

El diseño: aproximaciones a la disciplina

Carlos Soto

Después de leer Actas de Diseño en su segunda salida a los lectores ávidos de documentos sobre la disciplina, nos complace comprobar que somos muchos los que estamos preocupados por escribir sobre el tema, por compartir inquietudes para acabar con algunos sofismas que le siguen haciendo daño a la construcción de una verdadera formalización del diseño en nuestros países. Muchos padres de familia, docentes de otros programas académicos o profesionales de diferentes áreas, todavía ven el diseño –el gráfico en especial– como una actividad para hacer “dibujitos” o más grave aún “como la afición por el computador”. En Colombia, cambiar esa percepción ha sido un trabajo arduo, complejo, mostrando resultados contundentes más allá de la imagen fantasiosa y la recursividad de efectos que traen los programas graficadores.

Pero la cuestión se debe referenciar desde sus orígenes: el hombre ha buscado información por siempre, especialmente a través de la observación directa de los fenómenos en su entorno directo: la salida del sol, los tiempos de las cosechas, las lluvias, la luna y otros elementos que le han sido útiles para su actividad de labrador o cazador. Estos conocimientos se han transmitido por lo general gracias a la tradición oral, llegando a convertirse en una sabiduría tácita, popular, bastante rígida sometida a los cambios inherentes en la interpretación de las palabras en diferentes generaciones. Esta tradición se ha manifestado especialmente en el gremio de los artesanos en donde la habilidad ha procurado unas mejoras sustanciales desde la Edad Media hasta la conformación de los principios rectores de la Bauhaus y la posterior implementación de recursos de tecnología. En el momento de su fundación, los objetivos de esta escuela, definidos por Walter Gropius en un manifiesto fueron: "La recuperación de los oficios artesanales en una actividad constructiva, elevar la actividad artesana al mismo nivel que las Bellas Artes e intentar comercializar los productos que, integrados en la producción industrial, se convertirían en objetos de consumo asequibles para el gran público"¹ ya que una de sus metas era la de independizarse y comenzar a vender sus propios productos para dejar de depender del Estado que hasta ese momento era quien los subsidiaba. Comenzaba de esta manera un camino para la profesionalización de algunos oficios, la posibilidad de establecer un proceso formal en la enseñanza-aprendizaje de postulados construidos por vía de la tradición oral e instaurando las bases del diseño como disciplina formal.

Ante el poder de la palabra, la misma significación de “diseño” y su definición como actividad, nos determina el camino a seguir: en los tiempos clásicos, *tekhne*, y en latín *ars*, podrían significar toda habilidad humana, la primera, usada en tiempos modernos con “logos” o el conocimiento de la habilidad utilizada como “tecnología” y la segunda a su vez, como artefacto o artesano, para referirse concretamente al modo de aplicar las técnicas en un oficio determinado. Anota Miguel Ángel

Brand en su artículo *Diseño o estética utilitaria*², que el término anglosajón tiene su origen latín *designare*, que en castellano significa designar, señalar o destinar a alguien para un fin determinado, palabra que evoluciona en el francés como *dessin* (dibujo) y *dessein* (proyecto), y determina para el diseño la significación de proyectar y se refiere al proceso del desarrollo de un plan que busca una creación de algo nuevo con una utilidad definida.

Con este principio debemos proponer una definición de diseño, que según Guillermo González Ruiz es un proceso de creación y elaboración por medio del cual el diseñador traduce un propósito en una forma real. Para el Maestro Norberto Chávez, el diseño responde a una demanda, el diseñador es un trabajador que ocupa una fase en un proceso productivo e intenta entender y satisfacer una necesidad de un cliente. Por su parte, para el Maestro Jorge Frascara, el diseñador gráfico trabaja en la interpretación, el ordenamiento y la presentación visual de mensajes. Su sensibilidad para la forma debe ser paralela a su sensibilidad para el concepto. Se ha forjado como religión definir el diseño como un servicio a terceros cuya especialidad consiste en determinar, anticipadamente a su realización, las características finales de un objeto, artefacto o producto y sus alternativas de producción, para que cumpla con una serie de requisitos definidos de antemano, funcionales, formales, estéticos, informativos, materiales, ergonómicos, etc.

