico.

Actualmente podemos identificar claramente tres discursos, que se presentan con diversos grados de mezcla entre ellos. Estos discursos conforman un tipo de práctica y surgen desde un sistema axiológico, que lógicamente corresponde a un sistema de intereses, expectativas y aspiraciones sociales. Estos discursos no siempre hacen explícitas las condiciones en que se basan y los objetivos que buscan.



1. FUNCIONALISMO RACIONALISMO

Si bien este discurso es el que más fácilmente se identifica con el movimiento moderno, dista mucho —en ciertos aspectos— de los postulados formulados a principios del siglo XX. Se apoya en el amplio desarrollo de los métodos proyectuales, sobre todo aquellos de corte científico, por lo que busca su justificación en un racionalismo que le da una especial jerarquía a las condiciones funcionales, y por tanto ergonómicas, del proyecto.

- Evidentemente es el aspecto funcional el que marca la primacía del proceso proyectual, centrándose en la relación fisiológica usuario-objeto.
- Con respecto a la tecnología, busca optimar la relación producto-proceso de producción.
- En cuanto a la expresividad, considera que las condiciones estéticas son un resultado natural de solucionar los requerimientos funcionales y productivos de los objetos. De aquí sus soluciones basadas en una economía formal, de corte abstraccionista.
- En relación con el aspecto comercial, se apoya en una visión idealista que considera que las expectativas de los usuarios se sintetizan en la adquisición de objetos que resuelvan de manera “práctica” sus necesidades.

En su manifestación más extrema (a pesar de un cierto mesianismo, heredero de los primeros años de la Bauhaus)

este discurso es la manifestación de una ideología tecnocrática, que no desea involucrarse en la problemática social que da marco y sentido al diseño, por lo que se enfrenta a ésta desde una cuidadosa distancia, usando ciertas frases consigna, que si bien presentan una idea, no la desarrollan. Ejemplos de estas frases son las muy conocidas de: “La forma sigue a la función” (Sullivan), “Menos es más” (Van der Rohe), “Respetar a los materiales”, así como los preceptos de la *Gute Form* (presentados a manera de decálogo por Dieter Rams).¹ En su manifestación contemporánea, el funcionalismo racionalismo ha tomado la forma de un discurso sobre la “interfase”, considerando al diseño como un intermediario entre el ser humano y el trabajo que desempeña un objeto. Este concepto, si bien ha demostrado su utilidad en la configuración de mensajes en proyectos de multimedia, también es útil para el diseño de objetos que utilizan tecnologías de la informática y que requieren de guías visuales para su mejor uso.

En este discurso se evidencia la visión universalista del diseño (“todas las necesidades de los seres humanos son iguales”), presente desde el documento con el que Walter Gropius inició las actividades de la Bauhaus en Dessau, y en el cual se

¹ Es importante mencionar que dentro del movimiento moderno hubo esfuerzos reales por acercar el diseño a la problemática social. Ejemplos de esto son posiciones adoptadas por la Bauhaus, sobre todo durante el período de Dessau y por la HfG Ulm, bajo la dirección de Tomás Maldonado. Lo que en el texto se destaca es que estos esfuerzos se han diluido con el tiempo y debido a la falta de actualización de esos discursos iniciales.

S. WAKEFIELD Y J. THAIRKILL (BLACK DESIGN). COMPUTADORA DE ESCRITORIO, PARA ERGO COMPUTING.



institucionaliza ese sistema de valores. Es necesario aclarar que cuando algunos de estos preceptos fueron formulados, sus autores los desarrollaron en cierto grado, sin embargo en la actualidad esas frases se usan de manera aislada, como fragmentos de un gran discurso. La supervivencia de estas frases se explica en parte por la inercia de las escuelas de diseño y también por la casi hegemónica práctica que se desprendió del movimiento moderno.

El problema fundamental con este discurso no está en el uso de la razón, sino en la supremacía de factores de eficiencia alejados de las aspiraciones de los seres humanos. El mejor ejemplo de esta actitud lo podemos encontrar en la formulación de los principios del *existenzminimum*, o mínimo necesario, que sirvió como eje al desarrollo de muchos de los proyectos arquitectónicos al inicio del movimiento moderno. Muchas veces los objetos que resultan de este enfoque son de una precisión y fría belleza que sin duda impresionan. Sin embargo tal parece que cuando el ser humano entra en la escenografía de esos productos, pierden su encanto... han sido proyectados con respecto a ideales funcionales en abstracto y no conforme a realidades. "Este orden estético es un orden frío. La perfección funcional ejerce una seducción fría, la satisfacción funcional de una demostración y de un álgebra."² Es importante, sin embargo, hacer notar que aún quedan por explorar facetas de la razón. Es en su reformulación donde podemos encontrar vertientes más apropiadas a las aspiraciones de la sociedad y los individuos.

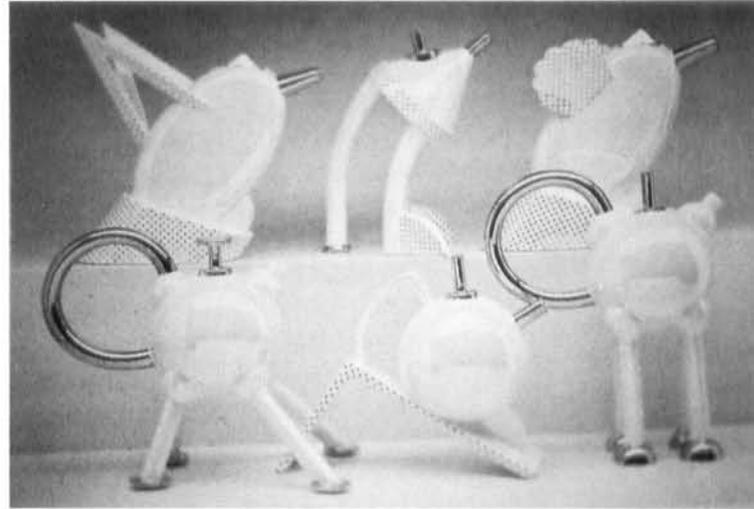
2. FORMALISTA

Este discurso se presenta como opuesto al anterior. En cierta medida no se define por sí mismo, sino por su oposición a los postulados del movimiento moderno. El posmodernismo se ha dado como misión, la de crear no objetos sino acontecimientos, que a su vez giran en torno a la necesidad de romper los códigos establecidos.

El posmodernismo empieza a surgir a finales de la década de 1960 cuando el humanismo liberal, que sustentaba el discurso social de la posguerra, sufrió fuertes críticas debido a los avances de las ciencias sociales en el análisis de los aspectos subyacentes de las ideologías (los grandes relatos). Uno de los efectos de estas críticas fue el surgimiento del posmodernismo.

² Jean Baudrillard, *Crítica de la Economía Política del Signo*, Siglo XXI, México, 1979, p. 229.

MATTEO KUHN. JARRAS EN CERÁMICA, "PALOMAS NEO-BARROCAS", PARA EL GRUPO MEMPHIS.

