

Definir al diseño: nada más fácil

Norberto Chaves

EL PROBLEMA DE DEFINIR

Desde el punto de vista de la teoría, “definir” es señalar las características esenciales de un objeto, aquéllas que constituyen las condiciones *sine-quantum* para que ese objeto sea él y no otro.

Si yo digo que el equilátero es el triángulo cuyos tres lados son iguales, con ello estoy diciendo que basta con que uno de esos lados sea un *pelín* más pequeño o más grande que los otros dos para que deje de ser equilátero y se transforme instantáneamente en otra cosa. Por ejemplo: en un isósceles.

Es decir que la tarea de definir, como acto de conocimiento, presupone la existencia de un objeto cuyas características “definitorias” se aspira a señalar. Y esta actitud es la misma trátase del triángulo, el modo de producción capitalista o el estilo barroco: se trata de aprehender la realidad mediante el concepto.

En la cultura del diseño –integrada por profesionales, docentes, estudiantes, críticos y comentaristas– ésta no es la actitud predominante ante el acto de definir: no es el talante lógico o el

espíritu analítico el que suele campea. La cultura del diseño –más proclive al ejercicio del gusto, las predilecciones estéticas o éticas– prefiere la actitud axiológica, valorativa, a la estrictamente cognoscitiva: más que el “ser” le interesa el “debe ser”. En el campo de los oficios eso es natural. Por ello, para el diseñador, definir es sinónimo de “definirse”, tomar posición, manifestar una opción o predilección: “Para mí, el diseño es...”. En la cultura del diseño, definir es formular un *desideratum*.

Estas “definiciones” del diseño, emitidas desde la óptica de sus corrientes ideológicas internas, serán siempre discutibles: siempre será “tu verdad contra la mía”. Lo cual es válido e, incluso, indispensable: a la hora de plantear la posición personal ante la vida, ante la cultura, ante el trabajo, etcétera, se ha de asumir, irremediablemente, una u otra tabla de valores.

Pero cosa muy distinta es la labor de conocer: estar al tanto de la realidad no requiere en absoluto aprobarla. El modelo teórico que mejor defi-

resumen

La definición del diseño como práctica genérica requiere una actitud cognoscitiva interesada por el ser del diseño, distinta de las actitudes axiológicas del deber ser. Sólo así se puede determinar cuáles son las características esenciales del diseño considerado como la fase de un proceso productivo relativamente complejo.

The definition of design as a generic practice requires a cognitive attitude concerned with what design is, as distinct from the axiological perspective of what it ought to be. Only in this way can the essential characteristics of design, considered as a stage of a relatively complex process of production, be determined.

ne el sistema capitalista –hoy día irrefutable– es obra del fundador del movimiento ideológico que cuestiona dicho sistema. Ambas prácticas –la teórica y la ideológica– son heterogéneas, tienen funciones y métodos absolutamente diferentes y resultan tan necesarias la una como la otra. Pero confundirlas es perjudicial como todo error.

Es frecuente oír que es difícil definir el diseño; que su definición es siempre relativa, variable, polémica. Suele afirmárselo como una característica intrínseca de la disciplina. Y, por lo tanto, suele considerarse este hecho como una situación insuperable. Pero esa supuesta “indefinibilidad” sólo es tal en el terreno de las corrientes internas del diseño, en el espacio ideológico de las “tendencias”. “Desde fuera”, desde un análisis estrictamente teórico, el diseño es tan definible como el triángulo equilátero.

O, al menos, no presenta más dificultad que la de definir cualquier profesión: la odontología, la carpintería, la dirección cinematográfica o la publicidad.

VISUÁLOGO, ISHIKAWA HIROYUKI, 72.8 x 113 CM, OFFSET.



