

atuaria, de fora para dentro, de maneira contraprodutiva, impositiva e deformadora. Este artigo, então, argumenta em favor da reafirmação da competência específica do design, favorecendo um diálogo mais maduro e mais claramente definido com campos de conhecimento vizinhos, além de uma pedagogia do design mais rica e efetiva.

Palavras chave: Multidisciplinaridade - Pedagogia - Belas Artes-Competências - Conhecimento.

(*) **Luís Cláudio Portugal do Nascimento.** Formado em comunicação visual e projeto de produto pela Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro. É mestre em concepção de produtos novos pela Ensam, École Nationale Supérieure d'Arts et Métiers, em Paris. Doutorou-se, na New York University, em educação de artes. É professor e pesquisador da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo.

La conceptualización del diseño

María Eugenia Sánchez Ramos (*)

Actas de Diseño (2016, marzo),
Vol. 20, pp. 237-240 ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: marzo 2011
Fecha de aceptación: julio 2012
Versión final: noviembre 2015

Resumen: El concepto diseño es polisémico, está inmerso en definiciones parciales de acuerdo a lo que se relaciona. De esta forma, teóricos e investigadores han propuesto sus puntos de vista los cuales enfatizan el diseño como el acto de crear algo material, concreto, bidimensional o tridimensional, hasta la estructuración de un espacio, imagen, u objeto intangible y virtual. La batalla por definir este concepto va más allá de la disciplina del diseño. Sin embargo, es el diseñador quien debe formular su propia definición del concepto, así como la estructuración de sus propios métodos en la difícil tarea de la comunicación visual.

Palabras clave: Conceptualización - Diseño - Pedagogía - Disciplina - Producto.

[Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 240]

La definición del concepto de diseño

En mi concepción, el diseño es plural y se encuentra en un debate desde hace muchas décadas entre opiniones contrarias por definir el concepto, el papel de la tecnología y el proceso industrial, la primacía de lo útil, simple y accesible ante lo lujos y lo exclusivo, y el papel de la función, la estética, el ornamento y el simbolismo en objetos prácticos para el uso cotidiano. Por el contrario, existe una idea un poco más generalizada acerca de la función del diseñador la cual según Alan Swann (1990), consiste en resolver problemas de comunicación relativos a productos, conceptos, imágenes y organizaciones de forma original y precisa.

A continuación presento varias percepciones del concepto *diseño* que continuamente utilizamos en la docencia, y que se han ido renovando con el paso del tiempo. Ya que, como se ha explicado anteriormente, el diseño se encuentra en un proceso permanente de cambio porque se realiza en función del hombre y de sus necesidades. De acuerdo con Yves Zimmermann (1990) no existen criterios claros sobre como evaluar el diseño o a un diseñador. Probablemente por que no se acaba de entender lo que realmente es el diseño. Al no generar teoría se ha aplicado a los objetos diseñados los mismos criterios que se aplican a la obra de arte. (p. 65)

Wucius Wong (1995) en su libro *Fundamentos del diseño*, menciona que muchos piensan en el diseño como en al-

gún tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas. (p. 41)

Cuando el diseño surge como disciplina en la Bauhaus y en la *Werkkunst*, se desató una premisa constante: integrar una teoría del diseño que sustentara axiológicamente y epistemológicamente esta actividad. "Las múltiples corrientes y direcciones del diseño se reflejan en el uso del concepto mismo. Desde un punto de vista teórico, un concepto se define mediante el análisis de sus rasgos características fundamentales". (Bürdek, 1994, p. 15)

En esta primera parte, durante los años sesenta y setenta, dominó un concepto de diseño unitario como el que sustentaba Gross (1983) en la *Grundlagen einer Theorie der Produktsprache* (Teoría comunicativa del producto), el cual establecía que el objeto de conocimiento del diseño y de la actividad del diseñador es el lenguaje del producto. En los años sesenta, en Alemania, Fred Staufenbiel (en Bürdek, 1994) proclamó que el diseño (la creación de la forma) establecía la unidad del valor cultural y del valor de uso del producto. (p. 16) Para los alemanes, el diseño se ha entendido como parte integral de los ámbitos político, social, económico y cultural.