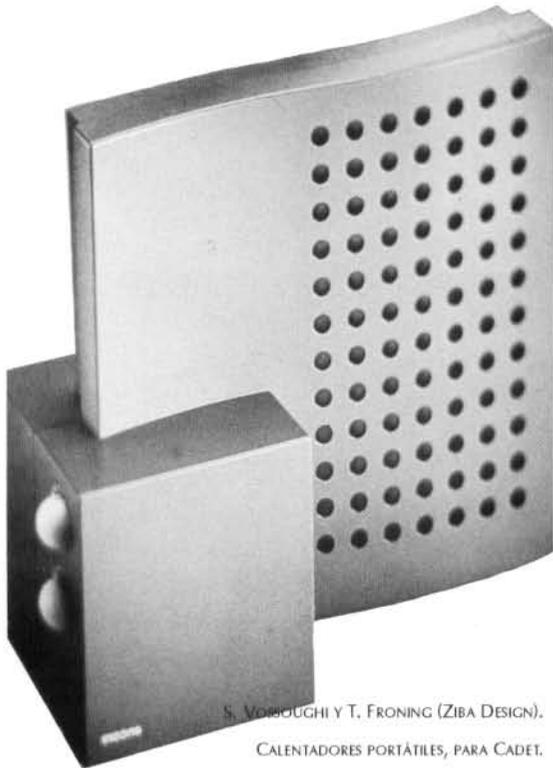


Debemos recordar que existe una diferencia entre posmodernidad y posmodernismo. La primera es entendida como una época de la humanidad, que según sus defensores ha empezado a manifestarse en diversos ámbitos, mientras que el posmodernismo se refiere a un "estilo", que causó un cierto revuelo en el campo del diseño, en la década de 1980; es a esta vertiente a la que llamamos formalista.

Actualmente podemos distinguir tres facetas dentro de este discurso:

a) La que podemos llamar corriente "lúdica", ejemplificada por los trabajos de Alchymia y del Grupo Memphis, liderado por Ettore Sottsass. En esta manifestación el posmodernismo adopta una actitud antirracionalista y antifuncionalista. Los diseños retan al concepto de función y demuestran que ésta no tiene por necesidad que encuadrarse dentro de los cánones geométricos del movimiento moderno. Si bien esta corriente causó bastante impacto por su difusión, sus productos no siempre llegaron con éxito al mercado. Sus obras, las más de ellas prototipos realizados por pedido y a muy alto costo, permanecen tan sólo en las páginas de las revistas de diseño.

b) La que podríamos llamar corriente "semiótica", dentro de la que destacan los trabajos de Hans Hollein, Gaetano Pesce y Norman Foster. Esta vertiente, si bien se manifiesta también contra el racionalismo y el concepto de funcionalismo de los modernos, se distingue de la anterior porque utiliza



S. VORBROUGH Y T. FRONING (ZIBA DESIGN).
CALENTADORES PORTÁTILES, PARA CADET.

conscientemente recursos formales derivados del análisis semiótico.

El trabajo de estos diseñadores es resultado de un respeto por normas ergonómicas y un análisis de las características comunicativas de la forma. Los resultados de este enfoque son diseños que por lo general tienen una mayor aceptación en el mercado y para muchos representan los mejores ejemplos de la avanzada contemporánea.

c) La que podemos llamar corriente "revisionista", que se apoya en la utilización ecléctica de diversos motivos y detalles de estilos históricos, da por resultado sillas con forma de columna clásica griega, uso intenso de tipografía Bauhaus o edificios que mezclan en su fachada columnas o incluso "reproducciones" de ruinas.

En cierto sentido, esta corriente es una de las manifestaciones más claras de la crisis del diseño. La búsqueda en el pasado de elementos que guíen la actividad profesional se reduce a la copia, incluso con tintes pseudo culturales, en lugar de ver hacia el futuro. Su éxito en el mercado se ha reducido a piezas "de conversación".

A pesar de las diferencias mencionadas, podemos señalar algunas características comunes a

estas tres corrientes, lo que nos permite reunir las dentro del llamado posmodernismo:

- Con respecto al aspecto funcional, el posmodernismo se manifiesta abiertamente contra la supremacía del concepto de función del movimiento moderno. En algunos casos hay incluso objetos antifuncionales. En los mejores ejemplos, se demuestra que el concepto geométrico de economía formal no es necesariamente resultado de un análisis funcional. La investigación ergonómica prácticamente no existe y la solución de los diseños se reduce a la utilización de medidas antropométricas básicas.

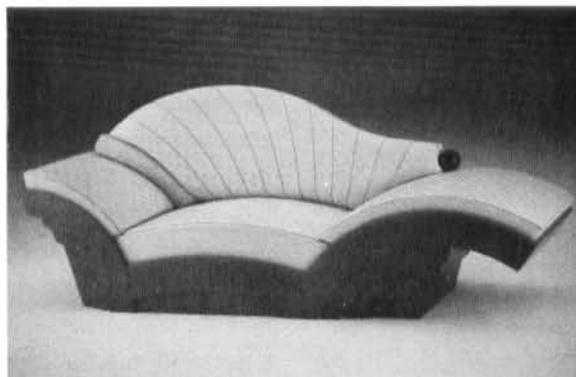
- Por lo que se refiere a la tecnología, el posmodernismo adopta la actitud de que "los ingenieros resuelvan". El costo no es una de las limitaciones que se ha impuesto esta exploración formal y se da un uso variado de materiales. En ocasiones, para que las formas resistan el uso a que serán sometidas, se tiene que recurrir a soluciones técnicas de alto costo y de complicada manufactura.

- Lo expresivo es —evidentemente— el factor que más se destaca en el posmodernismo. Dentro de este esquema, la visión semiótica prevalece sobre la compositiva, al romper los cánones tradicionales de proporción, simetría, etc. El trabajo de muchos de los diseñadores dentro del posmodernismo ha venido a demostrar que existe una gran libertad de exploración formal a la que el movimiento moderno prácticamente había renunciado.

- El aspecto comercial ha sido prácticamente dejado de lado por los posmodernistas. Para esta tendencia lo más importante es la expresión del diseñador, sin tomar en cuenta estudios mercadológicos o expectativas de los usuarios. Por este

motivo, las obras posmodernistas son de muy alto costo y reservadas para una élite, no sólo en términos económicos, sino también culturales, debido a que en su origen se encuentra el proceso de socialización y masificación de la cultura, que la redefine como práctica del ocio, ensalzando así lo efímero, lo arbitrario y lo lúdico, lógico resultado de haber le-

HANS HOLLEIN. SOFÁ MARYLIN, PARA POLTRONOVA.



vantado, desde los años setenta, la sanción contra el consumismo.

