

La identidad del diseño en la periferia

Jorge Gaitto ⁽¹⁾

Resumen: En alusión a la clara diferenciación entre el diseño central y la práctica del diseño en la periferia, se establece un contrapunto que conduce inevitablemente al reconocimiento de una identidad del diseño periférico. Como consecuencia de la visualización de ciertas constantes independientemente de su localización geográfica.

La falta o ausencia de tecnologías, escasez de recursos, formación apoyada en la tradición del oficio, la urgencia en la resolución, entre otras muchas circunstancias, hacen que el diseño forme parte del proceso identitario de las comunidades periféricas, aportando y recibiendo experiencias que moldean sus perfiles.

La periferia no es una prolongación del centro, ni su contraimagen. Hay que reconocer en ella su propia identidad, no para confrontarla, sino para incorporarla como parte indispensable de la presencia del diseño en el vasto territorio social.

El poder hegemónico del centro, se desinteresa de la alternativa del avance sobre la periferia, en términos de diseño, exceptuando su acercamiento por la fascinación por lo primitivo o lo exótico, y así seguirá hasta que decida cambiar de opinión, entre tanto la identidad del diseño en la periferia, se consolida.

Palabras clave: diseño - identidad - sociedad - periferia

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 77-78]

⁽¹⁾ **Jorge Gaitto.** Diseñador Gráfico. Prof. Titular de Tipografía I y II FADU / UBA. Secretario Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Docente de Posgrado (Maestría en Gestión del Diseño UP) Conferencista. Crítico. Tutor de Tesis de Grado y Posgrado.

El diseño, como cualquier actividad relacionada con las industrias culturales, tiene sus raíces en un complejo entramado de estructuras económicas, políticas y sociales, resultado de procesos históricos, que condicionan el ejercicio de la disciplina y su enseñanza.

El modo capitalista de producción, que impera en la actualidad en casi todo el mundo, es el resultado de un largo proceso histórico que comienza en el siglo XVIII, en Gran Bretaña que, tras lo que Marx denominara “acumulación originaria” del capital, se desarrolla aceleradamente en algunos países europeos y en Norteamérica a lo largo del siglo XIX, la llamada Revolución Industrial en sus dos etapas, y alcanza su punto máximo a fines del siglo XX con la “Tercera” revolución que ya no es industrial sino tecnológica y afecta en especial, pero no únicamente, las áreas de la Informática y la Comunicación. Este proceso fue desde sus inicios, de carácter desigual y produjo una tajante, creciente e irreversible división entre países desarrollados y los países subdesarrollados.

La brecha tecnológica existente entre los países de uno y otro lado, es enorme e irreversible y crece de manera exponencial en función de los recursos de los gobiernos.

Y estas mismas distancias se presentan hacia adentro de los países, la distancia enorme entre el centro y la periferia.

En alusión a la clara diferenciación entre el diseño central y la práctica del diseño en la periferia, se establece un contrapunto que conduce inevitablemente al reconocimiento de una identidad del diseño periférico. Como consecuencia de la visualización de ciertas constantes independientemente de su localización geográfica.

La falta o ausencia de tecnologías, escasez de recursos, formación apoyada en la tradición del oficio, la urgencia en la resolución, entre otras muchas circunstancias, hacen que el diseño forme parte del proceso identitario de las comunidades periféricas, aportando y recibiendo experiencias que moldean sus perfiles.

La periferia no es una prolongación del centro, ni su contraimagen. Hay que reconocer en ella su propia identidad, no para confrontarla, sino para incorporarla como parte indispensable de la presencia del diseño en el vasto territorio social.

El poder hegemónico del centro, se desinteresa de la alternativa del avance sobre la periferia, en términos de diseño, exceptuando su acercamiento de la fascinación por lo primitivo o lo exótico, y así seguirá hasta que decida cambiar de opinión, entre tanto la identidad del diseño en la periferia, se consolida.

La ausencia de una formación sistemática, tecnológica, y/o académica obliga a las respuestas intuitivas. Se ha desarrollado una capacidad para encarar y resolver problemas, buscando una solución pertinente, sin preconceptos, con total libertad y con la más amplia diversidad estilística, aún sin saberlo.