En 1960, Gui Bonsiepe (en Bürdek, 1994, p. 16) propone interpretar al diseño como un medio a través del cual se pudiera alcanzar los siguientes objetivos: mejora de la calidad de medioambiental, aumento de la productividad, aumento de la calidad de uso, mejora de la calidad

visual o estética del artículo, aumento del volumen de las ventas de una empresa y fomento de la industrialización en los países del tercer mundo.

Siguiendo con Bürdek, en 1968, Max Bill definía: “El diseño tal como se ejerce, se enseña y se reclama, es una actividad no del todo diferente a la del peluquero, con la que se da por definida no solo su categoría sino también su utilidad práctica”. (p. 16)

Para 1979, el *Design Zentrum* de Berlín (en Bürdek, 1994, p. 17), describe al diseño dentro del contexto alemán con los siguientes postulados:

- El buen diseño no debe identificarse con la técnica del aspecto externo. La particularidad del producto debe ponerse de manifiesto mediante el diseño oportuno.
- La función del producto y su manejo deben ser visibles para ofrecer una clara lectura al usuario.
- El buen diseño debe mostrar los adelantos del desarrollo de la técnica.
- No se debe limitar al producto en sí, sino que también debe tener en cuenta cuestiones como la protección del medio ambiente, el ahorro energético, el reciclaje, la durabilidad y la ergonomía.
- El buen diseño debe tomar como punto de partida la relación entre el hombre y el objeto, considerando sobre todo aspectos como la seguridad y la medicina laboral.

De acuerdo con Zimmermann (1999), después en la década de los años ochenta, se descompone la integridad de diversas disciplinas generando diversidad de conceptos y descripciones que son arbitrarios y producto del pluralismo necesario y justificable.

En 1989 Andreas Brandolini (en Bürdek, 1994) expresaba:

Pienso que el diseño hoy en día debe estar en situación de reflejar las condiciones históricas, culturales y tecnológicas. La tradición ya no se corresponde con la continuidad histórica, sino que se ha convertido en ir y venir de acontecimientos contradictorios. (p. 17)

La evolución permanente del diseño

Retomando a Bürdek (1994) resalta que algunos diseñadores como Horst Oehlke son un ejemplo de como fueron sus propias definiciones de diseño ajustándose al tiempo que estaban viviendo. En un principio, en 1977, Oehlke propone no definir al diseño sino describirlo, intentando designar metas, tareas y el objeto a conformar por la industria partiendo de la experiencia práctica de la actividad creativa y educadora.

Para 1978, Oehlke replicó: “la creación de la forma no debe referirse únicamente a la parte del objeto perceptible por los sentidos, sino que el creador debería ocuparse también de los recursos que pudiera satisfacer las necesidades de la vida social e individual”. (p. 18)

Finalmente en 1988, abogaba por un enfoque integral del diseño, en el que propuso investigar el objeto en tres direcciones: como objeto de utilidad práctica y lo instrumental como objeto de comunicación social y como objeto de percepción sensorial.

La sociedad contemporánea está sometida a una aceleración constante de innovación tecnológica, órdenes económicos, así como mayores y complejas necesidades de comunicación y efectividad de mensajes en la transmisión de ideas. Por tanto, el diseño evoluciona permanentemente así como la forma de diseñar. Esto derivado de los estilos de vida y las necesidades individuales y colectivas. Por su parte, Peter Bonicci y Linda Proud (2000) definen al diseño como la actividad de comunicar mediante el lenguaje visual. Señalan que el lenguaje visual tiene sus cadencias, ritmo, tono, sintaxis, vocabulario, frases, oraciones, capítulos y formas. “Su especial poder está en dirigir el centro emocional ya que la gente puede observar imágenes con mente abierta y leer toda clase de significados” (p. 12). Argumentan que en el ámbito cerebral las interpretaciones pueden variar, pero el diseño es un medio para que el sentimiento y la razón se concilien reduciendo los desacuerdos.

Yves Zimmermann (1998) en su libro *Del diseño*, hace una reflexión sobre el término diseño y lo define de la siguiente manera:

El Diseño es una práctica contingente cuyas técnicas, metas y objetivos están en un proceso continuo de cambio. Es una suerte de concepción y planeación cuyo fin da como resultado un producto, sea un objeto material, o un servicio o sistemas inmateriales. (p. 66)

El concepto fundamental de la representación de lo real o de lo imaginario sigue siendo hoy el paradigma rector en el diseño de objetos icónicos.