Como colofón a esta visión del diseño, y para el gráfico especialmente, el diseñador está en el deber de conocer las reglas y leyes de la visualidad, el dominio de los sistemas representativos y estilísticos, las reglas tipográficas y de color, conocer a fondo el funcionamiento de la comunicación, los tipos de soluciones existentes, los códigos del emisor y público objetivo.

Los avances en la lingüística y la semiótica le han dado al diseño contenidos conceptuales propios de la comunicación, la tarea de transmitir mensajes de manera clara, directa y precisa para los diferentes públicos que manejan diversos códigos. Esto se traduce en una importante función social que demanda una responsabilidad, como lo anota Jorge Frascara, responsabilidad profesional: creación de mensajes detectables, discriminables, atractivos y convincentes. Responsabilidad ética: mensajes que apoyen valores humanos básicos. Responsabilidad social: mensajes positivos para la sociedad en general y responsabilidad cultural: creación de objetos visuales que contribuyan al desarrollo cultural más allá de los objetivos operativos del proyecto. Todo esto definido por elementos de persuasión, identificación e información en el marco de una trasdisciplinariedad total que lo acerca a otras profesiones dándole un especial significado a su trabajo, pues como relaciona González Ruiz en su *Estudio de diseño*³, el diseño trabaja con las ciencias humanas y sociales (filosofía, historia, sociología...), las artes (pintura, dibujo, teatro, música...), ciencias exactas y naturales (geometría, física, biología...), ciencias de la comunicación (psicología, lingüística, semiótica...), ciencias relacionadas con la forma (morfología, topología...) y ciencias relacionadas con la función y programación (ergonomía, informática, cibernética...). Como lo determina la palabra, la definición de la actividad, el desarrollo de la disciplina en donde se han invo-

lucrado elementos conceptuales, adicionales a lo “artesanal” en el evento de diseñar, de la habilidad técnica en el proceso, el diseño se está conformando como una profesión que combina diferentes elementos en la elaboración de sus mismos principios formales, en la relación con otras disciplinas, lo que nos lleva a rechazar la creencia generalizada sobre el diseñador como un operario de computador, como un dibujante de logotipos, realizador de la papelería en una empresa, como diagramador de una pieza gráfica, de una revista o de un folleto publicitario o, inclusive, como realizador de una página web que debe ser operacional, fácil de ver y de bajo peso para una consulta rápida, para considerarlo como un profesional integral, con excelente manejo de herramientas de tecnología de la información y la comunicación, de gran responsabilidad con su entorno y que provee soluciones para el mejoramiento de la calidad de vida de sus congéneres a través de una adecuada comunicación visual.

Lo expuesto hasta aquí nos debe llevar a una reflexión fundamental: los proyectos para mejorar su entorno (objetos, artefactos, piezas de comunicación gráfica, vestuario, espacio...) son producto de una profunda reflexión y libres de todo azar o gusto particular del diseñador y se rigen por un sistema ordenado de acciones que Bruno Munari⁴ plantea como identificación del problema, de sus elementos, la recopilación de datos y su respectivo análisis, la creatividad para llegar a la idea base, la determinación de materiales y uso de la tecnología adecuada para el caso, la experimentación, la realización de los modelos, verificación y la solución final al problema. Expresado por González Ruiz, el diseño presenta diferentes etapas que van desde la identificación del problema, recopilación de datos, síntesis, gestación, iluminación, elaboración y verificación, sólo para mencionar dos propuestas que coinciden con otras muchas en donde determinan la obligatoriedad de un proceso ordenado, sistemático para el planteamiento de soluciones posibles a reales problemas. Todo esto ya nos aleja por completo de la operatividad del diseño, de la ejecución inconsulta de opciones como producto de una genialidad temporal y nos lleva a la formulación definitiva para el diseño como una disciplina inmersa en procesos de investigación, sustentada en la elaboración de diseños con profunda base conceptual, con una determinación de procesos ordenados, naturalmente de carácter proyectual, con altísima responsabilidad en los cambios que se han venido sucediendo en este siglo de las comunicaciones y con un posicionamiento bien ganado frente a otras disciplinas, una profesión que se consolida como una de las opciones de mayor proyección en tiempos de tecnología, de virtualidad, de poder de la imagen como elemento constitutivo de la sociedad actual.