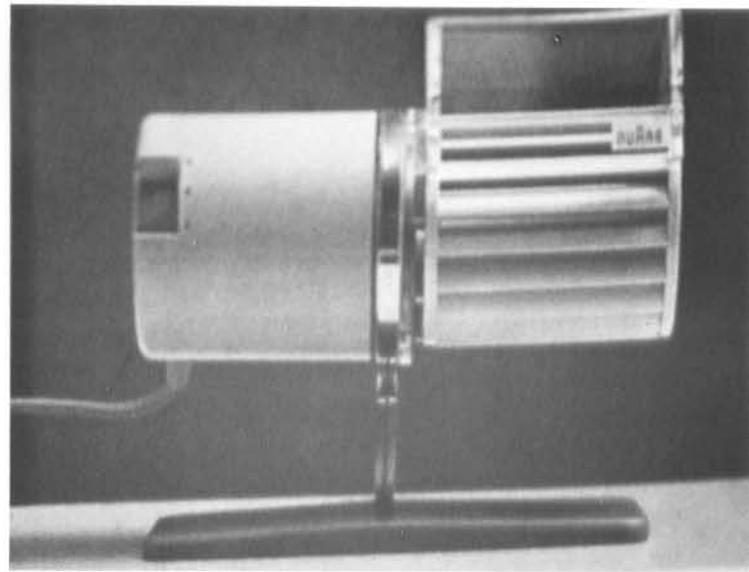
En las obras de esta corriente podemos observar que muchas se alejan de los objetivos sociales que deben estar presentes en los proyectos de diseño. Factores como el respeto al ambiente o a las culturas locales están ausentes de muchas de estas obras. Por otro lado, tan sólo refuerzan el lado plástico de los objetos, mientras que el diseño pretende un equilibrio entre este aspecto y los datos "fuertes" de la producción y los costos, así como entre objetivos sociales y ambientales. En la actualidad muchas de las obras posmodernistas se ven precocemente ancianas, lo que es el lógico resultado del carácter efímero con que han sido revestidas.

A pesar de estas críticas es necesario reconocer que la aportación del formalismo ha sido precisamente la actitud lúdica así como recordar que diseñar es explorar aún contra códigos establecidos. El rompimiento con la rígida geometría del movimiento moderno no sólo puede ser un elemento plástico, también abre las puertas a la liberación de la forma, permitiendo explotar las posibilidades de muchas de las tecnologías contemporáneas de producción.

3. PRAGMATISMO

Desde la caída del bloque socialista y ante la carencia de utopías, el diseño fue paulatinamente absorbido por otro agente ideológico: las empresas e instituciones que se han abocado a promover al diseño como factor de crecimiento económico y de la competitividad comercial. Más allá de las discusiones sobre la primacía de la función o del factor expresivo, este discurso centra su visión en el incremento de "valor" en los objetos.

Esta corriente considera que el *styling* es una posición que debe ser reconsiderada, después de haber sido menospreciada durante muchos años por aquellos que hacían "diseño de verdad". Esta actitud surge del hecho de que tanto el *styling* de los años cincuenta, como sus herederos contemporáneos,



REINHOLD WEISS, VENTILADOR DE ESCRITORIO, PARA BRAUN.

reconocen que la innovación es la fuerza que imprime dinamismo al mercado y por lo tanto esta es la verdadera causa para que el diseño se integre a las empresas.

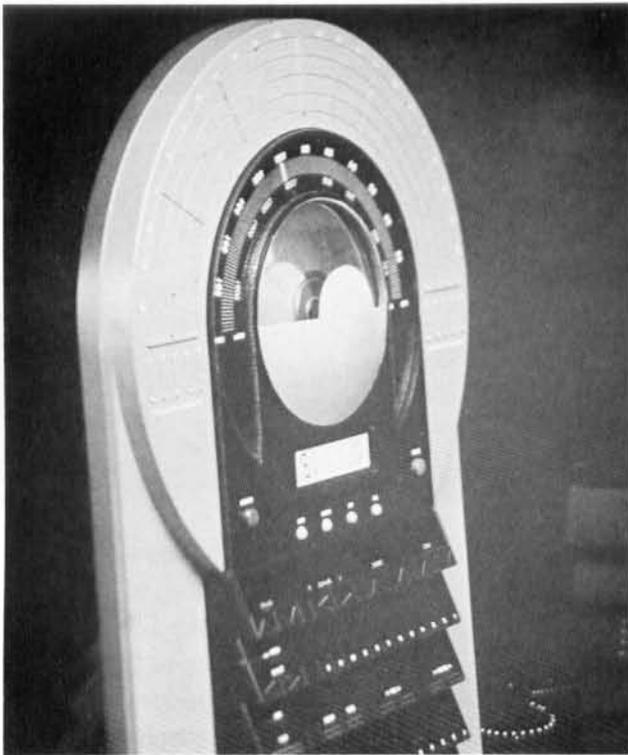
El pragmatismo dentro del diseño cumple un papel legitimador, al fundamentar parcialmente el sentido técnico, económico o cultural de la producción de objetos. Esta función de legitimar impone la necesidad de recurrir a aspectos "objetivos" y por lo tanto mensurables. Este es, en gran medida, el discurso del *Design Management*, que nace de uno de los hechos más importantes de los últimos años: la creciente conversión de todos los países a una economía de mercado, lo que parece estar convirtiéndose en el denominador común. El efecto del pragmatismo se percibe más por omisión que por la propuesta de actitudes distintas. Su valor de encubrimiento radica en su capacidad para englobar a las dos corrientes anteriores: del funcionalismo racionalismo toma la eficacia y del formalismo su flexibilidad e impacto visual.

- Con respecto al área funcional, el usuario se transforma en consumidor, por lo que el pragmatismo de este esquema se mide con base en la relación costo-beneficio de los objetos. La optimización del proyecto se mide en términos de valores agregados.

- El aspecto tecnológico, dentro del pragmatismo, convierte a los objetos en productos. Las limitaciones tecnológicas vienen dadas por el tamaño del segmento del mercado y por la

MOBILIARIO Y ACCESORIOS DISEÑADOS POR MIEMBROS DEL GRUPO MEMPHIS.





JIN DEAN CHENG. REPRODUCTOR DE CD'S. CRANBROOK STUDIO.

capacidad de compra del consumidor. A partir de estos elementos se analizan y especifican los criterios técnico productivos.

- Con respecto a la expresividad, esta corriente retoma parte de la fraseología del *styling*: "Lo feo no se vende" (R. Loewy) o bien *beauty for profit* como es interpretada en la actualidad. Las características expresivas del objeto vienen señaladas por estudios mercadológicos y por los índices de venta. La moda (hasta ahora desdeñada por el diseño) entra así de lleno dentro de los elementos que guían un proyecto.

- Evidentemente en esta corriente el aspecto comercial es el más destacado. Es aquí donde la propuesta de diseño se transforma en oferta y las expectativas de los usuarios se miden con base en la motivación de compra.

Al cambiar los ideales de los diseñadores por alcanzar la objetividad, para destacar la búsqueda de nuevos y mayores mercados, la corriente pragmática logra penetrar rápidamente en todos los ámbitos.

Para los países en desarrollo, donde el diseño de productos aún no encuentra un lugar dentro de las industrias y el diseño gráfico se maneja como dibujo publicitario, el discurso pragmático provee herramientas que promueven una mayor y más rápida inserción del diseño en el ámbito productivo, con el costo que implica dejar de lado la búsqueda de soluciones autóctonas, o bien más apropiadas a las condiciones locales,

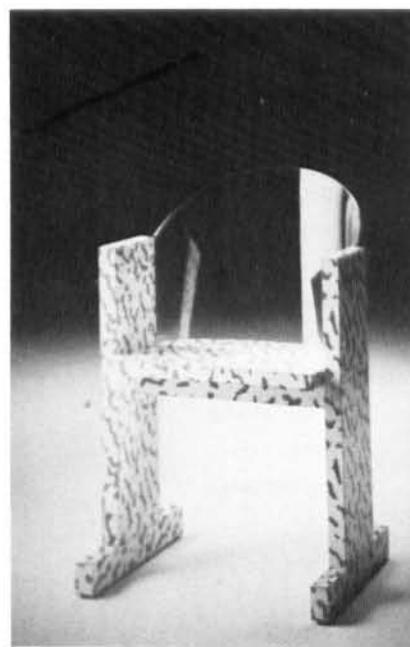
pues esta posición presenta una disyuntiva: diseñar para mercados globales o para necesidades locales.