Para Joan Costa (2003) diseñar para los ojos es diseñar para el cerebro, expresa:

El diseño hecho para los ojos constituye hoy el medio fundamental de la comunicación social. Su designio más noble es trabajar para mejorar el entorno visual, hacer el mundo inteligible y aumentar la calidad de vida, aportar informaciones y mejorar las cosas, difundir las causas cívicas y de interés colectivo y la cultura. (p. 11)

Costa menciona la importancia de la información, la cual está vinculada a las emociones. Destaca que el diseño tiene también acepciones negativas como seducir a favor de las ideologías y los fundamentalismos, fomentar el consumismo salvaje y alienante, generar ruido y contaminar el entorno urbano, ser cómplice del desprecio de las identidades culturales y de la libertad individual y colectiva (p. 11). Luz del Carmen Vilchis (2004), formula una definición complementaria del término:

El diseño es un proceso o labor metodológica destinada a proyectar, coordinar, seleccionar y organizar un conjunto de elementos teóricos como la lingüística, semiótica, retórica, la sintaxis visual y prácticos como la aplicación de técnicas y materiales para producir objetos visuales y/o auditivos destinados a emitir mensajes específicos a grupos determinados. (p. 8)

Aunado a esta forma de concebir el diseño como un ente multidisciplinario, Jaime Irigoyen Castillo (1998) mencio-

na que el diseño es una práctica ampliamente relacionada con otros campos del saber con la particularidad de ser entendida como fundamentalmente creativa.

Irigoyen entiende al diseño dentro del ámbito social:

El conocimiento del diseño como función social, dentro de su campo de acción teórico-práctico, tiene como objetivo brindar elementos de corroborabilidad a la ciencia en general y a las disciplinas sociales en particular, al momento de comprobar la viabilidad de sus propuestas en la transformación de la naturaleza. (p. 10)

Para Norberto Chaves (1990), el diseño es, en sentido estricto, una práctica técnica que surge por exigencia del desarrollo de la sociedad industrial, íntimamente asociada a la idea de producto industrial. El diseño es, por tanto, la cultura de la industria. Sin embargo este mismo desarrollo histórico, ha reforzado el atributo semiótico del diseño, cualidad que lo distingue de cualquier otro tipo de figuración.

Jesús Solanas Donoso (1985) explica: “El diseño es un arte vivo y dinámico, es un tema clave de la cultura y civilización contemporáneas que a nadie puede ser ajeno” (p. 5). Aunque la palabra diseño es utilizada hoy, enfatiza el autor, con reiterada insistencia, aplicada a los más diversos objetos de uso cotidiano, a formas de comunicación gráfica y visual o a determinadas actividades profesionales creativas, intentar la definición del mismo es correr el riesgo de caer en una fórmula poco precisa. En mi opinión, la palabra diseño, en castellano equivale a trazo o delineación de formas por medios gráficos, lo que lo convierte en término análogo de dibujo, esto de acuerdo a los diccionarios y enciclopedias (Diccionario Enciclopédico UTHA, 2005). Otra acepción más cercana sería la de dibujo o esquema de la forma de algún objeto que va a crearse con un fin concreto. Es decir, la descripción gráfica de algo que va a realizarse materialmente, esto de acuerdo a enciclopedias técnicas (Enciclopedia Técnica de la educación Santillana, 2000). En ambos casos la definición abarca sólo ciertas etapas del proceso excluyendo la planificación, en la cual interviene la generación de la idea y la consideración de los medios técnicos y tecnológicos que son requeridos para la concreción del diseño.

Como ya lo he referido anteriormente, en el aspecto teórico, el tema acerca de la definición del diseño ha sido estudiado en publicaciones referidas a aspectos sociológicos y psicológicos de la disciplina o tratado de establecer ideas, presupuestos o paradigmas sobre lo que debe basarse la práctica del mismo. Esto ha contribuido a que vaya delimitando en parte, su concepto, su metodología y su lenguaje.

