

## Introducciones

### Qué era, qué es y qué no es el diseño.

Intentando dispersar la bruma.

Norberto Chaves

Ha transcurrido ya casi un siglo desde que se acuñara el término “diseño” para denominar a esa entonces nueva práctica productiva. A lo largo de ese período, el diseño ha ido sufriendo una serie de transformaciones que han incidido en la modificación de su propio concepto. Debido a ese dinamismo de cambio, también se ha ido generando una serie de errores de definición, agravados por los usos abusivos del término “diseño”.

En un intento de ordenar las ideas podríamos comparar, a vuelo de pájaro, los significados que cobrara la palabra diseño en sus orígenes, el alcance que ha cobrado hoy y las definiciones parciales, insuficientes o decididamente erróneas actualmente más frecuentes.

Para realizar esa tarea en el pequeño espacio de que disponemos debemos producir una síntesis, reducir cada fenómeno analizado a su mínima expresión, sin mutilar la captación de su realidad sino, al revés, poniendo a la vista sus rasgos esenciales.

Comencemos por el principio.

#### Qué era el diseño

El diseño no nace como una “disciplina” sino como un puro instrumento de algo mucho más ambicioso: Una revolución en los estilos de vida.

El diseño aparece en el seno de una intensa actividad ideológica que cuestiona la herencia ecléctica del fin del siglo XIX y la concepción burguesa, tardía y decadente, del hábitat.

La lucha por poner el ámbito de la vida cotidiana en concordancia con las conquistas materiales de la sociedad industrial, o sea su “modernización”, fue el eje, generalmente explícito, de todas las corrientes transformadoras desarrolladas en las primeras décadas del XX: Funcionalismo, racionalismo, constructivismo, neoplasticismo, futurismo. A grosso modo, para englobar, podríamos hablar del “movimiento moderno”, no tanto por los contenidos históricos de éste como por la amplitud semántica de su denominación.

Por consiguiente, el diseño aparece como un puro instrumento: El espacio productivo en el que se formula aquel nuevo estilo de vida, se explicitan sus nuevos programas, se crean los correspondientes nuevos lenguajes y se prefigura el nuevo hábitat y todos sus componentes.

Dicho sintéticamente: El diseño era el taller de la nueva cultura. Nace, por lo tanto, impregnado de ideología, acompañado por manifiestos que aspiraban a resolver la nueva articulación entre usos, técnicas productivas, contenidos simbólicos y estéticas.

#### Qué es hoy el diseño

Al cabo de varias décadas -relativamente pocas- el diseño se ha transformado en algo muy distinto a aquél de los principios. Durante la segunda mitad del siglo XX toda la actividad productiva en los países avanzados ha incorporado el diseño a su “cadena de valor”, excediendo en mucho el campo del hábitat propiamente dicho. El diseño invade el consumo masivo y todos los sectores de la industria productiva, la distribución y los servicios. Esta incorporación no ha sido, por lo tanto, el mero fruto del triunfo de aquel nuevo estilo de vida, sino de las exigencias de la producción aceleradamente industrializada y de la consiguiente implantación definitiva e irreversible del mercado de oferta, o sea, la sociedad de consumo.

Las organizaciones de todo tipo -no sólo las empresas- han ido necesitando incorporar aquel espacio de innovación de sus productos, servicios y actividades: El diseño se incrusta en el proceso productivo como una nueva fase, en la amplísima mayoría de las actividades productivas. Y la universalización de esta fase la ha abstraído: Ha perdido características concretas en lo metodológico y en lo axiológico. Pero se ha enriquecido: Debe asumir cuanto método y lenguaje le sea exigido por su infinita lista de programas.

Y esta es la fuente de la conflictividad respirable “en el ambiente”: El diseño puede servir, debe servir y efectivamente sirve a todo tipo de necesidad y ello implica una espectacular diversificación cultural, estilística y, ni qué decir, ética. Pues, legítimamente, son tan fruto del diseño las infraestructuras de los campamentos de refugiados como los misiles que los han hecho huir.

A resultas de esta especie de metástasis, el diseño, así a secas, se vacía de contenidos. O sea, todas sus manifestaciones reales sólo tienen una cosa en común: El ser la fase en que se definen todas las características de un nuevo producto, su forma de distribución y uso, antes de iniciarse el proceso de producción material.

Si agregáramos un atributo más, estaríamos definiendo sólo algún área parcial del diseño, o cayendo fuera de esta práctica profesional.

### Qué no es el diseño

Antes de entrar en las definiciones erróneas del diseño conviene analizar un uso popular del término que, gracias a las distorsiones que implica, delata el papel mediático asumido por esta disciplina.