Por un lado es innegable que este discurso sitúa al diseño dentro de realidades que muchas veces ha tratado de evadir. La faceta del diseño en tanto que herramienta del *marketing*, y motor de la necesaria innovación, es una realidad ineludible. Pero existen otras facetas de la misma verdad.

No es recomendable dejar todos los esfuerzos de la sociedad a las fuerzas del mercado, pues éstas no necesariamente buscan responder a muchos de los problemas mundiales. Las fuerzas del mercado, actuando por sí solas, o con supremacía sobre las demás, pueden producir peligrosos efectos colaterales, pues sus intereses no concuerdan con los de la sociedad en general o con grupos específicos.

¿Podemos tomar una actitud distinta ante estos discursos? ¿Hace falta algo en ellos? Una situación parece emerger claramente del análisis que hemos realizado: que el diseño continúa centrado en su preocupación por la forma en sí, sin detenerse a pensar sobre el sentido de ésta y la relación que guarda con respecto a la sociedad y la cultura. Sin duda existen diversos análisis que abordan estos aspectos, pero por regla general han sido realizados sólo desde la óptica de las ciencias sociales (Baudrillard, Wolfe, para mencionar dos ejemplos) y si bien arrojan cierta luz sobre estos procesos, son trabajos que quedan fuera de la esfera de la teoría del diseño.

ETTORE SOTTASS. SILLÓN TEODORA, PARA EL GRIPPO MEMPHIS.



“La ausencia de estos recursos de conciencia teórica y crítica explica, precisamente, el que el diseño aparezca como una entelequia, un valor universal librado de condicionamientos tanto en el plano cultural como en el plano social”³

Tradicionalmente los diseñadores damos por sentado que nuestra labor es de gran importancia para la sociedad. Así, por ejemplo, hablamos de que somos parte importante en la generación de la cultura material, pero no nos hemos abocado a delimitar esta posición, analizándola con detenimiento, esclareciendo sus detalles, la repercusión que en la cultura tienen los esfuerzos del diseño, etcétera.

Podríamos decir que, en los inicios de la Bauhaus, el desarrollo de estas herramientas de análisis social iban detrás del avance de la tecnología y de las propuestas de las vanguardias culturales, por lo tanto en aquella época afirmaciones genéricas sobre la influencia del diseño en la sociedad eran fácilmente aceptadas. Ahora sabemos que el proceso socioeconómico y cultural de la producción de objetos no es liderado por el diseño como lo fue en las primeras décadas del siglo xx. “Los centros de hegemonía se han desplazado y el diseño ocupa el lugar de un servicio programado desde fuera. Esta situación se corresponde con la ampliación del mercado del diseño y la reducción de su capacidad de totalización de los procesos.”⁴

Por lo tanto, falta integrar las visiones de las disciplinas de la sociedad y la cultura a la lógica del diseño, con el objeto de enriquecerla. Curiosamente éste es el camino que se ha seguido para integrar a nuestra praxis los elementos de lo que hemos llamado la visión pragmática. El diseño ha sido capaz de integrar los discursos de la mercadotecnia y la competitividad, pero ha dejado de lado el sentido social de la profesión. Lógicamente esta es una actividad que los diseñadores deben emprender, pues de continuar dependiendo de lo que otras disciplinas lleven a cabo, difícilmente se podrá llegar a la integración de los conocimientos para el diseño.

Esta labor señala algunos caminos para la investigación teórica desde el diseño:

- En primera instancia falta un análisis estructural de los diversos modos que ha adquirido la práctica profesional.

En los inicios del diseño industrial, Walter Gropius consideraba que el diseño eran sólo uno y que las diferencias entre sus aplicaciones eran sólo una cuestión de complejidad y escala. ¿Sigue siendo esto verdad? ¿Podemos continuar hablando de una sola teoría del diseño? Tal vez sea necesario comenzar por reconocer los límites de una teoría global del diseño para iniciar el estudio de las particularidades. Esto parece ser más urgente para el caso del diseño gráfico.

- Por otro lado es necesario desarrollar una visión crítica de los factores que configuran la forma.

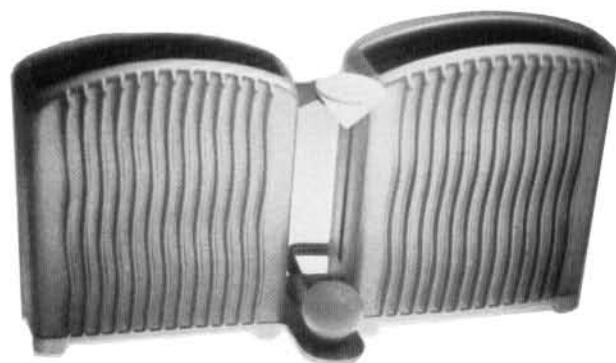
En gran medida nuestros principios teóricos sobre los factores de la configuración formal fueron formulados por Vitruvio en el siglo I de nuestra era. A la fecha han permanecido casi intocados. En el análisis que hemos realizado en este trabajo, a los tres esquemas formulados por Vitruvio,⁵ tan sólo le añadimos el cuarto esquema (el comercial). ¡Sólo los principios religiosos permanecen inalterados por tanto tiempo! Ahora se nos impone la necesidad de llevar a cabo un análisis sobre las fuerzas culturales, ideológicas y tecnológicas que generan la forma y de cómo ésta se relaciona con los fenómenos del consumo.

- Analizar las relaciones del diseño con otras disciplinas relacionadas con la producción.

Una vez más, en el medio del diseño se ha repetido hasta el cansancio que la nuestra es una actividad interdisciplinaria, pero sin marcar límites o establecer parámetros de referencia. ¿Cómo se relaciona nuestra teoría de la forma con la visión de los ingenieros? ¿Cuál es la primacía real de los estudios mercadológicos? ¿Cómo nos debemos relacionar con las ciencias que estudian la cultura? ¿Cómo abordar los aspectos económicos del diseño? En

⁵ Utilitas, Firmitas y Venustas, equivalentes a los esquemas funcional, tecnológico y expresivo.

VAN HONG TSAI. TOSTADOR DE PAN. CRANBROOK STUDIO.



³ Norberto Chaves, “Ideología y discurso del diseño”, *ON Revista de diseño*. núm. 15, Madrid, Primavera, 1988, p. 8.

⁴ *Ibidem*.

fin, la lista de preguntas puede ser muy amplia. Cada una de ellas señala un camino a ser investigado.

