

Filosofía y Diseño

Gustavo Valdés de León (*)

Fecha de recepción: julio 2012
Fecha de aceptación: septiembre 2012
Versión final: noviembre 2012

Resumen: La preocupante devaluación y banalización que erosionan actualmente al Diseño y, en especial al Diseño Gráfico, en el marco de la posmodernidad tardía, exige un análisis en profundidad. A partir de una descripción del contexto local y global y un diagnóstico de la situación este trabajo propone un retorno a las fuentes filosóficas con la intención de introducir el pensamiento crítico en las disciplinas proyectuales.

Palabras clave: Disciplina proyectual - filosofía - pensamiento crítico - epistemología - posmodernidad.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 129]

Contexto y diagnóstico

Los últimos estertores de la posmodernidad tardía, cuyo ideario filosófico - por caso, el fin de la Historia - voló literalmente por los aires el 9-11 de 2001, todavía siguen infectando el Diseño en tanto práctica social. Algunos de los síntomas de esta patología se describen a continuación.

Devaluación creciente del término Diseño, devenido significante vacío.

Reificación y fetichización de la tecnología digital que se ha convertido en una suerte de divinidad laica de una nueva religión universal.

Borramiento de las delgadas y porosas fronteras entre el proceso objetivo y enseñable del Diseño -cuyo resultado consiste en artefactos bi y tridimensionales con determinada utilidad práctica- y los procesos subjetivos de las artes en los que reina la impronta individual, intransferible y no enseñable y cuyos productos son objetos que no cumplen ninguna función útil en la vida cotidiana, como no sea la de procurar un supuesto placer estético. La aparición, y aceptación, en el vocabulario académico de términos lógicamente excluyentes tales como diseño de autor -un auténtico oximoron- y de su plural diseño de autores, es decir, autores diseñados.

La escasa reflexión y autocrítica de los diseñadores acerca de su propio quehacer y del rol que cumple el Diseño en la economía capitalista en tanto insumo semiótico y estético de las mercancías.

El tiempo -el más cotizado capital humano- que la tecnología permite ahorrar en la tramitación técnica del proyecto, no es invertido en la reflexión creativa ni en el análisis crítico de la práctica proyectual, por el contrario, el excedente de tiempo, en respuesta a las demandas del Mercado se emplea para aumentar la productividad, en tomar más trabajos: lo cuantitativo fagocita lo cualitativo, pensar es perder tiempo... y dinero.

La hegemonía que ha adquirido el *Marketing* en los procesos de comunicación institucional de empresas y organizaciones que ha reducido al otrora prestigioso Diseño, en especial al Diseño gráfico, a genuflexo apéndice de la mercadofilia y la publicidad. Esta situación ha inundado la disciplina de una terminología plagada de anglicismos servilmente copiados de las escuelas norteamericanas de negocios, de inspiración neoliberal, en su desesperada -e imposible- pretensión de apropiar-

se de la mente del consumidor: *Branding, Neuromarketing, Insight, Brain Storming, Análisis VALS (Values, Life Style), Art Wear, Cool, Fashion, Light* son algunos de los términos que se han naturalizado en el léxico disciplinar.

Al mismo tiempo, el Sujeto, sede de la libertad en tanto ente abierto a todas sus posibilidades, ha sido sustituido por el Consumidor, ávido recipiente vacío, pasivo y obediente receptor de la voz del amo cuyo, destino manifiesto es consumir frenéticamente, aunque no los necesite -y mejor si en efecto no los necesita- productos y servicios, pero también ideas, conductas, modelos, tendencias, modas, cultura, hasta consumirse como persona en su inútil pretensión de ser lo que no es, de ser siendo en el otro.

Por lo demás, el capitalismo tardío cruje por los cuatro costados y Europa arde. Los llamados despectivamente *PIGS* -esto es, cerdos- Portugal, Italia, Grecia y España, de estirpe latina, continúan en caída libre y el mundo occidental está siendo gobernado cada vez más por los banqueros en perjuicio de la desprestigiada clase política y un nuevo fantasma posmoderno, la indignación, recorre el mundo. En el otro rincón del *ring* planetario los BRICS -Brasil, Rusia, India, China -¿la próxima potencia hegemónica?- y Sudáfrica- intentan salidas alternativas a la crisis global. Sumisos, los medios de comunicación de masas -gigantesco sujeto absoluto que construye diariamente la realidad- establece lo que los dóciles receptores de su mensaje unidireccional deben -y no deben- pensar, en tanto fieles guardianes del sistema del cual forman parte, con la beatífica coartada de la libertad de expresión.