Ha tardado años, el diseño central en caer en la cuenta que ser original, no significa necesariamente producir un mensaje inédito, cosa que el diseño de la periferia, lejos de considerarlo como meritorio, es más, fuera de su consideración, lo incorpora naturalmente, produciendo y sosteniendo una singularidad asombrosa.

Esta simplicidad para producir respuestas sencillas a problemas complejos, denota un sentido común, que muchas veces se encuentra ausente en el centro.

La periferia, inalterable, resiste los embates tecnológicos, su creación gráfica no ha perdido identidad, y lejos de intelectualizar su discurso, se mantiene como al inicio, coexistiendo en su tránsito entre la publicidad y la gráfica.

“Las teorías y las escuelas, como los microbios y los glóbulos, se devoran mutuamente y aseguran, con su lucha, la continuidad de la vida” (Marcel Proust)

La falta de formación académica, no es condición necesaria ni suficiente para la generación y producción de comunicaciones visuales apropiadas, es más, esa falta genera una distinción cultural más que pertinente y absolutamente legítima.

Las marcadas desigualdades de formación, sitúan a los hacedores gráficos de la periferia en un rol modesto, pero no por ello irrelevante. La calidad de su aporte puede ser evaluada en la medida en que se reconozca su sencilla pero efectiva respuesta a las necesidades de la demanda. Esto sucederá cuando se ponga el foco en esa exigencia casi imperativa, que toca los límites de la fuente de ingreso para cubrir las necesidades diarias y no en la primacía del lucro a toda costa.

El poder financiero y la imaginación nunca han sido compatibles, o se tiene uno o se tiene el otro, rara vez ocurre la unión de ambas.

“El desafío es el de oponerse a la visión “oficial” de la comunicación en una disciplina que parece definirse como tal. No cabe duda de que se trata de un lugar incómodo y paradójico pero, a pesar de todo, no puede quedar vacante. El tema que está en cuestión es tan simple que casi no se advierte: en esta sociedad de la comunicación, de lo tecno, en la que parece que todo se pone en común, lo más exacerbado es el individualismo. No es secreto para nadie que la “sociedad de la comunicación”, de la tecnociencia, no está preocupada por sus orígenes y que hoy está centrada en la monopolización de los centros de producción y distribución de información, y en el dominio cada vez mayor de las redes satelitales e informáticas de producción de comunicaciones. Producir y distribuir comunicaciones o tecnología de las comunicaciones constituye, junto con la guerra, el centro del desarrollo contemporáneo. Este proceso, del cual el diseño es uno de los protagonistas, dominado por la competitividad y la “eficiencia” global está muy lejos del humanismo que cobijó la primera noción de diseño. Pero también está muy lejos de ser su único territorio” (Ledesma 2003).

La producción de objetos visuales, de imágenes, hace que se establezca un diálogo visual, y esos elementos han servido no solo como meros portadores de información, sino como canalizadores de expresión y comprensión, delineando el panorama de la interacción social y cultural. La imagen es un contenedor de significados que trasciende su función primaria y aporta su carga al entramado histórico y cultural. Ésta carga transforma cada elemento visual, con una narrativa propia, capaz de comunicar historias culturales y personales complejas que hacen a la identidad periférica. La incorporación de cada nuevo objeto visual en el territorio periférico, no solo es portador de significados simbólicos y culturales, sino que le atribuyen sentido a los objetos de la vida cotidiana, evocando creencias, historias singulares y representaciones colectivas. La imagen es un elemento de gran impacto capaz de moldear la percepción y la construcción de la realidad. La interacción entre la imagen y el espectador es fundamental para entender cómo se construye el significado, el acto de interpretación por parte del espectador es lo que finaliza el proceso de significación de la imagen. (Barthes 1964).

