

LITERATURA Y DISEÑO*

ALEJANDRO TAPIA • Departamento de Teoría y Análisis

ILUSTRACION Y DISEÑO • CATALINA DURAN

Si bien los parámetros de una teoría y una crítica de la literatura parecen ser tan específicos que su relación con los fenómenos del diseño parecen difíciles de establecer, una mirada más detenida nos ofrece nuevas posibilidades en cuanto observamos que ambas actividades se desenvuelven en torno al lenguaje y a sus estrategias de producción textual. Además, el diseño y sus elementos comunicativos ya no pueden ser estudiados sólo en la esfera del diseño mismo y cada vez es más necesario establecer puentes entre esta práctica y otras disciplinas, otros campos de estudio u otras perspectivas que alimenten nuestro quehacer como comunicadores gráficos.

La primera vez que vi ponerse en contacto estas actividades en apariencia disímiles fue a través del libro *Ideología y Metodología del Diseño*, escrito por Jordi Llovet para la editorial Gustavo Gili en los años setenta. Esta obra fue el resultado del encuentro entre un investigador de la teoría literaria (y encargado de escribir el libro) y un grupo de profesionales, tanto del diseño gráfico como del diseño industrial de la ciudad de Barcelona. Se decía ahí que los procedimientos de la literatura y el diseño podían ser explicados por unos principios comunes, hasta entonces quizá insospechados.¹ Los vasos comunicantes revelados no dejaban de ser sorprendentes para una visión todavía no dispuesta a entender la interdisciplinariedad como una actitud fecunda en cualquier empresa del conocimiento. Desde entonces, sin embargo, esta necesidad no ha dejado de extenderse, puesto que los límites que antes parecían configurar las unidades de las cosas cada vez resultan más inseguros. El libro, por cierto, no fue reeditado después y por ello pertenece al grupo de los "fuera de circulación", un grupo al que se suman otros varios títulos que no merecían el descanso pero que cedieron su lugar a la tecnocrática visión del diseño que nos fue deparada para estos últimos años.

Una habitual exposición del diseño insiste en la idea de que el saber indispensable de esta actividad radica en el manejo de las formas, los colores, las proporciones, el equilibrio, las líneas. La bibliografía generalizada nos habla de este hecho en el que el diseño parece perfilarse como un oficio altamente tecnificado a favor de la forma. Jordi Llovet sin embargo planteaba otro camino: decía en el libro mencionado que de su estudio de diversas obras literarias y de su intensa participación en los talleres de los diseñadores se podía sacar en conclusión que la génesis creativa y las facultades expresivas

¹Jordi Llovet, *Ideología y metodología del diseño*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

de ambas actividades podían incluso retroalimentarse. El diseño —decía— es un texto, un texto que nos habla y que se realiza a la manera del poema, es decir, comprometiéndose con una comunicación coherente pero buscando siempre la innovación expresiva, la profundidad y el compromiso con el lector. El diseño, también, como la poesía, podría explicarse por las estructuras internas de su lenguaje, es decir, por el tipo de desplazamientos interpretativos que en ambos casos tienen que hacerse para lograr una aprehensión singular, es decir, en el modo como se avanza para encontrar una solución original. Finalmente también el diseño se distribuye en géneros, los cuales —como en el caso de los estilos narrativos de la novela— son resultado de una visión del mundo generada históricamente por las distintas conformaciones sociales, y tienden por ello a actualizarse en sus formas, formas que hablan del mundo imaginario que quieren construir. Recordemos además que si ciertas coordenadas genéricas

nos permiten distinguir por ejemplo entre una novela realista tradicional y una novela vanguardista, y aún cuando podamos describir estas estructuras, cada novela actualiza e individualiza el género de manera peculiar. Así también los géneros del diseño se surten de este yacimiento siempre cambiante de los estilos, manteniendo y a la vez renovando sus estructuras. Las novelas y los poemas rítmicos hablan de las épocas y de los gustos, resultan ser a veces sus expresiones más sintéticas, lo mismo que los diseños. Además la literatura y el diseño implican al lector, lo crean e incitan al ejercicio siempre activo de la interpretación. Es justamente la intención deliberada de poner en actividad esta facultad lo que hace a la literatura y al diseño. Jordi Llovet decía por ello que además de trazar los rasgos formales del proyecto que se está realizando es posible explicitar lo que esos rasgos dicen, lo que esos rasgos significan: es un ejercicio abierto a la autocrítica donde no sólo nos responsabilizamos por la forma sino por la relación que establece el diseño con su contexto. Inolvidable resulta entonces el análisis que hace de ciertos objetos aplicando la función poética de los lingüistas a lo que normalmente se considera una mera organización funcional y ergonómica, como las ventanillas protectoras de los bancos. En un análisis de la trayectoria