Por último, la acumulación de capital, que necesita que el stock creciente de mercancías sea consumido con rapidez, que necesita del derroche irresponsable, de la obsolescencia programada y de productos descartables, produce, como consecuencia inevitable, la destrucción inexorable del planeta: el efecto invernadero, la contaminación del aire y de las aguas potables, el creciente deterioro de los ecosistemas, el cambio climático, la polución visual y sonora, la extinción de centenares de especies vegetales y animales, la deforestación indiscriminada, el agotamiento de los recursos naturales no renovables son el resultado, a veces irreversible, del sistema, que las bienintencionadas organizaciones ecologistas no pueden detener en tanto se limitan a estigmatizar

los efectos perniciosos, para todos evidentes, ya que no se proponen desmontar la estructura que los produce: el modo de producción.

De cara a este contexto resulta un imperativo categórico –actualizando el ejemplar sintagma kantiano– suspender el show, parar el espectáculo, detener la vorágine e intentar abrir un paréntesis, un espacio apto para la interrogación y la puesta en cuestión de un estado de cosas que atenta contra la condición humana y está poniendo en riesgo la vida de la especie.

Necesitamos inventar un espacio para el pensamiento y es allí que recurrimos a la Filosofía, vieja amiga del hombre en tanto fuera inventada por éste, desde su desnudez, con el precario recurso de su racionalidad y sin recurrir, plañideramente, a instancia sobrenatural alguna.: solito y solo en una circunstancia no elegida.

De cortes y quebradas

Para el imaginario colectivo o, si se prefiere, el sentido común o la opinión pública –imaginario, sentido y opinión diseñados por los medios de comunicación de masas y por los aparatos ideológicos del Estado– la Filosofía es un saber inútil, ajeno a toda práctica utilitaria (aunque el Pragmatismo también es una filosofía), una actividad suntuaria de intelectuales ociosos o, peor aún, un saber abstruso, esotérico de pensadores jactanciosos que se atreven, subversivos, a interrogarse acerca del Ser en un mundo *fashion*, globalizado, siempre apurado, hedonista, individualista, narcisista –el mundo de la posmodernidad tardía, gobernado por la dictadura de la imagen y en el cual lo fundamental no es ser sino aparentar ser lo que no se es, al precio de alienarse, cada sujeto, en ser otro.

Por otro, desde un sector más sofisticado, el de la literatura y, en especial, el de la poesía popular y de las letras de tango, la percepción que se tiene de la Filosofía no es más estimulante, signada por una mirada entre desencantada e irónica, despechada y cínica.

Raúl González Tuñón aconseja a un marinero perdido en el viejo Paseo de Julio, hoy Avenida Leandro Alem (Retiro): “Y no se inmute, amigo, la vida es dura/con la filosofía poco se goza./Si quiere ver la vida color de rosa/eche veinte centavos en la ranura”. (Eche veinte centavos en la ranura de *El Violín del diablo*, 1925, Raúl González Tuñón *La luna con gatillo* Antología Poética, 1957)

Si de ver la vida color de rosa se trata, gracias a la tecnología digital el venerable kinetoscopio que González Tuñón menciona en su texto ha sido sustituido con ventaja por la complaciente pantalla del televisor, el contemporáneo opio de los pueblos y por la feroz virtualidad de Internet y las Redes sociales –el 48,80 % de los 40.091.359 habitantes de la Argentina tiene cuenta en Facebook– artilugios que crean en sus crédulos usuarios la ilusión de pertenecer a un grupo de pares, poseer el don de la ubicuidad y de la todo-poderosidad en un mundo simulado, un simulacro de mundo que sustituye el de la ruda realidad, un mundo color de rosa en el que no hay lugar para la molesta filosofía.

El objetivo estratégico de las industrias culturales, apropiarse del tiempo libre de los ciudadanos para venderles mercancías e inocularles ideología, se cumple inexora-

ble: durante las largas horas que millones de personas embobadas pasan mirando pantallas, monitores y dispositivos móviles, no se piensa, se vive vicariamente un maravilloso mundo color de rosa en el cual todo es posible, hasta estar comunicado.

Al respecto es revelador el diálogo que una madre y su hija, auténtica nativa digital, mantienen en la tira Donatela, quien en la ficción, es diseñadora:

Donatela: ¿Con quién estás chateando, Jazmín?

Jazmín: Con Kuan Yin, mi amigo de Pekín.