Las imágenes poseen una ontología propia, existiendo y actuando con una fuerza que va más allá de la sola representación y presencia, esta visión revela que no son simplemente reflejos de la realidad, sino participantes activos en la construcción y modificación cultural

y social. La globalización y el centro están transformando profundamente las dinámicas culturales y de identidad, creando un escenario donde las culturas tradicionales se ven desafiadas por una tendencia hacia la homogeneización. Sin embargo este proceso también fomenta la emergencia de nuevas identidades, tanto globales como locales, reflejando una dualidad de influencias que pueden enriquecer, y a su vez complicar las percepciones culturales. La interacción entre globalización y cultura resalta la importancia de analizar como las identidades se forman y se redefinen en respuesta a las fuerzas del centro, subrayando la necesidad de comprender la compleja relación entre la imagen, la cultura y la identidad de nuestras sociedades actuales.

“La imagen es un concepto amplio que trasciende la representación visual: es cualquier patrón o estructura detectable por un sistema interactuando con su entorno, y que le permite procesar información y tomar decisiones” (de Landa 2006).

Frente a las conjuraciones de la imagen como posibilidad expansiva, la teoría de Paul Virilio, que plantea la imagen desde su potencial opresivo, incluso violento, ve con ello que se avizora un futuro siniestro. Plantea su estudio en relación al ser humano, a la tecnología y al tiempo. La imagen contemporánea es producto de la velocidad de la transmisión de información, esta velocidad, dentro de la cultura de la instantaneidad actual, ha distorsionado la percepción del tiempo, espacio e identidad, el resultado es una sensación de atemporalidad y desorientación. (Virilio 2003).

Un concepto de velocidad y distorsión del tiempo, que la periferia carece, y o al menos se ve afectada en mucho menor medida. Esta dinámica visual, donde las imágenes construyen realidades, lleva a una exploración más profunda para comprender cómo las estructuras de poder influyen nuestra interpretación y creación de imágenes. Cada elección estética y cada percepción visual están profundamente impregnadas por las dinámicas del poder del campo social. Las imágenes emergen, por lo tanto no como entidades neutrales, sino como escenarios donde las batallas por el capital cultural y simbólico son visiblemente disputadas. Los contextos sociales moldean las preferencias estéticas y las percepciones, y se revela que la imagen actúa como un espejo de las luchas sociales (Bourdieu 2010).

Mediante el concepto de “habitus”, Bourdieu demuestra como las predisposiciones, formadas por el entorno y la educación, juegan un papel crucial en la forma en que se interpretan las imágenes, sirviendo como herramientas que perpetúan o desafían las estructuras de poder establecidas. Sugiere entonces, que las percepciones e interpretaciones están conformadas por las condiciones de vida, incluyendo educación y entorno. Cambiar cualquiera de estos elementos podría incidir y modificar la manera de crear e interpretar, lo que señala la importancia de la educación visual que amplía el modo habitual de ver, este enfoque no solamente puede fomentar un cambio social significativo al permitir a los individuos ver más allá de sus percepciones previas, sino que podría desafiar y cambiar las formas y normas culturales establecidas, promoviendo una sociedad más diversa e inclusiva.

La cultura visual se entiende como un campo de estudio que va más allá del supuesto análisis de obras de arte tradicionales, para incluir todas las imágenes y las prácticas visuales que conforman la experiencia cotidiana y la comprensión del mundo. Se debe reconocer que las imágenes no son objetos estéticos para ser vistos, sino que actúan como agentes

activos en la formación de significados que influyen en la configuración de la cultura y la sociedad.

Hoy, las representaciones mediáticas de las imágenes influyen profundamente la percepción y la integración social de los grupos minoritarios y periféricos, dando muestras, una vez más, que la identidad es un proceso dinámico modelado por el entorno social y cultural. Las imágenes pueden tanto perpetuar estereotipos como desafiar y redefinir percepciones sociales, enfatizando la necesidad de una representación equitativa en los medios. La visibilidad y las narrativas creadas por estas imágenes juegan un papel fundamental y esencial en la inclusión o exclusión social, influenciando políticas públicas y opiniones sociales. En la era digital, la auto representación de grupos minoritarios a través de plataformas digitales ofrece nuevas oportunidades para enfrentar las narrativas tradicionales y fomentar el diálogo inclusivo. Este poder de las imágenes como agentes activos en la construcción de identidades culturales destaca su rol central en la formación de la sociedad contemporánea, subrayando la importancia crítica de entender y gestionar su impacto en un mundo globalizado.