histórica de este objeto, se observan sus consecuencias poético-formales: la primera de esas ventanillas, la rudimentaria —explica el autor al analizar un proyecto de sus amigos diseñadores— consistía en un grupo de barrotes a través de los cuales no podría penetrar el arma blanca del enemigo; tiempo después, con la invención del arma de fuego (ya disponible para el público en general) los barrotes se hacían obsoletos y entonces se crea, por obra de los diseñadores, el vidrio blindado con un orificio en la parte inferior para el intercambio del dinero; esto sin embargo generaba un segundo problema: que el usuario debía encorvarse para hablar al empleado, por lo que se inventa un orificio a la altura de la boca para intercambiar palabras, solución que no obstante excluía a los demasiado altos o a los demasiado bajos. Planteado como un problema funcional, ergonómico, la radiante solución de los diseñadores barceloneses fue entonces una muy estética y moderna ventanilla de vidrio blindado atravesada a lo largo por dos cortes transversales que facilitan la intercomunicación a cualquier distancia, sin permitir a su vez el paso de arma alguna, pues la ranura apunta a un lado del despachador, teniendo además una apariencia muy aerodinámica. Literaria y poéticamente hablando sin embargo, ninguna de esas ventanillas cambió su texto funda-

mental; el cual, si es traducido verbalmente tal como propone Llovet en su metodología, diría algo así como: "Usted probablemente no es un ladrón, pero aquí está mi dispositivo por si acaso..." o bien "Aquí dentro hay en abundancia lo que a ti probablemente te falta". De ahí que establezca una crítica en tomo al modo en como los bancos (y los diseñadores) se dirigen a sus clientes sobre todo en las periferias de las ciudades, que es donde generalmente proliferan ese tipo de artefactos. Propone por tanto que, usando los mecanismos propios de la poesía, y dado que los conceptos verbales son susceptibles de transformarse en diseño, se construyera un dispositivo

que al "leerlo" dijera: "pase usted y, olvidándonos de todo problema, realicemos un encuentro amistoso". La tarea de los diseñadores sería, pues, convertir este texto en diseño.

Un proyecto utópico sin duda, éste de resolver un problema tan complejo en el puro paradigma fantástico de la poesía, pero que nos hace ver que si en algún punto la literatura y el diseño confluyen sólo será a través del humanismo, más aún cuando el diseño se ha tomado en un configurador casi absoluto del ambiente y es responsable de gran parte de los textos que configuran nuestro entorno, aunque no sea competencia suya el solucionar la explosión demográfica o la guerra económica.

Pero no es todo lo que podemos encontrar en el ya jubilado libro de Jordi Llovet. En cierto momento se habla del diseño de una aceitera, instrumento muy tradicionalmente utilizado en España. Se trataba de hacer un nuevo modelo: antiescurremientos. Esta vez el texto no estaba tan comprometido éticamente pero sí afectivamente: nadie estaba dispuesto a abandonar la vieja aunque poco práctica forma para cambiarla por otra que solucionaba el problema pero que era demasiado parecida a un envase de laboratorio, y menos para colocarla en la cocina. Siendo así, se optó por hacer una mezcla de las dos con gran éxito: le agregaron a la vieja forma el embudo expulsor del nuevo diseño, para no ofender a los usuarios, aunque esta vez la primacía de la funcionalidad se sacrificara un poco. La nueva aceitera satisfacía así las necesidades modernas con una metáfora que preservaba el conservadurismo, manteniendo la cita del pasado como una especie de etimología soterrada. ¿No nos recuerda este ejemplo al Pablo Neruda que intentaba, en una sociedad altamente conservadora, establecer un lugar para la poesía erótica, donde la mujer fuera el centro de la atención sensual de sus poemas realizados con esa musicalidad tan innata del autor? Las metáforas, como bien dicen algunos estudios de retórica, no siempre se crean por invención estilística o filosófica, sino también por censura. Neruda creó así toda su poesía subterráneamente erótica a partir de una metaforización constante de la mujer y su exquisitez corporal a partir de una comparación con los elementos sensuales de la naturaleza; actuaba, en este sentido, como los diseñadores de la aceitera, es decir, hablando de sus nuevas convicciones pero con un lenguaje que no ofendiera a la moral de la época:

Inclinado en las tardes tiro mis tristes redes
a tus ojos oceánicos.

Allí se estira y arde en la más alta hoguera
mi soledad que da vueltas los brazos como un naufrago.

Hago rojas señales sobre tus ojos ausentes
que oleen como el mar a la orilla de un faro.

Sólo guardas tinieblas, hembra distante y mía,
de tu mirada emerge a veces la costa del espanto.

Inclinado en las tardes echo mis tristes redes
a ese mar que sacude tus ojos oceánicos.

Los pájaros nocturnos picotean las primeras estrellas
que centellean como mi alma cuando te amo.

Galopa la noche en su yegua sombría
desparramando espigas sobre el campo.²

(Poema 7 de *Veinte poemas de Amor y una canción desesperada*)

² Pablo Neruda, *Antología poética*, Vol. I,
Madrid, Alianza Editorial, 1983.