Las ideas, actitudes y valores que han transmitido los diseñadores y teóricos antes mencionados, desde mi punto de vista no son absolutos, sino condicionados. Las soluciones de diseño son efímeras, puesto que están en constante cambio las necesidades, preocupación de los diseñadores, los fabricantes y la sociedad. El diseño actualmente se percibo como una actividad integradora, que en un sentido amplio conjunta el conocimiento de múltiples campos y disciplinas para lograr resultados particulares. Esta actividad posee tanto una dimensión

semántica como una técnica, y la respuesta del usuario al producto es parte esencial del campo de investigación. Concluyo que donde quiera que exista una imagen, un mensaje visual, un objeto ó un utensilio está el diseño. Nada se crea sin antes haber sido estudiado en cada uno de sus aspectos. Considerando los problemas conceptuales y de significado acerca de la definición del diseño, de lo que no cabe la menor duda es que el diseño es una práctica en la que se forjan y determinan ideas y formas que han de materializarse posteriormente mediante procedimientos manuales y mecánicos. Como profesional del diseño, considero que quienes estamos involucrados en esta actividad tenemos una definición propia que vamos construyendo a lo largo de nuestra vida; Defino el diseño como todo aquello que reviste un carácter de uso o de lenguaje, donde es preciso considerar todas sus circunstancias antes de ser realizado o producido de forma definitiva, ajustándose no sólo a cuestiones del usuario, sino de tipo social, cultural y económico.

Nuestro tiempo exige formar profesionales críticos, que construyan nuevos paradigmas, exploren diversos enfoques y posibilidades de síntesis. Es momento de reflexionar que como docentes tenemos que construir nuestra propia conceptualización, y permitirles a nuestros alumnos estructurar libremente su definición acerca de su profesión.

Bibliografía

- Bonicci, P. y Proud, L. (2000). *Design Fundamentals*. México DF: Mac Graw Hill.
- Bürdek, B. (1994). *Diseño, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos*. Bolivia: Colección Acosta.
- Diccionario Enciclopédico UTHA. (2005) *Diseño*. México DF: Editorial Unión Tipográfica Editorial Hispano Americana.
- Chaves, N. (1990). *La imagen corporativa, teoría y metodología de la identificación institucional*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Gros, J. (1983). *Grundlagen einer Theorie der Produktsprache*. Einführung (1er n°), Offenbach: Escuela Superior de Diseño.
- Irigoyen Castillo, F. (1998). *Filosofía y Diseño. Una aproximación epistemológica*. México DF: Universidad Autónoma de México.
- Oelhke, H. (1978). Determinación de la función del diseño industrial. En *1er Kolloquium su Fragen der Theorie un Methodik der industriellen Formgestaltung*, Halle.
- Solanas Donoso, J. (1985). *Diseño, arte y función*. Barcelona: Salvat.
- Swann, A. (1999). *Bases del diseño gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Vilchis, L. del C. (1989). *Métodos de diseño*. México DF: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Zimmermann, Y. (1998). *Del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

Abstract: Design concept is polysemic, definitions about it are partial and limited to which it relates. Thus, theorists and researchers proposed their views which emphasize design as the act of creating something material, two-dimensional or three-dimensional structure to a space, image, and virtual or intangible object. The problem to define this concept goes beyond the discipline of design, however, is the designer who must make his own definition of the concept and structuring their own methods in the difficult task of visual communication.

Key words: Conceptualization - Design - Pedagogy - Discipline -Product.

Resumo: O conceito de design é polissêmico, está imerso em definições parciais de acordo ao que se relaciona. Assim, teóricos e pesquisadores propuseram seus pontos de vista os quais enfatizam o design como o ato de criar algo material, concreto, bidimensional ou tridimensional, até a estruturação de um espaço, imagem ou objeto intangível e virtual. A batalha por definir este conceito vai além da disciplina do design, no entanto, é o designer quem deve formular

sua própria definição de design, bem como a estruturação de seus próprios métodos na difícil tarefa da comunicação visual.

Palavras chave: Conceitualização - Design - Pedagogia - Disciplina - Produto.

(* **Ma. Eugenia Sánchez Ramos.** Profesora de tiempo completo en la Universidad de Guanajuato. Estudió Diseño Gráfico en la Universidad de Guanajuato, y cursó estudios de maestría en la UNAM. Posteriormente realizó el Doctorado en Arquitectura, Diseño y Urbanismo en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos.