



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ARTES Y DISEÑO
POSGRADO EN ARTES Y DISEÑO

**LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO Y EL AGENCIAMIENTO POLÍTICO
EN LOS PROCESOS DE DISEÑO CONTEMPORÁNEO**

TESIS
QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE:
MAESTRO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

PRESENTA:
ALAN GIOVANNI SANTIAGO MORALES

DIRECCIÓN DE TESIS:
DR. MARCO A. SANDOVAL VALLE (FAD)
DR. E. RAMON RISPOLI (BAU)

SINODALES:
DRA. ELIA DEL CARMEN MORALES (FAD)
MTRO. YURI AGUILAR HERNÁNDEZ (FAD)
DR. FRANCISCO ULISES PLANCARTE (FAD)
DR. EDUARDO CHÁVEZ SILVA (FAD)

CIUDAD UNIVERSITARIA, JULIO DE 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



**LA CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO
Y EL AGENCIAMIENTO POLÍTICO
EN LOS PROCESOS DE
DISEÑO CONTEMPORÁNEO**

Alan Santiago

Maestría en Diseño y Comunicación Visual

Posgrado en Artes y Diseño, Universidad Nacional Autónoma de México
Dirección de Tesis: Dr. Marco A. Sandoval Valle (Facultad de Artes y Diseño, UNAM);
Dr. E. Ramon Rispoli (BAU, Centro Universitario de Diseño de Barcelona)

La construcción del discurso y el agenciamiento político en los procesos de diseño contemporáneo



*a Victor Santiago, Maricela Morales e Itzel
Santiago Morales, por el tiempo y el presente.
Infinito.*

Nota del Autor

La gratitud al esfuerzo colectivo es muestra que durante el trayecto recorrido estos últimos años he vivido una etapa contundente en mi experiencia de comprender el mundo y describirlo. Quisiera señalar que la palabra maestro tiene su origen en la voz latina *magister* la cual alude al grado o distinción más alto al que puede aspirarse en el dominio de un conocimiento, oficio o cargo jerárquico a desempeñar; de allí que al iniciar los estudios de maestría se busque la excelencia y ser mejores.

Cuando compartimos anhelos por descubrir nuevas cosas, inevitablemente encontramos personas que nos ayudan a crecer en la vida y construir relatos que deseablemente ayudarán a otros a narrarse. Por ello, conocer a quienes como maestros se convierten en los amigos es la mayor distinción que puede recibir el ser humano.

Mi profundo agradecimiento a: Marco Sandoval por confiar en el proyecto cuando aún era una idea incommunicable, por su guía, por las charlas y por la sensibilidad académica que permitió a la investigación conservar un carácter crítico siempre; a Ramon Rispoli mi admiración a su trabajo y las valiosas aportaciones, por la paciencia y empeño para concretar la colaboración, y por compartirme una mirada de mundo posible.

A los implicados:(UAM – Xochimilco) Alejandro Juan, porque sin saberlo inició las interrogantes de este documento; Diego Lizarazo y Marco Porras; (Posgrado UNAM) Aura Cruz y generación 2016-2018 del Posgrado de Diseño Industrial, por su brillantez, ímpetu de investigación y agradable convivencia; Víctor Castro y Ricardo Huerta del CIADA, y Alejandra Valenzuela, por su amabilidad e importante labor; a la Coordinación de Estudios de Posgrado, que mediante el Programa de Becas para Estudios de Posgrado y el Programa de Movilidad Internacional hicieron posible este trabajo; (BAU Centro Universitario de Diseño de Barcelona) a cada una de las personas que forman parte por la calidez y facilidades otorgadas durante mi estancia académica; Jaron Rowan y miembros de la Unitat de Recerca i Doctorat por los comentarios e interesantes reflexiones; y a Sergi B. García y Andrea Cochón, en biblioteca. Finalmente, Diego Álvarez y Salvador Durán por la corrección de estilo y la amistad; desde luego a mi familia nuevamente porque no necesito decir mucho para hacerles saber lo que significan, por alentarme a seguir; y a todos los que encuentren el ánimo de lectura hacia éstas páginas ... gracias.

Índice

PRESENTACIÓN 11

INTRODUCCIÓN // ACERCA DE LA COMPLEJIDAD DEL DISEÑO 15

CAPÍTULO 1 // DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DEL DISCURSO

- 1.1 Aproximaciones al signo y la discursividad en el diseño 29
- 1.2 Condiciones estructurales y estructurantes desde el diseño 42
- 1.3 Entornos enunciativos del diseño y multiplicidad discursiva 52
- 1.4 Normalización e institucionalización en el diseño 65

CAPÍTULO 2 // SEMIÓISIS Y ECONOMÍA POLÍTICA DEL SIGNO

- 2.1 Analogía del signo en los procesos de diseño 81
- 2.2 Despliegue técnico y soporte como determinación del discurso 100
- 2.3 Simulación y fantasmagoría del diseño desmaterializado 114
- 2.4 Intertextualidad, símbolos y repeticiones en el diseño 130

CAPÍTULO 3 // DISCURSOS Y CONFRONTACIONES EN EL DISEÑO

- 3.1 Argumentación política desde el diseño 139
- 3.2 Consumo y dislocación de identidades culturales 149
- 3.3 Mercados globales y nuevas prácticas del diseño en la industria 168
- 3.4 Tácticas contrahegemónicas en el diseño contemporáneo 186

CONCLUSIONES // REFLEXIONES CRÍTICAS SOBRE DISEÑO Y SU POTENCIA DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL 207

FUENTES DE CONSULTA 223

Presentación

El presente trabajo es el resultado de una investigación realizada en el Posgrado de Artes y Diseño dentro del programa de Maestría en Diseño y Comunicación Visual, la cual estuvo enfocada en un análisis sobre el estado actual de los procesos de diseño a nivel global y las implicaciones políticas de los discursos enunciados mediante sus prácticas y formas de concebir el espacio socialmente construido. Para la realización de esta tesis, partimos de la premisa de que los diseñadores tienen una participación directa y una urgente responsabilidad en relación con dichos procesos.

La preocupación inicial surge a partir de la observación que desde hace algunos años indica una redistribución en la ocupación laboral de los diseñadores, la cual por un lado, muestra la tendencia progresiva a la apertura de nuevas áreas de trabajo relacionadas principalmente con la administración y la planeación estratégica de los procesos mercantiles; mientras que por otro lado, se concreta en la creciente sustitución de tareas manuales a consecuencia de la aparición de nuevas tecnologías.

Las distintas formas de abordar los procesos de conceptualización y de producción del diseño, han motivado también a una fracción de profesionales en el campo a fijar su atención en la búsqueda de metodologías integrales que respondan a las problemáticas del mundo actual, basándose en propuestas que han tenido una gran aceptación ética como la sustentabilidad, la colaboración, los procesos participativos y, en términos generales, distintas clases de proyectos de transformación social.

Desde el inicio de la investigación, se previno una divergencia en las motivaciones de los diseñadores y su intervención en el entorno, además de un cambio de paradigma en el diseño respecto a una etapa anterior. Por tales razones, tanto la redistribución del campo laboral, el cambio de paradigma en la conceptualización y las metodologías en los procesos de trabajo aparecen como manifestaciones de otros discursos sociales que continuamente atraviesan la totalidad del campo del diseño; ante lo cual, resulta necesario un análisis discursivo con el objetivo de comprender su relación con las inquietudes profesionales que predominan en el campo del diseño actualmente.

Como introducción al presente documento se ofrece una contextualización histórica que, a nuestra consideración, permite

entender de manera general el punto de partida de las reflexiones que proponemos, así como de la pertinencia temática de su tratamiento desde el ámbito académico. Como hipótesis principal, planteamos que si bien es cierto que el campo del diseño puede considerarse como un campo de producción y reproducción discursiva, este representa un escenario de confrontaciones políticas e ideológicas entre los actores que lo conforman; y que, en consecuencia, deben existir posturas tanto hegemónicas como de oposición.

La argumentación continúa dividida en tres capítulos cuyo enfoque siempre gira en torno al estudio de los signos y el agenciamiento político. Los primeros representan estructuras donde se configuran evocaciones a significados directos e indirectos de un discurso, siendo parte nuclear en su construcción; en tanto que, en el caso del carácter de lo político, encontramos que este se fundamenta en un actuar que establece un posicionamiento particular respecto al orden de una estructura, por lo que se entiende que el sentido de un discurso es en todo momento la búsqueda de un agenciamiento político.

El primer capítulo muestra los conceptos base para el análisis discursivo utilizando una metodología semiótico – semiológica, además de que en él se intentan remarcar las diferencias entre estas dos perspectivas de trabajo, debido a la naturaleza que sugiere hacer un estudio del diseño desde un enfoque integral y no sólo el ámbito de las representaciones. Lo anterior permite considerar los condicionamientos de la estructura social que orientan las estructuras internas de significación.

De manera posterior, en el segundo capítulo se abordan los problemas que despliega el signo en el diseño, intentando establecer una conexión entre sus dimensiones comunicativas y representacionales, así como sus dimensiones pragmáticas y materializadoras. Así, este apartado expone procesos específicos relacionados con las asociaciones sintácticas, los soportes como tratamiento discursivo, la producción de imágenes sin referencia concreta (visuales, materiales y espaciales) y las relaciones intertextuales del signo en el diseño.

El tercer capítulo, por su parte, expone diferentes escenarios actuales donde el diseño se interrelaciona con procesos de interacción social, tales como: su implementación y uso con fines expresamente políticos, las afectaciones culturales que guían sus tendencias creativas, la consolidación de economías globales y sus

procesos de producción, así como ciertos posicionamientos críticos que irrumpen sobre lógicas orientadas al consumo y las prácticas hegemónicas.

Finalmente, el documento concluye con las reflexiones sobre la importancia del trabajo del diseñador en el siglo XXI, así como las limitaciones contextuales que podrían considerarse al explicar la heterogeneidad del campo del diseño. En esta última parte del documento, se enfatiza también la necesidad de abrir otras posibilidades a modelos de abordaje experimentales a problemáticas sociales desde el diseño, lo cual supone una superación importante para práctica profesional como disciplina académica y los alcances que tiene la investigación en el mundo contemporáneo.



Acerca de la complejidad del diseño

Hace algunos años apareció un libro de ensayos publicado en Argentina¹ que expuso desde una perspectiva teórica las reflexiones sobre las funciones sociales que intervienen en los procesos creativos del diseño. A grandes rasgos, en él se argumentaba la urgencia de atender la problemática generada en el campo del diseño debido al distanciamiento en la formación y el hacer de los profesionales de ésta disciplina, quienes orientan sus prácticas principalmente a ofrecer respuestas a necesidades utilitarias y de mercado, sin considerar los alcances que su labor tiene al intervenir directamente en los procesos de intercambio comunicativo dentro del contexto social en que se insertan.

Por su parte, Dietmar Winkler y Jorge Frascara (2008) coincidían con lo anterior mediante un artículo publicado para la *Design Research Society*, en el que señalan como una de las principales problemáticas, en cuanto a la disciplina del diseño refiere, es la desatención precisamente de aspectos contextuales que orientan su producción incluso desde los centros de enseñanza profesional. En estos últimos, el enfoque dado con frecuencia se ve limitado a programas con asignaturas ajenas a los procesos sociales, generando una visión errónea de lo que implican sus capacidades tras concebirse como meros repasos mecánicos de técnicas manuales o tecnológicas puestas al servicio de tareas con un carácter industrial.

En pocas palabras, este tipo de situaciones mermarían la implementación de soluciones integrales o de carácter creativo, porque al considerar la práctica del diseño como un conjunto de labores mecánicas se excluyen sus cualidades de sensibilidad e intelecto. En consecuencia, esto también genera que se pierda gran parte de su alcance como medio de comunicación. (Frascara y Winkler, 2008)

Los argumentos expuestos, en ningún momento pretenden desacreditar ni anular la importancia en el uso de tecnologías o

¹ El libro al que se hace referencia es *Diseño: Teoría y reflexión*, coordinado por Stella Rodio (2002) y compuesto por artículos de diferentes autores que situándose en el contexto latinoamericano, analizan desde una perspectiva sociológica los retos para los profesionales del diseño ante el cambio de siglo.

el amplio abanico de técnicas manuales propias de la tradición histórica en la actividad práctica del diseño, sino por el contrario, destacar su exigencia primordial dentro de los sistemas de producción y las interacciones sociales planteadas por el mundo contemporáneo. Por lo tanto, la discusión debe orientarse hacia la necesaria búsqueda de una vinculación entre los profesionales del diseño y los centros de investigación con sus particulares contextos socio-históricos.

Como señala uno de los textos de aquel libro al que se hace referencia al inicio de éste apartado:

Cada periodo histórico genera bases de sustento en conocimientos específicos que actúan como reguladores emergentes de su estética particular, así como Bauhaus necesitó la técnica, el arte y el contexto, la producción contemporánea necesita del conocimiento tecnológico que caracteriza ésta época.

No obstante cuando éste conocimiento tecnológico se entroniza deja fuera de controversia al concepto de diseño como productor social, y como tal, participe en la generación e innovación de la sociedad. (Rodio, Peñalva 2002:14)

Las reflexiones conducen a pensar necesariamente en otro de los problemas constantes en el campo del diseño y que ocurren tanto en el ámbito comercial como en el social, como suele ser la valoración del trabajo profesional; pues al existir una confusión y desconocimiento sobre las áreas de injerencia que diseñadores poseen, sus aportaciones corren el riesgo de concebirse como actividades de mero embellecimiento superficial.

Las imprecisiones en los alcances y capacidades con que cuentan los profesionales del diseño termina por privilegiar el dominio técnico y tecnológico, situación que representa un inevitable desfase entre la formación del diseñador y las exigencias de consumo que se precipitan a velocidades exageradas. En consecuencia, los diseñadores no siempre poseen la capacitación adecuada

para la resolución de problemas comunicativos, o bien, las tareas asignadas a ellos en la búsqueda de soluciones complejas se terminan concibiendo como unidades aisladas del resto de los procesos de producción.

La apertura y excesiva presencia tecnológica, la muchas veces infravalorada actividad profesional y la consecuente repercusión hacia la remuneración económica, como también las divergencias del campo de acción o el ejercicio aparentemente no regulado de la actividad práctica del diseño, han constituido en los últimos años una discusión central al interior de los gremios laborales y centros de estudio acerca de los estándares profesionales necesarios a cumplir por el diseñador, por lo menos idealmente, para el eficaz desarrollo de su trabajo.

Tras analizar con detenimiento, los problemas se extienden más allá de proyectar soluciones encasilladas en el ámbito de las instituciones burocráticas, donde se validan cualidades profesionales por medio de la utilización de: registros, certificaciones, licencias o cualquier regulación institucional que aparentemente permitiría graduar a los diseñadores en sus capacidades, así como ejercer legalmente sus actividades laborales mercantiles.

Al dirigir esfuerzos priorizando el uso y dominio de tecnologías emergentes, el diseñador enfrenta fuertes restricciones principalmente de orden económico y social en función del prestigio institucional, los grados de especialidad o el número de certificaciones que pueda comprar, sin considerar además factores de amplia variabilidad y que se encuentran fuera de sus propios dominios como es la disponibilidad de infraestructuras idóneas para el aprendizaje y su capacitación profesional (Julier, 2005).

El riesgo de reducir la cuestión práctica hacia la creación de aparatos burocráticos como autoridad regulatoria en el diseño, implicaría limitar las posibilidades creativas y metodológicas que cada diseñador puede ofrecer a los problemas que se le presentan; debido a que tan variadas son las

necesidades humanas como las perspectivas de trabajo para abordarlas, ante lo cual resulta imposible la elaboración de un manual de procedimientos unívoco.

Debe sumarse que las condiciones laborales presentes en los países fuera de las economías centrales, conducen a su fuerza de trabajo obligadamente a sustituir niveles de especialización por una impredecible rentabilidad multifuncional en nombre de la viabilidad operativa y amortización de costos; situación que origina una marcada segmentación entre el agenciamiento que poseen los diseñadores desenvueltos en ambientes idóneos para la realización de su trabajo, frente a aquellos pertenecientes a las sociedades subdesarrolladas (Bonsiepe, 2011).

Los factores contextuales resultan determinantes en la considerable diversidad que los propios programas de estudio de las universidades alrededor del mundo ofertan. Al igual que sucede en el terreno global, las instituciones locales cuyo encargo es la enseñanza del diseño evalúan el desempeño y la calidad profesional por afinidad y correspondencia a objetivos específicos de un proyecto político, social y económico a mayor escala, ya que dentro de las instituciones oficiales convergen visiones ideológicas y discursos que marcan la pauta para reproducir o criticar ciertas perspectivas desde las aulas.

En la actualidad, las más acertadas soluciones de diseño llegan a ser provistas por grupos multidisciplinares que incluyen: arquitectos, comunicadores, artistas e incluso por personas que no han pasado por academias de renombre ni han tenido formación en los programas de estudios precisamente vanguardistas, pero quienes poseen una experiencia y creatividad vasta adquirida ya sea por sensibilidad nata o por un proceso empírico; como en el caso de buen número de impresores, carpinteros y dibujantes con conocimientos del oficio transmitido a múltiples generaciones familiares. Así, la regulación institucional y burocrática del diseño no sería garantía única de calidad práctica.

Por tales motivos, acentuar la presencia tecnológica y la regulación profesional en el campo

profesional del diseño es sintomático de que muchos profesionales, aún cuando provienen de universidades de carácter público, y en ocasiones específicamente de escuelas con una formación ideológica de tradición abiertamente crítica, están siendo imbuidos por el discurso de un sistema tecnócrata cerrado y vertical que reproduce en el diseño posiciones jerarquizadas y privilegia en usos, así como en los productos derivados de su trabajo, los motores fundamentales para acelerar el consumo característico del mundo contemporáneo².

La discursividad contenida en los mensajes, objetos y espacios de diseño al descuidar, a consecuencia de la fugacidad e inmediatez en las lógicas de producción, sus dimensiones comunicativas y sociales han tomado nuevas formas o estrategias para expresar proyectos políticos casi de manera invisible (Drucker, 2012). Valiéndose de artificios retóricos y niveles de significación, los lenguajes del diseño contemporáneo presentan narrativas en apariencia menos directas o violentas, pero en las cuales yace enmascarado bajo signos complejos un poder discursivo que ejerce dominio sobre quienes actúa³.

Antes de continuar, es importante aclarar fundamentalmente dos razones por las que este documento persigue desde su título hablar sobre “diseño contemporáneo”, en lugar de hablar con cierta especificidad de diseño gráfico, diseño industrial o diseño arquitectónico, como con frecuencia se había ocupado de hacerlo la mayor parte de la bibliografía producida a lo largo del siglo XX al referirse en forma general a las áreas de intervención práctica más conocidas de los diseñadores y que, aunque progresivamente en menor número, continúa apareciendo.