Uno tendría que ponerse a pensar entonces si la búsqueda de sentidos y expresiones nuevas que realiza el poeta para dotar de mayor relieve a las entidades que nombra, disponiendo sus hallazgos en formas cohesionadas, rítmicas y sugestivas, no es de alguna manera un símil del momento creativo del diseñador, el cual intenta sintetizar con una serie de marcas intencionales sobre la tipografía y la imagen, una cierta identidad que no sólo es nombrada sino convertida en algo original e igualmente sugestivo para generar una aprehensión del lector. El diseño gráfico, como la poesía, es ese acto de nombrar las cosas, intentando escapar del lenguaje común. Y no porque el lenguaje común no sea comunicativo, sino porque su génesis sólo existe en el movimiento de su constante invención. Cada vez que nombramos algo, sea con una palabra o con una imagen, se genera un concepto, y la razón queda así satisfecha con su aprehensión. Pero a partir de ese momento el mundo de lo todavía no conocido necesita de nuevas redes para ser atrapado y he aquí que surgen las nuevas metáforas, los nuevos símbolos, las nuevas imágenes. Se ha dicho que la tragedia del poeta es la siguiente: que siempre que arroja sus redes sobre las especies que desea atrapar, éstas aparecen efímeramente sobre su visión, pero luego se escapan (cuando las metáforas se estandarizan) y es entonces necesario crear otras. ¿No es esto lo que sucede en el trance de decidir una forma, es decir, solucionar la tensión entre la tradición y la originalidad? Probablemente esta sea también una experiencia que nos depara el diseño: cuando una imagen logra sintetizar un concepto con originalidad disfrutamos el hallazgo, pero automáticamente deseamos más. Este problema, que ha sido siempre un problema esencial de la poesía, fue explicado con toda exactitud en las siguientes palabras de Schiller, ese gran poeta alemán del período romántico:

- El lenguaje —decía Schiller— todo lo plantea en términos de razón, pero el poeta se supone que todo lo plantea en términos de imaginación; la poesía exige la visión; el lenguaje no suministra más que conceptos. Esto significa que la palabra priva al objeto que ha de representar de su naturaleza sensual e individual y le atribuye una propiedad exclusivamente suya, un generalidad que no existe en el objeto original; de este modo, o bien se presenta el objeto libremente o bien no se le representa en absoluto, sólo se le describe.³

³ citado por Ernst Fisher, *La necesidad del arte*, Barcelona, Península, 1985, p. 30.

Así pues, el nuestro es también un problema de lenguaje y de identidad, pero dentro del diseño gráfico el género que quizá más se asocia con el "efímero poético" que acabamos de describir sea el cartel. Gracias a la expansión de éste a partir de la industrialización de la prensa pública en el siglo XIX, ese fenómeno reservado hasta entonces a la poesía que consiste en crear una sugestión instantánea en nuestra mente, para luego desaparecer y dejarnos una imagen perdurable, pudo volverse visual y salir a la calle. Gracias al cartel, pues, la poesía salió a la calle, ésta era al menos una convicción muy firme en los años sesenta. Un semejante proyecto fue asumido con todo el rigor que la poesía exige por escuelas como la del cartel polaco. Ciertamente los diseñadores saben que por su voluntad estética, antes quizá que comunicativa, los carteles polacos destinaron su brillo sobre todo a los museos, las exposiciones y las bienales. Pero el encuentro entre la literatura y el diseño tuvo sin duda en ellos un momento de esplendor. El efecto de una metáfora que aprehende con singularidad un concepto convertido en cartel, al modo de la poesía, puede quedar mostrado en la figura 1, tomado de la época de auge del diseño cartelístico polaco; en él todos podemos leer un enunciado (que sería algo así como "el comunismo da frutos") y muy independientemente de las connotaciones que esa proposición pueda tener hoy, admiraríamos el hallazgo semántico y plástico que le da solución.



FIGURA 1

En la figura 2 podemos ver otro cartel alemán que se propone invitar al público a la representación teatral de una conocida obra de Shakespeare. Difícil problema para el diseño el de

tomar a su cargo un tema que ha tenido muchas soluciones anteriores. Aquí, sin embargo, a la usanza de los poetas, se tiende una nueva red: un cartel que tiene a su interior otro cartel ya desgastado nos transmite el paso del tiempo, la condición misma del cartel como diseño efímero, y nos dice finalmente "Shakespeare, pero Shakespeare hoy y aquí, en la urbe actual".