Donatela: ¿Y en qué idioma hablan?

Jazmín: Él en chino y yo en castellano.

Donatela: ¿Y cómo se entienden?

Jazmín: ¡¡No queremos entendernos, queremos comunicarnos!! (Donatela, por Raznovich, Clarín. 2 de noviembre, 2012)

Por su parte, Enrique Santos Discépolo memora con resignada tristeza un aprendizaje de vida: En tu mezcla milagrosa/de sabihondos y suicidas/yo aprendí filosofía, dados, timba/y la poesía cruel de no pensar más en mí. (*Cafetín de Buenos Aires*, 1948, José Gobello, 1997) La filosofía, como se ve, queda reducida casi a un juego de azar.

Tras un encuentro no deseado con un viejo amor, el padeciente personaje de Santos Discépolo se confiesa: Este encuentro me ha hecho tanto mal/que si lo pienso más termino envenenao/esta noche me emborracho, me mamo bien mamo/pa no pensar. (*Esta noche me emborracho*, 1938, José Gobello, 1997). A la hora de no pensar, porque pensar duele, la tecnología ha venido a sustituir el alcohol, aunque sus efectos no son menos perniciosos. Hoy, en vez de andar emborrachándose en sórdidos bodegones, al consumidor posmoderno, en su rol de sufriente, le basta con conectarse a algún dispositivo digital para dejar automáticamente de pensar –placer que puede acompañar de un buen whisky On the Rocks o acudir al encuentro del sabor de una modesta cerveza.

Ya Francisco Froilán Gorrindo se había referido a esta necesidad de no pensar: Aprendí que en esta vida hay que llorar si otros lloran /y si la murga se ríe, hay que saberse reír;/no pensar ni equivocado...; Para qué ... si igual se vive !/Y además corrés el riesgo de que te bauticen gil..! (*Las cuarenta*, 1937, José Gobello, 1997)

El rechazo al pensamiento, a la filosofía, es visceral, anida en la profundidad ominosa del sujeto, en efecto, pensar es cruel, doloroso, angustiante puesto que nos enfrenta a nuestra frágil condición humano, a la finitud que nos atraviesa. No en vano el tango es un pensamiento triste que se baila.

Y bien, ¿qué es eso llamado Filosofía?

Was ist das, die Philosophie? se interrogaba Martin Heidegger dos mil años después de haber sido inventada por los griegos.

La Filosofía no es, por supuesto, ese saber inútil, pretencioso, como sostiene el sentido común, el saber popular, ni es tampoco tan amargo como lo paladean los poetas del tango. En una época o, mejor, en un fin de época en la que reina todopoderosa la dictadura de la imagen, en

la cual el sujeto necesita, con desesperación, ser visto, figurar, para poder existir aunque sea como mera apariencia, es imperioso ensayar un retorno al pensamiento.

La Filosofía es un saber que intenta la totalización de todos los saberes, un saber que no cesa, que más allá de las academias, está viva en la calle, embarrada del barro de la Historia, como afirma José Pablo Feinmann (2008). Desde su etimología (*filos*: amor; *sophia*: saber) la Filosofía denuncia el talante erótico del acto de conocer, del Amor al saber, entonces, por qué el saber no es –o no es sólo– el saber de las ciencias (formales o fácticas, naturales o sociales, duras o blandas) puesto que la Ciencia no se piensa a sí misma, devenida mera instrumentalizada la Ciencia no se interroga sobre sus fines ni sobre las consecuencias prácticas de sus descubrimientos e invenciones. Por caso, las inundaciones que arrasaron zonas importantes de la Provincia de Buenos Aires esta primavera son el efecto no deseado, aunque previsible, de la aplicación masiva de las técnicas de siembra directa y la utilización de maquinaria agrícola pesada que han endurecido la superficie de los campos cultivados impidiendo la absorción natural del agua de lluvia, que se desplaza hacia los arroyos y ríos cercanos aumentando su caudal hasta que se desbordan.