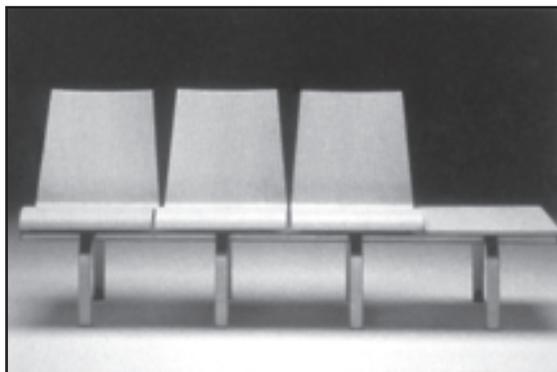
EL DISEÑO COMO HECHO REAL

Si adoptamos una actitud estrictamente teórica, el diseño nos aparecerá como un fenómeno real por explicar y no como un ideal particular por perseguir. Como se ha dicho: una cosa es entender la realidad y otra muy distinta es cambiarla o inventarla.

La definición teórica de un oficio, una técnica, una disciplina científica y cualquier práctica que haya logrado cristalizar como actividad diferenciada, debe partir del análisis de dicha actividad tal como se observa en la realidad.

En tanto oficio, o sea, práctica productiva diferenciada, el diseño en todas sus especialidades es, él mismo, producto de la sociedad: su existencia y cambio están determinados por condiciones externas impuestas por la realidad histórica, o sea, concreta, de su contexto social. El *diseño* no es una institución autónoma: carece de doctrina y meta propias y no tiene más realidad que la asignada por la sociedad a la cual sirve.

En nuestro caso, ello implica que debemos analizar el diseño como una forma de trabajo real, existente e inserta productivamente en un determinado tipo de sociedad, con categoría de oficio especializado, que se enseña y aprende como tal, se presta y se contrata como tal, es conocido por la sociedad con ese nombre y es ejercida por unos técnicos denominados “diseñadores”.



BARCINO, DE MASSANA-TREMOLEDA. PRODUCCIÓN: MOBLES 114.

SILLA *TEMPS*, DE JORGE PENSI.
PRODUCCIÓN: PUNT MOBLES.



SOFA *OBERÓN*, DE LIEVORE, ALTER & MOLINA. PRODUCCIÓN: PEROBELL.



Descartaremos un uso popular que a modo de sinécdoque denomina “diseño” a todo objeto que ha sido diseñado. Diseño es tanto la práctica de diseñar como su producto; pero este producto es el proyecto y no el objeto material: uno no se sienta en un diseño sino en una silla y que haya sido diseñada es otro cantar. Parece sensato entonces centrarse en el acto de diseñar y su producto (los “proyectos”) que, evidentemente, son los que aportan las determinaciones específicas del concepto.

Con más derecho, descartaremos todos los usos del término diseño ajenos a este oficio; usos que constituyen meras extensiones metafóricas de la palabra, tales como “diseñar” una fiesta de cumpleaños o un plan económico.

Determinado así el campo empírico –la práctica profesional y su producto– la labor teórica procederá a descubrir cuáles son aquellas características presentes en todas sus manifestaciones, dejando de lado aquellas que se observan sólo en algunos hechos de diseño particulares.

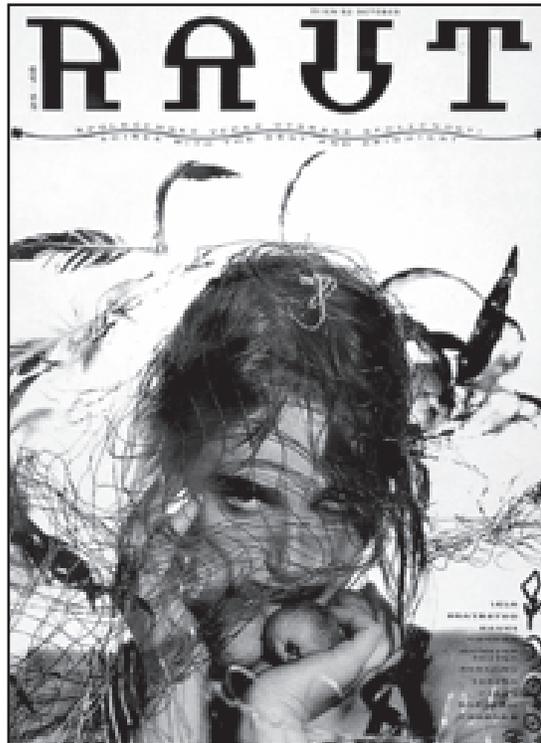
EL DISEÑO CONCRETO Y EL *DISEÑO EN GENERAL*

En tanto oficio, el diseño está siempre vinculado con un objeto. El *diseño a secas* no tiene existencia material: siempre que se diseña, se diseña algo.