Como Schiller, los autores de estos carteles buscaron salir de la simple descripción para proponer una solución que recupere las ideas en su individualidad y su originalidad. Con todo, sin embargo, hemos de reconocer que el cartel literario es un género restringido y con pocas oportunidades de expansión. En alguna ocasión los diseñadores mexicanos Luis Almeida, Rafael López Castro y Germán Montalvo decían que el cartel era exactamente como la poesía: un tranva que repentinamente pasa, deja una imagen y después desaparece — en esto coincidían con la tesis del "efímero"—pero que hoy por hoy no hay prácticamente lugar en nuestro país para practicar este género (el más personal y atractivo de todos) sobre todo porque las

calles no cuentan con una infraestructura específica para ellos, ni existe un hábito de lectura que los respalde, a diferencia de algunos países europeos. Sin embargo, ¿no es ésta también la situación de la poesía escrita en nuestro país? Yo preguntaría a los diseñadores cuántos de ellos acostumbran leer poesía.

Por esta razón quisiera ilustrar, esta vez con un poema escrito, cómo se realiza el trabajo de aprehensión creativa de los conceptos y las sensaciones sirviéndome de uno de los autores más importantes de la poesía mexicana del presente siglo, cuya lectura completa recomendaría desde luego en este foro. Se trata del *Nocturno de la estatua* de Xavier Villaurrutia, que no es para mí sino un perfecto diseño, un perfecto poema:

Nocturno de la estatua

Soñar, soñar la noche, la calle, la escalera
y el grito de la estatua desdoblado la esquina.

Correr hacia la estatua y encontrar sólo el grito,
querer tocar el grito y sólo hallar el eco,
querer asir el eco y encontrar sólo el muro
y correr hacia el muro y tocar un espejo.
Hallar en el espejo la estatua asesinada,
sacarla de la sangre de su sombra,
vestirla en un cerrar de ojos,
acariciarla como a una hermana imprevista
y jugar con las fichas de sus dedos
y contar a su oreja cien veces cien cien veces
hasta oírla decir "estoy muerta de sueño"⁴

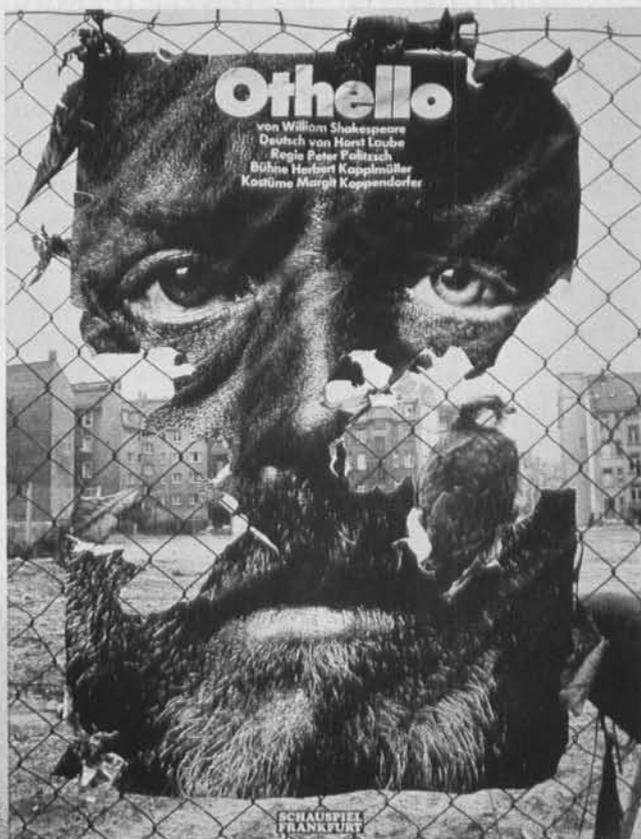


FIGURA 2

⁴ Xavier Villaurrutia, *Obras*, México, FCE, 1974, pp. 46-47

Lo que podemos encontrar en este tipo de poemas, si los analizamos con un instrumental como el de la lingüística estructural, son ciertas estructuras conforme a las cuales se arregla el sentido general, estructuras que miradas desde un punto de vista semántico serían consideradas como procedimientos retóricos. Toda su construcción sin embargo está hecha para existir sin que lo notemos: se tiene que hacer olvidar que detrás de él está el artificio de medir los versos, las rimas, las concatenaciones y un diseño de enlaces fonéticos calculados, y entonces el poema vivirá por un instante en nuestras mentes como posibilidad fantástica, como deseo casi alcanzado, como ritmo pautado. Sin embargo, el artificio está bajo la ilusión, como las estructuras metálicas que subyacen en los majestuosos edificios modernistas, visibles sólo para los arquitectos experimentados. La retórica nos ocupa entonces como el sistema de operaciones de lenguaje que organizan la semántica del discurso, fundamentalmente del discurso poético. En este *Nocturno de la estatua* observamos por ejemplo una figura similar a la que había servido para construir el cartel sobre Shakespeare que vimos anteriormente. Se trata de lo que la retórica llama un *abismo*: una imagen contiene otra imagen y así sucesivamente. En el poema, un tipo de abismo tiene lugar cuando la *estatua* se encuentra dentro de la dimensión del *grito*, y éste dentro de la dimensión del *eco*; el *eco* está dentro del *muro* y éste nos conduce al interior de un *espejo*. Como en el cartel, el paso de una a otra dimensión nos sorprende y nos obliga a imaginar el espacio virtual que se abre de una diégesis a otra. A partir de los hallazgos de estas figuras como factores de lenguaje tanto de la poesía como del diseño, la retórica pasó a ser un soporte de análisis equivalente en ambas actividades creativas, explicando justamente las reglas que sigue esa creatividad.