En algunas provincias del Noreste argentino han aumentado significativamente los casos de paludismo como consecuencia del crecimiento de la población de mosquitos, consecuencia a su vez de la mortandad de sapos –el vector que controla aquella población– como efecto de la contaminación de arroyos y lagunas por los agroquímicos utilizados para optimizar la producción de soja, uno de los cultivos básicos del modelo agroexportador. En ambos casos –y muchos más que podría citarse– ni los investigadores ni los técnicos de las empresas involucradas se han puesto a pensar en las consecuencias negativas –los daños colaterales– de sus innovaciones, apelando a la falacia de la neutralidad de la Ciencia. Que la Ciencia y la Tecnología no pierden tiempo en reflexionar sobre las consecuencias sociales de sus prácticas –*Time is Money*– salta a la vista de diversas maneras. La producción masiva de basura tecnológica –televisores, computadoras, celulares, baterías y pilas, alguna con componentes tóxicos; la aparición de nuevas patologías psico-sociales como la celularitis, técnicamente conocida como *Nomophobia*, por las siglas en inglés de *No Mobile Phone Phobia*; la creciente y patológica adicción a Internet que está motivando numerosas consultas psicológicas; el aumento de la obesidad en niños y jóvenes, consecuencia de la ingesta masiva de comida chatarra y de la falta de ejercicio físico –y su contracara, la anorexia, producto de la compulsión a la imitación, por parte de muchas adolescentes, de los modelos escuálidos que proponen la moda, los medios y la publicidad que no tiene escrúpulos en perfeccionar la fotogenia de las modelos con el recurso tramposo del Photoshop La lista podría ser interminable, lo importante, desde la perspectiva del Mercado, es no pensar.

Y por casa ¿cómo andamos?

No vamos a hacernos falsas ilusiones: la Filosofía y el Diseño no son disciplinas bien avenidas y a más de alguno su conjunción puede parecer impertinente, en es-

pecial cuando el Diseño está quedando reducido a mera empiria, a oficio que se resuelve aceptablemente bien en la práctica con un adecuado manejo de los programas de Diseño que, generosamente, lanzan al mercado en forma periódica, las industrias digitales.

La Filosofía no es mera especulación –la libélula vaga de una vaga ilusión, *Rubén Darío, Sonatina en Prosas Profanas (1999)*– es un saber que se realiza en la práctica, en la praxis. Desde Karl Marx sabemos que el objetivo de los filósofos no es sólo interpretar el mundo, sino tratar de cambiarlo.

Por supuesto que nuestro propósito no es tan ambicioso –ni tan irreal– pero no está demás insistir en que el objetivo final del Diseño como práctica social no se agota en su participación técnica en la producción de objetos que cumplen una función determinada satisfaciendo las demandas materiales y simbólicas del Mercado. Más allá de la función práctica del objeto diseñado y su participación cotidiana en la construcción de la cultura, los diseñadores diseñan conductas colectivas, construyen imaginarios sociales y moldean, reproduciéndola, la ideología dominante –en ello radica la importancia estratégica del Diseño y sobre ello se debe reflexionar.

Un posible punto de avenimiento entre la Filosofía y el Diseño es la Epistemología, instancia filosófica en la cual el pensante indaga acerca del ser del Diseño, su porqué y su para qué, delimitando con rigor terminológico su objeto de estudio y su relación dialéctica con otras prácticas sociales tales como las artes (no con el Arte, que generalmente se refiere a las artes plásticas), las ciencias, la economía, las ideologías, la cultura y la Historia.

Desde la Epistemología es posible construir un concepto de Diseño de validez universal, no contaminado de veleidades expresivistas o esteticistas, delinear con precisión sus solapamientos y sus diferencias con la pulsión artística –en especial con la espinosa cuestión de la inspiración– sus vínculos con el fenómeno, subjetivo y social a la vez, de la Comunicación y la pertinencia disciplinar de la Semiología y de la Semiótica en su discurso y en su práctica, proponiendo criterios metodológicos rigurosos que pongan fin definitivamente a la confusión semántica que reina incólume en las disciplinas proyectuales en las cuales las palabras significan, exactamente, lo que al hablante se le ocurra o lo que su interlocutor interprete libremente –patología severa que aqueja a buena parte del discurso académico, intencionalmente estimulada por los medios, para los cuales todas las marcas son logos, y por la inercia intelectual de aquellos a los que pensar les duele y prefieren refugiarse en la comodidad de un saber confortable e innocuo.

El acto de diseño es inevitablemente un acto de pensamiento, una sucesión de decisiones inteligentes al servicio de un objetivo práctico. Sentir, pensar, hacer constituyen las etapas indispensables de todo proceso creativo y, aunque pensar duela vale la pena hacerlo. Sabemos que no resulta fácil ni placentero abandonar el pensamiento complaciente, pensar exige un esfuerzo que no sólo es mental sino también ético, es correr el riesgo, abierto a la incertidumbre, de generar más preguntas que respuestas, pero, por ahora, hasta que los científicos inventen una máquina que piense, pensar es el único camino humano que conocemos para poder aproximarnos

un poco más a la realidad de una época de transición y cambio, de la cual el Diseño y los diseñadores formamos parte. Afortunadamente.