2 Viviana Narotzky explica mediante el ensayo “Los límites de lo perfecto” (2010) el significativo cambio en los procesos de producción y consumo que caracterizan a los objetos de diseño en el contexto histórico contemporáneo, determinado en gran medida por el surgimiento de tecnologías digitales. diseño ante el cambio de siglo.

3 Sobre ésta afirmación pueden consultarse en general las ideas expuestas en las obras *El arte en la era de la reproductibilidad mecánica* (1936) de Walter Benjamin, así como también *La antigua retórica* (1970) de Roland Barthes.

La primera razón es que nuestras sociedades capitalistas han vivido un cambio importante que hace difícil situar en una dimensión espacial identidades concretas como ocurría anteriormente, pasando de modelos de producción *tayloristas* o *fordistas* (Radetich, 2016) hacia un funcionamiento post industrializado global que se caracteriza por los acelerados ritmos de producción y la deslocalización de las fuerzas de trabajo. La segunda, es que existen otros ejemplos donde las sociedades presentan un rezago significativo en su desarrollo industrial y económico, segregando territorios enteros y a sus habitantes incluso de las condiciones básicas para la supervivencia humana.

A pesar de las enormes diferencias entre estos escenarios, la creación de tecnologías y redes de comunicación hacen de los flujos de consumo y las formas de lenguaje campos fragmentados, ramificados, e híbridos; que se transforman a velocidades nunca vistas en épocas anteriores. En consecuencia, los nuevos modelos de producción, las desigualdades materiales, así como la diversificación de los códigos y vehículos de comunicación terminan por volver inoperantes, y en ocasiones absurdos, los intentos por agrupar o encasillar signos referenciales bajo categorías estáticas o con un origen determinado en sentido purista.

En este contexto, es posible contemplar imágenes que pocas horas antes surgieron de distintos límites geográficos y, aún guardando una significativa lejanía territorial entre sí, se pueden establecer conexiones “estilísticas”, suceso que naturalmente había ocurrido siempre aunque quizá no era fácil de observar con claridad como en nuestros días. De esa forma, unos artistas originarios de Nueva Delhi pueden encontrar rastros de su cultura en un museo parisino y, apenas minutos después, en el área de *souvenirs* de alguna tienda de autoservicio en Nueva York. Las fronteras geográficas se vuelven cada vez menos visibles, aunque eso no quiere decir que desaparezcan⁴.



Si desde hace algunas décadas se ha venido tratando esta cuestión utilizando el concepto de *posmodernidad*, para esta investigación se decidió tomar uno distinto como era lo *contemporáneo*. Aunque evidentemente guarden ciertas similitudes en términos del tratamiento de una dislocación contextual, pues a diferencia de lo posmoderno, lo contemporáneo no implica un distanciamiento o rompimiento histórico del periodo anterior (*modernidad*), cuya marca queda “desvanecida” en un paso progresivo y sin retorno hacia los errores del pasado⁴. Por el contrario, lo contemporáneo es devenir histórico que implica un posicionamiento reflexivo acerca del presente en el que continuamente aparecen las “sombras” de otras épocas.

*Taller de
confección
textil en
Camboya*

4 Para profundizar sobre la idea de la red de conexiones estilísticas en el mundo globalizado se puede consultar el capítulo “Acerca de la Curaduría” en el libro *Está escrito porque está escrito* (2014) autoría del RAQS Media Collective, entregado por Jeebesh Bagchi, Monica Narula y Shuddhabrata Sengupta.

5 Véase Berman, M. (1988) *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la Modernidad*.

Según palabras del filósofo italiano Giorgio Agamben, figura central en el estudio de dicho concepto:

La contemporaneidad se inscribe, de hecho, en el presente marcándolo sobre todo como arcaico y sólo quien percibe en lo más moderno y reciente los indicios y las marcas de lo arcaico puede serle contemporáneo. Arcaico significa: próximo al *arké*, es decir, al origen. Pero el origen no está situado solamente en un pasado cronológico: es contemporáneo del devenir histórico y no cesa de operar en él, como el embrión continúa actuando en los tejidos del organismo maduro y el niño en la vida psíquica del adulto. (Agamben, 2012)

En éste sentido, lo significativo de lo contemporáneo en el diseño sería tomar una posición crítica que permita la lectura de las problemáticas actuales a manera de análisis arqueológico. Encadenando precisamente el estado contextual donde se realizan las observaciones, las manifestaciones temporales que enmarcan las metodologías de trabajo latentes y la raíz fenomenológica del problema es posible abrir las posibilidades a su transformación, proporcionando respuestas coherentes al trazo evolutivo de los fenómenos a explicar.

Es por esa razón que hacer una aproximación al cambio de paradigma en el diseño, entendiéndolo simplemente como *diseño contemporáneo*, exige desde un inicio pensar su abordaje más como una problemática compleja, y por tanto objeto de producción discursiva, sabiendo que existe también una concepción clásica o tradicional que es necesario diferenciar. El posicionamiento que otorga el sentido de lo contemporáneo pretende superar las delimitaciones taxonómicas que sólo terminarían en un largo etcétera por el empleo casi prepositivo, utilizado indiscriminadamente en actividades propias de *styling*, y que erróneamente se dan al término diseño en la actualidad.

Resulta obvio, que la concepción epistemológica en los métodos científicos y las nociones estéticas en las artes esté continuamente afectada por

la evolución histórica en los procesos de producción. Ejemplo de ello son los cambios ocasionados hoy en día por la alarmante explotación de recursos naturales, materiales y humanos; temas urgentes en las agendas internacionales desde finales de la década de los ochenta⁶ ante la globalización y la agonía del paradigma moderno. Por lo tanto una disciplina como el diseño, con una génesis basada en premisas de orden utilitario y funcional, requería adquirir una perspectiva renovada e integradora que atendiera cuestiones sin precedente hasta hace algunos años.

No obstante, el cambio paradigmático en la disciplina, había comenzado a gestarse a lo largo de la primera mitad del siglo XX debido a que en un nivel general la práctica y profesionalización del diseño se había expandido instituyéndose culturalmente en la sociedades industrializadas más avanzadas



6 El informe emitido en 1987 por la Organización de las Naciones Unidas, *Our Common Future*, fue el punto de partida para hacer un llamado internacional a trabajar conjuntamente por la humanidad y no sólo por intereses individuales. El enfoque dado se sustentó en falta de políticas en materia de explotación de recursos que había generado problemas graves al medio ambiente y al tejido social en diversas regiones del mundo.

*Edificio de
la Bauhaus;
Dessau,
Alemania*

mediante el surgimiento de academias y centros de enseñanza oficial, donde algunos sectores progresistas heredarían las preocupaciones pedagógicas por la teorización que complementara procesos técnicos y mecánicos, como sucedió tempranamente en el caso de la Bauhaus fundada en 1919.

Otros momentos fundamentales en la evolución disciplinar habrían ocurrido en años cercanos a la década de los setenta con la fundación de la *Design Research Society* (1966), organismo internacional con base en Reino Unido que permanece activo a la fecha y cuyo objetivo primordial ha sido trabajar por el desarrollo de la investigación orientada al diseño; agregado a esto tenemos la aparición del libro *Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social* (1971), autoría de Victor Papanek (Viena, 1927 – Kansas, 1998), pues tras su publicación se desatarían polémicas discusiones dentro del campo profesional de los diseñadores, al tratarse de una obra bibliográfica que proponía la revisión urgente en las cualidades éticas del diseñador.

Intentando alejarse del carácter de capacitación operativa que generalmente tenían los libros sobre diseño hasta aquel entonces, surgieron también los primeros journals como *Design Studies* (1979) a cargo de la DRS, y *Design Issues* (1984) por parte del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT, por sus siglas en inglés), que desde su aparición aportarían respectivamente avances significativos al Diseño en el campo científico. Basándose en una perspectiva que entrecruza ciencias y humanidades, en los años subsecuentes el interés hacia las conexiones del diseño con otros campos de conocimiento continuaría multiplicándose mediante la emergencia de nuevas revistas y publicaciones especializadas alrededor del mundo hasta constituir lo que Julier (2005) define como la “Cultura del Diseño”, tendencia que representa el estado actual en los escenarios globales.

La incursión y el auge de las humanidades en el diseño significó el cambio necesario para un sector de los profesionales, quienes comenzaron a migrar del

exclusivo dominio de habilidades técnicas y mecanizadas hacia la identificación de su capacidad como agentes de transformación del entorno preocupados por la teorización de su actividad. Dicho interés yace fundado en que, como señala la Historiadora del Diseño por la Universitat de Barcelona, Raquel Pelta:

(...) nadie mejor que un diseñador para construir el discurso de la disciplina que practica (...) la intervención crítica como una necesidad táctica, ligada a su vez a una percepción del diseño como herramienta para explorar cuestiones sociales, políticas e intelectuales. (Pelta, 2010:39)

Pese al ímpetu en la búsqueda de una perspectiva integradora que permea el campo del Diseño, debemos tener cuidado de no confundir el auge de la teorización en la disciplina como un estado superior que guarda una actitud crítica *de facto*, pues ésta actividad sirve también para reproducir sistemas dominantes que sofistican su implementación en nuevos sectores, acrecentando desigualdades y problemas humanos existentes.

Por otro lado, aún cuando la superficie del discurso contemporáneo parecería estar plagada de conceptos con una connotación progresista como el de la innovación, los sectores más conservadores han pervertido el conocimiento y su función social en aras de la rentabilidad económica, utilizando signos de apariencia amigable que aseguren el *status quo* en sus posiciones de poder. Es decir, signos de diseño que despliegan una potencia política.

Finalmente, si bien es cierto que el cambio paradigmático ha abierto nuevas posibilidades a la comprensión del alcance del diseño y su ingerencia en otras disciplinas, aún queda un largo recorrido para explorar reflexivamente perspectivas de investigación con enfoques de tipo: fenomenológicos, etnográficos, de pensamiento situado, y de acción participativa, entre otros; pues las investigaciones orientadas a los casos de estudio específicos y de corte historiográfico

Introducción

continúan dominando el terreno hoy en día.

Por el mismo motivo, deconstruir el discurso del diseño es una útil herramienta de análisis que localiza en sus procesos de producción los puntos de contacto con el carácter contemporáneo; puntos que se traducen en sitios de contingencia y agenciamiento político de los actores involucrados.

Diseño y construcción del discurso

1.1 Aproximaciones al signo y la discursividad en el diseño

Entender el diseño como un problema complejo donde convergen múltiples elementos discursivos que trazan el horizonte de sentido en una sociedad específica, conduce a pensar obligadamente en la superación de una perspectiva tecnócrata por una distinta basada marcadamente por un carácter humanista. Este hecho ha venido generando una amplia discusión al interior del campo profesional entre los sectores con una raíz ideológica neoliberal, quienes enfatizan la dimensión utilitaria del diseño dentro de los procesos productivos y, por tanto, como uno de los motores fundamentales para el desarrollo, por lo cual desde su punto de vista, sus prácticas deberían estar dirigidas principalmente por la rentabilidad económica.

Mientras tanto, los sectores profesionales más críticos consideran el argumento basado en el utilitarismo una falacia que se contrasta con el agotamiento sistemático ocasionado por el desmedido flujo tecnológico, donde la sobreproducción material deja fuera la dimensión humana de los procesos sociales. Si bien es cierto, la emergente aparición de tecnologías no es la causante directa del detrimento hacia el valor del humanismo que asigna cada sociedad en su escala de interés, la disminución del tiempo en la producción de nuevos artefactos contiene un impacto sustancial para los procesos de interacción social como son, entre otras cosas, la formas de comunicación y lenguaje, además de los modelos de organización colectiva (Drucker, 2012).

Las cambiantes condiciones del mundo contemporáneo, enmarcadas por el exceso de imágenes (visuales, objetuales, espaciales, etc.) y el acortamiento en los periodos de exposición impuesta por el carácter efímero, implicaría por su velocidad no sólo la radical transformación material del entorno sino también

la imposibilidad de una comprensión analítica a los fenómenos que acontecen. Por tal motivo, los sectores críticos del diseño han demostrado una insistente desconfianza hacia las posturas tecnócratas, que promueven su discurso basándose en el frío razonamiento del método científico por encima de las motivaciones ideológicas que de allí emanan.

La acción crítica involucraría aquella exigencia que la propia evolución de la disciplina se ha planteado durante los últimos años como herencia de la incursión de las ciencias sociales en el diseño, puesto que a través de la experiencia cotidiana los integrantes de una colectividad mantienen constantes procesos de codificación y decodificación del lenguaje en los cuales se originan signos y símbolos; funcionando como mediadores entre la relación de su carácter como individuos subjetivos y la propia formación de una percepción colectiva de la realidad, realidad que más tarde habrá de materializarse.

En el campo de las artes visuales, ésta aproximación analítica había sido explorada con anterioridad a partir de los estudios realizados bajo la línea de una tradición iconológica, donde sobresalen trabajos hechos por historiadores del arte como Aby Warburg (Hamburgo, 1866-1929) y posteriormente Erwin Panofsky (Hannover, 1892 – Nueva Jersey, 1968), hasta llegar finalmente a la propuesta de W. J. T. Mitchell (California, 1942 – ---) mediante el *giro pictorial*⁷ donde en síntesis el autor afirma que: “La visión, el espacio, las imágenes del mundo y las imágenes del arte se juntan para formar un gran tejido de formas simbólicas que sintetizan el *kunstsollen* de cada periodo histórico” (Mitchell, 2009:25)

Dicha visión y representación del mundo mediante formas simbólicas, a la cual se alude, se encontraría presente de igual manera en todas y

7 El concepto aparece en 1994 con la obra titulada originalmente en inglés, *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*.

cada una de las diferentes ramificaciones del diseño expresadas a través de: las formas visuales, los objetos y los territorios que una sociedad produce; materias que operan como analogía o *metáfora* para designar conceptualizaciones sobre distintos niveles cognitivos.⁸ Según el investigador en diseño y antropología Fernando Martín Juez (2002), las metáforas tendrían por finalidad normalizar el comportamiento de los sujetos al activarse un complejo aparato institucional haciendo uso de entidades abstractas en el terreno cotidiano, mismas que se constituyen como signos reflejo de su propia *tradición*⁹.

El objeto no sólo es materia tangible o una forma más de manifestación física de la cultura; el diseño es también una creencia: un modo de vinculación intangible entre los miembros de una comunidad, entre sus deseos, su pasado y sus proyectos comunes. (Martín Juez 2002:15)

No obstante, comprender aquel cruce entre lo simbólico y la materialidad del diseño en ocasiones resulta confuso debido a la delimitación poco clara que el propio término “diseño” ha sugerido históricamente. A lo largo del trabajo realizado por la historiadora y diseñadora Anna Calvera (Barcelona,

8 La idea es explicada por Martín Juez (2002) en “Prótesis, metáforas y designios” de su libro *Contribuciones para una Antropología del Diseño*, como una representación de las motivaciones, necesidades y deseos codificados a través de los artefactos de diseño con los cuales el sujeto interactúa cotidianamente.

9 El concepto de “tradición” que fundamenta el filósofo alemán Hans-Georg Gadamer en *Verdad y Método* (1960), año de la publicación original en alemán, responde a la necesidad previa de una serie de creencias y mitos que dan vida a la cultura y el horizonte de conocimiento de una sociedad como una parte fundamental que hace posible el proceso de comunicación entre épocas distantes. A pesar de las modificaciones que sufren los sistemas de lenguaje en sus aspectos formales, estos pueden conservar significaciones textuales que permiten a las narrativas históricas mantener su esencia originaria; es decir, hacen posible las relaciones e reiteraciones intertextuales a través de los tiempos.



LA CATRINA
Grabado sobre metal,
José Guadalupe Posada
MEX/1913

1955 – 2018) puede notarse que, si bien el cambio de paradigma en el diseño representa una seria complicación actual en la pedagogía del diseño, el problema de su definición conceptual proviene de origen al englobar la designación de una práctica, un producto y una actividad de planeación (Calvera, 2012b).

Otra de las razones para puntualizar la dificultad resultante de la dualidad simbólico - material es porque a pesar de las exploraciones hechas desde la semiótica tradicional, en áreas predominantemente como el diseño arquitectónico y el diseño de la comunicación, estas intentaron establecer una relación sobre la base de investigaciones generalmente orientadas a la búsqueda de “métodos proyectuales”. Sin embargo, en ningún caso podría hablarse de que los signos y símbolos articulados en el universo proyectual, aún cuando los proyectos tuvieran elementos formales con un alto porcentaje de coincidencias, desplegarían la misma carga de significación puesto que las funciones sociales desempeñadas pueden ser enteramente distintas¹⁰.

Puede determinarse que los métodos proyectuales del diseño al utilizar una metodología constructivista centrada en casos de estudio específicos contribuye a una retribución didáctica y no necesariamente a la reflexión epistemológica, donde el diseñador estaría obligado a considerar no sólo los aspectos relativos a las cuestiones formales o del contenido explícitamente enunciado en los productos de diseño, sino también a poner atención sobre los aspectos contextuales o variables externas

10 Cada espacio social forma sus propias concepciones sobre la realidad y por ello las instituciones que normalizan las acciones individuales en su interior; cambian sus propios modelos dogmáticos de acuerdo con las exigencias que la etapa histórica plantea. Sin embargo, esto no quiere decir que algunos códigos del lenguaje desaparezcan, sino que su significado se cancela, renueva o anula pudiendo aparecer más tarde nuevamente.

que condicionan las formas de lectura y recepción para el usuario.

Por tanto, para explicar el significado en el diseño haría falta replantear una consideración analítica entre aquellas cuestiones que en sincronía originan el sentido último que se comunica; es decir, un análisis integrador de las distintas capas de significación que formulan los discursos que atraviesan el campo del diseño, lo cual únicamente es posible al valerse de una metodología deconstructiva y la interpretación situada.

La construcción del discurso por medio de significaciones visuales, materiales y espaciales en el diseño, no sería materia exclusiva de la acción e interacción del diseñador con el receptor o usuario, sino de igual modo estaría dada por la combinación de elementos interrelacionados con otros sistemas como son: las tendencias estéticas, las instituciones académicas, el sistema de producción económico y la estructura social; constituyendo así una proyección de códigos sujetos a la interpretación basada en una relación directa con los sistemas históricos, de creencias culturales e ideológicos (Lozano, 2009).

Así, para hablar de la noción de discurso en el diseño es pertinente identificar el lugar de donde surgieron las aproximaciones constructivistas, que pese a sus limitaciones no agotan la validez del análisis discursivo, puesto que ellos obedecieron principalmente a un paradigma semiótico y no semiológico. Refiriendo brevemente estas corrientes en el estudio de los signos, al señalar sus diferencias metodológicas y su desarrollo (el cual pasa por un concepto clave como el de *textualidad*, entendido como la articulación de signos y ordenamiento estructural del discurso) es posible develar cualidades presentes en el diseño que producen el sentido pleno de un mensaje, al tiempo de conferir su carácter como acto comunicativo entrando en interacción con los receptores.



*TEPITO, TACOS Y
TEQUILA
Etiqueta;
Camilo Jaramillo (PGD)
USA/2013*

Si en un primer momento, Ferdinand de Saussure (Ginebra, 1857 – Morges, 1913) inauguró, con su obra *Curso de lingüística general*, el pensamiento de la semiótica estructural¹¹. Su intención de analizar los componentes del signo residía fundamentalmente en una razón: que tras la observación de sus componentes formales se pudiera llegar al reducto mínimo de la unidad de lenguaje, cuyo objetivo último era alcanzar el dominio total del código comunicativo, y con ello entender la “correcta” articulación del lenguaje, haciendo del sentido en los mensajes algo calculado y reproducible (Fabbri, 2004:40).

Debe entenderse que Ferdinand de Saussure era lingüista y, por tanto, pensaba en términos de un sistema de comunicación integrado por un código con caracteres limitados y cualidades particulares como la linealidad, pues una de las reglas primordiales para que el significado del signo lingüístico logre ser transmisible es que no debe ser simultáneo a otro; es decir, es necesario que exista un ordenamiento gramatical y una encadenación fonética para agrupar conjuntos sígnicos como las palabras, y posteriormente ellas se agrupen en oraciones.

Lo anterior indica que la corriente del constructivismo encontraba un problema grande al intentar determinar cuál era la unidad mínima del lenguaje, considerando que las palabras son vehículos de sentido al evocar entidades ausentes mediante una relación dual *significado/significante*; sin embargo, aquellas palabras empleadas para designar una imagen mental a la vez poseen por sí mismas componentes referenciales que pueden traducirse nuevamente en otros signos, los cuales, al igual que los primeros, son portadores de sentido al

11 Publicación original postuma de 1916, Basada en los apuntes de sus estudiantes.

menos siguiendo una deducción apegada a una lógica estricta.

Difícilmente Saussure habría tomado en cuenta el problema que suponía la reductibilidad de un signo con distinta naturaleza al lingüístico, como en el caso del signo visual. El motivo es que, como se dijo antes, el padre de la semiótica estructural era lingüista y no había considerado aún aquellas imágenes mentales producidas en la correlación *significado/significante* del código lingüístico, y que ellas debían tener a su vez algún origen relacionado a la percepción visual derivada del proceso cognitivo en el ser humano, mismo que permite realizar asociaciones entre signos arbitrarios y las figuras a las cuales se hace referencia.

La semiótica estructural encontraba entonces sus principales limitaciones metodológicas al enclaustrarse en el estudio de los signos a manera de elementos aditivos, que al sumarse conformaban sistemas de significación de modo similar a operaciones matemáticas; olvidando que en ellos también se manifiestan otros sistemas transversales que, a su vez, representan universos de significación con reglas de interpretación diferentes como las que proceden de las estructuras gramáticas. Por tal motivo, no podría considerarse que un signo permanece estático en una tipología específica ni que tampoco posee un significado concreto universalmente (Fabbri, 2004:33).

Por otra parte, la segunda gran corriente en el estudio de los signos, la semiología, era mucho más flexible en cuanto a su idea del proceso de significación y había dejado de limitarse estrictamente a los sistemas lingüísticos. Fundada por el filósofo y una de las principales figuras del pragmatismo americano Charles Sanders Peirce (Massachusetts, 1839 – Pensilvania, 1914), a diferencia de la semiótica estructural de Saussure, era un proyecto que concebía la totalidad del universo como sistema

de signos interrelacionados y, por lo tanto, el origen del pensamiento humano.

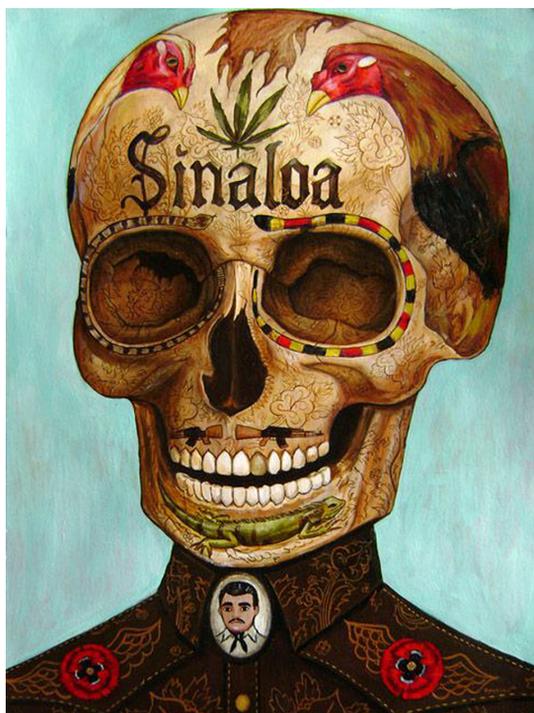
Peirce pensaba absolutamente que la vida social puede ser entendida como un sistema de signos, los cuales permiten la comunicación extralingüística desde el origen de los tiempos, como ilustra el caso de las sociedades arcaicas donde, por ejemplo, mediante la representación pictórica de actividades como la caza se formulaban signos inicialmente de carácter instructivo, pero a la posteridad adquirirían una dimensión ritual; con lo cual, se demostraba que una misma imagen opera de forma habitual sobre distintos niveles de interpretación.

Como señala el semiólogo italiano Paolo Fabbri: “Peirce era un filósofo y con formación lingüística insuficiente pero era un gran epistemólogo” (Fabbri, 2004:28), y afirma además que Umberto Eco (Alessandria, 1932 – Milán, 2016) partió de la idea de que hay una historia del signo proveniente de la tradición griega donde reside ampliamente el carácter humanista de su perspectiva. Por tales motivos, Eco, al igual que Peirce, sería un continuador de la tradición peirceana. rompiendo con el esquema científico producto del paradigma moderno impuesto por Sussure, puesto que ambos intentaron durante toda su vida hacer una gran clasificación taxonómica de signos tanto lingüísticos como no lingüísticos (Fabbri, 2004).

Como se recordará con *Obra abierta* (1962) y *La estructura ausente* (1968), el gran proyecto de Eco era demostrar que se puede transitar entre signos mediante una inferencia marcada en la textualidad. Pues aunque la partida sea desde signos polisémicos como son los: espaciales, visuales o materiales; el retorno necesariamente está dado hacia una reflexión formal concreta, lo cual supondría la resolución del efecto de referencialidad sígnica infinita. Dado que las categorías formales irremediablemente son estáticas en su estructura para hacer posible la transmisión de sentido y la interpretación, los signos alcanzan su permanencia sujetándose al tiempo histórico.



*JESÚS
MALVERDE,
SANTO DE LOS
NARCOS
MEX / 2013*



*SIN TÍTULO
Ilustración
Raudiel Sañudo
MEX / 2014*

Aún cuando desde finales de la década de los sesenta el estructuralismo en las ciencias sociales, presente en las metodologías de análisis del diseño, parecía haber sido rebasado por la corriente postestructuralista donde sobresalieron obras de autores como Michel Foucault, Gilles Deleuze, Felix Guattari y Jaques Derrida, entre otros mediante la aparición de escritos enfocados en temas acerca de biopolítica y que a la larga ejercerían una amplia repercusión en el *movimiento deconstructivista arquitectónico* de los años ochenta; Paolo Fabbri propondría *El giro semiótico*¹² con el ánimo de reconciliar las dos grandes vertientes de la ciencia de los signos bajo una perspectiva integradora, es decir, la semiótica estructural de Sassure y la semiología del lenguaje en Peirce.

El trabajo de Fabbri (2004) señala la evolución y limitaciones de cada una de estas escuelas, pero también rescata la vigencia del análisis sígnico al demostrar que dichas corrientes no se cancelan u oponen sino que son dialógicas y complementarias, por lo que las investigaciones en busca del sentido de los signos no pueden ceñirse de manera aislada a los alcances rigurosos de la lingüística, ni tampoco a las indeterminaciones de la semiótica de la cultura, pero en ambas existen conceptos que pueden trasladarse a otros ámbitos tomando en cuenta el binomio fundamental producido por la experiencia objetiva/ subjetiva.

Gracias a esta relación complementaria entre semiótica y semiología, podemos entender que para identificar las capas y niveles de significación en un análisis discursivo de los signos no lingüísticos, se debe tomar en cuenta que existen textos escritos pero también textos de objetos complejos, pedazos de palabras y signos contenidos en gestos, imágenes, sonidos, ritmos y prácticas; es decir, que metodológicamente el *giro semiótico* permite segmentar conjuntos según la necesidad o la urgencia de lo observable. (Fabbri, 2004:45)

En lo respectivo al campo del diseño, el discurso quedaría integrado por los distintos niveles de significación textual con objetivos explícitos e implícitos, así como también las estructuras subjetivas/objetivas que orientan su lectura; donde la trasposición de capas significantes no es una combinación exclusiva de las reglas formales propias de los signos contenidos en los productos finales, sino que además están contruidos conjuntamente partiendo de la interiorización de las imposiciones y motivaciones ideológicas en el sujeto social y las instituciones que lo producen.

La noción de discurso en el diseño se deberá comprender como el posicionamiento de los actores de este campo disciplinario respecto a los textos producidos en el espacio social, englobando a sus agentes productores (tanto en la planeación como en la manufactura), los resultados de su trabajo (tangibles, cualificables o cuantificables), y del mismo modo los cuerpos institucionales (encargados de validar o regular los estándares de ingreso y permanencia al terreno profesional). Dada la correlación entre los elementos señalados, la legitimación del *status quo*, o bien, la promoción del pensamiento crítico estaría arraigada en los distintos métodos de enseñanza y las perspectivas académicas al interior de las aulas. Al respecto:

Se entiende el diseño como discurso, en cuanto va más allá de los términos particulares del lenguaje... () Es decir, deja de ser el objeto mismo de diseño lo único importante para ceder terreno y admitir las relaciones conceptuales que sostienen el proceso de su realización (Irigoyen, 1998:14)

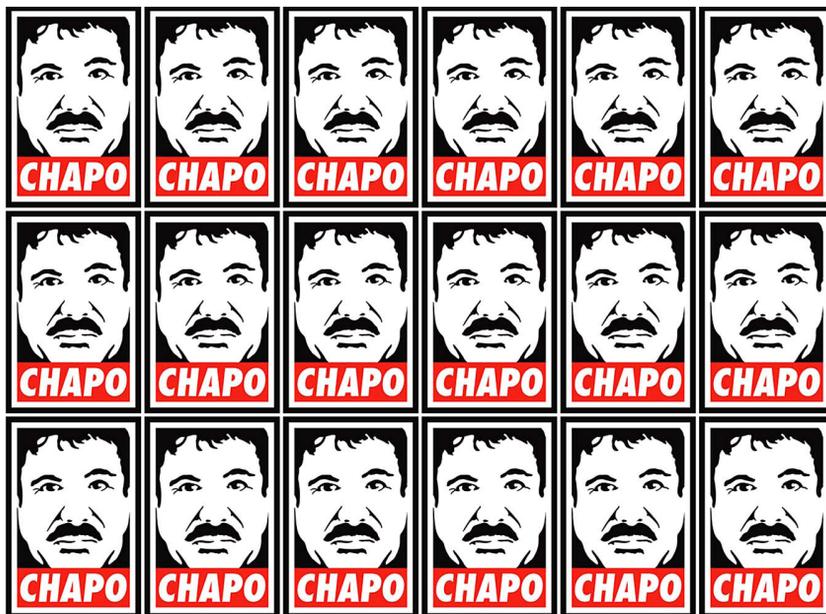
Hasta este punto debe decirse que la importancia de estudiar el diseño y los discursos que le atraviesan reside en que la confección de espacios, objetos e imágenes (o bien “conceptos” como ha sido la

tendencia para referirse a ellos en años recientes) así como el despliegue tecnológico fundamental en los procesos de producción actuales, no son actividades aisladas de los procesos sociales e intervienen ampliamente en las formas de comunicación e interacción humana, por lo cual el diseñador requiere ser consciente de ello para establecer una posición respecto al contexto en que se inserta e idealmente formar una visión crítica de su labor.

Por su parte, Raquel Pelta indica que la práctica del diseño, pese a estar enmarcada en una lógica dominante de producción, es también una actividad siempre producida por sujetos que, dependiendo de su grado crítico, pueden representar una disidencia política mediante su trabajo y aportar modelos alternativos desde una posición privilegiada que se contraponga a las lógicas impuestas, al tiempo de retomar una carga ética y responsable como ciudadanos, afirmando que:

(...) precisamente por ese vínculo con la cultura industrial, los diseñadores están en una ventajosa situación a la hora de participar en un proceso de cambio social positivo, en la medida en que se encuentran cerca de quienes toman decisiones que afectan directa o indirectamente a los ciudadanos. Por eso, y a pesar de lo que pueda parecer a simple vista (dada la dependencia de la voluntad de un cliente), pueden tener más posibilidades que otros profesionales de encontrar soluciones a ciertos problemas –entre ellos los medioambientales– y de proponer prácticas alternativas que contribuyan a mejorar el sistema en el que vivimos. (Pelta, 2011:2)

En correspondencia con la cita anterior, puede agregarse que el estatuto epistemológico de la disciplina advierte la necesidad, para los diseñadores, de encaminar sus labores más allá de la difundida visión utilitaria que predominó gran parte del siglo XX, porque esto les permitiría ocupar roles dentro de actividades de gestión y planeación en sectores laborales, de función pública o de organizaciones civiles. Sin embargo, estos nuevos terrenos, no



importando si poseen un enfoque comercial, social o político, derivan de igual forma en prácticas de dominación, reproducción, así como disidentes sobre las cuales es indispensable reflexionar.

A grandes rasgos, las exigencias para los profesionales del diseño en el siglo XXI recaen no sólo en su destreza en la resolución de problemas a corto plazo, sino en la búsqueda de metodologías de trabajo que permitan abrir posibilidades al bienestar común y la preservación de recursos en todos los ámbitos de la sociedad, pues de otra forma el desarrollo de la ciencia y el conocimiento que ha evolucionado desde los confines de la humanidad hasta los corporativos más sofisticados de nada servirían.

CHAPO
Poster estilo OBEY
Ricardo Aguilar
MEX / 2014

1.2 Condiciones estructurales y estructurantes desde el diseño

Pese a que los sectores más conservadores en los centros de investigación científica y académica continúen considerando ésta idea como mera especulación, resultaría imposible realizar un análisis del discurso sin antes precisar que la práctica del diseño, como toda actividad de producción humana, es una práctica que responde a condiciones estructurales impregnadas por el sentido ideológico y las funciones estructurantes de las relaciones dadas entre los actores sociales inmersos en su campo.

Si el semiólogo Roland Barthes (Cherburgo, 1915 – París, 1980) notaba tras hacer un análisis estructural de la imagen fotográfica, que existe una dualidad expresada por el contenido propio de la imagen o contenido denotado, y un contenido connotado adquirido por la acción de quien produce dichas imágenes al remitir a su particular visión estética e ideológica; las imágenes o signos que produce el diseño estarían del mismo modo atravesadas por cargas de significación con una naturaleza similar, considerando que en el carácter de vehículos de comunicación:

(...) todos esos mensajes despliegan de manera evidente e inmediata además del propio contenido analógico (escena, objeto, paisaje), un mensaje suplementario al que por lo general conocemos como *estilo* de reproducción. Se trata de un sentido secundario cuyo significante consiste en un determinado “tratamiento” de la imagen bajo la acción del creador y cuyo significado, estético e ideológico remite a determinada “cultura” de la sociedad que recibe el mensaje. (Barthes 2002:13)

El investigador Román Gubern (1992), por su parte, explicaba respecto al uso de las imágenes como signos de comunicación, que la historia se remonta al instante en que el hombre observa su imagen reflejada en el agua porque con tal hecho se inaugura un fenómeno de reconocimiento visual y ejercicio

contemplativo. Aquel periodo, cuando el hombre se reconoce a sí mismo, es también el momento cuando adquiere la posibilidad de representar el mundo que le rodea, por lo cual esta capacidad significante de la imagen estaría actuando como una función estructurante del pensamiento, pero también como una condición inicial de la estructura social.

Es de suponerse que la temprana habilidad de los hombres de la prehistoria para producir imágenes se encuentra ligada de manera casi inmediata a la necesidad de satisfacer una actividad básica como era el perfeccionamiento de sus técnicas de caza, manifestando una primera intencionalidad donde las representaciones a través de la imagen apuntaron hacia fines de carácter práctico – ilustrativo. No obstante, el arcaico productor de imágenes no tardó en tomar conciencia de su dimensión ritual, y de que ellas servían para evocar hechos y figuras ausentes que representarían su mundo.

De esa forma se comprende que: “una imagen se convirtió en un registro del modo en que X había visto a Y. Esto fue el resultado de una creciente conciencia de la individualidad, acompañada de una creciente conciencia de la historia.” (Berger, 2007:16). Lo anterior, indica que el estado de sensibilización de aquellos hombres de las cavernas abrió paso al uso de la imagen como método de registro pero también al carácter mágico - religioso que configuró sus estructuras de pensamiento, proporcionándoles un sistema de representación simbólica fundamental para engendrar los mitos que perpetuarían la cosmovisión de la colectividad a la que pertenecían.

Con la creciente aparición de las imágenes, mismas que al paso del tiempo integraron un lenguaje cada vez más amplio y sistemas de mayor complejidad, los modelos de subsistencia y las reglas de interacción humana también sufrieron un cambio determinante tanto en la percepción subjetiva

como la construcción social de los primitivos grupos organizados. Así, el remoto suceso de afectación social por medio de las imágenes encarna una manifestación continua que se repite y recodifica en cada una de las distintas sociedades a lo largo de la historia hasta llegar a nuestros días.

Tomando en cuenta que durante el transcurso de dicho proceso los pequeños grupos sociales fueron evolucionando en modelos de organización cada vez más complejos, las figuras de autoridad ritual como la del “oficial de ceremonias” también debieron ramificarse hacia otros representantes, quienes tuvieran por encargo dirigir y vigilar la normatividad con la cual los miembros de una colectividad se conducirían en determinados espacios. Finalmente, el uso de las imágenes terminaría por trascender la dimensión ritual hacia la del *dispositivo político* (Agamben, 2011) siendo piedra angular de los aparatos ideológicos en los que se fundamenta el Estado.

Lo anterior muestra, a grandes rasgos, la incidencia que las formas de representación detentan en la vida política de las sociedades; por lo cual, Román Gubern insiste en señalar:

(...) aunque la valoración y el uso social de las imágenes hayan pasado, a lo largo de tantos siglos, de la función ritual y mágica primigenia hacia la función estética o informativa, nunca han perdido del todo sus componentes mágicos, exorcisadores o culturales que tuvieron en sus orígenes. (Gubern, 1992:63)

Reflexiones de tal naturaleza convergen con el pensamiento de Panofsky, quien tras haber realizado un análisis iconológico del Renacimiento apuntaba la dimensión pragmática de las imágenes. Por ésta razón, el carácter signico del diseño albergaría entonces la potencia pragmática para desplegar una crucial transformación a las estructuras sociales, de una manera similar a como el investigador alemán



había observado tempranamente en las artes visuales cuando apuntaba que:

El periodo intermedio había modificado la mentalidad de los seres humanos, al extremo de que les era imposible volver a ser paganos de nuevo, y había así mismo alterado sus gustos y tendencias creativas hasta el punto de que su arte no podía limitarse a renovar el de los griegos y los romanos. (Panofsky 1983:71)

Como puede deducirse, el significado del signo en el diseño, y su potencia política, permanecerían sustentados por la base del contrato social, donde se ponen en juego las perspectivas ideológicas y las capacidades de representación provenientes del contexto histórico de los actores inmersos en sus procesos de producción; permitiendo perpetuar o redefinir el horizonte estético por una vía de activación o cancelación de los signos¹³.

Por ello, no resulta extraño que una de las funciones desempeñadas por las instituciones de diseño sea proporcionar a los individuos una serie

13 En la parte final del libro *Hermenéutica de la imágenes: Iconos figuraciones y sueños*, Diego Lizarazo (2004) dedica un capítulo a la pragmática de la imagen donde explica las operaciones que atraviesan los procesos de construcción de sentido y constituyen lo que llama "contrato icónico" para hacer posible la lectura visual de una colectividad con figuras reconocibles.



MÁSCARAS
Fotografía en mercado
Coyoacán
MEX

VIVA LUCHA LIBRE
Cartel Promocional
USA / 2012

de elementos “orientativos” que permitan hacer de las normas de derecho algo llevadero, o bien, prender focos de atención sobre situaciones particulares. Donde el trabajo de los diseñadores sirve como dispositivos de legitimación que modelan la subjetividad del sujeto, o en otros casos, constituyen artefactos provocadores arrojados al mundo capaces de romper con el dogmatismo impuesto y salir de lo permisiblemente aceptado¹⁴.

Bajo esta lógica, los discursos del diseño funcionan entonces como réplicas de la discursividad política; pues en palabras de algunos autores: “el discurso político es el medio por el cual se realizan los intercambios en *imaginarios ideológicos*, se determinan valores de *signos ideológicos* (y se cambian esos valores o se imponen otros nuevos), es el medio por el cual pasa toda la semiótica de intercambio social” (Raiter, 1993:145).

Añadiendo la estimación de que el sistema económico capitalista y su carácter globalizador privilegian fenómenos de reproducción ideológica a través de lógicas mercantiles que afectan directamente a los individuos tras definir sus prácticas de consumo, los medios de comunicación y las industrias culturales son otros lugares donde están articulados elementos que terminan de masificar los ordenes discursivos imperantes, puesto que en ellos se generan ininterrumpidamente signos de comunicación con los cuales los sujetos sociales se relacionan interna y externamente.

Son entonces las citadas áreas de intercambio comunicativo, de producción simbólica y de producción material, los lugares que mantienen

14 Ésta provocación de la que hablo puede encontrarse previamente en la crítica hacia las instituciones artísticas como lo demuestra el trabajo de Marcel Duchamp (Ruen, 1887 – París, 1968), quien ejerció una fuerte influencia en el desarrollo del movimiento dadaísta y a la vez guarda una estrecha relación con la corriente de diseño conocida como *Speculative Design*.

una relación estrecha con el campo del diseño; ya que sin importar si las labores del diseñador están orientadas hacia tareas con un carácter político, social o mercantil, sus prácticas están enmarcadas por el principio de comunicar mediante imágenes que se inscriben en el terreno de lo cotidiano, es decir, en el espacio de la cultura. Por consecuencia, cuando el capitalismo y sus lógicas de producción propician la estandarización del horizonte cultural se demuestra que:

(...) el espacio de la cultura de “masas” se concibe como una “totalidad articulada”, como un sistema regido por las leyes del mercado que uniforman lo diverso, estandarizan y cohesionan lo intrínsecamente heterogéneo, y regulan la pluralidad de las expresiones culturales. Cada parte del sistema, cada eslabón de la cadena simbólica, cada mensaje remite a otros y todos, a su vez, a las reglas de poder (Piccini 1984:31)

La cita anterior, partiendo de una visión heredada por la *Escuela de Frankfurt* (1937 – 1981), indica la sospecha acerca de los niveles de regulación y las orientaciones estructurales en la producción de imágenes bajo el amparo ideológico. Naturalmente, si el diseño forma parte de un amplio conjunto de representaciones visuales, materiales y espaciales, los mensajes que sus productos promueven estarían dirigidos con fines políticos e ideológicos específicos al encontrarse sometidos a la conceptualización y creación por parte de profesionales que responden a las demandas que plantean los sistemas de producción hegemónicos para perpetuarse.

Desde una óptica similar a la teoría crítica alemana, hacia la segunda mitad del siglo XX, la corriente sociológica del estructuralismo francés se distinguió por su potencial interés en los análisis a las estructuras ideológicas de Estado determinando la consecuente reproducción del mismo en los aparatos institucionales. En los aparatos ideológicos

resulta esencial la distribución de poderes a través de la regulación y normalización en los modos de vida, las prácticas, y los alcances de los sujetos sociales (Althusser, 1998); hecho que establece las condiciones para asumir roles de dominación y subordinación a los agentes implicados, operando discursivamente con una clara distinción entre lo funcional y lo disfuncional para el sistema.

Al igual que en otros campos, éstas producciones y reproducciones del discurso estarían presentes en el campo del diseño puesto que de cada una de las actividades que engloban sus prácticas y procesos emanan condiciones ideológicas, aún sin ser siempre conscientes o perceptibles. Como apuntaba el sociólogo Pierre Bourdieu (Denguin, 1930 – Paris, 2002) en *Sobre el poder simbólico*¹⁵, al interior de los campos de estructuración social se producen intercambios no sólo de tipo material y económico sino también precisamente simbólicos, donde las normas políticamente explícitas atraviesan terrenos en apariencia lejanos como sucede en el caso de la estética y la cultura, pero que son importantes puntos de confrontación donde se definen las posiciones sociales.

Siendo así, el horizonte creativo, las metodologías de trabajo en el diseño y los resultados finales obtenidos de las labores del diseñador formarían parte de un sistema de poder simbólico, por lo que sus acciones no serían proyectos aislados del espacio social ni mucho menos producto de respuestas aleatorias o espontáneas a situaciones abstractas, sino que ellas estarían siguiendo la lógica previamente determinada por una serie estructuras que condicionan los problemas y necesidades de los sujetos bajo un mecanismo invisibilizado. En tal contexto:

15 Véase Bourdieu, P. (2000) "Sobre el poder simbólico" en *Intelectuales, política y poder*.

Las instancias racionalizadoras del sistema son típicamente la familia, la escuela, la iglesia, el ejército; es decir, las instituciones de Estado. Pero hay otra institución que opera de manera más silenciosa pero no menos eficaz: es la que ordena los espacios, la que les da sentido; es la institución del diseño arquitectónico o del diseño en general. (González Ochoa, 2007:16)

En relación con esta cita, el sociólogo Henri Lefebvre (Landas, 1901 – Navarrenx, 1991) había advertido dicho funcionamiento instrumental invisible como una característica propia de los modelos de producción capitalista, siendo una acción que representa la puesta en marcha de una planeada economía política al inventar la manera de perpetuarse dejando de producir “en el espacio” para centrarse en la producción misma “del espacio”; asegurando las lógicas de consumo mediante formas de reproducción ideológica sutiles e implícitas en la vida cotidiana.

Sin embargo, como se indicó antes, para poder crear estos nuevos alcances el sistema de producción debe obtener el dominio del espacio no sólo a nivel geográfico y material sino también en el terreno de lo simbólico, creando incluso nuevos sectores en el espectro de capitalización que previamente se mantenían fuera de su alcance al obedecer un orden natural de las cosas. Prueba de esto resulta la creación de la nombrada industria del ocio, donde el sujeto realiza un intercambio económico por el derecho a su distanciamiento temporal de la jornada de trabajo. De esa manera, el sujeto que compra su propio tiempo permanece encadenado al sistema de producción ya no como fuerza de trabajo sino como materia de ello (Lefebvre, 1974).

En el caso de los diseñadores, la pugna constante de aquella dimensión política implícita quedaría ejemplificada, entre otras cosas, desde la forma inicial de concebir el mundo y a los

destinatarios de su trabajo; teniendo por un lado la figura del usuario o cliente pasivo, y por otro, la del receptor con capacidades activas de interacción y transformación. En éstas visiones, el grado de agenciamiento de los sujetos para participar en la resolución de los problemas de diseño quedaría fijado según la perspectiva ideológica con la cual se abordan los procesos de trabajo pudiendo estos ser abiertos o cerrados.

De tal manera, es posible distinguir que los productos de diseño están invariablemente atravesados por las motivaciones y objetivos que persigue la complejidad de un proyecto político global que vincula diferentes territorios del mundo contemporáneo; donde las relaciones de dominación no se reducen más a la planificación de aspectos dentro de un espacio geopolítico determinado sino a la estandarización del mercado de consumo y la economía de la cultura.

Para lograr alcanzar su punto máximo de rentabilidad, el proyecto despliega un fuerte tráfico de imágenes y una aplastante producción de artefactos, incidiendo directamente en la construcción de identidades sociales y la toma de posición política del sujeto respecto al escenario colectivo en el cual se desenvuelve¹⁶. Transitando del espacio público a un ámbito privado, el diseño muestra que posee un metalenguaje en el cuál se encuentra una representación *microfísica del poder* (Foucault, 1980) en la vida cotidiana, por el hecho de reproducir relaciones de clase y enunciar discursos dominantes o discursos críticos a los cuales el sujeto se apropia o se somete.

16 Erwin Panofsky señalaba en *El significado en las artes visuales* (1955) que durante la etapa transitoria entre la época Clásica y el Renacimiento las representaciones visuales cumplieron una función crucial al modificar las estructuras de pensamiento colectivo, al grado de transformar la percepción que los hombres tenían sobre sus deidades lo cual se vio reflejado profundamente en sus comportamientos y formas de organización social.

En concordancia con dicho argumento, es importante retomar la idea propuesta por Martín Juez (2002) sobre el funcionamiento de los artefactos de diseño como *prótesis* del ser humano, dado que apeándose a una definición conceptual estricta una prótesis sirve como sustituto de una pieza o componente en un organismo, pero también puede ser la extensión del cuerpo que reproduce las funciones de un órgano ausente; afirmación que desde luego guarda similitud operacional con la función del signo.

Es conveniente señalar que este tipo de extensiones no aluden particularmente a la materia física de los artefactos de diseño sino que se localizan en el sentido formativo de las representaciones del sujeto, con lo que se despliega su dimensión textual y discursiva remitiendo a un entramado de historias, motivaciones y deseos que configuran los condicionamientos subjetivos de los individuos. Como el autor del concepto señala:

Los objetos son la mejor referencia para orientarnos; para identificar entre quienes estamos, qué papel entre los roles conocidos debemos representar o que insólito y hostil es el ambiente. (...) Detrás de la apariencia casual y utilitaria del diseño se mimetizan, adaptan y estructuran la fruición, la duda o el descontento; y con ellos, toda la complejidad de los vínculos que establecemos con la otredad. (Martín Juez, 2002:27)

Consecuentemente, puede admitirse que la dimensión signica del diseño estaría sostenida sobre tres niveles: un nivel semántico, en tanto estructura de lenguaje que forma parte de un sistema referencial con cualidades formales; uno sintáctico, porque como dispositivo y medio de comunicación contiene mensajes estructurados con un contenido explícito pero también oculta textos implícitos; y, por último, uno pragmático, porque funciona como

práctica estructurante o disidente que reproduce las motivaciones ideológicas del sujeto.

Por tales motivos, el campo del diseño resulta un escenario de vital importancia en la construcción social del mundo contemporáneo y en su transformación al confrontar constantemente perspectivas ideológicas entre sus actores, heredando una gran tradición de conformación estética que determina el destino de la humanidad, y donde converge el sentido de lo político y la historia.

1.3 Entornos enunciativos del diseño y multiplicidad discursiva

Al hablar de la construcción discursiva en el diseño, parecería apelarse a la búsqueda de un modelo univoco donde la dimensión de los signos queda instalada en una condición semiótica de naturaleza saussuriana. Esto como se vio en el primer apartado de la investigación, metodológicamente representa una propuesta inviable *de facto* puesto que el campo del diseño se encuentra articulado por prácticas dinámicas y contextuales; donde el trabajo del diseñador habría de considerarse no solución, sino una intervención¹⁷ del entorno o en otros términos una actividad que rediseña¹⁸ el mundo preexistente.

17 Autores como Alain Findelli (1994) en el artículo "Ethics, Aesthetics, and Design" publicado en la revista Design Issues, argumentan que la actividad del diseñador es siempre una actividad de intervención y no una actividad resolutoria sobre sistemas dinámicos; en tanto que cualquier solución desencadena la modificación del entorno y en consecuencia aporta nuevos problemas a resolver.

18 El concepto hace referencia a la disertación del filósofo Bruno Latour (2008) "A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design (with Special Attention to Peter Sloterdijk)" sobre el concepto de diseño y sus ámbitos de acción práctica, en el contexto de la reunión anual de la Design History Society.

Por otra parte, resultaría difícil señalar un discurso único en el diseño puesto que existe una multiplicidad de factores y necesidades dados por los escenarios históricos, sociales, económicos y políticos, que engloban la actuación agentes externos e internos y exigen recursos heterogéneos para ser solventados; por lo tanto, la especificidad de los signos, la textualidad de sus contenidos y su vigencia pragmática estarían sujetos a la transformación de significados a consecuencia de la maleación temporal (Vilchis, 2010).

Autores como Vilchis (2010), por su parte, mencionan que existen otros factores variables que definen la tipología de los discursos del diseño y que están determinados por la intencionalidad del producto y su campo semántico. Sin embargo, y en busca de tener una mayor claridad, las categorías que la autora detalla para caracterizar los discursos del diseño¹⁹ deberían de considerarse como “ambientes perceptuales”, puesto que ellos configuran las esferas de enunciación donde los diferentes discursos y sus respectivas perspectivas ideológicas se cruzan adquiriendo mayor o menor potencia en correlación precisamente a su entorno semiótico.

Así, al efectuar una aproximación a la construcción discursiva del diseño se requiere distinguir cuales son aquellos entornos en los que esencialmente se insertan y promueven los múltiples discursos de sus diferentes prácticas estableciendo obligatoriamente las particularidades formales que operan en cada uno de ellos, ya que dependiendo de su naturaleza sugieren y orientan la lectura en el usuario

19 La autora parte desde una reflexión explícitamente orientada a los discursos del diseño gráfico por lo cual sus fundamentos disciplinares son totalmente válidos. Sin embargo, al intentar traslapar hacia una perspectiva integral del diseño las categorías propuestas (que por demás resultan útiles para explicar los grados de impacto que los discursos poseen según su campo semántico) era necesario hacer una puntualización acorde a una perspectiva desde el diseño contemporáneo.

o receptor quien presentará una disposición previa hacia la comprensión, y, en consecuencia, activará la potencia pragmática de los textos codificados a través de los productos de diseño.

Siendo así, Vilchis argumenta que en términos generales son cuatro tipos de “entornos”²⁰ los que predominantemente enmarcan la producción del diseño, siendo ellos: el *entorno educativo o cultural*, el *entorno publicitario*, el *entorno propagandístico* y el *entorno híbrido*; mismos que son definidos como se dijo antes en concordancia a la intencionalidad y el sector social específico sobre el que los artefactos diseñados buscan alcanzar impacto. Aunque tales categorías hayan sido proyectadas partiendo de un enfoque particular como el diseño gráfico, éstas son aplicables además para englobar aspectos materiales y espaciales, ya que conjuntamente a la visualidad estos aspectos conforman el terreno de las representaciones y por tanto las esferas de acción discursiva del diseño contemporáneo.

Aún con lo anterior, debe aclararse que tales agrupaciones en un nivel generalizado no se encuentran delimitadas como clasificaciones inamovibles y ortodoxas, pero sirven como punto de referencia para comprender los diferentes grados de agenciamiento que tienen los discursos que atraviesan su concepción, práctica y crítica del diseño al mismo tiempo que ayudan a elaborar una argumentación acerca sus aspectos estructurales y su incidente conexión social. Con ello, se perfilan en cada uno de los entornos ciertas dicotomías ideológicas que se extienden más allá de los usos y funciones o el ámbito de su destino final, siendo relevantes al interés público o a lo privado.

Podría decirse, además, que si las prácticas de producción del diseño abarcan prácticamente

20 Entrecorillo para recalcar que he sustituido el término *discursos* por *entornos*

la totalidad de la vida cotidiana, cada tipo de discurso posee una complejidad de implicaciones correlacionadas con otros aspectos en apariencia lejanos de su propio alcance como son la dimensión política y el rol de transformación social, por lo que dichas cualidades pragmáticas escapan del carácter superfluo o embellecedor distintivo del entorno publicitario con el cual frecuentemente suele acotarse el radio de acción de los diseñadores.

Además, el argumento acerca de la disposición previa determinada el entorno estaría ejemplificando el interesante cruce en el diseño entre la semiótica tradicional de Saussure y la semiología en Peirce, cuya importancia se reafirma en las observaciones de investigadores descendientes de la corriente neopragmática americana como Alejandro Tapia, quien identifica que:

(...) heterogeneidad y diversidad se hacen más evidentes cuando observamos que el panorama del diseño atañe a entidades públicas y privadas, que se estructuran con funciones, materiales e intenciones disímiles, que sirve tanto a las empresas como al Estado o a los organismos independientes y que se encuentra por definición en constante cambio (Tapia, 2004:17)

Por otro lado, puede notarse que el problema de origen en la definición conceptual del diseño afecta directamente a su epistemología, lo cual al pensar en términos de una aproximación a su construcción discursiva ocasionó que con frecuencia se pusiera énfasis en el análisis únicamente de alguno de sus elementos, lo cual corresponde a una concepción clásica del diseño, aislando la articulación formal y conceptual del resto

de las lógicas de valoración que lo determinan (valor de uso, valor de cambio, valor simbólico, valor de signo). Con lo anterior, también se pasa por alto que el diseño es multiforme y desde una perspectiva contemporánea éste puede ser “considerado recurso, mercancía, símbolo y signo” (Vilchis, 2010:19).

Así, al establecer las particularidades que distinguen las intenciones perseguidas por cada uno de los productos resultantes de la actividad del diseño y su funcionalidad cuantificable sobre el sector donde ellos se inscriben, se estaría apelando principalmente a los valores de cambio y de uso del diseño, porque de alguna manera es innegable que en sus procesos comunicativos recurren a estrategias y articulaciones *sígnicas* definidas cuando se intenta transmitir un mensaje de manera contundente.