Por eso suele especificarse: diseño gráfico, diseño industrial, diseño de interiores... Y, más específicamente aún: diseño de muebles, diseño de señalización, diseño editorial, diseño de maquinaria herramienta, diseño de moda. El *diseño en general* sólo existe a través de los *diseños en particular*: no es más que aquello que tienen en común todos los diseños particulares.



RADIO GLOBAL.
ILUSTRACIONES DIGITALES,
2004-2005.



REVISTA RAUT.

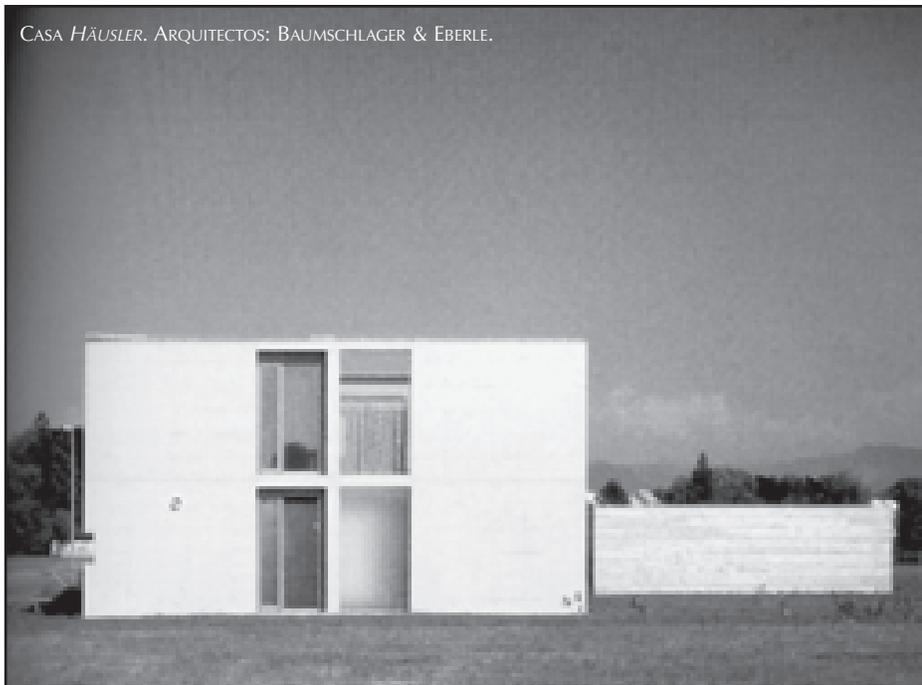


EL DISEÑADOR FRANCÉS PHILIPPE STARCK HA CREADO VARIOS ELEMENTOS PARA BAÑO EN COLABORACIÓN CON FIRMAS COMO DURAVIT (SANITARIOS), HANSGROHE (GRIFERÍAS Y ACCESORIOS) Y RAPSSELL (LAVABOS).



19

CASA HÄUSLER. ARQUITECTOS: BAUMSCHLAGER & EBERLE.



Es cierto que existen diseñadores capaces de diseñar productos de distinta especie; pero, por alguna razón, son claramente atípicos y nunca alcanzan una cobertura global de la producción material.

La cultura del diseño, por mucho que lo pretenda, no ha generado sus Leonardos. Y una de las tendencias más fuertes de la disciplina es, precisamente, la opuesta: la especialización.

Esta observación anecdótica no altera, de todos modos, la definición del *diseño en general* que estamos buscando que, si es correcta, será aplicable a todas las especializaciones.