Nos referimos a la expresión “de diseño”, una cláusula determinativa que obra como adjetivo calificativo: Bares-de-diseño, muebles-de-diseño, ropa-de-diseño, hoteles-de-diseño... ¿Con “de-diseño” se significa acaso “que ha sido diseñado”? Obviamente no. La casi totalidad de los productos han sido diseñados pero no todos son “de-diseño”. ¿Qué se quiere significar, en-tonces, con “de-diseño”? Simplemente “moderno”, o “de última moda”, o “absolutamente novedoso” por su forma.

Evidentemente, el diseño excede en mucho ese universo. La expresión “de-diseño” limita, implícitamente, al diseño a sólo una de sus manifestaciones: La más estridente. Una sinécdoque equivoca: Reduce el todo a una parte que no lo representa, debido a un estado de opinión justificado pero inexacto.

No más precisas que la opinión pública son ciertas concepciones profesionales del diseño que o lo asocian sólo a un estilo, o lo restringen a sus zonas de intersección con el arte o la ciencia, o lo recluyen en sus funciones sociales. Concepciones que, lejos de estar superadas siguen reproduciéndose como mala hierba gracias al desprecio que suelen tener los profesionales por la realidad a la hora de teorizar.

El diseño carece de estilo propio pues, por lo dicho más arriba, debe estar preparado para echar mano a cualquiera de ellos. El diseño no es arte, por más que alguno de sus productos estén llenos de él. El diseño no es de ninguna manera una ciencia, aunque puede recurrir a instrumentos científicos. El diseño sólo tiene función social allí donde el respectivo programa se la reclame. En la amplia mayoría de los casos, el diseño -en esta sociedad- carece de “función social” y en un extenso repertorio de programas cumple una función claramente antisocial.

Tampoco podemos concebir al diseño como un sistema axiomático autónomo que aplique sus normas a la realidad para configurar los objetos a imagen y semejanza de esos axiomas. A ello suele aludirse cuando se utiliza el término “disciplina”. Este término es aceptable, pues sirve para definir cualquier actividad más o menos “disciplinada”; pero sus usos en el contexto teórico y profesional suelen aludir, abierta o encubiertamente, a la existencia de un sistema riguroso de principios. Lo cual es falso.

O sea, el diseño no es más que lo dicho: La fase de un sistema productivo en el que se define la totalidad de las características de un producto, su forma de producción, distribución y uso. ¿Con qué método, con qué estilo, con qué fin? Con el que convenga al programa.

## Diseño para medios electrónicos

Jorge Frascara

Digo “Diseño para medios electrónicos” y no “Diseño interactivo” o “Diseño de interfases”, porque el término “interacción” es usado equivocadamente hoy para asignar al diseño para medios electrónicos el uso exclusivo de la palabra. Un diario es interactivo, y de tantas maneras. Saltamos de página en página, concentrándonos en lo que nos interesa, cortamos pedazos que queremos guardar, tiramos secciones que no intentamos leer, marcamos con un lápiz o un marcador el aviso de una película que queremos ver esta noche, fotocopiemos otra cosa, y después ponemos el diario en la pila para reciclar. Con un diario la interacción no es sólo cognitiva o visual, sino también física. Lo mismo, hasta cierto punto, pasa con libros de texto y de investigación. En la Edad Media, la “marginalia” (notas en los márgenes) nació de las anotaciones hechas por lectores informados.

La interacción es nuestra manera humana de relacionarnos con las cosas y con la información. La interacción es un componente central de la comunicación. Para que un estímulo se transforme en información uno tiene que interpretarlo activamente, mediante una variedad de acciones perceptuales, cognitivas y físicas. Vivir es interactuar. El mundo de las computadoras no es el dueño de la interacción.

En cuanto a la interfase, es lo que está entre dos cosas. Cualquier panel de control es una inter-fase, desde una cocina a gas hasta un televisor. Como consecuencia, Bonsiepe sugiere que todo diseño es un diseño de interfase. Sostiene que cualquier tarea relativa a un objeto artificial se beneficia de un buen diseño de la interfase, es decir, de una buena comprensión por parte del diseñador que todo objeto de uso debe comunicar clara y fácilmente cómo debe usarse.

El diseño para medios electrónicos ha creado una nueva serie de problemas. En la interacción con un diario, un libro o una revista, inmediatamente tenemos una idea del tamaño del universo que estamos enfrentando. Podemos explorarlo con facilidad, siempre teniendo una idea de nuestra posición en ese universo. El diseño de interfases debe responder a esa necesidad, ese sentido de “¿Dónde estoy?” tanto en términos del perfil del universo en que uno se encuentra como de nuestra ubicación. Un concepto clave que juega aquí un papel importante es el concepto de usabilidad ¿Es fácil usar el producto? ¿Hasta qué punto la interfase me deja percibir lo que está detrás