No obstante, la interpretación y la apropiación de los contenidos por parte del receptor o usuario estarían sometidas a las instituciones, las relaciones sociales y los contextos históricos que tienen la capacidad de sobreponerse discursivamente,

*EL RINCÓN
GRÁFICO
Tarjeta de
presentación;
René Velasco
MEX / 2013*



desarticulando y modificando el sentido final de los artefactos que en muchas ocasiones se alejan de los idealizados por los diseñadores en sus escenarios de origen.

En este sentido, el entorno o esfera de acción discursiva que ha pretendido la mayor homogenización en cuanto a su rango de interpretaciones podría decirse es el educativo o cultural, puesto que su campo semántico comprende ampliamente el sector de las conductas sociales las cuales operan bajo reglas de entendimiento común en donde los sujetos interaccionan bajo una lógica de lectura directa hacia un primer nivel, que idealmente requiere dejar poco espacio a la ambigüedad de los textos codificados en los productos de diseño.

Si, como señala Vilchis (2010), el entorno educativo pretende ejercer primordialmente una función comunicativa para los integrantes de una colectividad a través de la *retórica de la información* y la *retórica de la formación*, estas dos dimensiones podrían ejemplificarse utilizando el caso del diseño del semáforo vial; donde los sujetos reciben en un texto superior la información dada por un código de colores que indican la clara diferenciación entre el momento de avanzar o detenerse para evitar un percance de tránsito, pero también oculta en un nivel más profundo relaciones de normatividad social.

Ante tal explicación, al observar las indicaciones designadas por el semáforo puede asimilarse que no se actúa simplemente por el natural ímpetu de mantenerse a salvo ni tampoco en correspondencia a las propiedades lumínicas del color, sino por lo que el artefacto mismo representa; sabiendo que cualquier infracción podría traer consecuencias el semáforo sería pues un artefacto de micro representación del sistema cívico normativo.

No obstante, al recordar la advertencia sobre el distanciamiento de las intencionalidades iniciales en los artefactos de diseño a causa de

la descontextualización, encontraríamos que la universalidad del significado que podría resultar casi obvia para el mundo occidental en el ejemplo del semáforo, pierde sentido al considerar los territorios donde no hay precedentes de estos signos diseñísticos. No puede existir una imagen sobre aquello que no ha sido concebido como pensamiento ya que “Solamente alguien que conozca la cultura sabe con exactitud y en su totalidad lo que ocurre en el contexto cultural, lo que no necesariamente es visto por los perceptores ajenos al proceso de lectura de una imagen”(Sandoval 2010;124).

Incluso cuando se piensa en las connotaciones sangrientas que posee el color rojo dentro de muchas culturas, mientras por otro lado el verde ha sido frecuentemente asociado con la naturaleza y la vida por su origen relacionado a la voz latina *víridis* (Ferrer, 2007), no resultarían cualidades suficientes para intuir por qué al observar el rojo es necesario detenerse si dicho color también contiene una connotación asociada a la exaltación, así como seguir la marcha corresponde el turno al verde si es el color predominante en las primeras fases de descomposición.

Continuando con los ambientes perceptuales del diseño estaría el entorno publicitario, el cual responde fundamentalmente a las necesidades de producción basadas en las exigencias impuestas por la aceleración de consumo y el flujo de las economías tanto en los escenarios mercantiles globales, nacionales y locales. Sin embargo, los discursos que en dicho entorno predominan suelen maquillarse bajo el argumento de ser requerimientos “básicos” y “necesarios” para el sujeto, que terminan de traducirse en la expansión, dominio y sofisticación de los mercados económicos. Esto crea a la vez un pensamiento dogmático que se apoya en la incumplida promesa de bienestar en las sociedades capitalistas, mismas que han generado

graves desigualdades sociales que caracteriza la actualidad. (Sampedro en Sánchez – Mellado, 2011).

La sentencia anterior sugiere que sobre la base del imaginario colectivo, los discursos en el entorno publicitario sostienen la afirmación de que los productos de diseño tienen por función utilitaria resolver necesidades elementales para el ser humano, al proporcionar herramientas y soluciones que aseguran la satisfactoria y confortable realización de las tareas cotidianas. Sin embargo, la premisa de la vida cómoda y una mayor accesibilidad hacia la vida “civilizada” está ligada históricamente al discurso de la tecnología y su ánimo heredado de las primeras revoluciones industriales, más no al propio uso y significación que el diseño ha adquirido como fetiche y signo de distinción social.

Como ilustró desde su lanzamiento en el año 1968 el filme autoría de Stanley Kubrick *2001: Odissea del espacio*, el cineasta denuncia que la invención humana ha sido también el origen de la perversión y afectación de los órdenes naturales. Por lo tanto, las necesidades tecnológicas no siempre provienen de una demanda existente de manera orgánica sino de los cambiantes proyectos de transformación.

La necesidad, y deseo por las cosas, nace de habilidades – de orden cognoscitivo- y las destrezas – de orden psicomotor-desarrolladas por un individuo en una comunidad (a través de un sistema de creencias e instituciones). Éstas son capacidades de orden biológico y cultural que, por supuesto, cambian y evolucionan utilizando los objetos y prefigurándolos. (Martín Juez 2002:46)

Por otro lado, al ser el entorno publicitario del diseño el ambiente con la mayor integración laboral para los sectores profesionales y el de mayor alcance en la difusión formativa, significa una inserción directa en los procesos de intercambio económico y que al operar conjuntamente con el entorno educativo

definen la división del trabajo. Así, éste entorno sería quizá instancia más importante de regulación en las prácticas de producción del diseño al abarcar de forma determinante procesos como su concepción, su enseñanza, su manufactura, su distribución y su valoración.

Cuando se establece el binomio cultura – mercado , resulta lógico pensar que la importancia del diseño en las sociedades contemporáneas depende en buena medida de la infraestructura material que ellas poseen, pero también de la percepción que los individuos tienen sobre el espacio que habitan. Apelando a la amplia disimilitud en las condiciones básicas de supervivencia social que existen actualmente en el mundo, la percepción de la “realidad” aparece siempre signada por los valores y prioridades que cada grupo colectivo tiene de su cultura²¹.

Complementando éste argumento, podría decirse también que es inimaginable que las necesidades de las sociedades avanzadas o de primer mundo y las llamadas sociedades subdesarrolladas o tercermundistas se encuentren dispuestas en un mismo orden, debido a las diferencias derivadas que la acumulación de capital supone y por consecuencia el poder adquisitivo que detentan sus integrantes. Poder que, como se ha apuntado antes, está proporcionalmente relacionado con el desarrollo de la cultura del diseño (Julier, 2005).

21 Ocupo la noción de cultura expuesta en *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* en Néstor García Canclini (1990) para evitar confusiones respecto al término, dado que desde su punto de vista la cultura no se reduce a expresiones relacionadas con las Bellas Artes o la alta cultura, sino que pasa por todo el conjunto de expresiones producto de la actividad humana que tienen por finalidad transmitir algún tipo de conocimiento y experiencia social. Por otra parte, la intención de recurrir a dicho autor reside en precisamente enfatizar la heterogeneidad temporal y geográfica del proyecto modernizador así como el hibridaje cultural característico de las sociedades contemporáneas.

Es así que la organización del espacio colectivo en relación con la acumulación de capital y la fuerza de trabajo imposibilita hablar de una tipología ideal de diseño en cualquier esfera de acción discursiva, aún pensando en términos de uso y funcionalidad; ya que lo útil y necesario para una sociedad específica con frecuencia podría parecer banal o carecer de sentido para otras con una visión de diferente orden en sus prioridades sociales, sea por causa de su inviabilidad de producción o por la problemática asimilación comunicativa²².

Por lo tanto, la imposición de una perspectiva dominante como modelo único o absoluto en las formas de concebir el diseño generaría una contradicción, porque precisamente aquella asimilación comunicativa que se menciona, es uno de los aspectos imprescindibles en los entornos educativos y publicitarios del diseño, donde sus configuraciones enfrentan la misión de establecer una conexión entre la marca o cliente y el receptor o usuario; operando con estrategias de *persuasión*, *argumentación* o *manipulación*²³.

Pero si en uno de los ambientes perceptuales dichas estrategias son más evidentes que en ninguno es en los terrenos del entorno propagandístico del diseño, donde se encuentra que se trata de un entorno que posee aún una más amplia complejidad que los anteriores, ya que si bien el tratamiento que reciben sus productos está basado en operaciones del signo similares a las presentes en los entornos educativos y publicitarios utilizando evocaciones colectivas

22 La hibridación cultural demuestra que ocurre una dislocación entre la producción masiva de imágenes y objetos respecto a las condiciones socioeconómicas de algunos grupos que no han cumplido las premisas del paradigma de la modernidad, situación que infliere directamente sobre sus procesos de recepción.

23 Para profundizar en las categorías y sus definiciones véase Nettel, A. y Roque, G. (2012) "Persuasive Argumentation Versus Manipulation" en *Argumentation* 26:55-6.

comunes, su sentido pragmático es abiertamente político.

Esto representa una distribución de textualidades ampliamente distinta donde la importancia del discurso no reside exclusivamente en la efectividad de comunicar su primer nivel textual de forma directa, sino en la superposición de capas textuales que configuren el sentido último y definitivo del discurso. Tal naturaleza del ambiente perceptual obliga a una marcada polarización entre el posicionamiento discursivo de los agentes sociales y las particularidades de su carácter ideológico, creando narrativas materiales, visuales y espaciales que refuerzan o contradicen sus afirmaciones.

El entorno propagandístico del diseño entonces queda dividido principalmente por una dualidad que por un lado representa el discurso propagandístico oficial; mientras por el otro aparece un discurso propagandístico disidente. En ambos casos, la cercanía entre estética y política originada desde las prácticas del diseño se convierten en representaciones con una fuerte carga simbólica y una potencia práctica directa, que puede o no ser activada. Para dejar en claro las diferencias entre las mencionadas perspectivas puede decirse que:

La voz *oficial* pertenece a la hegemonía: gobiernos, líderes e instituciones que operan los sistemas de control (políticos, económicos o sociales) y definen los valores sociales y sus prioridades. La voz *no oficial* pertenece a aquellos que cuestionan, critican e incluso rechazan esos sistemas y estructuras, así como las motivaciones de la gente detrás de ellos. (McQuinston, 2006:28)²⁴

Siguiendo la cita anterior, es posible ver que el entorno del diseño propagandístico sirve como un campo de confrontación abierta entre los actores inmersos y las posiciones que ocupan respecto del poder hegemónico. Es este escenario los artefactos de diseño operan como signos no lingüísticos pero

igual pueden llegar a ser incluso más potentes por su carácter polisémico. Como consecuencia, la codificación de textualidades a través de artefactos inofensivos, invisibles y cotidianos permite que los alcances de los discursos y su significación abarquen un espectro más amplio que el de los sistemas rígidos.

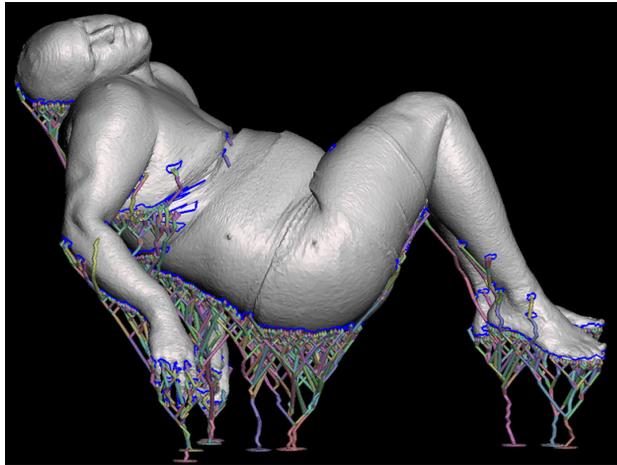
Esto sucede esencialmente porque la imagen tiene una fijación temporal mayor que la palabra además de superar las barreras que una lengua impone, pero también porque en el juego de interpretación polisémica pueden llegar a encubrirse textos que debido a su orientación ideológica aseguran la estabilidad de un proyecto político o se vuelven revelaciones contra hegemónicas, mismas que enfrentarían el riesgo de ser censuradas mediante limitaciones en su distribución o reprimidas por parte de los sectores dominantes al comprometer su legitimidad. Por ello, muchas veces las manifestaciones de este orden suelen convertirse en el germen de estados transitorios hacia la transformación política de la realidad.

Finalmente, en cuanto lo que a los entornos híbridos del diseño respecta, no queda mucho por decir más que estos están configurando ambientes cada vez con mayor extensión en la semiósfera contemporánea y sus narrativas hipertextuales. Se sobreentiende también que los múltiples discursos del diseño, sin importar la naturaleza de su entorno, intentan generar códigos que contengan una carga significativa entendible para los receptores o usuarios a quienes se dirigen pero también enuncien textos más complejos y con una versatilidad acorde a

24 Cita original en inglés: The "graphic voice" that emanates from those struggles has two forms: the official voice, and the unofficial voice. The official voice belongs to "the establishment": governments, leaders and institutions that operate systems of control (political, economic or social) and define societal values and priorities. The unofficial voice belongs to those who question, criticize or even reject those systems and structures as well as the motives of the people behind him. La traducción es mía.

las interacciones tecnológicas y las tendencias transhumanistas²⁵.

Ante estas razones, sería necesario no olvidar tampoco que los condicionamientos estructurales determinan los deseos y necesidades tanto sociales como individuales de los sujetos y son ellos los que modifican las interacciones al interior de los entornos del diseño. Hoy más que nunca, queda claro que los profesionales del diseño han comenzado a migrar hacia otras áreas de reciente emergencia debido a que por el uso de nuevas tecnologías se han suprimido procesos manuales al automatizarlos, esto sin embargo no debería ser visto como la pérdida de áreas de oportunidad profesional sino como una puerta de entrada hacia el campo de la investigación y sus múltiples posibilidades de enunciación discursiva.



*POSSIBLE
BODDIES
Proyecto
Multimedia;
Jara Rocha y
Femke Snelting
BEL - ESP / 2017*

25 Como ejemplos pueden consultarse los proyectos: "Pure Human" de Tina Gorjanc; "False Positives" de Esther Hovers; y "Possible Boddies" de Jara Rocha y Femke Snelting.

The documentary was carried out in collaboration and with contributions from:

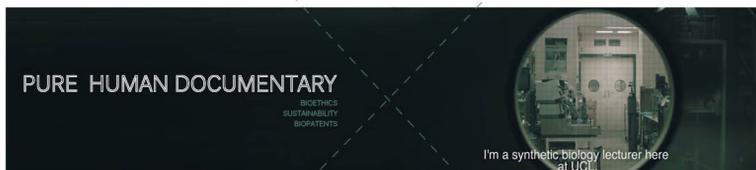
Producer: Agata Dziurgot

Editors: Pedro Brum

Lail Pages

Director of photography: Przemyslaw Jelosz

Creative advisor: Jacob Kiziel



Starring: Dr Darren N. Nesbeth

Department of Biochemical Engineering,
University College London

Prof. Orion Catts
Symbiotica,
University of Western Australia

Art: the Ester
Sang Bleu London



1.4 Normalización e institucionalización del diseño

*PURE HUMAN
Documental;
Varios Autores
ENG / 2017*

Cuando se habla de instituciones debe aclararse que no necesariamente se está haciendo referencia a un conjunto de aparatos de censura explícita o entidades directamente al servicio del Estado, más bien se está apelando a señalar los aparatos de reproducción ideológica donde se normalizan las interacciones y actividades de producción social; mismas que en el contexto contemporáneo están fuertemente influidas por la corriente neoliberal que asigna las exigencias de los mercados económicos globales, razón ante la

que la figura del Estado nación como administrador central del poder ha sido desplazada a un segundo término.

En este sentido, se debería hablar de que las instituciones del diseño representan entidades similares a las instituciones presentes en el arte, aquellas que se encargan de regular lo que, uno de los filósofos más influyentes en la historia del arte en el siglo XX, Walter Benjamin (Berlín, 1892 – Portbou, 1940) definió bajo como *tendencias*. Sin embargo, él mismo aclararía que este concepto envuelven una dicotomía que encarna la lucha dialéctica en la elección de forma y contenido para dotar de significación una obra al interior del campo de producción, que en el caso del diseño sería la forma y contenido de los artefactos.

En primera instancia Benjamin (1975) señala que, en el caso de las artes mecánicas, aparece una *tendencia política correcta* avalada por las instituciones legítimas mediante el uso de la crítica especializada y la educación que subordina las técnicas de representación bajo estatutos que aseguren la continuidad en las posiciones de poder, es decir su dogmatismo. En contraparte a ésta primer tendencia, existe también una *tendencia técnica progresista* enfocada en hacer partícipe al receptor como agente de transformación, promoviendo un ejercicio donde el *ethos* entra en juego y abre la posibilidad de enunciación crítica que se codifica bajo formas y condiciones materiales propias del sistema.

Desde luego, cuando Benjamin anticipaba que por medio del análisis de las formas y contenidos podía hablarse del estilo de producción artística característico de una época, lo hacía partiendo de una visión marxista que revelaba la implícita condición política presente en el campo del arte donde quedaba reflejada la lucha de clases. Esta perspectiva más tarde sería recuperada en la obra del



sociólogo francés Jaques Ranciere, quien explica el cruce entre estos discursos de la siguiente manera:

FALSE POSITIVES
Serie Fotográfica;
Esther Hovers
HOL / 2017

La política y el arte, como los saberes, construyen “ficciones”, es decir, reordenamientos materiales de signos e imágenes, de las relaciones entre lo que se ve y lo que se dice, entre lo que se hace y lo que se puede hacer. (...) Trazan planos de lo visible, relaciones entre modos del ser, modos del hacer y modos del decir. Definen variaciones de las intensidades sensibles, de las percepciones y capacidades de los cuerpos. (Ranciere, 2000:13)

Así, las ficciones dominantes que se derivan de los discursos enunciados al interior de los campos disciplinares son lo que sostiene grados de agenciamiento político entre sus actores y determinan los cursos de producción, tanto de forma interna como externa. Esto supone que las narrativas no quedan aisladas por la propia demarcación de su naturaleza enunciativa sino que, en todo

momento, crean formas complejas de organización social y división del trabajo que se reflejan en la superestructura.

Tal observación resulta fundamental para comprender la importancia que guardan como dispositivos políticos las instituciones encargadas de normalizar procesos de validación de las prácticas, de la división del trabajo y de significación social en cada uno de los campos disciplinares; en tanto que éstas entidades poseen un carácter regulatorio autónomo, pero implícitamente mantienen regimientos bajo criterios que reproducen el entramado de relaciones sociales directamente referenciales al bloque histórico y su formación ideológica.