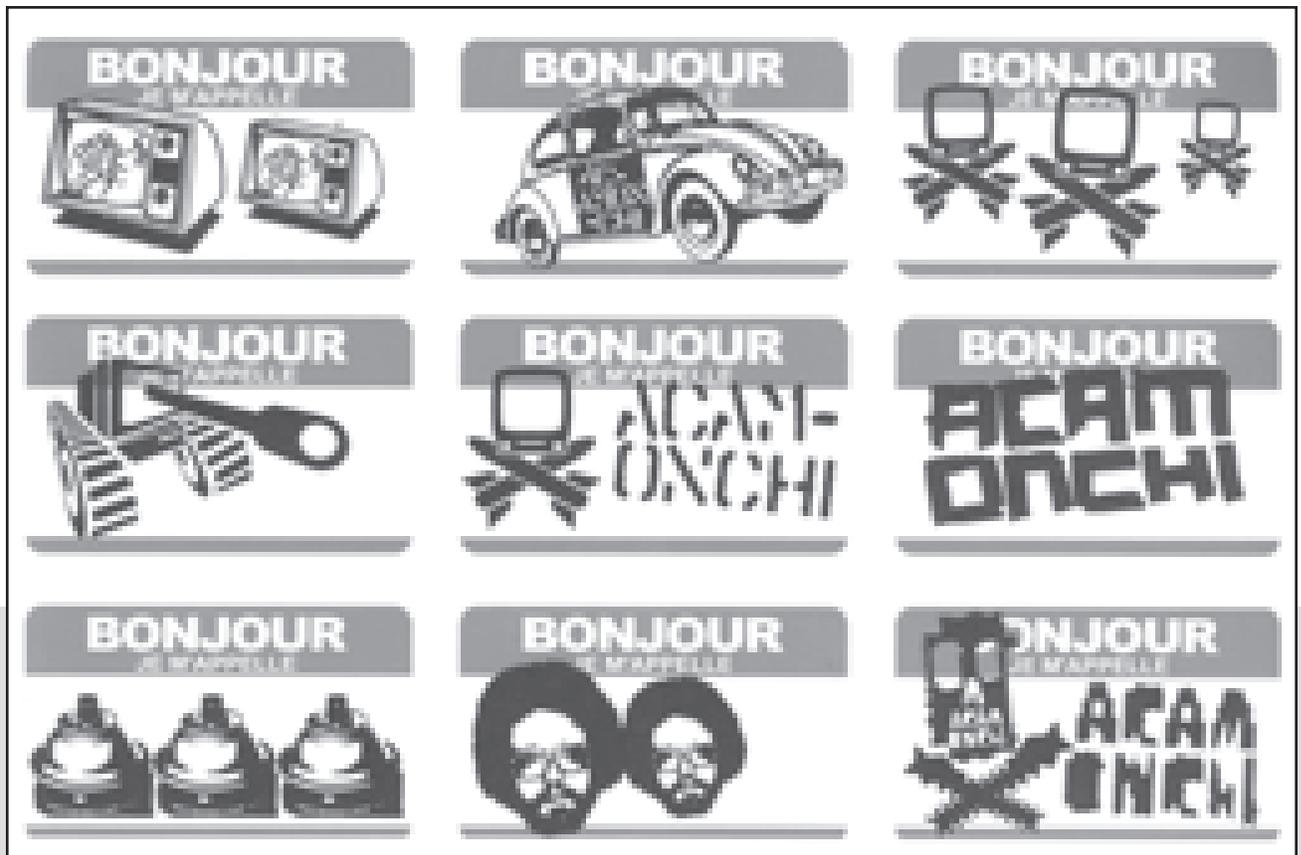
SU DEFINICIÓN

Si es ese hecho real lo que queremos definir y no otra cosa, debemos decir:

El diseño es la fase de un proceso productivo relativamente complejo, en la cual se determinan todas las características de un producto, su forma de producción, distribución y consumo, con anterioridad a su producción material y, por extensión, la documentación en la que se registran esas características (proyectos).

Si agregamos una sola idea a esta definición, ésta dejará de definir al diseño en general para definir alguna forma o variante particular del mismo, o para definir otra cosa. Lo veremos inmediatamente.

ACAMONCHI. CARTELES 2004.
ESTÉNCIL SOBRE CARTULINA.





SERGIO DE LA TORRE. *THINKING ABOUT EXPANSION*, 2003.
FOTOGRAFÍA SOBRE METAL.