La retórica, pues, como un elemento esencial de la intersección en un cierto punto de la literatura y el diseño: ello nos

recuerda desde luego la antigua dicotomía establecida desde Grecia entre retórica y poética. En un cierto momento éstas confluyen como ciencias del discurso, pero luego se separan y la poética construye obras literarias mientras que la retórica fomenta los discursos oratorios, forenses o deliberativos en los foros públicos. La retórica pierde por momentos la partida cuando se vuelve ornato y demagogia, pero en otros momentos, como en nuestro cartel y en el poema de Villaurrutia, la retórica y la poética se vuelven una misma cosa. Podemos hacer entonces la siguiente pregunta: ¿la dicotomía entre literatura y diseño vuelve a instalar entre nosotros la vieja dicotomía griega entre retórica y poética? Esto nos lleva a un aspecto crucial, pues nos obliga a decidir si lo que esperamos del diseño es ornato y demagogia o calidad conceptual de las imágenes.

Por lo pronto, y ya que estamos con Villaurrutia para abordar este punto, hay que decir que su poesía se caracterizó siempre por poseer un dominio consciente de los recursos retóricos (metáforas, paronomasias, aliteraciones, concatenaciones) y que además esa habilidad formal se ejerció sobre sentidos y temas plurales, dando una identidad a las cosas lejanas; a sus evocaciones tradicionales. En el *Nocturno de la rosa* dice:

Yo también hablo de la rosa.
 Pero mi rosa no es la rosa fría
 ni la piel de niño,
 (...)
 ni la sangrante llaga,
 ni la rosa coronada de espinas.
 (...)
 No, no es la rosa rosa
 sino la rosa increada,
 la sumergida rosa,
 la nocturna,
 la rosa inmaterial
 (...)
 la rosa herida.
 Es la rosa del humo,
 la rosa de ceniza,
 la negra rosa de carbón diamante
 que silenciosa horada las tinieblas
 y no ocupa lugar en el espacio.⁵

⁵ ídem., pp. 57-58.

Podemos constatar entonces ese movimiento decisivo que realiza la poesía para la aprehensión de los conceptos, incluso para la creación de las especies insólitas. La eufonía y el ritmo, la medición silábica y la apertura de los significados consolidan estas especies extrañas que llamamos poemas y con los cuales el pensamiento se expande. Muchos recuerdan esos versos de Villaurrutia donde la habilidad formal de un figura poco común como la paronomasia le servía para capturar esos inquietantes espacios de la conciencia que eran indispensables en su poética:

y mi voz que madura
y mi voz quemadura
y mi bosque madura
y mi voz quema dura⁶



FIGURA 3

Pero prefigurando ya esa estrecha relación que tendrá la poesía con el diseño, recordamos también que fue el propio Villaurrutia quien por encargo de los publicistas diseñó ese conocido eslogan de un medicamento popular que decía "Mejor mejora Mejoral". Y en efecto, nadie mejor que él para crear esas paronomasias inolvidables.

Poética y retórica, una vez más, cruzando sus caminos. El aspecto central de la cuestión está en el modo de nombrar al mundo. ¿Qué podemos esperar de los comunicadores que están encargados de ejecutar esa acción? El nombrar al mundo y dotar de una imagen perdurable a la identidad de las cosas, eso que llamamos *aprehensión*, es, como hemos visto, un factor crucial de la poesía. Pero ¿no es un trabajo equivalente al de la elaboración de algunos géneros del diseño como el logotipo? Desde el punto de vista semántico y formal sí, pues en efecto, el diseñador tiene que buscar qué relaciones de sentido pueden capturar el ser esencial

de una cosa. Por ejemplo, la figura 3 es el logotipo de una sociedad protectora de animales y el la figura 4 es la imagen de identidad de una fábrica de papel, los cuales conjugan su proposición en una hábil síntesis plástica.

