

## Algunas Virtudes del Diseño

Gui Bonsiepe

Diseño de la Interface y Diseño Informativo, Dpto. de Diseño

Universidad de Ciencias Aplicadas de Colonia.

Coordinador Académico del Grado Magister del Programa de Diseño de Información de la Universidad de las Américas, Puebla, México.

2 de Noviembre, 1997

Copyright © Gui Bonsiepe

### Nota

Este texto ha sido preparado como una contribución al Simposium "El Diseño Más Allá del Diseño" en honor de Jan Van Toorn, presentado en la Jan Van Eyck Academy, Maastricht, Noviembre, 1997.

### Un término pasado de moda

Tratar con las virtudes hoy en día provoca asociaciones con temas pasados de moda, cubiertos de polvo grisáceo, lo que en Alemán llamamos *moralingesättigt* (saturado de asociaciones moralistas). La supuesta desactualización o la supuesta pérdida de contacto con los intereses reales del presente, perfilan el tema como candidato a un benevolente o no tan benevolente desprecio. Parece haberse transformado en el estereotipo favorito en las publicaciones - particularmente en los USA - que enfocan el futuro, especialmente la informática y la administración de empresas. Difícilmente podemos abrir una publicación o participar en una reunión en la cual abierta o sesgadamente no se haga referencia a Europa como fuera de contexto. El tema evidentemente no supone una carencia de dinamismo o de competencia en la innovación, sino un apenas mal disimulado apetito por un Diseño Imperial, que considera todo aquello que se desvíe del sueño unidimensional como una ofensa.

Confrontado con el misionarismo agresivo de la competición ad ultranza que pretende hallar en sí misma la medida del mundo y para el mundo, uno debe preguntarse, ¿con qué clase de fantasía social estamos lidiando que pone a la competencia y la lucha como centro de la sociedad? Lo que yo cuestiono no es solo la ambición de un esquema universal, cualquiera sea su soporte, sino la divergencia entre la tecnología de punta (la informática) y la atrofia de la imaginación socio-cultural.

Escogí dirigirme al tema "Virtudes del diseño" cuando estaba leyendo- una vez más - *The Six Memos for Next Millennium* de Italo Calvino. Como es sabido, él solo terminó cinco de los seis memos que había planificado, antes de morir. En este notable y pequeño volumen habla de los valores que quisiera ver conservados y trasladados al próximo milenio, tan lejos como a la literatura le sea posible llegar. A estos valores compartidos él los llama virtudes. Tomando su punto de vista como punto de partida yo quiero hablar de los valores compartidos del diseño para el próximo milenio.

### Una virtud: **Ligereza**

Los seis memos para el próximo milenio incluyen :

Ligereza

Rapidez

Exactitud  
Visibilidad  
Multiplicidad y  
Consistencia

Sin querer forzar el tema, muchos de estos valores de la literatura - con as debidas correcciones - pueden ser transferidos al dominio del diseño. Sin embargo una transferencia literal podría resultar ingenua e inapropiada. Pero los paralelos y las afinidades parecen existir. Por ejemplo, cuando Calvino define

*“La ligereza como un intento de eliminar peso de la estructura de las narrativas y del lenguaje”,*

¿no encontramos aquí una analogía con el campo del Diseño? La ligereza en el diseño debe ser una virtud para mantener, especialmente cuando reflexionamos en los flujos de material y energía y en su impacto en el medio ambiente y cuando nos confrontamos con el mundano tema de las líneas congestionadas con basura digital en la Red. Cuando más tarde se refiere a *“el súbito y ágil brinco del poeta-filósofo que se eleva a si mismo por sobre el peso del mundo, mostrando... que lo que muchos consideran la vitalidad del tiempo - ruidoso, agresivo, y rugiente - pertenece al reino de la muerte, como un cementerio de viejos carros oxidados”.*

Calvino, Italo, *Six Memos for the Next Milenium*. Cambridge Mass : HarvardUniversity Press 1998. p. 12.

La ligereza adquiere así una dimensión crítica y disipa las asociaciones equívocas con una fácil indiferencia y superficialidad. Definitivamente yo incluiría dentro del termino Ligereza las nociones de Humor, Ingenio y Elegancia. Para las cuales tenemos particulares ejemplos muy bien conocidos en el Diseño Italiano (ej.: El asiento del tractor Castiglioni montado sobre un perfil metálico elástico) ; o para tomar un ejemplo del país anfitrión, el diseño gráfico de la moneda de Holanda. Estos ejemplos representan la virtud de la Ligereza en el Diseño.

### Una virtud: **Intelectualidad**

En ocasión del Congreso de Aspen 1989, dedicado al diseño italiano, Ettore Sottsass sorprendió a la audiencia presentándose a si mismo - puedo decir que de manera muy natural - como un operador cultural e intelectual. Solamente un italiano o un francés pueden decir algo así. Italia y Francia son dos países en los cuales la noción de intelectualidad no produce ni un alzamiento de cejas ni un clima de sospecha. En Alemania, Estados Unidos., y yo presumo que también en los Países Bajos, la palabra “intelectual” acarrea connotaciones negativas y seguramente muchos diseñadores profesionales aceptarían con poco entusiasmo su autodenominación como intelectuales. Preferirían decir que ellos son pragmáticos y que quieren distanciarse del terreno de la intelectualidad. Ellos no comparten la idea de Gramsci acerca del intelectual orgánico, el cual usa su competencia técnica en el marco de las instituciones sociales, como compañías privadas o la administración pública.

Los intelectuales - correcta o incorrectamente - han sido caracterizados como letrados debido a que juegan un rol decisivo en la formación del discurso de los dominios políticos, culturales, científicos y tecnológicos. En el campo del diseño la formación intelectual no tiene un historial muy fuerte, porque la educación del diseño creció a partir del entrenamiento artesanal con una profunda desconfianza contra cualquier cosa teórica.

Sin embargo, recientemente, podemos observar algunos promisorios signos de un alejamiento de esta indiferente, si no abiertamente hostil actitud hacia los temas teóricos y los intentos de articulación.

Los diseñadores han comenzado a escribir - particularmente los Diseñadores Gráficos, lo que me parece un prometedor síntoma de haber sobrepasado el período de silencio colectivo de los profesionales. Diseñar y escribir acerca del diseño ya no son vistos como opuestos estériles y mutuamente exclusivos. Por el contrario, un historiador del diseño en el año 2050 que mire hacia atrás, a la escena del diseño a fines del siglo 20 quedará sorprendido por el binarismo entre acción y contemplación. En dos generaciones, esta oposición podrá parecer tan fuera de época como para nosotros el debate acerca de los tipos estandar, entre Muthesius y Van der Velde hace nueve décadas atrás.

Los intelectuales han reflexionado repetidamente acerca de su rol en la sociedad. La característica más sobresaliente parece ser el vigor con que han tratado de desenmascarar las contradicciones, de estremecer el navío de la autocomplacencia, de comparar lo que es con lo que podría ser, y en particular preguntarse por la legitimación del poder. Este tema no es bien apreciado por los poderes, cualquiera que ellos sean y en cualquier lugar que se encuentren.

Yo no quiero heroizar el rol del intelectual, mucho menos sobrestimar sus posibilidades o influencias, sobre todo en el campo del Diseño. Tampoco quiero estilizarlo a ella o él como a un permanente resentido contestatario manipulado por la divisa de "estar en contra". Pero no me gustaría ver este ingrediente de postura crítica en la cultura del diseño perdido o abolido. Un antídoto al consentimiento intelectual no solo me parece deseable sino indispensable si queremos evitar el peligro de caer en la trampa de la indiferencia y de la comodidad.

Como segunda conclusión, yo quisiera ver mantenida la intelectualidad como una virtud del diseño en el próximo siglo : la disposición y el coraje para cuestionar las ortodoxias, convenciones, tradiciones y cánones prefijados del diseño - y no solo del diseño.

Esto no es solo una empresa verbal, no es una empresa que trabaja através de formulaciones de textos, una empresa de competencia lingüística y de mente crítica. El diseñador actuando como diseñador, esto es, con las herramientas de su profesión, se enfrenta al particular desafío de ser un crítico operacional. En otras palabras ella o él enfrentan el desafío no solo de permanecer a distancia crítica de y por sobre la realidad, sino también de involucrarse en ella y de intervenirla a través de acciones proyectuales, lo que abre nuevas o diferentes oportunidades de acción.

### Una virtud: **Preocupación por el dominio público**

Los Países Bajos poseen una gran tradición en las virtudes cívicas que se manifiesta en el cuidado del Dominio Público. Un extranjero visitando a los Países Bajos, se sorprenderá por la atención otorgada a los detalles de cada objeto cotidiano como la etiqueta de dirección para un envío postal o el folleto con el horario de los trenes. Se sorprenderá aún más con la aparente *Selbstverständlichkeit* con que el cuidado de la propiedad pública se da por garantizada y se considera una de las tareas más nobles y una obligación directa de la administración pública - y sobretodo de los políticos. Este cuidado por los detalles y la calidad de los servicios públicos es el resultado de un compromiso político que se remonta a la historia cívica de este país. Por cierto esto no es el resultado de una simple acción a corto plazo, sino de una práctica constante, arraigada en el cuerpo político de la sociedad holandesa.

La política es el dominio en el cual los miembros de una sociedad deciden en que tipo de sociedad quieren vivir. La política por tanto, va más allá de los partidos políticos. El cuidado por el dominio público a través de un compromiso político profundo, es al mismo tiempo transpolítico en la medida en que excede - o debería exceder - los intereses del gobierno de turno.