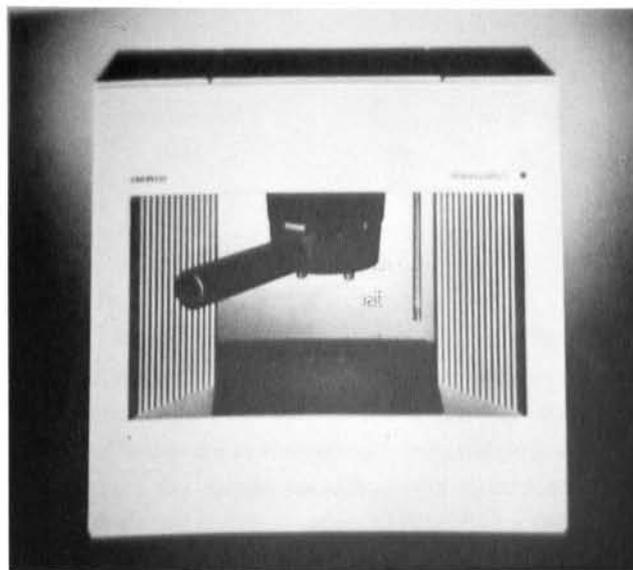
- Es evidente que nuestro ambiente se ha deteriorado y que este fenómeno se ha acelerado grandemente en los últimos años.

Parte importante de esta degradación se debe a los procesos industriales relacionados de alguna manera con la producción de objetos y servicios. El diseño aquí tiene un papel que jugar. No basta con especificar materiales reciclables o biodegradables. Tampoco es suficiente promocionar el "diseño verde". Más allá de estas actitudes, es necesario analizar las relaciones entre degradación ambiental y consumo, debemos preguntarnos si es posible pensar en el diseño sustentado como opción para el futuro.

4. UNA PROPUESTA

En la definición de Diseño Industrial que Tomás Maldonado⁶ elaboró en 1961 y que fue adoptada por el ICSID (*International Council of Societies of Industrial Design*), el énfasis se colocó en la configuración de la forma en tanto que síntesis de múltiples factores, para evidenciar que el factor

⁶ La definición fue adoptada por el ICSID durante el congreso de Venecia, 1961. Véase: Tomás Maldonado, *El Diseño Industrial Reconsiderado. Definición, historia, bibliografía*, Barcelona, Gustavo Gili, 1994, pp. 11-19.



LUCA MEDA. CAFETERA EXPRESSO, PARA GIRMI.

estético no es la única y tal vez ni la más importante preocupación del diseñador.

Desde entonces, la visión sobre el diseño se ha ido modificando, sobre todo en lo que se refiere a los objetivos de la profesión. Actualmente, si bien la forma es el resultado concreto del trabajo del diseñador, se destaca más que el diseño es un proceso, así como sus efectos sociales y económicos.

Ante estas tendencias proponemos la siguiente síntesis:

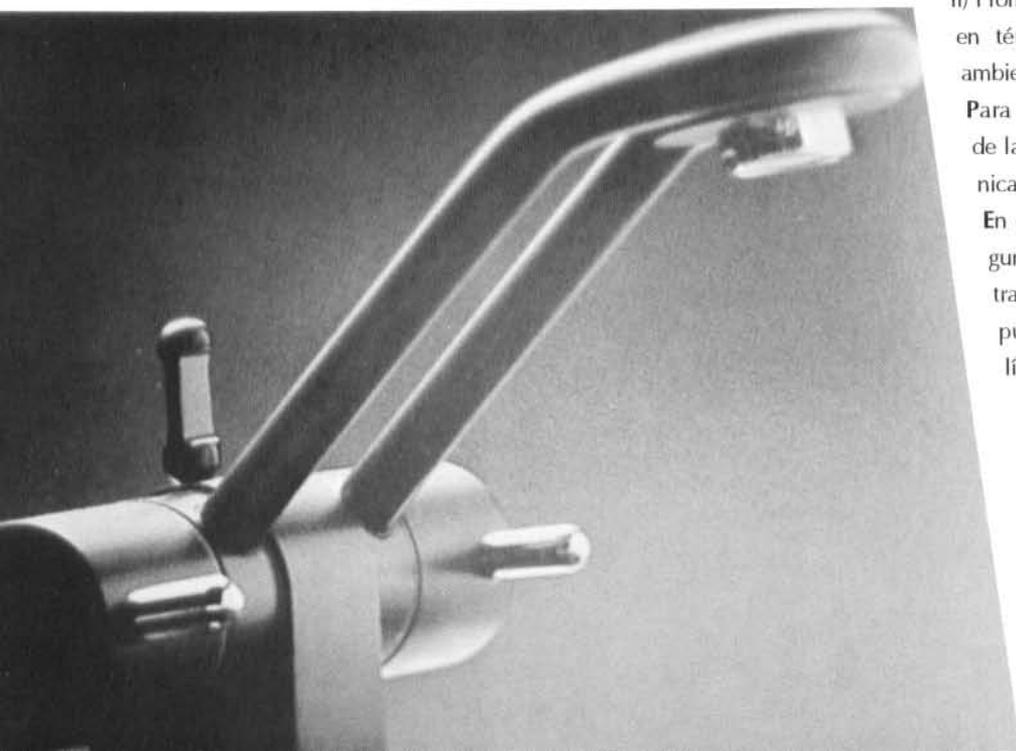
El diseño se ocupa de configurar la forma de los objetos, entendida como uno de los más importantes mediadores del hombre con su cultura y su ambiente. Sus objetivos y responsabilidades principales son:

I) Humanizar las soluciones técnicas que se dan a las necesidades de la sociedad, para así alcanzar mayores niveles en la calidad de vida de los usuarios, considerando las limitaciones y objetivos tecnológicos y comerciales.

II) Promover la sustentabilidad de la sociedad en términos de respetar y conservar el ambiente y sus recursos.

Para alcanzar sus fines, el diseño requiere de la acción simultánea de disciplinas técnicas y humanísticas.

En esta propuesta buscamos destacar algunos aspectos que consideramos centrales en el diseño contemporáneo y que pueden ayudar a establecer algunas líneas de estudio:



MICHAEL MILLOT. LLAVE MEZCLADORA, PARA SOLUS.

LA POSIBILIDAD DE UNA TEORÍA UNIFICADA DEL DISEÑO

La propuesta menciona tan sólo al "diseño", sin especificar si nos referimos al arquitectónico, industrial, gráfico, textil, etcétera.

Prácticamente desde el inicio de la civilización, se consideró a la actividad que da forma a los objetos utilitarios, como una sola, ya fuera la arquitectura o la que ahora conocemos como diseño industrial. A principios de este siglo, esta unión entre las profesiones del diseño fue uno de los pilares de la Bauhaus. En realidad, fue en las décadas posteriores a la segunda guerra mundial cuando se empezó a desarrollar una especialización entre estas actividades, sobre todo debido a los problemas técnicos implícitos en la realización de los proyectos.

Así fue necesario, por ejemplo, un especialista en procesos de impresión y lo llamamos diseñador gráfico, al que sabe sobre técnicas de tejido lo llamamos diseñador textil y así sucesivamente.

En este proceso surgieron propuestas para explicar de alguna manera las características de cada especialidad. Así, José Villagrán (*Teoría de la arquitectura*), consideró que la labor del arquitecto era configurar los espacios que sirven de escenario a la vida, por otro lado los diseñadores industriales se identificaron con la visión de Marshall McLuhan (*El medio es el mensaje*) con respecto a que las herramientas son extensiones del hombre. Es innegable que cada una de estas visiones es —en mayor o menor grado— un acierto, sin embargo, a la luz de los cambios recientes, es posible e incluso necesario, proponer otro punto de vista.

Considerar a la arquitectura tan sólo como un escenario, deja de lado su importante presencia en nuestra vida como elemento activo, que modifica, conforma y define muchas de nuestras actividades y formas de ser. La arquitectura, más que un escenario, es uno de los actores en nuestra vida.