Para evidenciar la importancia del diseño en la vida moderna, encontramos un gran número de empresas que prestan una variedad de servicios, no sólo de diseño específicamente, sino organizaciones que ofrecen al usuario un paquete de alternativas que le brindan soluciones de manera integral. Desde el diseño de logotipos, realización de campañas completas, manuales corporativos hasta el diseño y administración de sitios web, con servicio de impresión de alta calidad, estudios de mercado, envíos, capacitación a la medida de las necesidades.

Por otra parte, ante la creciente demanda de diseñadores profesionales, estructurados y con excelente manejo conceptual y tecnológico, hay una multiplicación exponencial de instituciones de educación superior que están incluyendo estos programas dentro de su oferta académica. En este aspecto, se presenta un problema para combatir con buena calidad y currículos estructurados ante la proliferación de institutos que con algunos computadores dan una instrucción operativa de *software* especializado sin estructuras lógicas ni planes de estudios definidos, lo que ha permitido el concurso de diseñadores empíricos con grandes falencias y sin estructuras de costos adecuadas. Si a esto le sumamos el “regalo” del diseño de algunas empresas de impresión con el propósito de conseguir un cliente, el problema es aún más grave. Un panorama complejo pero real y ante el cual, las instituciones debemos aunar esfuerzos para ofrecer programas de alta calidad, abrir espacios para la práctica profesional acercando al sector productivo con la academia, reforzar las áreas conceptuales de los programas, asegurar la calidad en las propuestas de investigación conformando laboratorios en donde, de manera ordenada, sistemática y formal, se puedan presentar verdaderos proyectos y semilleros de investigación que fortalezcan resultados reales en el campo de la teorización, de la conformación de postulados programáticos, la solidificación de propuestas coherentes con la debida planeación que respondan a una sociedad necesitada de un manejo responsable de sus comunicaciones visuales a través de la imagen, factor determinante del presente milenio.

Dentro de las múltiples posibilidades de investigación que se le plantean a esta nueva disciplina se deben conformar equipos de trabajos que formulen proyectos dentro de líneas establecidas oficialmente por las instituciones, verdaderos subsistemas estratégicos en donde se pueda vincular la comunidad bajo intereses y necesidades de conocimiento que contribuyan a la toma de decisiones y a la búsqueda de opciones para los retos que se plantean. Esto ayudaría a cambiar la mentalidad totalmente pragmática del diseño, una actividad que responde a unas necesidades de mercado y que nos convierte en meros solucionadores de problemas sin ir más allá de la imagen superficial plasmada en una pieza gráfica, la solución en una silla más cómoda, en un objeto más “bello” o más “funcional”.

Dos grandes campos para abordar: la conceptualización en el diseño y el diseño aplicado. Dentro de la primera línea, múltiples preguntas sobre la naturaleza interdisciplinaria del diseño, la relación entre la teoría y el desarrollo de la creatividad, cómo establecer un marco teórico adecuado para un proyecto, qué metodología emplear dentro de los procesos de formación, cómo integrar los conocimientos teóricos a los talleres, cuáles serían los componentes de una investigación proyectual para diseño, cuál es la realidad laboral del diseño en cada país, su relación con el sector productivo y la posición frente a la producción, las tendencias mundiales y los caminos académicos frente a los avances tecnológicos en la profesión. Dentro del campo del diseño aplicado, los componentes de acción como la tipografía, la animación, la ilustración y los diferentes talleres y áreas en donde el trabajo tenga una manifestación obje-

tual, tangible, en el desarrollo de nuevas alternativas o productos u objetos o en el rediseño de los mismos y en el mundo de opciones que se presentan con la inclusión de la tecnología digital, la comunicación interactiva, el mundo de los videojuegos, la comunicación multimedial y las publicaciones electrónicas.

Como podemos ver, son múltiples las áreas a investigar y cada día surgen más en donde las universidades debemos incentivar la conformación de líneas que respondan a las necesidades cambiantes del entorno, proyectos que puedan liderarse desde las facultades en asociación con las empresas, con centros de investigación y centros de desarrollos para la innovación y nuevos medios alternativos en todas las áreas del diseño.