El logotipo sin embargo, a diferencia del cartel, está sometido a una serie de restricciones. Debe ser un enunciado breve, una condensación que se reduce a los rasgos mínimos, debe ser legible en un pequeño formato y poder crear un impacto inmediato y duradero en la medida en que su éxito depende de su captación memorística. Todo ello, sin embargo, debe contener una identidad significativa. Pues bien, en la poesía también existen estas especies. Podemos decir que los logotipos se asemejan a los haikús, que son un género de origen oriental en los que la



FIGURA 4

⁶ ídem., p. 47.

regla es que se tiene que generar una idea, una sensación o un concepto con palabras mínimas y con tres o cuatro versos breves. Los haikú, por lo general, son instantáneas poéticas que se refieren a las escenas mínimas pero enormemente ricas de la naturaleza y cuya belleza reside en su brevedad. José Juan Tablada nos dio a principios de este siglo varios extraordinarios ejemplos de este género. El siguiente haikú se refiere a la travesía de la luna por el horizonte:

La luna
Es mar la noche negra,
la nube es una concha,
la luna es una perla.⁷

El que sigue retrata el golpe de los rayos del sol sobre el mar cuando los peces saltan:

Peces voladores
Al golpe del oro solar
estalla en astillas el vidrio del mar.⁸

O bien este último refiere a ese artificio de la mariposa que se mimetiza con la corteza del árbol para camuflarse:

Mariposa nocturna
Devuelve al árbol, nocturna mariposa
las hojas secas de tus alas.⁹

Formalmente, pues, el haikú realiza una aprehensión similar al logotipo. Esta coincidencia entre el diseño y la poesía que se da mediante la realización técnica del lenguaje es, por tanto, sustentable. Lo que es distinto, enormemente distinto, es cuando pasamos a la esfera de los contenidos. A diferencia del escritor, el diseñador no escoge de qué quiere hablar ni qué es lo que hay que metamorfosear. El suyo es un compromiso con un demandante que quiere expresarse y con un público al que hay que llevarle un concepto. El diseñador es, como el Villaurrutia del eslogan, un mediador que presta su habilidad poética a proyectos y fines ajenos a él. ¿Tenemos que renunciar entonces al privilegio de la realización máxima y libre que representa la poesía para ser diseñadores?

7 José Juan Tablada, *Obras*, México, UNAM, 1971, p. 388.

8 *IBID.*, p. 444.

9 *IBID.*, p. 383.

Yo me contestaría esta pregunta con una paradoja: Sí y no. Sí porque el universo del diseño y sus significados posibles están predeterminados ya por el posicionamiento de la mercadotecnia, por el afán de las empresas de adquirir atributos creíbles en los consumidores, por la necesidad imperiosa de hacer circular las mercancías y el dinero a su velocidad máxima, poniéndonos en contacto con una infinita serie de eventos y de objetos hechos como las sirenas de *La Odisea* de Homero, es decir, seductoras hasta para los oídos más protegidos con cera. Y diría también que no, que el campo del diseño no se reduce a eso, pues los conceptos nunca se estacionan, siempre existe la posibilidad de volver a producir los signos, volver a producir los significados, volver a generar el conjunto de las cosas y de las formas, en una palabra, volver a generar los conceptos. Me pregunto si no es este el afán que hace posible que existan diseñadores: los verdaderos diseñadores son esos especialistas en producir nuevas asociaciones entre las cosas, nuevos recursos de aprehensión expresiva y conceptual de los fenómenos, dominando los artificios del lenguaje. Poetas que hacen de algún modo una poesía aplicada, los diseñadores vienen a ser los encargados de producirnos un medio ambiente que tiene que responsabilizarse de los valores que crea.

Este asunto, no se por qué, nos lleva
otra vez a Barcelona, sede
indispensable del
diseño,

los demiurgos. Este calificativo nos habría sido asignado por el propio Abraham Moles,¹¹ y no es tanto un epíteto romántico sino un llamado a desempeñar con responsabilidad un papel absolutamente decisivo y riesgoso en el mundo moderno: a saber, el de realizar las significaciones más importantes con que se rige el intercambio social moderno, toda vez que la imagen de las cosas ha pasado a ocupar un lugar preponderante; baste recordar que las empresas internacionales empiezan a suplantar el papel de los estados nacionales (conocemos más logotipos y marcas que banderas);¹² que las campañas políticas ya no se ganan sólo en los discursos sino en el diseño de la imagen de los candidatos, en fin, que la imagen dejó de ser un medio de difusión de algo para convertirse ella misma en una categoría cultural fundamental, y su elaboración está a cargo de los diseñadores.

Al fin —dice Satué— el diseñador alcanzó el
lugar que tanto buscó ocupar a lo
largo del siglo, aunque
tal cosa suce-

y de la poesía. Y es que
Enric Satué, autor de un libro que al
fin organizó un lugar al diseño en la historia, dijo
después, pensando en los diseñadores gráficos de los noventa
que habría que pensar a estos productores de formas gráficas
como verdaderos demiurgos, término con el que Platón
calificaba a los creadores del mundo. El símil puede advertirse
de inmediato como una exageración patriótica, pues Satué mismo
es un diseñador, pero ayuda a instaurar en cierto modo una
comprensión del proyecto de los diseñadores inquietos.¹⁰

Según Satué, la sociedad moderna tiene en algunos diseñadores
gráficos ejemplares de esta especie extraña que son

¹⁰ Enric Satué, *Los demiurgos del diseño gráfico*, Madrid, Mondadori, 1992.