Explorando en profundidad el impacto de las representaciones culturales en nuestra percepción de la realidad, se destaca, como significados complejos son creados y compartidos a través de lenguajes, imágenes y otros sistemas simbólicos, estos procesos no solo transmiten información, sino que también son mediados por convenciones culturales y lingüísticas que influyen en cómo se interpretan y comprenden dentro de los diversos contextos culturales. Las prácticas de representación son fundamentales para establecer y perpetuar estructuras de poder en la sociedad, a menudo reforzando ciertas visiones del mundo y marginando otras, la que contribuye a la persistencia de desigualdades sociales y culturales.

“...lo que distingue al hombre del animal depende de la capacidad de hacer que las metáforas intuitivas se volatilicen en un esquema, es decir, la capacidad de disolver una imagen en un concepto...” (Friedrich Nietzsche. En “El Libro del filósofo”)

Dentro de un sistema tecnológico avanzado, donde la velocidad (el tiempo), la información y las redes juegan un papel determinante, la civilización actual se diferencia por un rasgo: la velocidad, que entraña incertidumbre, riesgo... accidente. Las catástrofes no son nuevas, pero hay un vértigo cultural nacido de la aceleración del ritmo de la historia. El mundo de los medios de comunicación y el desarrollo de la cibernética avanzan y amenazan de forma continua. Una de las circunstancias de una sociedad de la información, se da donde el ciudadano se ve sometido a procesos de simulación de abundancia que esconden la realidad de la desinformación.

Desde una visión determinista del desarrollo tecnológico, la mirada crítica de Virilio entiende que las nuevas técnicas secuestran, seducen, simulan la realidad, ‘hacen desaparecer la realidad’.

La primera de las seducciones de la tecnología es la velocidad, la capacidad de romper lo previsible, como instrumento de control y dominación, pero también de riesgo, de precipitación hacia un ‘nuevo desorden mundial’, porque ‘parar significa morir’. El vértigo de la aceleración hace que la información conocida no coincida con la realidad sobrenvenida, porque la realidad va más rápida que la información. Por ello, controlar la tecnología, la velocidad del cambio, es controlar la sociedad, el espacio y la información.

Tal vez, la declaración de Virilio sea la más rotunda y contundente respuesta a la cuestión: “La velocidad es la vejez del mundo. Llevados por su violencia no vamos a ninguna parte, sólo nos contentamos con partir y abandonar lo vivo en provecho del vacío de la rapidez. Tras haber significado largo tiempo la supresión de las distancias, la negación del espacio, la velocidad equivale de pronto al aniquilamiento del tiempo: se trata del estado de urgencia.

De hecho, la carrera surge de la historia como una sublimación de la caza; su aceleración culmina el exterminio, la velocidad se convierte en un sino y un destino a la vez. Cazador, criador, marino, pirata y jinete, conductor, automovilista, todos somos los soldados desconocidos de la dictadura del movimiento. Al parecer lo habíamos olvidado, pero al lado de la riqueza y de su acumulación está la velocidad y su aceleración, sin las cuales centralización y capitalización habrían sido imposibles.”

Los impulsos que alimentan las libertades individuales, y la defienden contra la seducción de la retórica instrumentalizada del diseño, son, en esencia el resultado de las experiencias en el mundo real. En tanto, la presión del centro oprime, ya que de alguna manera las imágenes de la realidad son cada vez más el resultado de la mediación de las corporaciones. El extenso centro económico toca todos los aspectos de la cultura y ha penetrado profundamente en la vida cotidiana, activando la producción de generalizaciones superficiales de cierto modernismo estético, que ha hecho que los objetos y la información hayan perdido tanto su significado como su origen.