Como una tercera virtud del Diseño en el futuro a mi me gustaría ver mantenida la preocupación por el Dominio Público y esto aún más cuanto se registra el casi delirante ataque a todo lo público que parece ser un credo generalizado en el modelo económico predominante.

Se debe señalar que los devastadores efectos sociales de los intereses privados desencadenados deben ser contrabalanceados por los intereses públicos en cualquier sociedad que pretenda llamarse democrática y que merezca esta denominación. La tendencia hacia la tercermundialización, incluso de las más ricas economías, con un sistema programático binario de un pequeño grupo de los que tienen y una gran mayoría de los que no tienen, es un fenómeno que ensombrece el futuro y siembra algunas dudas acerca de la racionalidad en el cerebro de las personas que encuentran sabiduría y deseabilidad en este divisorio o dilacerante esquema de organización social.

#### Una virtud: **La Alteridad**

Como una cuarta virtud menciono la Alteridad o mejor la preocupación por la Alteridad. Este tema se relaciona con la discusión acerca del ser y la identidad, acerca de la presentación y representación. Juega un fuerte rol en la discusión acerca del feminismo, el rol de géneros, razas y diversidades étnicas. Tiene virulentas implicaciones políticas porque está enraizado en la cuestión de la autonomía, por ej. el poder de participar en la determinación del propio futuro. Esto nos lleva al punto que formulara Edward Said - *la ciega indiferencia hacia tres cuartos de la realidad*.

Hoy día el diseño y el discurso del diseño reflejan los intereses de las economías dominantes, que bajo el estandarte de la globalización están comprometidos en el proceso de modelar el mundo de acuerdo a sus intereses hegemónicos y a su imaginaria. La globalización como el nuevo fundamentalismo económico, es el nombre del actual proyecto planetario, un proceso que parece avanzar con inexorable crueldad, como una fuerza objetiva pasando por sobre la cabeza de los individuos, gobiernos y sociedades. Acercándose al repertorio conceptual del discurso antropológico, Globalización puede ser interpretada como la intención de incorporar la alteridad y de someter a la alteridad.

Esto puede no ser del gusto de todos. No debe sorprendernos que las víctimas de este proceso que eufemística y cínicamente han sido etiquetadas con el término de "costo social" se resistan a la intención de ser incorporadas y prefieran entrar con mejor preparación en la arena. Cuando la lucha y la competencia son la orden del día o el supuesto imperativo divino inexorable cuyo rechazo pudiera de ser de un romanticismo quijotesco, uno podría estar de acuerdo, pero las condiciones para entrar en la arena deberían ser menos distorsionadas. Entonces mi cuarta virtud del Diseño se refiere a la alteridad, dejando atrás la distinción racista entre países desarrollados y subdesarrollados. Esta virtud implica la aceptación de otras culturas de diseño y de sus valores inherentes. Definitivamente, se requiere una postura crítica en contra de las visiones etnocentristas mesiánicas de cualquier tipo, europeas, norteamericanas o asiáticas. Esta virtud debe contrabalancear la propensión a enfocarse exclusivamente en el cuarto de la

humanidad que, de acuerdo a las estadísticas internacionales conforma las ricas economías industrializadas.

### Una virtud: **Visualidad**

Como un equivalente a la Virtud de la Visibilidad de Italo Calvino, yo tomo la Visualidad en el campo del Diseño. El caracteriza la Visibilidad como: *“el pensamiento en términos de imágenes”*. Esto es una afirmación con implicaciones radicales, ya que en nuestra cultura el pensamiento está asociado a la competencia lingüística que se relaciona con los textos mientras que el dominio visual es posicionado en un rol subalterno traicionero, superficial, oscuro, engañoso, *Schein, blosser Schein*, algo en lo que no se debe creer, esto es, lo opuesto al pensamiento machista, en el mejor de los casos, un pensamiento de segunda clase, pero en definitiva una nulidad intelectual.

La denigración de la visión y la visualidad, tiene su origen filosófico en la bien conocida alegoría de la caverna de Platón, podemos llamar a esta profunda desviación lingüística contra la visualidad y su potencial cognoscitivo “el imperialismo del texto”.

Algunas veces ha sido percibida la posibilidad de que el dominio visual tenga un poder cognoscitivo y no sea un simple subordinado o un corolario al texto, pero nunca ha tenido un empuje fuerte en nuestro sistema educacional y ha sido filtrado en la academia donde la hegemonía del texto está institucionalmente consolidada. Nadie podría dudar que la literacidad es un prerequisite para un mayor aprendizaje, pero la graficacidad - como ha sido llamada la capacidad de tratar con las imágenes - está lejos de ser reconocida como una competencia de igual importancia. Esto debe cambiar en el futuro, poniendo fin al analfabetismo visual que está desfigurando y desbalanceando la educación universitaria en todas partes produciendo grandes masas de graduados visual- y estéticamente atrofiados.