¹¹ *Idem*, pp. 11-12.

¹² Satué cuenta que una importante empresa editorial italiana suspendió la publicación de algunas obras literarias, porque las obras no citaban marcas comerciales, consideradas hoy referencias esenciales de las épocas, los gustos, los sistemas de pensamiento, etcétera.

diera sólo cuando la cultura se convirtió en un sistema de apariencias, de ahí lo delicado que resulta asumir este papel. Pocos son, sin embargo, los que consiguen desenvolverse en esta red subyugante sin ser atrapados. Ellos son por tanto los que merecen el título de demiurgos: son los diseñadores que escapan a la norma, que fundan nuevos territorios, que dan al traste con la reputación de ciertas formas gráficas establecidas. Y los hay tanto en el terreno del diseño educativo y cultural como en el comercial:

El colectivo

Grapus, Neville Brody, Walter Landor, Milton Glaser, Otl Aicher, Daniel Gil e incluso el mismo prestidigitador de Tibor Kalman.

Y es entonces que el diseñador, asumiendo funciones poéticas, toma a su cargo la voz pública y habla. El diseño es un decir constante, lleno de artificios metafóricos y simbólicos, de cadencias y modulaciones dispuestas a filtrarse en las percepciones. Así, el diseño de los demiurgos parece encarnar, sin embargo, ese motivo expuesto en uno de los poemas del escritor mexicano, José Emilio Pacheco, quien en *La flecha*, dice:

No importa que la flecha no alcance el blanco
Mejor así
No capturar ninguna presa
No hacerle daño a nadie
pues lo importante
es el vuelo la trayectoria el impulso
el tramo del aire recorrido en su ascenso
la oscuridad que desaloja al clavarse
en la extensión de la nada¹³

La sucesión de la literatura nos depara siempre estos hechos, la vocación por el lenguaje, la invención de significados, el establecimiento del objetivo hacia lo todavía no conocido, no determinado. Hay sin embargo dos fenómenos que la poesía y el diseño tendrían que superar para ello, pues constituyen su mayor riesgo: son la redundancia y la racionalidad pura. Si observamos bien, el poeta los evadirá en cada verso. Los enlaces sintácticos, los giros conceptuales, las secuencias lógicas serán puestas en entredicho. Esto se debe a que la presencia de las reglas va en contra de la creatividad natural del lenguaje. El poeta, a diferencia del ensayista, no dice "El automóvil es un artefacto contaminante" sino que lo llama

Dragón hecho por un cubista
saurio de alérgicos afanes
alcoba itinerante y sicalíptica
ataúd dinámico
reptil que quiere tener alas
dejando estelas de humo obscuro
y flatulencias de carburo

(De *El automóvil en México*, poema de José Juan Tablada escrito en los años en que este invento apareció en la ciudad de México y por el que era considerado un autor conservador y enemigo del progreso)¹⁴

¹³ José Emilio Pacheco, *Fin de siglo y otros poemas*, SEP-FCE, 1984, p. 69.

¹⁴ José Juan Tablada, op. cit., p. 332.

De igual manera, el diseño de los demiurgos no intenta dibujar una palmera para decir playa, ni enlaza necesariamente una calavera al peligro, sino que busca más, busca razones más profundas y enlaces insólitos, dejando suspendidos muchos puntos de conexión lógica o gramatical pero que resultan más reveladores para las proposiciones que trata. La redundancia, que es el extremo contrario, reside en la reiteración de significados en el momento en que varios signos portan conceptos similares, haciendo a los mensajes previsible y de poca información. La mayor lucha librada contra la redundancia es la de los discursos atípicos, es decir, alotópicos, cuya manifestación más acendrada es la literatura. Es por ello que quisiera ahora traer a cuento a uno de los escritores que me parece haber llevado a cabo con más vocación y más logros esta labor. Se trata esta vez de un cuentista y novelista, pero cuya prosa debemos llamar con todo derecho una prosa poética: el mago brasileño João Guimarães Rosa. Creo que de él sería indispensable leer sus *Primeras Historias*: ahí nos enseña como un río puede no tener sólo dos orillas sino tres en *La tercera orilla del río*, nos enseña también cómo un loco puede desde la copa de una palmera invertir el mundo y convertirse en héroe popular en *Barahunda*, o cómo una persecución puede tener éxito justamente cuando no alcanza su objetivo en *Secuencia*. Pero lo más deleitable está en su narrativa, en su destrucción constante de la sintaxis y en la supresión máxima de la redundancia.