Es el poderoso lenguaje de las cosas, el que por razones diversas, crea atracciones y rechazos en la sociedad, es un lenguaje que en general no miente, porque está normalmente construido sobre la base de preferencias formales, sin la intención de comunicar. Todo diseñador, como constructor del ambiente cotidiano, tiene que aprender a entenderlo, tiene que ejercer con propiedad, proporción y medida, de manera tal, que poco a poco, pueda construirse una cultura armónica de los objetos que lentamente invadan el entorno y la vida.

“La producción es el medio más eficaz de nuestro tiempo, un medio que puede ser usado como vehículo de estupidez o de cultura” (Dino Gavina, citado por J. Frascara)

En términos más amplios, se puede afirmar, en total coincidencia con Tomás Maldonado: “No hay duda de que el contenido y el continente –la condición humana y el ambiente humano– son el resultado del mismo proceso dialéctico, del mismo proceso de mutuo condicionamiento y formación “

Bibliografía

- Barthes, R. (1976) *Retórica de la imagen*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- Bourdieu, P. (2011) *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires, Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2012) *Las estrategias de la reproducción social*. Buenos Aires, Siglo XXI
- Calvino, I. (1991) *Las ciudades y los signos, en Las ciudades invisibles*. Barcelona, Minotauro.

- De Alba González, M. (2010) La imagen como método de construcción de significados. *Revista de ciencias sociales y humanidades N° 69*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Debray, R. (1994) *Vida y muerte de la imagen*. Buenos Aires, Paidós.
- Frascara, J. (1997) *Diseño gráfico para la gente. Comunicaciones de masa y cambio social*. Buenos Aires, Ediciones Infinito.
- Ledesma, M. (2003) *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires, Editorial Argonauta.
- Maldonado, T. (1995) *Lo real y lo virtual*. Madrid, Gedisa.
- Valdés de León, G. (2001) *Una molesta introducción al estudio del Diseño*. Buenos Aires, Nobuko.
- Virilio, P. (1998) *Estética de la desaparición*. Barcelona, Anagrama.
- Virilio, P. (2006) *Velocidad y política*. Buenos Aires, La Marca.

Abstract: Alluding to the clear difference between central design and design practice in the outskirts, a counterpoint is established that inevitably leads to the recognition of a peripheral design identity. As a consequence of the visualization of certain constants regardless of their geographical location.

The lack or absence of technologies, shortage of resources, training supported by the tradition of the trade, the urgency in resolution, among many other circumstances, make design part of the identity process of these peripheral communities, providing and receiving experiences that shape their profiles.

Periphery is not an extension of the center, nor its counter-image. It is necessary to recognize its own identity, not to confront it, but to incorporate it as an indispensable part of the presence of design in the vast social territory.

The hegemonic power of the center is not interested in the alternative of advancing on the periphery, in terms of design, except for its approach due to the fascination with the primitive or the exotic, and this will continue until it decides to change its mind, meanwhile the identity of the design in the periphery, is consolidated.

Keywords: design - identity - society - periphery

Resumo: Em alusão à clara diferenciação entre o design central e a prática do design na periferia, estabelece-se um contraponto que conduz inevitavelmente ao reconhecimento de uma identidade de design periférico. Como consequência da visualização de certas constantes, independentemente da sua localização geográfica.

A falta ou ausência de tecnologias, a escassez de recursos, a formação apoiada na tradição do ofício, a urgência da resolução, entre muitas outras circunstâncias, tornam o design parte do processo identitário das comunidades periféricas, contribuindo e recebendo experiências que moldam seus perfis.

A periferia não é uma extensão do centro, nem a sua contraimagem. É preciso reconhecer a sua própria identidade, não para a confrontar, mas para incorporá-la como parte indispensável da presença do design no vasto território social.

O poder hegemônico do centro está desinteressado pela alternativa de avançar na periferia, em termos de design, exceto por sua abordagem pelo fascínio pelo primitivo ou pelo exótico, e isso continuará até que decida mudar de ideia, enquanto a identidade do design na periferia se consolida.

Palavras chave: design - identidade - sociedade - periferia

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]