Entonces, el grado de agenciamiento político está definido en función de la legitimidad que otorgan las instituciones a los discursos sobre los cuales su poder hegemónico actúa haciendo una división de lo sensible. Por lo tanto:

La división de lo sensible muestra quien puede tomar parte en lo común en función de lo que hace, del tiempo y del espacio en los que se ejerce dicha actividad. Así pues tener tal o cual “ocupación” define las competencias o incompetencias con respecto a lo común. (...) La política se refiere a lo que se ve y a lo que se puede decir, a quien tiene competencia para ver y calidad para decir, a las propiedades de los espacios y los posibles del tiempo. (Ranciere, 2000:2)

Como se recordará mediante ésta cita, la operación discursiva institucional desplegada como dispositivo político aparece desde los tiempos de *La República* de Platón, en donde los poetas fueron expulsados con el objetivo de evitar el riesgo de que los “buenos ciudadanos” se reconocieran a través de sus cantos; pues dicho reconocimiento a través de la práctica artística significaba una perversión para el pensamiento humano, dando lugar a una activación política que terminaría por destruir el orden establecido.

En el emblemático caso de la administración política en la antigua ciudad griega, la única diferencia identificable con las instituciones modernas reside en que la institución regulatoria aparece bajo una forma fundada sobre el derecho legítimo de justicia, administrado por las clases democráticas dirigentes, y no en una institución disciplinar específica aunque invariablemente el carácter hegemónico yace presente.

En relación a éste hecho, los discursos institucionales deben considerarse como uno de los factores clave para legitimación y normalización de la práctica profesional de una disciplina, ya que por medio de ellos se regulan en gran medida las orientaciones de sus procesos de producción al establecer y reforzar modelos éticos, estéticos e ideológicos; que en el caso específico del diseño definen las bases conceptuales para el ejercicio creativo, las directrices de consumo para los usuarios, así como el nivel de valoración que ocupan los artefactos de diseño proyectados sobre el espacio social.

Igual que en el campo artístico, a este tipo de discursos efectivamente pertenecen términos como “tendencia” y “estilo”, pues para que un modelo de producción o manifestaciones con ciertas cualidades formales y pragmáticas lleguen a ser predominantes, y en consecuencia puedan ser reconocidas bajo estas nomenclaturas, tuvieron que haber pasado antes por un proceso de validación y unificación a cargo de un cuerpo especializado que se encarga de establecer los criterios de encumbramiento discursivo en concordancia al seguimiento dogmático, con lo cual se asegura la narrativa de sus ficciones previamente creadas.

Esto significa que el cuerpo institucional se encarga de poner las reglas del juego para los agentes implicados, basándose en un sistema normativo y en las gratificaciones que éste otorga por su obediencia.

Como asegura el investigador César González Ochoa en relación al diseño y la concepción del espacio social:

(...) las instituciones aparecen como amplios modos de organización que aseguran la integración de los individuos de una colectividad en un sistema. Cada una de las instituciones cubre un sector específico de las actividades, el cual organiza de un modo particular; su eficacia consiste en imponer a los individuos un sistema de normas y de valores que son los de la colectividad que se trate (...) El momento fundador de toda institución es cuando aparece una legitimidad, cuando las actividades que se realizan son autónomas y distintivas. (González Ochoa, 2007: 37)

Para remarcar la especificidad de las instituciones de la que habla González Ochoa, valdría la pena hacer la observación de que si bien los discursos expresamente políticos cumplen con la función de proporcionar un marco permisivo a cada uno de los discursos institucionales, las operaciones de estos no pueden resumirse a un accionar fundado en el derecho normativo (como muestra el citado ejemplo de *La República* y los poetas), sino que el alcance de la discursividad institucional estaría adquiriendo validez únicamente a través de la autonomía de su propio campo porque de otra forma no habría “poder” que administrar en sus dominios.

Por otro lado, puesto que para legitimar un dogma es necesaria la creación de un modelo base que establezca los fundamentos de un estilo de reproducción, las instituciones académicas suelen funcionar como dispositivos que normalizan los discursos dominantes. Por ello, los cuerpos institucionales mejor posicionados en el campo serán en gran medida los que mejor se adapten a las exigencias al discurso de los actores con una posición hegemónica y en adherencia al proyecto político que persiguen, mientras que las instituciones y discursos

disidentes o contra hegemónicos quedan relegados a un segundo plano. Esto demuestra que la validez en la práctica de las disciplinas se apega a criterios de calidad que más bien se revelan como ideológicos.

Un ejemplo para explicar lo anterior es la misma historia del arte, cuando algún movimiento emerge y se expande hasta el último rincón debido a que la institución con mayor jerarquía establece los estándares de lo aceptable para el mundo del arte. Todos aquellos que respeten las reglas del juego tendrán la posibilidad de acceder a posiciones legítimas, donde se preservan las relaciones de poder que son lo que otorga validez a una obra. Es así que en los procesos dialécticos: “El régimen de las artes es en primer lugar un régimen nuevo de la relación con lo antiguo” (Ranciere, 2000:7)

Podría alegarse lo ocurrido en el caso de las vanguardias, que discursivamente se enunciaban como movimientos de irrupción en el campo y el intento por romper la tradición academicista. Sin embargo, la transición de poderes sólo es posible con la transformación del bloque histórico, mas no en el terreno de los campos como estructuras aisladas. Por tanto, en las vanguardias no existió una transformación significativa en el discurso de la institución artística sino una continuidad evolutiva y cuando mucho un nuevo paradigma en las formas de representación.

Bourdieu (2005) señala que la trampa discursiva de todas las vanguardias fue precisamente la negación y el ataque hacia todo lo producido en el pasado acusándole de su pérdida de vigencia. Sin embargo, para hacer esto posible era necesario reconocer que el arte antiguo y el arte clásico precisamente guardaban cualidades inalterables y que seguirían ocupando su lugar en la historia del arte frente al ímpetu de renovación y experimentación estética.

Con lo anterior, el sociólogo francés básicamente había advertido que durante el cambio de paradigmas no hay necesariamente una cancelación del discurso institucional sino sólo una variación del mismo, que ocurre al actualizar signos pero conservar ciertas textualidades. Por lo tanto una forma nueva de enunciación es también parcialmente acumulativa y dota con mayor fuerza el discurso de la institución, pues en palabras de dicho autor “la herejía literaria o artística se hace contra la ortodoxia, pero también con ella, en nombre de lo que ha sido” (Bourdieu, 2005:380).

De allí que en términos generales, la superposición discursiva y actualización paradigmática que ha planteado sugiera una conexión ligada estrechamente con el carácter de lo contemporáneo definido por Agamben (2009), y en el mismo sentido que los artistas e intelectuales aparecen como productores políticos en las aportaciones de Benjamin y Ranciere respectivamente, Bordieu se da a la tarea de señalar a los productores culturales como agentes clave para la transformación social diciendo:

(...) los productores culturales pueden utilizar el poder que les confiere, sobre todo en época de crisis, su capacidad de producir una representación sistemática y crítica del mundo social para movilizar la fuerza virtual de los dominados y contribuir a subvertir en orden establecido en el campo del poder. (Bourdieu, 2005:375)

Pudiera ser entonces que al hablar retomando la idea de Ramon Rispoli (2015) acerca del *diseñador como productor* cultural contemporáneo, se subraye la creciente emergencia en este campo profesional del interés migratorio de sus actores hacia áreas de investigación relacionadas con el impacto de su trabajo en los procesos sociales, así como también el ánimo de escape al paradigma funcional y utilitario, lo que reivindica la dimensión técnica presente en sus prácticas desde su origen histórico.



Pensando en la potencia estética del diseño, igual que en el caso de otras artes denominadas técnicas, los artefactos de diseño y su contenido codificado ya no parecerían tan distantes de propiciar *iluminaciones* como en su momento consideró Benjamin al cine y la fotografía argumentando la importancia política de el autor como productor de significados; responsabilidad sobre la cual Ranciere apuntaría más tarde:

FLORAL SHOPPE
Arte de album;
Machintosh Plus
USA/ 2011

Es este modo específico de ocupación del mundo sensible lo que debe ser desarrollado por la “educación estética” para producir hombres susceptibles de vivir en una comunidad política libre (...) Sobre este punto puede decirse que la “revolución estética” ha producido una idea nueva de la revolución política, como realización sensible de la humanidad común solamente existente aún en forma de idea (Ranciere, 2000:8)

Esta aclaración es oportuna en relación con el hecho de que el estatuto alcanzado por las artes de reproducción mecánica como potencias de transformación política y estética, no está conferida

exclusivamente por su cualidades de reproducción sino por los temas que abordan y el tratamiento narrativo de ellos. En este sentido la dimensión técnica en los procesos de producción del diseño sería el medio de expresión por el cual debe pasar el contenido pero también un lugar donde se elige su tratamiento para con ello construir un discurso articuladamente.

En los procesos técnicos de producción las formas de enunciación discursiva y su tratamiento textual en el diseño estarían develando también parte de las motivaciones creativas del sujeto, pues “una superficie no es una simple composición geométrica de líneas. Es una forma de división de lo sensible (...) equivalentes de signos mudos, privados del aliento que anima y transporta la palabra viva” (Ranciere, 2000:3). Puede decirse entonces de aquellos “signos mudos” a los cuales se alude, serían portadores de las motivaciones ideológicas y marca de los contextos histórico – sociales que guían los procesos de producción material.

Así puede notarse que en el campo del diseño, hay un primer momento donde las instituciones de enseñanza ofrecieron una formación bajo un modelo de producción taylorista orientado a la especialización técnica que intentaba superar cuestiones prácticas meramente artesanales e incuantificables. Sin embargo con el avance en la implementación de los proyectos modernizadores alrededor del mundo, la evolución hacia el modelos de producción fordista supone la exigencia de una “supresión a la porosidad de los procesos de producción” haciendo hincapié en el carácter estratégico que tiene la administración del tiempo desde las áreas de producción científica y tecnológica (Radetich, 2016).

Es por ésta razón que, durante la década de los sesenta, finalmente se había alcanzado una cierta homogenización internacional en los procesos

de producción y una estabilidad económica – social hasta antes imposibilitada por los estragos de las guerras mundiales, por lo que dicho periodo representa el nacimiento y auge de las instituciones académicas oficiales; puesto que las exigencias del campo del diseño ya no eran avalarse únicamente desde la dimensión de la reproductibilidad técnica sino también desde la de una normalización disciplinar.

En el caso particular de México, basta precisar que durante el proceso de modernización comprendido alrededor de 1940 y 1970, las intenciones de institucionalizar académicamente la práctica del diseño (con una exigencia predominantemente encaminada a la formación tecnócrata), fueron consolidándose hasta que en 1974²⁶ la Universidad Autónoma Metropolitana – Unidad Azcapotzalco se erigió como “la primera escuela en México que no se insertaba en el arte, la artesanía, la arquitectura, la ingeniería, sino en su propio, innovador y ambicioso mapa epistémico del diseño” (Kloss en Troconi, 2010:292).

Sin embargo, los antecedentes de éstas interacciones entre diseño, economía y política se remontan a inicios del siglo XX, periodo en el cual arte y diseño gráfico estuvieron fuertemente relacionados a los procesos sociales, puesto que muchos artistas importantes de la época transitaron entre ambas disciplinas libremente. Entre ello se puede destacar el trabajo de: el grupo Estridentista; Gerardo Murillo

26 Tanto Kloss en la referencia citada como Luz del Carmen Vilchis (2011) en “ El Diseño gráfico una disciplina académica”, aclaran que es la Universidad Iberoamericana la que en el mismo año expide el primer título de Licenciatura en Diseño Gráfico, mientras que la Licenciatura en Diseño Industrial había sido fundada en 1961 tras iniciar ésta como una carrera técnica junto a las de “Arquitectura” y “Artes Plásticas” algunos años antes; lo cuál no había sido un caso aislado. Sin embargo, me interesa recalcar el carácter emancipatorio del diseño como campo disciplinar que representaba discursivamente el caso de la UAM-Azcapotzalco al integrarse en su concepción como una nueva división de estudios. .

(Dr. Atl); Jorge Enciso; Adolfo Best Maugard; Diego Rivera; y Ernesto García Cabral²⁷.



*ANTIGUA
ACADEMIA DE
SAN CARLOS
Ciudad de
México.*

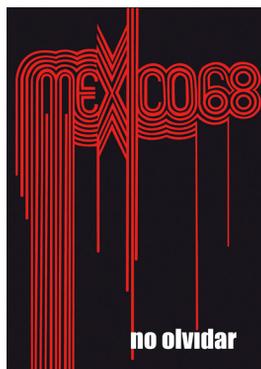
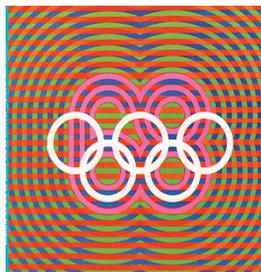
Cabe señalar que este ir y venir del artista en el diseño, fue un proceso común en todo el mundo a consecuencia de la falta inicial de centros orientados a la enseñanza del diseño como disciplina oficial, con la importante excepción que representó Bauhaus (1919), donde tempranamente se había identificado la necesidad de proveer soluciones funcionales y prácticas hacia un mundo industrializado que requería cada vez más de profesionales con una alta especialización en áreas específicas, es decir, que había vislumbrado la necesidad de una enseñanza de las llamadas artes aplicadas como respuesta a la exigencias histórico sociales.

27 Véase Troconi, G. (2010) "Entre lo mexicano y las vanguardias: Diseño de 1920 a 1950" en *Diseño Gráfico en México 100 años. 1900-2000*.

Con respecto a México, y la enseñanza del diseño, se puede tomar como ejemplo el caso concreto del papel que desempeñó la Academia de San Carlos (institución clave en el surgimiento de un movimiento artístico tan importante como el muralismo mexicano a inicios del siglo XX) que sería pionera en ofrecer los talleres nocturnos de carteles y letras a cargo de Diego Rivera, (Kloss en Troconi, 2010:291) artista quien fungió como director de la Escuela Central de Artes Plásticas²⁸ y durante el tiempo que ocupó dicho cargo aunque breve (siendo de agosto de 1929 a mayo de 1930), puso énfasis hacia el “doble carácter de manual e intelectual” en la formación de los alumnos con el propósito de lograr que los egresados ofrecieran una verdadera retribución a la sociedad²⁹.

Pese al desacuerdo y enfrentamiento que la propuesta abiertamente integral del reconocido muralista produjo con alumnos y sectores conservadores, provenientes en su mayoría de la Escuela Nacional de Arquitectura y que a la posteridad concluiría con la renuncia a la dirección por parte de Rivera; su actividad dentro de la enseñanza del diseño puede ser considerada como un antecedente directo a los cursos de dibujo publicitario que se impartieron en las décadas siguientes en la entonces nombrada Escuela Central de Artes Plásticas, cursos que en 1959 alcanzarían su reconocimiento como carrera técnica. (Kloss en Troconi, 2010:292)

Si bien aquella época situada en un contexto posrevolucionario fue de suma importancia para la formación de una identidad visual y artística propia con una marcada línea nacionalista, esto no



Producción gráfica, Ciudad de México

28 En 1929, tras recibir su autonomía la Universidad Nacional de México, la Academia de San Carlos quedó dividida en la Escuela Central de Artes Plásticas y la Escuela Nacional de Arquitectura.

29 Véase “Exposición de motivos para la formación del Plan de Estudios de la Escuela Central de Artes Plásticas de México”, documento firmado por Diego Rivera en 1930.

fue un periodo aislado de la labor que desempeñaron tanto escuelas como profesionales del diseño en la construcción social del país, ya que a lo largo del siglo XX aparecerían otras manifestaciones entre el terreno artístico, la comunicación visual y las necesidades industriales, que imprimieron y promovieron una visión politizada del periodo histórico en su trabajo (Vilchis, 2011).

Como ejemplos de lo anterior, pueden enlistarse: el trabajo de Leopoldo Méndez y el Taller de Gráfica Popular activo de finales de los treinta a inicios de los sesenta; el trabajo editorial de Miguel Prieto en la década de los cuarenta y sesenta; la Imprenta Madero con su apogeo en la segunda mitad de los sesenta de la mano de Vicente Rojo, Rafael López Castro y Bernardo Recamier hasta llegar a Germán Montalvo en década de los noventa; la identidad visual de las Olimpiadas de México 1968, bajo la coordinación de Eduardo Terrazas y Beatrice Trueblood; o la producción gráfica del Grupo Mira contra la represión estudiantil de ocurrida en octubre del mismo año por mencionar sólo algunos casos emblemáticos.

Aunado a lo anterior, y tomando en cuenta los antecedentes de la carreras profesionales de diseño gráfico e industrial, con base en los orígenes de las actividades de formación para dibujantes publicitarios y las carreras técnicas de producción manual, es claro que las condiciones sociales del país en concordancia con los escenarios internacionales marcaban la necesidad de acelerar las formas de consumo de los individuos tras un largo periodo de revueltas sociales.

Finalmente el espacio abierto por la interacción social parcialmente armónica y el desarrollo del proyecto modernizador daba como resultado en los años venideros la creación oficial de las licenciaturas de diseño en diferentes universidades del país, y con ello un alto número

de egresados al campo profesional que exigían una especialización cada vez más profunda y compleja. De la misma manera, la creciente integración de otros cuerpos institucionales como las asociaciones de diseño encargados de regular y normalizar las tareas y procesos del diseñador fueron consolidándose como los dispositivos actualmente continúan delimitando los grados de agenciamiento político y transformación social en el diseño.

Entonces, si los procesos de consumo se colocan en el orden de administrar la división del trabajo y ocupar la fuerza laboral de los diseñadores, son las instituciones académicas las que se encargan de orientar su formación hacia cuestiones que resulten “útiles” y funcionalmente rentables principalmente a las lógicas mercantiles de los sistemas neoliberales, pero como se recordará, ésta sería únicamente la perspectiva propia de un paradigma que descubre una tendencia políticamente hegemónica en el diseño, representa “La extensión de las estructuras técnico-científicas en el orden de la economía y de la estrategia” (Foucault, 1979:186)

Por otro lado, indudablemente las capacidades técnicas y manuales del diseñador no deberán agotarse en cuanto se acciona su responsabilidad como agente generador de discurso y transformación social vinculado a la reflexión teórica, sino por el contrario; pues precisamente es dentro de aquel ámbito cuando su posicionamiento político cobra relevancia por la labor que ejerce como productor de significados sociales traduciéndolos hacia el mundo material.

Semiósis y economía política del signo

2.1 Analogía del signo en los procesos de diseño

De acuerdo con los mecanismos estructurales de operación discursiva en el signo del diseño, entendidos desde una óptica semiótica predominantemente saussuriana, se puede hablar de que, utilizando una metodología basada en la identificación de recursos materiales y formales en la imagen, sería posible orientar el marco de lectura y nivel de predisposición a la interpretación del receptor sobre un contenido textual, y por tanto determinar la significación en los artefactos de diseño.

Lo anterior quiere decir que en la medida que el diseñador demuestra sus propias habilidades y conocimientos sobre los sistemas estructurales de referencia, socialmente predominantes como modelos de representación de la imagen en una correlación analógica con la “realidad”, se están otorgando directrices que refuerzan o debilitan la capacidad argumentativa de un artefacto de diseño, pues este proceso se fundamenta en la articulación de relaciones sintácticas.