LAS CARACTERÍSTICAS EXCLUIDAS

No es posible incluir en la definición de diseño referencia alguna a la *especie del producto*, pues el diseño cubre prácticamente toda la producción material, “desde una cuchara hasta una ciudad”. Están tan diseñadas las colecciones de Giorgio Armani como las fuentes tipográficas de Adrián Frutiger. El tipo específico de producto, por lo tanto, no define al diseño.

No es posible incluir en la definición referencias a un tipo de *aspecto o dimensión del producto* sobre la cual operaría el diseño primordial o excluyentemente; pues, en principio, el diseño opera sobre todas las dimensiones del objeto (funcional, formal, constructivo, simbólico, etc.) y, además, con distinta prioridad según los casos. Tan diseño es aquel que se concentra en lo funcional (una jeringuilla hipodérmica), como el centrado en lo simbólico o lo estético (un frasco de perfume). La dimensión o nivel del objeto tampoco define al diseño.

No es posible incluir en la definición referencias al *método o proceso de diseño*; pues no existe un método único para todo el complejo repertorio de prácticas de diseño. Hay productos que se diseñan con sólo tener criterio y gusto, así como otros que requieren complejíssimos procesos de investigación y tomas de decisión. El método tampoco define al diseño.

21



REALIZADA EN 1987 POR ALESSI CON EL ASESORAMIENTO DE ALBERTO GAZZI, LA CUBERTERÍA *NONOVO MILANO* ES YA UN CLÁSICO.

No es posible incluir en la definición referencias al *tipo de tecnología utilizada en la producción*, pues éste oscila entre procesos altamente industriales hasta procesos semindustriales que incluyen segmentos artesanales. El diseño del interior de una tienda es tan diseño como el de un automóvil. El tipo de proceso productivo material tampoco define al diseño.

No es posible incluir en la definición referencias al *tipo de lenguaje formal*; pues tampoco el diseño puede adscribir a sólo una estética, dada la altísima heterogeneidad de programas que asume. Los muebles de Alessandro Mendini están tan diseñados como los de Gio Ponti. El lenguaje formal tampoco define al diseño.

No es posible incluir en la definición de diseño una determinada *cultura del objeto de uso*, pues la relación del sujeto con el objeto presenta variaciones altísimas en función de los estilos de vida

y el diseño sirve a todos ellos sin discriminaciones. Un bien de consumo banal y efímero puede ser tan objeto de diseño como un bien de uso esencial e imperecedero. La cultura del objeto no define al diseño.

No es posible incluir en la definición de diseño una determinada *ética social* pues el diseño, como cualquier otra técnica, es indispensable a proyectos de muy distinto contenido ideológico. Están tan diseñados los vehículos que transportan los refugiados de guerra como las bombas que los hicieron huir. La ideología o la ética social tampoco definen al diseño.

EL DISEÑO ABSTRACTO

Lo anterior significa que el diseño, entendido como práctica genérica, es abstracto: está “por encima” de todo tipo de particularidad. El *diseño en general* es tal en tanto prescinde de toda adscripción temática, metodológica, estilística, tecnológica o funcional: su único atributo reconocible es el objetivo de máximo ajuste del producto diseñado a las exigencias de su programa específico: “Un plan para el ordenamiento de elementos de la manera en que mejor cumplan con un propósito particular”(Charles Eames).

El diseño es la pura prefiguración de un producto material concebido conforme a un fin. La “idea” acabada del producto, antes de que éste exista: un puro acto de “premeditación”. Prefiguración, producto material y propósito. Y nada más.



AHORA BIEN...

Si una vez satisfecha la tarea de definir el diseño quisiéramos decir qué es el buen diseño y, por tanto, cuál es el malo, sólo podremos sostener que el buen diseño es aquél que mejor se ajusta al propósito que se le ha planteado. Ahora bien, propósitos los hay de todo tipo.

Uno de los propósitos de un programa de diseño industrial puede ser el crear un punto débil en el producto ("fusible") cuya rotura lo haga irreparable, forzando a su descarte y sustitución; o hacer que se inscriba en una estética de rigurosa moda que lo vuelva obsoleto aun hallándose en



JULIO MORALES. *VENDEDOR*
AMBULANTE NÚM 4, 2002-2004.
VINILO SOBRE MURO, 244 X 305 CM.