He aquí un ejemplo, Guimarães Rosa describe en el siguiente párrafo los titubeos que tiene un joven cuando va montando un caballo para perseguir a una vaca que se escapó y tiene para ello que atravesar un río. Observen la sintaxis maravillosa:

Otramente el dorado bosquejo del crepúsculo. El joven, el caballo bueno, cómo venían, contorneando. Antes del río no veían: a las aves, que ya anidaban. A la orilla, retardando, no quería destemplarse en nada; pensaba. A las pausas, por partes. No escuchó la campana de vísperas. ¿Habría de perder, de ganar? Ya sí y ya no, así pensó: jamás, jamenos...-el hijo de don Rigerio. La fatal persecución, podía quebrarse y dejarse. Hesitó, sí. Por cierto no sucedería sin lo que él mismo no sabía —la oculta, súbita *saudade*. ¡Paso extremo! Empezó a descalzarse de las botas. Y entró —decididamente. A aquellas quilas-trans-aguas, a las brazadas. Era un río y su más allá. Estaba ya del otro lado.

(Secuencia, del libro *Primeras Historias*, Seix Barral, Barcelona, 1982, pp. 110-111)

Para hacer su literatura Guimarães Rosa pensaba y pensaba. Cuentan sus estudiosos y amigos que revisaba una y otra vez cada texto, corrigiendo el ritmo, buscando las palabras exactas, y nunca se conformaba. Algunos de sus cuentos no son sino un corte dentro de ese proceso, pues en algún momento había que publicarlos, pero el proceso seguía, y de lo que se trataba, me parece, es de cómo escapar, escapar de lo obvio. Su sintaxis es una especie de escritura donde se redacta una idea y se le suprime después todo lo que puede darse ya por entendido en las otras palabras. Saltamos así de una estructura a otra, pero si leemos bien todo lo demás queda igualmente dicho, pues las palabras traicionan y nos hacen repetir diez veces lo mismo en una sola oración cuando seguimos al pie de la letra la estructura normativa de la lengua, por tanto hay que destruirla, destruir la sintaxis y brindar al lector el máximo de productividad de sentido. Yo no me imagino a un diseñador que lo sea plenamente y que

no trabaje con esta escrupulosidad. Calcular perfectamente cada rasgo, cada color, cada forma tipográfica, para que se diga lo más exactamente posible una idea y que a su vez la idea sea una aportación y no una reiteración. Esto, pues se llama evitar la redundancia, se llama producir y pensar. Vemos así que el título de demiurgos está bien como metáfora de los verdaderos productores, pero que no se trata de "hijos de los dioses con poderes creativos excepcionales" sino simplemente gente que trabaja, que cuestiona su oficio constantemente y que como única arma tiene su pensamiento y su oficio.

Veamos por ejemplo que Guimarães Rosa podía haber dicho "y entré decididamente a aquellas tranquilas aguas en movimiento", pero dice "y entré —decididamente", haciendo una pausa para que el verbo y el adverbio no se enlacen comodamente, sino que cada uno tenga su tiempo de lectura y su peso específico, y luego dice "a aquellas quilas-trans-aguas" reteniendo apenas lo indispensable de los adjetivos para que cumplan su cometido y se antepongan al sujeto de un modo más sugestivo, avisándonos mediante unos guiones que ha realizado ese artificio.

La lectura, pues, debe ser valorada con anticipación por los productores de mensajes. Hay que agradecer al lector que se tome la molestia de atendernos ofreciéndole formas e ideas que lo enriquezcan y lo retribuyan. Este gesto será valorado cada vez más en un mundo que tiende a la generalización y a la homogeneización. Recordemos que tanto el diseñador como el poeta son productores de imágenes en un sentido extenso.

Así pues, diríamos que dos cosas son las que hacen "levantar el vuelo" a las expresiones del diseño y la literatura: la reconquista del lenguaje y la puesta en marcha de imágenes que se ponen por encima de las determinaciones preestablecidas. "Buscar más", claro está, pero no sólo formalmente. Guimarães Rosa no sólo había emprendido una batalla con el lenguaje como muchos célebres y hasta noveles escritores, sino que buscaba poner en marcha su inconformidad con la causalidad (que es siempre una forma de conformismo) y por ello había tenido que llevar la prosa a la poesía. En sus cuentos, además, las premisas narrativas se autodestruyen, las identidades se transfiguran, los castigos se convierten en insólitos festejos y los animales terminan conduciendo el mundo sin darse cuenta.

Es por ello que, para terminar, quisiera decir que la exposición pública de las imágenes, tarea que los diseñadores nos hemos conferido como una forma de trabajo (con la seria competencia de la poesía), no es otra cosa que mostrar el pensamiento en constante fluido y en constante expansión. Pensemos así en el compromiso que ello implica, pues entonces cada forma no es nada más ella misma y su referente sino que, sometida a las circunstancias siempre vivas de la relación entre los sujetos, constituye una instancia indiscutible de nuestra educación.

*El presente texto fue leído en el VII Encuentro de Escuelas de Diseño Gráfico, que tuvo lugar en la Universidad Intercontinental, en 1996.