Sin embargo, como se recordará, los sistemas formales se basan en unidades concretas y finitas (Fabbri, 2004), lo cual conlleva una de las principales limitaciones en la semiótica constructivista tradicional, al enfrentarse constantemente al problema que suponía la determinación de unidades mínimas de significación fuera de sistemas signícos de naturaleza monosémica, o bien, con reglas gramaticales propiamente lingüísticas; como era el caso del estudio de signos visuales, materiales y espaciales que terminaron por emanciparse de la metodología constructivista hacia una semiótica de la cultura.

Por ello, cuando Noam Chomsky propuso pasar de considerar la “palabra”, como reducto mínimo de significación lingüística dentro del análisis textual, hacia la identificación de

“oraciones” que se articulan mediante una *gramática generativa*, estaba intuyendo la necesidad de una metodología basada en un tipo de unidades sígnicas de mayor complejidad que los monosemas, dado que su propuesta a pesar de poner énfasis precisamente en las relaciones sintácticas abre la posibilidad a una combinatoria gramatical multisémanica; sustituyendo el problema de la significación concreta del signo para optar por simplemente una formalización de las representaciones. (Kristeva, 1988)

Si bien existen elementos concretos mínimos en la construcción del discurso y estructura de la imagen, definidos según Villafañe (2006) como: elementos morfológicos (el punto, la línea, el plano, la textura, el color, la forma); elementos dinámicos (el movimiento, la tensión, el ritmo); y elementos escalares (dimensión formato, escala y proporción), tales elementos conservarían una correspondencia analógica al concepto de “palabras”, ya que estarían actuando de forma similar a un sistema lingüístico que se articula por combinaciones sintácticas generando “oraciones”. No obstante, como signos concretos, ellos no poseen un significado *per se* como intentaba explicar la obra de Dondis (1992) en su definición de elementos básicos del alfabeto visual³⁰.

A pesar de la extensidad de tipologías estructurales en la imagen, hablando en término compositivos, estos elementos únicamente conforman grupos semánticos clasificados que, en última instancia, ofrecen parcialmente pistas textuales para la identificación del género discursivo

30 Desde luego hago ésta observación porque si bien el trabajo de Dondis *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, publicado originalmente en 1976, es un intento descriptivo y didáctico basado en la teoría de la Gestalt, donde se señalan algunas características de los elementos de composición, se omite que al entrar dichos elementos en una articulación sintáctica sus significados resultan inoperantes dado que no se considera un punto de partida que ayude a descifrar cuál sería el elemento textualmente predominante. Por tanto, éste es un ejemplo de la problemática que tiene una reducción concreta al signo y no únicamente formal.

al cual pertenece cada artefacto diseñado al aportar una especie de oraciones comunes y comprensibles al imaginario colectivo, porque los marcos de referencia sobre los cuales el usuario decodifica el sentido de las imágenes no pertenecen exclusivamente a su estructura interna sino que también se determinan por una economía política del signo, objeto de enunciación referente al terreno de la producción ideológica y cultural.

Por tal razón, las aproximaciones al diseño, entendido simplemente como sistema de lenguaje o medio de comunicación, y no como fase de producción o vehículo de transformación, continuarían encasilladas bajo una perspectiva lingüística originada desde análisis y aplicaciones a la creación verbal y literaria, que no responden siempre a un modelo explicativo pertinente de la significación del diseño en el espacio social. Con ello se demuestran las limitaciones del diseño para la traducción semiótica entre distintos campos semánticos, y explica la desproporcionada producción de investigaciones centradas en una dimensión funcionalista más que en el rol que sus prácticas y artefactos cumplen en torno a los procesos de interacción que despliegan.

Al enfatizar las relaciones estructurales que los signos de diferente naturaleza poseen como elementos portadores de discursos puede entenderse la pertinencia de su conceptualización justamente en términos de formalización de representaciones, ya que en el análisis a estas “oraciones” se observan las carencias de la operación binomio significado-significante y se identifica que los artefactos poseen valores de conversión simbólica atravesados por fenómenos fuera del carácter inmanente al signo.

Aun cuando la imagen (visual, material o espacial) tiene la posibilidad de ser moldeada con diferentes grados de iconicidad, su configuración representacional advierte sólo un estado transitorio en la lectura del signo en el diseño. La enunciación

de textualidades y la confrontación de discursos en el diseño mediante la producción y consumo de materias tangibles en “el mundo real”, aunque parte de una base referencial directa a la formalización y la visibilidad del signo en el diseño implica la transmutación de dicha estructura y del tratamiento formal como signo estático, hacia una lógica de intercambio dinámico dentro de una economía político social. (Baudrillard, 1979)

En todo caso, aquello definido por Villafañe (2006) respecto a la imagen como una *función icónica de su modelización*, sería el punto donde la *formalización* de los artefactos diseñísticos quedaría condicionada por analogía a la conceptualización de la realidad del diseñador; constituyendo un puente entre la composición formal interna del signo y su síntesis simbólica visible. De tal manera, el diseño representa un complejo objeto de análisis semiológico, como signo es vehículo portador de un sistema de lenguaje, y también es un signo donde se manifiesta el sistema de poder inscrito en el ámbito de la cultura interiorizando narrativas y dimensiones políticas.

De acuerdo con la semiótica narrativa, para llegar a la construcción de cualquier objeto cultural (sea una obra literaria, un objeto de la vida cotidiana, un hecho arquitectónico, etcétera) se parte de elementos simples situados en el nivel de inmanencia y a través de un complejo recorrido se alcanza el nivel de la manifestación. (...) si el objeto es un texto de diseño, estaremos hablando de una semiótica del diseño (González Ochoa, 2007:113).

Por otro lado, cuando Chomsky señalaba como primer condición para lograr una “correcta” lectura del mensaje contenido, que en el uso de competencias puestas en juego por el emisor (para codificar el mensaje) y por el receptor (para decodificar el sentido del texto) debía entrar necesariamente en una adecuación de niveles para



*EROS
Campaña
Publicitaria;
Versace
ITA / 2016*

llegar hacia un estado que resulte compatible entre ambos agentes, estaba señalando indirectamente la importancia del sentido socialmente instituido que yace en el signo; lo cual demostraría que en el terreno cotidiano siempre están presentes implícitamente operaciones instrumentales de los sistemas de signos.

Autores como Bourdieu (2002) han ofrecido por su parte algunas reflexiones extraídas de la definición y análisis al campo de poder y al campo intelectual, donde con similitud al proceso observado en la adecuación de competencias de lenguaje hacia un nivel compartido, se señala que una regla implícita o norma inconsciente generada el interior de un campo específico (cabría decir de un sistema de lenguaje y de producción material) manifiesta lo que se conoce *habitat*; entendiéndolo el término como la construcción social que refleja la totalidad del sistema de relaciones físicas y simbólicas de una colectividad por medio de la interiorización de disposiciones.

Así, el sociólogo francés apunta que “cada campo produce su *ilusión*” (Bourdieu, 2005:337), es decir, sus signos y reglas estructurales que en el *habitat* estos se formalizan en distintos niveles de interpretación de la experiencia humana (como el biológico, el psicológico, el científico, el político, el tecnológico, etcétera) por lo cual es el lugar donde el código compartido se homogeneiza. Por lo tanto, se entiende que “Los *habitus*, como sistemas de disposiciones, sólo se realizan efectivamente en relación con una estructura determinada de posiciones socialmente indicadas” (Bourdieu 2005:394).

Retomando la noción de *habitat* en Bourdieu para señalar como el reflejo mismo de la cultura aquel espacio construido donde se engloban reglas estructurales de muchos niveles y con distinta naturaleza, Norberto Chaves (2005) introduce conceptos como estilo y tendencia

en una argumentación en torno a los sistemas (invisibilizados) de signos en el diseño, motivo por el cual no duda en admitir:

Todo bien cultural, material o inmaterial, es tal porque porta un sentido compartido por toda una comunidad, es decir una significación de alcance social. Y es fácil comprender que no puede haber significación posible sin algún grado de codificación que permita registrarla. Para vivir la cultura, para comprenderla y disfrutarla, ponemos en acción una serie compleja de paradigmas o códigos, es decir, en la cultura hay reglas: la cultura misma es un gigantesco y enmarañado sistema de reglas (Chaves, 2005:19).

Visto desde el terreno la conceptualización del diseño esto se traduciría atendiendo las normalizaciones producidas institucionalmente con procesos de validación oficial de estilos y tendencias, puesto que el conjunto de asociaciones sintácticas que el aparato institucional reconoce, promueve y legitima, son los vínculos que vuelven compartidos los discursos generados fuera de los alcances propios del campo del diseño pero que atraviesan la totalidad de la estructura social.

Pensando además que, desde la institución legítima, el tipo de formalizaciones del signo en el diseño se caracterizan por la clara delimitación de elementos estructurales actuando como referentes icónicos para los grupos sociales que reproducen sus principios “estilísticos”, se demuestra que existe una distinción en los modos de “formalizar” la realidad entre la clase que guarda una posición hegemónica respecto a la administración de poder en el campo y una clase subalterna que se ajusta a las imposiciones del dogma, en contraparte a las formas de representación que provienen de la clase disidente.

Bourdieu explica entonces que al interior de los campos las reglas anteponen un sistema ideológico y de valores que busca perpetuar sus

privilegios en tanto posiciones de poder, es decir, aún como organismo autónomo intentará resguardar su propia condición política. Por tanto, uno de los condicionamientos para tener acceso al campo y permanecer en él es respetar las reglas del juego que se imponen desde dentro, pues con ello se adquiere el consentimiento de la autoridad legitimadora y por tanto la validez del discurso que se promueve.

El poder simbólico que se adquiere a través de la obediencia a las reglas de funcionamiento se opone a todas las formas de poder heterónimo que algunos artistas o escritores, y más ampliamente todos los poseedores de capital cultural (...) pueden acabar recibiendo como contrapartida de los servicios técnicos o simbólicos que prestan a los dominantes (especialmente en la reproducción del orden simbólico establecido) (Bourdieu, 2005:328).

En la medida que los actores inmersos guardan la continuidad y la preservación del principio dogmático determinan también su propio grado de sujeción y la legitimidad de los discursos dominantes frente a actores exteriores, mientras que la transgresión hacia las reglas sintácticas establecidas genera enunciados asociativos al rechazo del discursivo imperante; lo cual termina con frecuencia en la exclusión del campo para los actores disidentes, o en el mejor de los casos, en la parcial reformación de los discursos legítimos.

Cabe señalar que si las asociaciones sintácticas pueden identificarse en un primer momento dentro de campos y sistemas de signos específicos, el *estilo* y la *tendencia* son conceptos mucho más complejos; pues en ellos se establecen relaciones complementarias entre diferentes contextos de producción textual que engloban signos de distintos campos semánticos, pero que al final contienen características discursivas y pragmáticas correlacionadas entre sí. Siendo de tal forma:

El estilo sintetiza lo simbólico, lo estético, lo utilitario, lo técnico, etcétera, determinando sus modos relativamente estables de condicionamiento recíproco. Por otra parte, el estilo no se limita a regular el producto u objeto cultural sino también los usos del sujeto: el estilo configura al propio sujeto cultural como tal (Chaves 2005:21).

Es así como las relaciones de analogía intersemiótica manifestadas mediante el estilo, podrían plantearse ejemplificando rápidamente con lo ocurrido durante el movimiento punk de los años setenta. En tal fenómeno cultural, al igual que en muchos otros pues no se trata de un caso aislado, es posible identificar el origen de manifestaciones de signos de diferente naturaleza estructural tanto en campos de producción simbólica como de producción material, pero en los cuales reside un mismo discurso que engloba aspectos ideológicos, musicales, visuales y de indumentaria.

El caso del punk ilustra además cómo una expresión cultural se expande creando signos que conjuntamente codifican un discurso articulado que en último sentido remite al núcleo de su carácter político. Por tanto, los signos resultantes del movimiento punk aparentemente en campos semánticos aislados, serían marcas o índices referenciales que conforman oraciones reconocibles a su estilo que, como consecuencia de su formalización y masificación al paso del tiempo, paradójicamente terminarían convirtiéndose en otro dogma institucionalizado socialmente.

Prácticamente más de cinco décadas después de su aparición, el reconocible estilo punk continúa generando asociaciones comunes a los movimientos que intentan derribar el orden o las normas establecidas, pese a que los alcances y el sentido de los signos de su discurso de origen haya cambiado considerablemente al ser transformados por factores históricos, políticos y sociales que

modificaron su significación inicial así como el contexto de su lectura.

El estilo transgresor que había surgido como respuesta disidente a los modelos de producción en serie y la política autoritaria basada en el funcionalismo del ser humano, tuvo como principal contexto la consolidación de sociedades moderno capitalistas, frente a lo cual su postulado base proclamaba el rechazo y la emancipación urgente a las instituciones disciplinarias y el discurso de la sofisticación (o domesticación) dogmática del mundo industrializado, ya que desde su particular perspectiva eran aquellos los dispositivos que rompían con la naturaleza del animal salvaje integrándolo al mundo civilizado y sus procesos de creciente consumo.

En pocas palabras el “Do It Yourself”³¹, como discurso, rechazaba las imposiciones institucionales en busca de la emancipación de los sistemas hegemónicos; y aunque al parecer este discurso partió principalmente de una actitud de disidencia política, se tiene que observar que en el proceso de su legitimación cultural atravesaría distintos campos hasta finalmente expandirse desde los límites de la producción simbólica hacia la formalizaciones materiales del mundo concreto (lo cual explica por qué más tarde el discurso se resignificaría para alcanzar también el campo del intercambio mercantil).

Cuando se piensa que en el campo perteneciente al nivel musical, el punk buscaba transgredir la norma académica de la tradición musical clásica y las lógicas de la industria disquera comercial, no es extraño que los preceptos fundamentales en sus formalizaciones musicales se hallen caracterizados por la crudeza del signo y la simplicidad de sus

31 Véase De Toledo, C. (2008) *Punks de boutique. Confesiones de un joven a contracorriente*

estructuras sintácticas; reafirmandose lo anterior con el uso de acordes básicos e instrumentos distorsionados que preponderaban el desorden y el ruido sobre la cualidad armónica de la melodía.

En lo que respecta a los aspectos relacionados con la indumentaria, la configuración de sus signos era discursivamente similar y en oposición al traje sastre, a la sobriedad del uniforme militar, y a la homogenización de las prendas de vestir en los grandes almacenes (a causa de la producción en serie), la respuesta fueron las botas desaliñadas, los pantalones con parches y los jerseys rasgados, o bien, la emblemática chamarra con estoperoles (McLaren citado en De Toledo, 2008).

Por eso tampoco es de extrañar que cuando se trata de sus expresiones gráficas el punk estuviera relacionado con la estridencia; y que carteles, pegatinas o estenciles, fueran los soportes favoritos para reproducir propaganda e incluso publicidad. Quizá deba señalarse también como factores importantes que justificaron la elección de estos medios de reproducción el hecho de que implican procesos de bajo costo, así como una ejecución casera y técnicas precarias. Los elementos formales mantuvieron una coherencia discursiva presente en la estética de la improvisación y el descuido, lo individual, o la aberración, en contra de los principios de homogeneidad y superficialidad promovida por los cánones de belleza.

Las tipografías desproporcionales y poco ordenadas que hacen difícil la legibilidad; los colores de alto contraste como el rojo y el negro sobre fondos blancos; o las formas saturadas y agresivas, representan signos gráficos con un carácter común relacionado a la simplicidad y el ruido compositivo que continúa causando desaprobación entre los puristas. Al igual que en otros campos, las expresiones sígnicas revelaron en su moldeamiento un desprecio hacia las reglas de estilización así como una reiteración a



Poster y botones de música punk

la crítica al orden impuesto, esencial en el discurso punk de los años setenta.

Los mencionados ejemplos exponen la manera en la cual se pueden establecer algunas relaciones análogas entre los signos de distintas manifestaciones, donde en cada una de las formalizaciones textuales aparecen elementos de común interpretación, conformando la parte medular de un discurso en nivel de una semiótica del espacio social. Es por eso que el concepto de estilo se reúne una serie de componentes que orientan al receptor o usuario en su proceso de interpretación; elementos orientativos que se asemejan operativamente a lo que Wolfgang Iser ha llamado “perspectivas esquematizadas” (partiendo de un análisis estructural de los textos literarios) y que define como los esquemas que trazan el horizonte de sentido de un texto. (Iser en Rall, 2008)

Como puede notarse, el tratamiento en la “formalización” de la realidad empleado por parte del diseñador genera un tipo de lectura sugerida en el artefacto diseñado, es decir una retórica o mecanismo de materialización donde para el artefacto estilizado existe una predominancia de la forma sobre su contenido, debido a que se hace hincapié en el despliegue técnico de su creación; así el valor yace en el artificio y para el espectador el interés principal permanece en develar sus secretos cual truco de magia pues no interesa tanto ver “el hecho mismo” sino “cómo se ha hecho”.

Tal mecanismo de formalización es observado generalmente en los terrenos de la publicidad comercial, donde la imagen contiene capas que mediante recursos de edición técnica recubren el contenido primario y en ocasiones también el contexto en el cual se halla inmersa la imagen. De ésta manera, la retórica de la imagen publicitaria articula un discurso generalizado que transforma lo cotidiano hacia la ensoñación por

lo cual narrativamente su naturaleza tipológica pertenecería a los textos ficticios, cuya condición se sustenta en las experiencias no posibles en el mundo real.

La actitud idealizada de la realidad, representaría entonces la búsqueda del individuo por satisfacer su deseo y codificarlo mediante el fetiche siendo motor que genera y alimenta el consumo, objetivo específico y primordial del aparato publicitario.

La publicidad busca hacernos soñar que podemos evadir la trivialidad de lo cotidiano, pero al mismo tiempo debe persuadirnos de que ese sueño nos es accesible. Si nosotros pensamos que no es más que una ilusión, un sueño fuera del alcance de nuestro presupuesto, entonces el mensaje no pasa. La publicidad tiene por tanto que lograr suscitar fantasías y presentárnoslas como realizables (Roque, 1995;333).

Las imágenes publicitarias con frecuencia han de presentarse como autónomas e independientes del entorno, intentando despojarse de toda carga referencial porque con ello se potencializa su dimensión de irrealidad creando una cápsula en la cual las gratificaciones permanecen controladas y se obtienen sin riesgo alguno. Lo anterior deviene en una postura aparentemente apolítica bajo el discurso de que sus operaciones al estar en el orden de la ficción no ponen en riesgo las posiciones “reales” de las estructuras de poder. No obstante, paradójicamente en su dimensión pragmática, el discurso estaría representando la toma de una posición política que mediante el desmarcamiento de sus actos reafirma las posiciones hegemónicas.

En contraparte, observando el tratamiento de la imagen en la propaganda explícitamente política se encuentra que el mecanismo de formalización de la realidad empleado posee un alto grado de iconicidad; esto porque su discurso busca reforzarse

argumentando desde un inicio la artificialidad del soporte mismo. Al decir que “la imagen estilizada no es verdadera” retóricamente se indica que la artificialidad y sus capas de maquillaje son el lugar donde la verdad no tiene cabida, por lo cual al prescindir de los recursos de edición “la imagen no oculta nada”.