EXPRIMIDOR. PHILIP STARK.

buen estado de funcionamiento (“obsolescencia programada”). “Buen diseño” será el que mejor consiga ese propósito. El diseño carece de propósitos propios. El único propósito del diseño es satisfacer el propósito del programa. Por ejemplo, el diseño de los misiles roza la perfección.

Si, además de evaluar el cumplimiento del propósito, quisiéramos evaluar el propósito mismo, no encontraremos en el diseño la tabla de valores que pueda enjuiciarlos, tendremos que buscarla en las plataformas ideológicas, culturales, éticas cuya especificidad es netamente axiológica: esas plataformas son, naturalmente, tablas de valores.

Para cierta ética social la obsolescencia programada es un concepto positivo; pues al acelerar el consumo favorece la solidez y estabilidad de la economía.

Para otra plataforma ética, la obsolescencia programada es una forma de explotación desleal de los consumidores y un incentivo al consumismo, nocivo para la salud social y ambiental. Pero ambas plataformas ideológicas son exteriores a la disciplina, en sentido estricto.

Desde una determinada concepción del consumo y la cultura de la cotidianeidad el famoso exprimidor de Philip Stark es ya un auténtico “clásico” del diseño. Desde otra, bien distinta, puede considerarse una auténtica estupidez. Pero ambas concepciones son exteriores a la disciplina, en sentido estricto.

El diseño puede producir una pieza de comunicación social de alta calidad que satisfaga a la perfección el propósito de disimular unos datos y resaltar otros a fin de que la lectura del mensaje resulte favorable a los intereses del emisor.



CONSUMO, JOE SCORSON,
78 x 58 CM, SERIGRAFÍA

Desde una determinada ética comunicacional, esa pieza incurre en el “delito” de manipulación ilegítima de la opinión. Por tal, podrá considerársela como “estafa”; pero no “mal diseño”. Precisamente, uno de los recursos más apreciados del diseño gráfico –su capacidad retórica– es su idoneidad para producir mensajes perversos de alta eficacia persuasiva.

La calidad ética o cultural de un diseño no la determina ningún parámetro interno de la disciplina sino sistemas de valores sociales y culturales que la trascienden.

La aparición de diseños “ecológicos” o de diseños “respetuosos del usuario” no es el resultado de una supuesta a floración del “buen diseño” sino la respuesta del diseño a la aparición de programas elaborados desde propósitos éticos, sociales y culturales que reivindican esos valores.



El diseño en tanto oficio –que es lo que es– tiene un solo principio axiológico, una ética particular: lograr que el producto diseñado satisfaga perfectamente su propósito. Y el propósito es siempre ajeno al oficio de diseñarlo: lo marca el programa. O sea, el cliente.

Esta clara discriminación entre plataforma disciplinar y plataforma axiológica tiene ventajas evidentes:

- Hace justicia a la verdad, o sea, a los hechos: la disciplina presta servicios a muy distintos sistemas de valores.
- Permite evaluar por separado los rendimientos técnicos del diseño y las implicaciones de sus productos, sin que un plano enturbie la apreciación del otro.
- Supera gran parte de los malos entendidos en las polémicas acerca del diseño y sus “funciones”, pues gran parte de los equívocos parten de suponerle al diseño atribuciones que no le son propias. ①



AL BEBÉ NO LE GUSTA FUMAR, ALAIN LE QUERNEC,
120 X 176 CM, SERIGRAFÍA.

Las imágenes de este artículo fueron tomadas de los libros:

- Cheviakoff, Sofía, *Minimalismo*, Feierabend, Berlín, 2003.
- Carter, Rob, *Diseñando con tipografía*, Rotovisión, Inter Books, Suiza, s/f.
- Bermúdez, Xavier (comp.), *Catálogo de la Octava Bienal internacional del cartel en México*, Trama Visual, México, 2004.
- Turner, UNAM, Consejería de Cultura y Deportes Comunidad de Madrid, *Tijuana Sessions*, catálogo de obra para ARCO 05, México, 2005.