Por otro lado, actualmente resulta difícil entender como extensión del hombre a un aparato de fax, a una calculadora electrónica o a un reproductor de CD en una computadora.

Si intentamos aplicar estas visiones a otras esferas de la actividad proyectual la situación no mejora: es fácil considerar a la ropa como una extensión de nuestro cuerpo, pero ¿qué sucede con la tela de una cortina? o con la que aplicamos como tapicería en una silla ¿son extensiones? De la misma manera, considerar esas telas tan sólo como escenarios, deja de lado su importancia en tanto que actores reales en nuestras actividades.

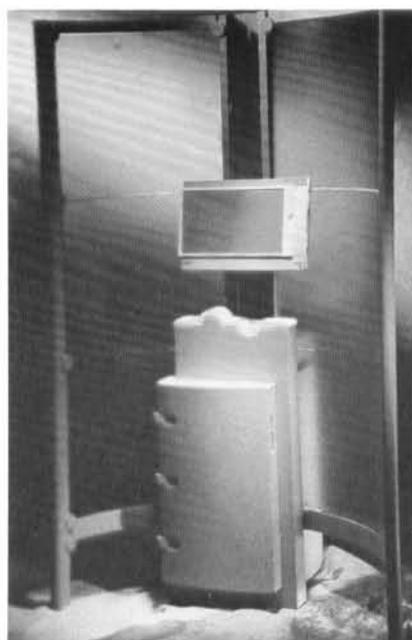
Por lo que se refiere al diseño gráfico resulta difícil ver a una logomarca como extensión del hombre (en todo caso es extensión de una empresa) o a un cartel (aunque a veces sea

usado como decoración y por tanto se acerque a la visión de escenario) y ¿qué decir del diseño de una revista? ¿es una extensión o tan solo un escenario? el caso se vuelve más complejo si pensamos en el diseño de una *home page* en Internet. Ante estas preguntas, proponemos que el diseño es en realidad un elemento de mediación del ser humano, con su cultura y con el ambiente.

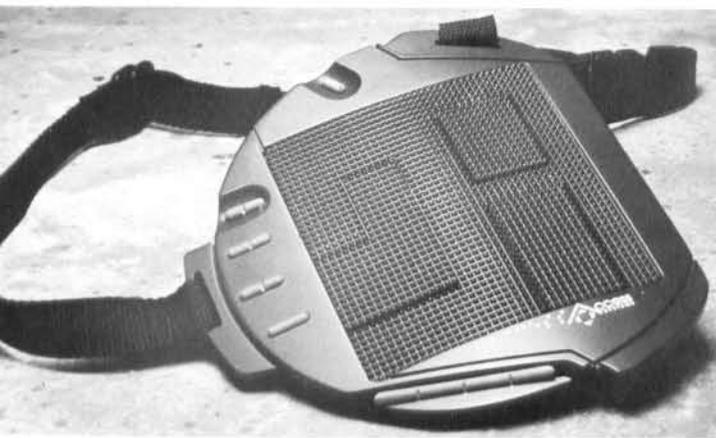
LOS OBJETOS COMO MEDIACIÓN

En primera instancia es importante resaltar que la configuración de la forma sigue siendo el resultado concreto de la labor del diseñador. Este aspecto no se cuestiona, la intención es enriquecer esta visión marcando el *sentido* de esas formas. La definición propuesta por Tomás Maldonado consideraba a la configuración formal como un fin en sí misma. Actualmente nos damos cuenta de la importancia que tiene mencionar para qué sirven esas formas. Por otro lado, al destacar los aspectos productivos con respecto a los objetos, dejaba fuera procesos de configuración artesanales y a las otras mani-

ROBERT FRITZ PATRICK. CAJERO AUTOMÁTICO, PARA NCR CORPORATION.



festaciones del diseño, facilitando el camino hacia la especialización y por lo tanto imponiendo la necesidad de elaborar teorías específicas. De hecho, constantemente leemos en revistas sobre la necesidad de estructurar una teoría del diseño gráfico, o bien del diseño industrial.



CARY R. CHOW. AYUDA PARA CIEGOS, INTEGRANDO DIVERSAS FUNCIONES AUXILIADAS POR COMPUTADORA.

Si entendemos que las formas no son un fin en sí mismas, sino mediaciones, se abre un enorme campo de posibilidades.

Con respecto a la arquitectura, es claro que la configuración de espacios es más un medio que un escenario, y actúa junto con el ser humano para desarrollar innumerables actividades y para protegerse de las posibles inclemencias del clima.

Así, el diseño industrial puede ser entendido como la proyección de objetos para mediar con el ambiente. Es el caso de una herramienta o de una computadora.

El tapiz de una silla es claramente una mediación entre la silla y el usuario. Una cortina, al tamizar la luz y la temperatura, es una mediación con el ambiente. El caso de la ropa es idéntico.

El diseño gráfico también se beneficia de esta posición, pues encaja fácilmente dentro de los medios de comunicación y por lo tanto el aspecto de mediación le es cercano.

De la misma manera podemos pensar en las otras especialidades del diseño.

A todos los ejemplos anteriores podemos añadir el aspecto cultural, pues los objetos no sólo desempeñan un trabajo con respecto al ambiente. Su presencia impone una dimensión cultural, las más de las veces de índole comunicativa y por lo

tanto de carácter signífico. Así que, la mediación de los objetos debe ser entendida en ambas dimensiones: cultural y ambiental.

Es fácil ver cómo, desde esta perspectiva, es posible englobar los principios teóricos de las distintas disciplinas de la configuración dentro de una sola teoría. Las especialidades se darían en la práctica, sin embargo, tal parece que incluso en este aspecto, las barreras tienden a desaparecer.

Actualmente un diseñador genera formas con auxilio de una computadora. Al final del proceso, envía un disquete y su diseño es reproducido. Este proceso puede aplicarse tanto al diseño gráfico, como al industrial y al textil. En el caso de la arquitectura, el disquete es enviado para la producción de los planos o dibujos técnicos que se requieran (este aspecto también puede ser común a las otras "especialidades") y después es producido conforme a esas especificaciones. En este proceso, la diferencia está en los conocimientos específicos sobre *software* y cada vez es más frecuente encontrar diseñadores que se mueven fácilmente en *autocad*, *freehand*, *pagemaker*, o en cualquier otro *software*.

Cada día es más claro que la importancia del diseño radica en su proceso mental, para imaginar y configurar objetos que sirvan como mediadores del ser humano con su cultura y su ambiente.

HUMANIZAR SOLUCIONES TÉCNICAS PARA INCREMENTAR LA CALIDAD DE VIDA

En el trabajo interdisciplinario es importante señalar aquellos aspectos que las diversas disciplinas reunidas pueden aportar. Para el caso del diseño es claro que el elemento de mayor importancia se encuentra en la humanización de las soluciones técnicas.

Existe una vieja discusión sobre si es necesario establecer especialidades dentro de las disciplinas del diseño, así para el diseño industrial se ha pensado en diseño de mobiliario, de electrodomésticos, de herramientas, etc. En el campo del gráfico se han propuesto especialidades como ilustración, editorial, etc. Para otros campos se han elaborado propuestas similares. Ya hemos mencionado cómo estas especialidades parecen desaparecer poco a poco, pues las fronteras son cada vez menos definidas. Lo importante, por lo tanto, no es definir los límites, sino el corazón mismo de la profesión.