Han pasado muchas cosas en el mundo del diseño desde los primeros artesanos, los descubrimientos y nuevos artefactos en la revolución industrial, los carteles, la imprenta y la era digital. Pasamos de ser operacionales a pensar en comunicaciones que inciden en la vida del hombre, que determinan una mejor forma de ver el mundo, de informarse, de llegar a otras culturas, de conocer, de tomar conciencia, de cambiar estilos de vida, de adoptar diferentes posiciones ante los problemas graves que nos aquejan como el calentamiento global, la tala indiscriminada de árboles, la desertificación y tantos otros en donde el diseño ejerce una función ante la comunidad, así como en la proyección social que tenemos desde las universidades emprendiendo campañas contra el uso de las drogas, la violencia, el maltrato infantil, contra el flagelo inhumano de las minas que acaban con los sueños y esperanzas de nuestros pueblos. No son sólo avisos publicitarios que promueven una compra, que informan de un evento, que promocionan un artículo, que mejoran un objeto, es un mundo cada día más complejo, es

una responsabilidad más grande que obliga a las instituciones a procurar mejores programas, a las empresas en la contratación de profesionales en las comunicaciones visuales pues saben que gran parte de su éxito, de su permanencia en el mercado está en el manejo de su imagen, de la cultura corporativa y en sus comunicaciones.

Definitivamente, dejamos de ser dibujantes para emprender el camino de la comunicación visual, pasamos de una profesión menor a ser una integral que une esfuerzos con otras disciplinas para prestar mejores servicios y ofrecer mayores opciones, hemos convertido al diseño en una herramienta fundamental en este, el siglo de la tecnología digital, de las comunicaciones satelitales, de la información en la red y, especialmente, en una época en donde el hombre debe tomar conciencia de su responsabilidad con el planeta, con las personas que lo habitamos y con el futuro que debemos dejarle a las nuevas generaciones más limpio, menos violento y con un alto índice de visión para mejorar su calidad de vida.

Notas

1. ABC de la Bauhaus, Ellen Lupton, Gustavo Pili, 1994
2. Artículo publicado en ForoAlfa el 12 de marzo de 2007. www.foroalfa.com
3. González Ruiz, Guillermo, Estudio de Diseño. Emecé Editores, 1994
4. Bruno Munari, Cómo nacen los objetos, Diseño y Comunicación Visual, Editorial Gustavo Gili

Carlos Soto. Paisajista con más de 50 exposiciones, 20 años de experiencia en diseño, publicidad y docencia universitaria, 11 años como Jefe de Programa de Diseño y Producción Gráfica en la Corporación Universitaria Unitec, Bogotá, Colombia.

Contra Babel. La comunicación en el contexto de la semiósfera

Gustavo Valdés de León

Y era toda la tierra de una sola lengua y de iguales palabras. Y ocurrió, cuando venían desde el oriente, que hallaron un profundo valle en la tierra de Sinar y allí se afincaron. Y dijéronse entre ellos: “Hagamos ladrillos cociéndolos al fuego”. Y usaron los ladrillos como piedra y betún como argamasa. Y dijeron: “Edifiquemos una ciudad y una torre cuya cúpula llegue al cielo y nos haga famosos, para que no seamos dispersos sobre la faz de la tierra.” (...) Y dijo el Eterno: “He aquí un pueblo y una lengua para todos ellos. Esto ya lo han empezado a hacer. ¿Acaso nada les impedirá hacer cualquier cosa que proyecten? Bajemos entonces y confundamos su lengua, para que no puedan entenderse mas entre ellos. De tal modo el Eterno los dispersó y ellos cesaron de edificar la ciudad.

Génesis. Noaj (Noé) XI - 1 a 8.

Introducción

En intersección dialéctica con los conceptos Lenguaje, Sociedad y Cultura, el término Comunicación ha adquirido carácter estratégico en la escena social contemporánea: aparece vinculado tanto a la trama del poder político como a la dinámica del mercado, a los avatares de las disputas ideológicas como a los mecanismos canonizados de “transmisión” del conocimiento, a las manipulaciones persuasivas de la Publicidad como a las relaciones laborales o de pareja; no existe espacio alguno de la vida en sociedad en el cual la “comunicación” no participe activamente de las mas diversas formas, como la explicación, en última instancia, de los mas variados fenómenos y procesos.

En los ámbitos académicos la manera en que la Comunicación es entendida determina las currículas, los objetivos pedagógicos, los contenidos y los programas de las carreras y de las asignaturas relacionadas con el Diseño puesto que éste, como ya es sabido, porta –en sus distintas vertientes disciplinares– una inevitable carga comunicacional: el objeto diseñado es, al mismo tiempo, un artefacto para utilizar y un signo para descifrar: una prótesis y una metáfora, tal como propone Fernando Martín Juez (2002).