Hay síntomas de cambios provocados por las innovaciones tecnológicas. Me refiero al proceso de digitalización. En grado creciente la ciencia y el conocimiento dependen del poder del dominio visual, de las imágenes y la visualización, y no en el rol de proveedor de ilustraciones para mayor gloria de los textos, sino que en su propio derecho. La aún inmadura ciencia de las imágenes es una nueva rama que se relaciona con el multifacético fenómeno donde las imágenes no son tomadas como ejemplo de mimesis, sino en el que las imágenes revelan realidades que no son accesibles a través de las palabras o textos.

La teoría del postestructuralismo se basa en asumir que la realidad es un “texto” que debe ser “leído”, que la arquitectura es “texto”, que las ciudades son “textos” y que nuestro diseñado medio ambiente es un “texto” a ser descifrado por los maestros decodificadores, este pensamiento debe ser revisado. Este fundamentalismo del texto debe ser relativizado, demostrando que la profunda predominancia que tiene la palabra en la tradición judeo-cristiana (En el Principio fue el Verbo) está siendo socavada tecnológicamente y que su pretensión de que la palabra sea el exclusivo predominio de la cognición, es simplemente esto: una pretensión que hoy día muestra signos de corrosión.

El antivisualismo y el logocentrismo cuentan con una larga y fuerte tradición que - salvo algunas excepciones- ha pasado con olímpica indiferencia por encima del dominio visual . Por tanto el cambio no se producirá de un año a otro y podrá extenderse en un período de varias generaciones.

Para el diseño se abren posibilidades radicalmente nuevas. Pero hasta ahora, fuera de algunas iniciativas aisladas que abordan el potencial del diseño en el conocimiento visual, la profesión del Diseño Gráfico ha recorrido caminos muy andados. Aquí se encuentra entonces el desafío para la educación del diseño, explorar estos nuevos dominios y debilitar las fuertes asociaciones entre el diseño gráfico y las promociones de ventas - que van desde detergentes hasta candidaturas políticas. Aún no tenemos un nombre para este nuevo dominio que podría corresponder a la ciencia de las imágenes. Posiblemente en el futuro la noción de "diseño de imagen" o "visualización" serán populares, no obstante yo prefiero el término diseño informático (*infodesign*), porque la dualidad entre las imágenes y las palabras debe ser evitada. El naciente campo del diseño informático no solo requiere un considerable esfuerzo colectivo para ser delineado y establecido como un campo prometedor de conocimientos, que incluso podría contribuir a reforzar un enfoque orientado al problema (*problem-oriented*) que difiere del enfoque al diseño centrado en si mismo que ganara atractivos en los ochenta.

La quinta virtud entonces que quisiera ver mantenida e incrementada en el próximo milenio yo la llamo Visualidad. Podría citar a una investigadora de la temática de la visualidad para reforzar mi argumento :

*"La historia y la tendencia general hacia la visualización tiene amplias implicaciones intelectuales y prácticas en la conducta y teoría de las humanidades, las ciencias físicas y biológicas, al igual que en las ciencias sociales, de hecho, para todas las formas de educación, desde el tope hasta las bases. "*

Stafford, Bárbara María, *Good Looking. Essays on the Virtues of Images*. Cambridge, London: MIT Press 1996. p. 23.

#### Una virtud: **Teoría**

Llegando al final de este tour panorámico al dominio de las virtudes demos un vistazo al tema de la teoría del diseño, cuestionamiento relacionado con el tema general del discurso del diseño y la investigación del diseño.

Como he argumentado en otra ocasión, no le veo ningún futuro a la profesión del diseño si durante los próximos años no revisamos todos nuestros programas de diseño y abrimos un espacio institucional para la teoría del diseño. Hay dos razones para esta declaración : primero, toda práctica profesional toma forma en base a un marco teórico, que lo sostiene, incluso en las prácticas que reniegan vehementemente cualquier involucramiento teórico. Segundo, las profesiones que no producen nuevos conocimientos no tienen futuro en sociedades tecnológicamente desarrolladas. Por lo tanto la teoría del diseño debe - de acuerdo a mi evaluación del futuro - convertirse en parte de nuestros programas educacionales. La teoría del diseño aún lleva una existencia marginal. Es considerada el pasatiempo de algunos excéntricos protegidos en los ámbitos académicos de la dura realidad de la práctica profesional en el mercado laboral. Esto es una postura ligeramente sesgada que no revela una visión particularmente perspicaz. La teoría no es una virtud. Pero la preocupación y el cultivo de los intereses teóricos es una virtud que no solo quiero ver vigente en el próximo milenio, sino florecer en plenitud. ■