Es claro, a partir del gran peso que se da a ciertas materias en el currículum de estudios de los diseñadores, que nuestro corazón se encuentra en la síntesis formal, debido a que el diseñador es la persona encargada de integrar en la forma conceptos, requerimientos y limitaciones desde distintos ángulos: costo, segmentos de mercado, tecnologías a



DOUGLAS CLARKSON. ART CENTER COLLEGE OF DESIGN.

emplear, eficiencia esperada, etc. La jerarquía relativa entre estos factores cambia conforme al problema que se esté solucionando.

El propósito de la síntesis formal es la humanización. En su sentido más restrictivo se entiende por humanización la adaptación de las formas a las características antropométricas y ergonómicas del usuario. En su sentido más amplio se entiende la humanización de las formas para adecuarlas a las expectativas y deseos tanto psicológicos como culturales de los usuarios. En cualquiera de los dos extremos, el objetivo central es acercar las formas a la condición humana.

Esta humanización, a su vez, tiene por objetivo elevar la calidad de vida. Este es un elemento que surge con mayor fuerza cada día, ante el desencanto producido por el desarrollo y consumo después de la segunda guerra mundial, cuando tan sólo se perseguía "la satisfacción de necesidades". Muchas de esas necesidades fueron satisfechas, pero a un gran costo. Es de aquí que surge el interés en la calidad de vida.

Elevar los niveles de la calidad de vida no sólo se refiere a tener mejores objetos (más funcionales, duraderos, a un costo accesible, etc.), también se relaciona directamente con los valores de la sociedad y en este sentido el diseño tiene una gran responsabilidad.

Aún faltan investigaciones para determinar los modos en que la cultura material define estilos de vida y promueve valores, sin embargo no hay duda de que este fenómeno acontece cotidianamente. Ante la crisis que se presenta al inicio del

siglo XXI, el rescate de valores, por sí sólo, no es un objetivo suficientemente definido, pues algunos deben ser rescatados y otros desechados. Otros más deben ser reformulados. Cualquiera que sea el caso, el diseño es un elemento poderoso para promover algunos de esos valores y el diseñador no puede huir de esa responsabilidad.

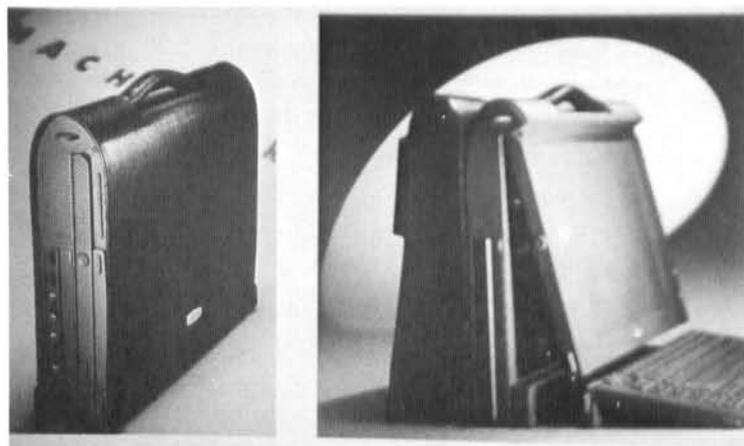
Para enfrentarse a esa problemática, es claro que el diseñador debe tener una actitud humanística ante el conocimiento. Por actitud humanística queremos decir:

Amplia. Si bien el conocimiento universal, como se buscaba en el Renacimiento, actualmente es inalcanzable, el diseñador debe tener una visión amplia sobre los acontecimientos políticos, sociales y económicos. Sin llegar a ser un especialista, debe entender el camino que está siguiendo la región o país donde se encuentra y la relación de éste con el contexto internacional.

Solidaria. Implica la responsabilidad de compartir con la sociedad su futuro y de procurar, con una visión crítica, alcanzar aquellos objetivos planteados por la sociedad en su conjunto, responsabilizándose de los resultados de su actuación.

Ética. Implica la responsabilidad ante clientes, usuarios y la sociedad en su conjunto, de las formas que se generan. Esta responsabilidad debe basarse en valores universales tales como la tolerancia, el respeto y en general los derechos humanos.

A. SERBINSKY, D. DELULLIS Y P. VON MAYDELL. COMPUTADORA PORTÁTIL.



Resumiendo los argumentos anteriores, podemos decir que la humanización no es una visión moralista del tipo de los principios sustentados por Adolf Loos, tampoco es tan sólo una obligación que busca adecuar el diseño a las reglas de comportamiento social, para no hacer daño a otros. Además de esto, la humanización implica poner los valores humanos por encima de los objetivos (económicos, tecnológicos, etc.) del producto.



MARK STEINER. EXTENSIÓN ELÉCTRICA RETRÁCTIL,
OCULTA EN EL MURO.

PROMOVER LA SUSTENTABILIDAD DE LA CIVILIZACIÓN EN TÉRMINOS DE RESPETAR Y CONSERVAR EL AMBIENTE Y SUS RECURSOS.

Para muchas personas, el deterioro de nuestro ambiente es uno de los factores que actualmente pone en peligro la sobrevivencia del género humano o de la civilización como hasta ahora la hemos conocido. Muchos de los llamados a generar una conciencia en este sentido se basan en estudios reconocidos y no son sólo expresiones de personas alarmistas, por el contrario, la dimensión del problema es presentada por científicos e intelectuales de alto prestigio y reconocimiento. El efecto invernadero, la disminución de la capa de ozono, los cambios climatológicos, la contaminación del aire en las grandes ciudades, de los mares en nuestros litorales y la extinción de especies animales, son tan sólo algunas de las manifestaciones de la problemática ambiental.

Más allá de visiones fatalistas o apocalípticas, debemos considerar seriamente muchos de los problemas ambientales, pues los diseñadores al seleccionar materiales o proponer procesos de fabricación, tenemos una considerable influencia en este proceso, si bien es claro que el esfuerzo debe ser de la humanidad en su conjunto.

El concepto de Desarrollo Sustentable de Productos (DSP) ha surgido recientemente y es distinto de las ideas de *Eco-Design* y de "Diseño para el ambiente". De acuerdo con la definición adoptada por la Organización de las Naciones Unidas,⁷ el concepto de desarrollo sustentable es: "El desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".

Asimismo, dentro del marco adoptado por la ONU, se presentan tres conceptos claves para la sustentabilidad:

- El concepto de necesidades, en especial las esenciales para los que menos tienen y a las cuales se les debe dar prioridad máxima.
- Las limitaciones impuestas por el estado actual de la tecnología y de las organizaciones sociales, en relación con la capacidad del ambiente para satisfacer las necesidades actuales y futuras.

• El modo como consumimos, pues el consumo es uno de los principales motores para dinamizar la producción y por lo tanto el uso de recursos y materiales. También es importante estudiar las repercusiones posteriores al consumo, o sea, el desecho de productos, embalajes, etcétera.