Este texto es un primer resultado de los debates producidos en las cursadas del Seminario Sociedad y Diseño en la Posmodernidad a mi cargo, en el marco de la Maestría en Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Referencias bibliográficas

- Darío, Rubén (2000): *Poesía*. Planeta.
- Feinmann, José Pablo (2008): *La filosofía y el barro de la historia. Del sujeto cartesiano al sujeto absoluto comunicacional*. Planeta. Buenos Aires.
- Gobello, José (1997): *Letras de tango. Selección* (1897-1981). Ediciones Centro. Editor. Buenos Aires.
- González Tuñón, Raúl (1957): *La luna con gatillo*. Antología Poética. Editorial Cartago. Buenos Aires

Abstract: The troubling devaluation and trivialization currently eroding the design and especially to Graphic Design, within late postmodernism, requires a thorough analysis. From a description of the local and global context and a diagnosis of the situation this paper proposes a return to the philosophical sources

with the intention of introducing critical thinking in the disciplines of design.

Key words: Projectual discipline - philosophy - critical thinking - epistemology - postmodernity.

Resumo: A preocupante desvalorização e banalização que erosionan atualmente ao Design e, em especial ao Design Gráfico, no marco da posmodernidad tardia, exige uma análise em profundidade. A partir de uma descrição do contexto local e global e um diagnóstico da situação este trabalho propõe um retorno às fontes filosóficas com a intenção de introduzir o pensamento crítico nas disciplinas projectuales.

Palavras chave: Disciplina projectual - filosofia - pensamento Crítico - epistemologia - pos-modernidade.

^(*) **Gustavo Valdés de León:** Diseñador Gráfico (Escuela Panamericana de Arte). Operador Grupal (Escuela Abierta de Psicología Operativa). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Diseño Visual de Investigación y Expresión, y en el de Licenciatura/Maestría de la Facultad de Diseño y Comunicación. Miembro del Consejo Asesor de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Proyecto de Graduación

Marisa Cuervo y Mercedes Massafra ^(*)

Fecha de recepción: julio 2012

Fecha de aceptación: septiembre 2012

Versión final: noviembre 2012

Resumen: Los Proyectos de Graduación representan el último requisito académico de todas las carreras de grado de la Facultad y del ciclo de las Licenciaturas en Diseño y en Negocios de Diseño y Comunicación. Los Trabajos Finales de Grado formulan novedosos enfoques que enriquecen categorías disciplinares generando singulares enfoques estratégicos y de gestión en el diseño y las comunicaciones. Sintetizan los conocimientos incorporados por el estudiante a lo largo de la etapa universitaria, en una producción individual que permite vislumbrar el perfil del futuro profesional, en un marco de creatividad, innovación, solidez de lenguaje académico, fundamentación, reflexión y aporte profesional. El Proyecto de Graduación es la producción académica más importante del estudiante universitario y se convierte en el puente entre la vida académica y profesional, permitiendo el cierre del ciclo universitario y la plena incorporación al campo profesional.

Palabras clave: Proyecto de graduación - estudiante - evaluación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 133]

El Área de Proyecto de Graduación -integrada por Mercedes Massafra y Marisa Cuervo- tiene por objetivo generar y promover herramientas y acciones para la investigación y el desarrollo académico a través de los Proyectos de Graduación que los estudiantes elaboran en las carreras de cuatro años de la Facultad y en los ciclos de Licenciatura. Asimismo, coordina las acciones que conllevan la cursada, presentación y evaluación de los Proyectos de Graduación de los estudiantes que cursan las carreras de cuatro años de la Facultad D&C y los ciclos de Licenciatura. El Área desarrolla funciones específicas vinculadas a la coordinación del Equipo de

Evaluación, al proceso de evaluación de los PG, al armado de las publicaciones asociadas al PG y a la cursada de las asignaturas involucradas en el proceso de armado del PG.

1. Coordinación Equipo Docente Seminario de Integración I y II y de Investigación y Desarrollo I y II

Las actividades involucradas en la Coordinación de las asignaturas Seminario de Integración I y II y de Investigación y Desarrollo I y II contemplan en primer lugar el proceso de planificación de las cursadas. En primer término, se elabora el calendario de entregas de las eta-