De esta manera, el concepto de desarrollo sustentable de productos considera la intensidad y la optimización de los recursos utilizados para el diseño de productos, mientras desarrolla conceptos de productos dentro de sistemas, que proveen un servicio o función que satisface necesidades humanas. Por tanto es notable que este concepto no se ocupa tan sólo de la reciclabilidad o de la utilización de materiales ecológicamente apropiados, pues propone una visión sistémica para la solución de necesidades, alejándose del tratamiento de objetos individuales. Evidentemente esta visión implica un cambio radical en nuestra manera de entender y actuar en el campo del diseño de productos. Podemos mencionar algunos ejemplos:

- Por un lado existe la necesidad de desarrollar una actitud y un pensamiento sistémico.
- En el caso de la problemática ambiental, debe reflejarse la tan mencionada globalización, que normalmente es considerada únicamente desde la perspectiva comercial. La problemática ambiental, si bien puede sentirse con mayor fuerza en alguna región geográfica, en realidad es mundial.

⁷ Maaïke Jansen, *Influences Upon Sustainable Product Development in the Developing World*, United Nations Environment Programme. Working Group on Sustainable Product Development (UNEP-WG-SPD). Amsterdam, 1995, p. 3.

- Entre los aspectos importantes se deben considerar los distintos aspectos del consumo, pues éste es uno de los eslabones principales en esta problemática.

- Muy probablemente las cuestiones ambientales obliguen a revisar nuestros conceptos de necesidad, satisfactor y calidad de vida.

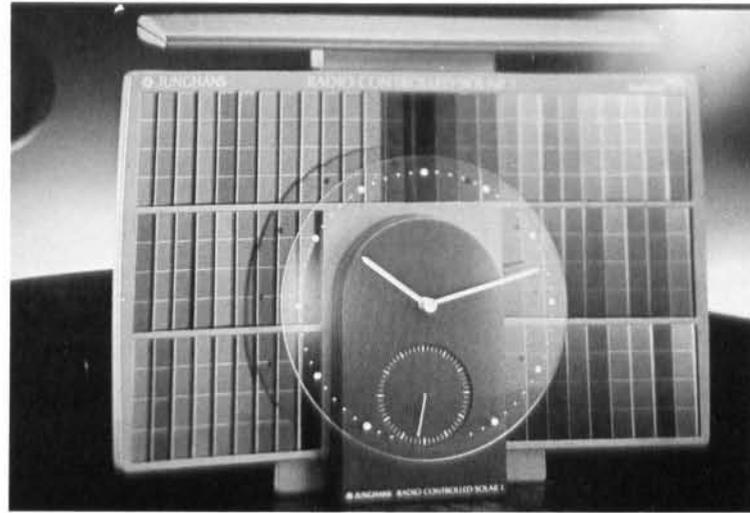
- El proceso de diseño deberá abarcar no sólo los aspectos tradicionales del *briefing* o definición del problema específico, sino que se extenderá a contemplar el ciclo de vida completo de un producto, desde los recursos para su fabricación, hasta su desecho, reciclaje o reutilización.

Estos criterios nos llevan a pensar que la problemática ambiental será, sin duda, uno de los factores más fuertes en la configuración de los paradigmas del diseño en el futuro.

SOLUCIÓN INTERDISCIPLINARIA

Este aspecto es una conclusión evidente ante lo que hemos expuesto. La complejidad de los problemas demanda la acción simultánea de diversos especialistas. La cantidad de personas involucradas dependerá de cada problema específico.

La interdisciplina demanda nuevos métodos de trabajo, que por cierto deberán ser distintos de los métodos lineares planteados en el pasado, pero sobre todo demanda una conciencia clara de lo que cada disciplina puede y debe aportar. Parece un juego de palabras, pero la interdisciplina implica, en primera instancia la existencia de disciplinas. Esta afirmación implica que debemos hacer un esfuerzo por desarrollar una teoría sólida del diseño, pues éste es un prerrequisito para fomar una disciplina.

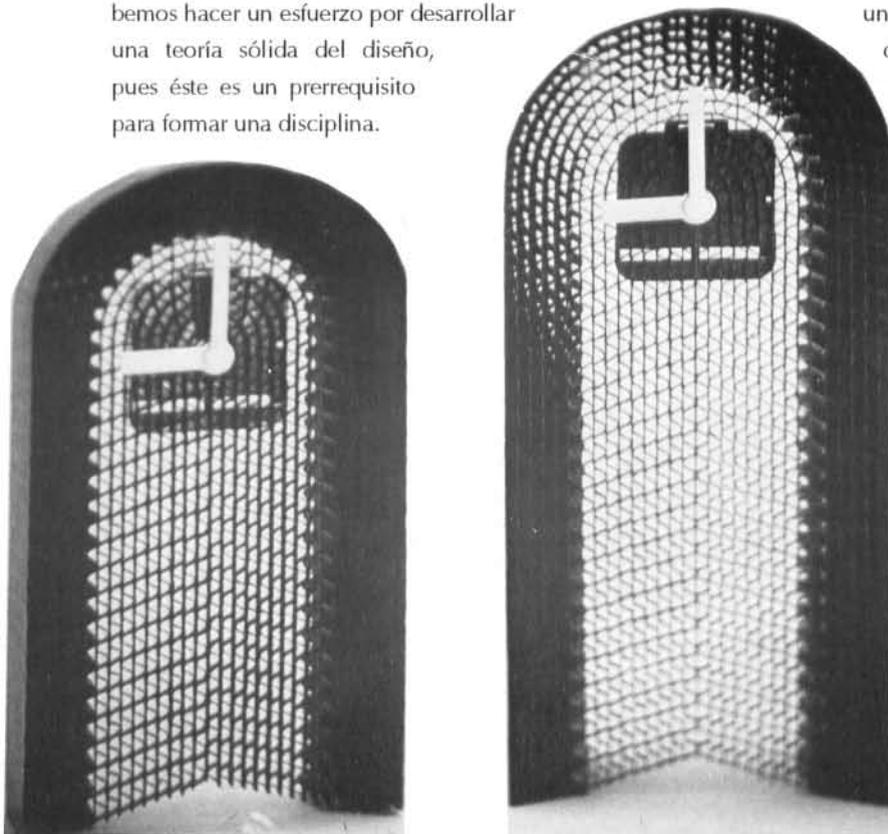


FROG DESIGN. RELOJ CON CELDAS Y BATERÍAS SOLARES.

De frente a los rápidos cambios que se están dando, la magnitud de los problemas y su novedad, la teoría del diseño deberá concentrarse en su centro, no en sus límites, y explicar ese centro desde diversas disciplinas. Deberá incluir no sólo los aspectos relativos al manejo y desarrollo de formas, sino comprender los efectos de éstas en la cultura y nuestro ambiente.

Esta descripción sobre los aspectos en que se basa nuestra propuesta para definir los objetivos y modos de enfocar el diseño es tan sólo un inicio. Falta mucho por desarrollar. Cada uno de los aspectos mencionados debe dar pie a un desarrollo desde la teoría. Este es un camino que ya se ha iniciado, sin embargo es necesario insistir en la necesidad de continuar esta labor.

La reflexión constante, tanto en la labor profesional como en las aulas (donde ésta debería ser una actitud permanente), deberá buscar foros de expresión, que nos permitan celebrar nuestros logros y plantear nuestras inquietudes, para poder construir en común la visión que la sociedad requiere del diseño.



EJI HIYAMA. ESTRUCTURA PARA RELOJES, REALIZADA EN CARTÓN CORRUGADO, PARA POPYRUS.