La afirmación anterior parte del argumento benjaminiano en el que se exponen las diferencias entre dos categorías de la creación literaria que son opuestamente diferenciadas, porque mientras una contiene su prioridad en mostrar la galantería y dominio de técnico como una complacencia contemplativa; la segunda define su objetivo central como síntoma de lo político “su misión no es informar, sino luchar; no jugar al espectador, sino intervenir activamente” (Benjamin, 1975).

En ese sentido se abre un cuestionamiento al receptor haciéndole dudar incluso del plano interpretativo que ocupa al proporcionar una identificación como *imagen – espejo*, momento en el cual ocurre un proceso de activación donde la tarea es ejercer una actitud crítica que depure los artificios hasta llegar al núcleo textual contenido. Por ello se intuye que mientras un obra gana cualidades en el terreno de lo estilización su profundidad cae en el riesgo de acotar su dimensión política.

En el escrito *El autor como productor*, Walter Benjamin había advertido que las relaciones sociales se condicionan fundamentalmente por las relaciones de producción, y por ello distingue los dos tipos de mecanismos en los que opera la labor del artista como productor. Cuando el tratamiento del signo en el terreno de la propaganda llega a generar cierta incomodidad en el espectador debido a su limitado cuidado estético o lo explícito de sus temas, esté habrá logrado sus objetivos luego de causar un impacto profundo en la actitud crítica de otros agentes; a la vez que el tipo de tendencia



*PRADA
Campaña Publicitaria
ITA/ 2012*

artística correcta en tanto a las cualidades formales, permanecería regido por la tendencia política dominante.

Considerando los puntos expuestos, se descubre el terreno de las implicaciones políticas que el diseño contiene en su carácter instrumental; así como sus distintas representaciones y tratamientos que se encuentran atravesados por diferentes discursos que libran una lucha ideológica constante. Si el diseño construye bases de orientaciones sintácticas es porque existen referencias signícas directas que permiten reconocer las entidades discursivas que evocan, conceptos como tendencia y estilo son entonces los puntos intersemióticos de interpretación compartida sobre los cuales se interpreta el sentido de un texto.

Como se dijo anteriormente, a diferencia del signo lingüístico los signos visuales no pueden delimitarse de la misma manera porque no poseen un referente único sino que evocan una multiplicidad de imágenes de orden verbal, musical, escrito e incluso nuevamente visuales. Sin embargo, no significa que sus referentes no tengan cierta concreción pues de lo contrario el proceso para comunicarlos sería imposible.

Por ello, Umberto Eco (1973) prefirió hacer una definición del signo como unidad cultural precisamente porque identificaba en estas relaciones de representación intersemiótica subcódigos que contienen analogías en distintos sistemas de lenguaje, las cuales operan no sólo bajo una lógica de oposiciones diferenciadas sino también como referentes de una misma entidad particular, razón ante la cual el semiólogo italiano apuntaba:

(...) una unidad cultural no solo mantiene una especie de relación opositiva de carácter sistemático con otras unidades culturales que pertenecen al mismo campo semántico, sino que además, está engarzada en una especie de cadena

compuesta por referencias continuas a otras unidades que pertenecen a campos semánticos completamente diferentes (Eco, 1973:135).

Mientras tanto, en el campo del diseño la tendencia predominante ha sido hasta ahora identificar los sistemas de significación por medio de los cuales el sujeto social se representa partiendo de la noción de signo en Saussure³²; definido como una unidad arbitraria en un sistema de lenguaje que evoca una entidad ausente. Sin embargo, Peirce realizará una aportación imprescindible a la semiótica social al definir tres tipologías diferentes de signos, clasificándolos de acuerdo a las características que poseen en sus mecanismos de representación y se expresan de la siguiente manera:

En primer lugar, hay *semejanzas* o iconos; que sirven para transmitir ideas de las cosas que representan simplemente imitándolas. En segundo lugar, hay *indicaciones* o índices; que muestran algo sobre las cosas por estar físicamente conectados con ellas. (...) En tercer lugar, hay *símbolos*, o signos generales, que han sido asociados con su significado por el uso. Tales son la mayor parte de las palabras, y las frases, y el discurso, y los libros, y las bibliotecas (Peirce, 1999:1).

Las definiciones desprendidas de la tradición Peirce, sirven como punto de partida para entender la noción de signo analógico pues como se explicaba “todo signo tiene relaciones con otros signos, puesto que aquello para la consideración de lo cual el signo prepare al intérprete solo puede ser dicho en términos de otros signos” (Morris, 1994:32).

Como ejemplo del párrafo anterior, la gramática visual del diseño puede considerarse un lenguaje heredado de otro lenguaje visual precedente, como son los modelos de representación

32

Véase Saussure, F. (1995) *Curso de lingüística general*.

pictórica. De tal manera, las relaciones sýgnicas entre sistemas diferentes quedan expuestas debido a que no se podría hablar de un lenguaje completamente aislado y porque, aun cuando hayan evolucionado extensivamente los lenguajes gráfcicos, existen bases compositivas que continúan siendo paradigmáticas .

Los lenguajes de representación pictórica sirvieron como referente estructural tanto para la fotografía como para el diseño gráfico, de la misma manera que en su momento los sistemas de reproducción escultórica sirvieron como base a los estudios sobre la proporción y los materiales en el diseño industrial, configurando así mecanismos de composición y representación similares; lo cual indica por qué sus elementos formales guardan en gran medida una continuidad y relaciones analógicas entre las formas de representación que posibilitan su decodificación textual.

El hecho mismo de percibir y representar la realidad implica la interpretación de signos en el entorno codificados socialmente, y por ende una continuidad de analogías previamente indicadas. Si bien es posible debatir que el proceso de interpretación de la vida cotidiana no sería enteramente subjetivo, al intervenir condiciones biológicas y fisiológicas que determinan una manera natural de percibir la realidad, lo que no es natural es la experiencia particular en dicho proceso para cada sujeto, pues habría de añadir que una persona con limitaciones funcionales en sus órganos ópticos también permanece condicionada por el mismo sistema de signos normalizados.

Aldous Huxley en su célebre libro *Las puertas de la percepción* inicia definiendo que la experiencia humana es una actividad enmarcada en los límites del contrato colectivo, lo cual hace posible establecer vínculos de comunicación aunque el acto por sí mismo constituye una actividad singularmente diferenciada para cada individuo:

Las sensaciones, los sentimientos, las intuiciones, las imaginaciones, y sentimientos son siempre cosas privadas, y salvo por medio de símbolos y de segunda mano, incommunicables. Podemos formar un fondo común de información sobre experiencias, pero no de las experiencias mismas. De la familia a la nación, cada grupo humano es una sociedad de universos islas (Huxley, 1954:8).

La idea de la experiencia humana como singular para cada individuo, desprende que uno de los contratos para hacer posible la comunicación entre los miembros de una sociedad es el conocimiento de signos comunes para establecer parámetros de realidad y verdad. Al reflexionar con detenimiento, podrá notarse que el mismo principio de Huxley se encuentra presente el análisis a los sistemas de dominación biopolíticos realizado por Foucault en *Microfísica del poder* (1979) donde se establece una relación entre verdad y poder sustentada en paradigmas científicos que normalizan y organizan las perspectivas humanas en un conjunto comunicable.

Finalmente, la comprensión de las relaciones analógicas en el signo permiten identificar correspondencias entre unidades de significación de distintos campos semánticos. En el caso del diseño, su analogía se localiza en cuanto como signo social es objeto de representación del discurso político; ya que sin importar el mecanismo de operación para materializarse, las nociones normalizadas en la sociedad también pertenecen a la semiósfera y no precisamente a un orden natural (Lotman, 1996).

2.2 Despliegue técnico y soporte como determinación del discurso

En el año 1992, la revista *Design Issues*, una de las más importantes publicaciones sobre diseño a nivel internacional, publicaba bajo el título “Wicked Problems in Design Thinking” un texto que se convertiría en uno de los más influyentes en la perspectiva epistemológica del diseño contemporáneo. Autoría del Doctor Richard Buchanan, el artículo mencionado sigue la tradición pragmática americana (nacida con filósofos como John Dewey, pasando por Richard McKeon y Richard Rorty) al considerar el diseño como un campo de conocimiento organizado sistemáticamente y no sólo la consecuencia final de un proceso técnico y tecnológico.

La premisa sobre la organización del diseño como sistema complejo respondía principalmente a que éste no cuenta con un campo de acción específico debido a las variables contextuales que determinan cada proyecto. Sin embargo, cada producto de diseño contiene dos funciones identificables: una pragmática y otra comunicativa, que como solución a una problemática particular implican por un lado el testimonio en los modos de concebir, planear y hacer de los diseñadores; mientras por el otro, la representación formal del contenido que determina puntos de argumentación en una imagen.

Por tal motivo, al hablar de la discursividad en el diseño se vuelve necesario hablar también del uso de la técnica y el soporte como forma de enunciación. Si la parte inicial de un análisis semiótico se enfoca en los elementos formales que conforman la estructura del signo, el siguiente paso es desarticular su dimensión pragmática operativa mediante un análisis del tratamiento en su formalización, ya que en ese proceso se orienta su lectura y concreción de significado al establecer

conexiones entre el imaginario representado y el mundo material.

En el carácter de hacedor de imágenes (visuales, espaciales o tangibles), la actividad del diseñador quedaría estrechamente ligada a cuestiones políticas, ya que si por política se entiende la actividad humana que tiene el objetivo de preservar un orden, el agenciamiento en el campo estético estaría proporcionando una posición privilegiada para modificar, a través de representaciones e interpretaciones de la realidad, los marcos de significación donde los individuos interactúan en el espacio social.

En un análisis a la escritura y la pintura como signo mudos, Ranciere (2000) reafirma que la división de lo sensible determina las posibilidades para modificar el entorno mediante una vía práctica al hablar de la carga estética que contienen dichos soportes discursivos, mismos que encarnan una superficie representativa que sintetiza la división entre lo decible y lo visible, es decir, las implicaciones políticas de cada época. De ésta forma, el sociólogo francés señala que “la reproducción de la profundidad óptica ha estado vinculada al privilegio de la historia” (Ranciere, 2000:3)

La manera como el soporte condiciona y proporciona flexibilidad al discurso enraizado bajo la capa superior de lo visible o lo “políticamente correcto”, sería entonces la forma de representar una perspectiva histórico – ideológica y perpetuar o suprimir las narrativas sociales. Así, para los críticos de arte ésta es precisamente la operación articulada en la obra *Las meninas* de Velázquez, donde se codifica una serie de elementos simbólicos que develan una carga ideológica en un nivel más profundo que el meramente visible.

De manera similar al arte, el diseño estaría materializando incesantemente las visiones de una larga tradición histórica como testimonio

iconológico, deduciendo que en el carácter de signos abstractos es posible leer en los artefactos de diseño las intersecciones entre poder, cultura, medios de comunicación y sistemas de producción que se expanden mas allá del ámbito demarcado por la producción del embellecimiento superficial, guardando una relación directa con el terreno político. Ante ello, “El materialismo mediático importa. De este modo, las transformaciones tecnológicas son también transformaciones en nuestra subjetividad” (Lazzarato citado en Rowan, 2016).

Si bien es cierto que los signos y cualquier forma de representación nacen en la mente y no en la materia, los modos de hacer o de “moldear” la materia enuncian los códigos compartidos e interiorizados del sujeto, existiendo la posibilidad de emanciparse de sus alcances funcionales y conferir una participación clave en la consolidación estética del espacio cotidiano como se dijo antes. Es por ello que la potencia narrativa de una imagen, sin importar su naturaleza, gana o pierde fuerza en la medida que cada técnica y soporte prefijan la densidad al discurso así como el lugar desde el que el autor se enuncia.

(...) Las contribuciones del posestructuralismo y de la semiótica contribuyeron a redefinir el papel de la interpretación de signos culturales como un campo de batalla donde la aspiración individual podía enfrentarse a lo establecido o ser persuadida para respaldarlo (Graziano en Brea, 2005:175).

Por otra parte, el teórico en estudios visuales Josep Catalá (2001) señala que la condición de técnica y soporte en la imagen daría origen al problema de una significación tanto interna como externa, al apuntar que cuando se observa una imagen entran en juego dos operaciones de decodificación distintas; enfatizando que el *acto de ver* no es el mismo que el *acto de mirar*. Aún cuando parecería una afirmación obvia, su complejidad se explica cuando en el primero

de los mencionados procesos se realizan operaciones de orden físico, biológico y anatómico entre otros; mientras en el segundo lo que acontece es un proceso de orden psicológico y cognitivo en el cual se activa para el sujeto un mecanismo de identificación con la imagen.

Siguiendo la argumentación, Catalá expone que la transmutación de los signos y la traducción del discurso entre las diferentes dimensiones de significación textual quedaría condensada bajo el concepto de *interfaz*; pues la interfaz dibuja el vínculo entre la relación de la parte material y racional del objeto, y su correspondiente parte subjetiva, individual y colectiva contenidas en la experiencia vital del sujeto. En palabras propias del autor, la interfaz es la “decisiva simbiosis contemporánea entre el ser humano y la máquina”, por lo cual el concepto estaría señalando un estado transitorio que va de los procesos comunicativos hacia la exteriorización del discurso social impregnado de motivaciones ideológicas.

(...) la interfaz se constituye en una herramienta de futuro, capaz de articular, no tan solo un funcionamiento práctico, sino de fundamentar también todo un imaginario de indudable complejidad. Con la interfaz se objetiva definitivamente la mirada y todos sus dispositivos (Catalá, 2011).

El vínculo entre objetividad y subjetividad se observa también en autores como Mitchell³³, quien apuntaba mediante su concepto de *metaimagen* la posibilidad de un desdoblamiento de significaciones bidireccional tanto por lo expresado a través de la imagen “sobre el mundo real” como por lo que esa imagen expresa “del mundo”. De forma similar a

33 Véase el capítulo “Metaimágenes” en Mitchell, J. (2009) *Teoría de la imagen. Ensayos sobre la representación verbal y visual*.



**ARQUITECTURA
HORIZONTAL**
El Lisitsky
RUS/ 1930

Panofsky (2000), Mitchell intuye que la tecnología cristaliza la visión particular de un tiempo y un espacio determinado como producto de una larga tradición de percepciones colectivas, es decir, que la interfaz además de ser una metáfora del mundo representado es una prolongación de la tendencia estética que moldea los imaginarios sociales.

Las aproximaciones provenientes desde los estudios visuales en ambos casos, parecerían encontrar un punto de convergencia en la condición dialógica existente entre los procesos de producción material y la evolución de la estructura social. En tal fenómeno se identifica una complementariedad de interacciones a manera de bucle donde la materia funciona haciendo visible al mundo lo invisible del individuo y viceversa reafirmando narrativas cotidianas. Dicho proceso de semiósis es fundamental para entender la relación sistémica entre los proyectos políticos y las condiciones materiales de

las sociedades, misma que Edgar Morin ha explicado en la *epistemología de la complejidad*³⁴ al afirmar:

El producto es al mismo tiempo el productor; lo que supone una ruptura total con nuestra lógica de las máquinas artificiales en la que las máquinas producen productos que les son exteriores. Ver nuestra sociedad a imagen de esas máquinas es olvidar que esas máquinas artificiales están en el interior de una sociedad que se autoproduce ella misma (Morin, 2004).

Usando la lógica de la producción material como reflejo del sentido ideológico, la técnica y el soporte en el diseño estarían apareciendo como elementos portadores de discurso, puesto que como se entiende con Morin que los procesos de producción social y el despliegue tecnológico de las interfases (retomando los conceptos de Catalá y Mitchell respectivamente) determinan precisamente los alcances pragmáticos de los semiopoderes.

Por lo tanto, el signo como construcción colectiva no actúa simplemente como una representación del mundo, sino también como generador del mismo, posicionándose en un espacio de producción estética desde donde se ejerce una metapolítica, y en la cual el sometimiento ya no se ejecuta necesariamente a través de aparatos de control sino a niveles disciplinares que estructuran y regulan la singularidad del sujeto a partir de su propia formación histórica.

A nivel global, las sociedades contemporáneas se caracterizan por una sobre-exposición semiótica y la falta de armonía en el entorno a causa del ruido que producen. La aparente democratización de los medios de producción y la accesibilidad de herramientas tecnológicas no necesariamente significan procesos de intercambio comunicativos satisfactorios ni

34

Véase Morin, E. (2004) "La Epistemología de la complejidad".

posibilidades de transformación social igualitaria, por lo que la fase actual representa un “efecto Babel” o “el caos exterior como expresión de una sociedad desarticulada” según afirma Norberto Chaves³⁵.

En concreto, los recursos técnicos y los avances tecnológicos propios del mundo contemporáneo propician una lógica sensacionalista de la cual los objetos de diseño no son ajenos, y donde el discurso de la mercadotecnia pone énfasis en una supuesta evasión de la homogenización del sujeto a cambio de su fetichización, lo cual trae como consecuencia la atomización de formas culturales y el riesgo latente a desaparecerlas o el inevitable autismo de los individuos.

Aún cuando la amplitud de posibilidades de producción de objetos e imágenes supone el despunte en la capacidad imaginativa del sujeto creador en favor del bien común, se pasa por alto que el agenciamiento para modificar las condiciones del entorno se subordina fuertemente a las estrategias de mercado que aceleran y acortan el tiempo de exposición y vida de las imágenes, motivo por el que su presencia en el ánimo colectivo pierde valor simbólico y se convierte en una cuestión efímera que origina graves problemas de contaminación material y semiótica en la incesante búsqueda de trascendencia.

Para teóricos como Viviana Narotsky (2010), las formas de producción y consumo contemporáneas del diseño manifiestan la negación del sujeto hacia las imposiciones de la cultura material desde el siglo XIX hasta nuestros días, que tras la germinación del paradigma racional y los mecanismos de producción

35 Estos puntos se desarrollan a lo largo del libro *El diseño invisible, siete lecciones sobre la intervención culta en el hábitat humano* autoría de Norberto Chaves (2005). Si bien es cierto que la obra trata principalmente algunos síntomas actuales en los programas arquitectónicos, muchos de los conceptos son adecuados para describir cuestiones generales de las actividades de diseño.

industrializados privilegiaron la estandarización de objetos materiales y también de modelos epistemológicos; siguiendo una línea orientada hacia la simplicidad y la “perfección”³⁶ del pensamiento o el producto seriado, por encima del acontecimiento y la individualidad fuera de control o la experiencia azarosa.

Autores como Rowan (2016), por su parte, han descrito el diseño contemporáneo como una fase donde el consumo de bienes materiales y la producción de simbólica de signos puede entenderse como un retorno a lo salvaje, por el hecho de que el sector crítico de los diseñadores actuales tiene la necesidad de entender su capacidad de agenciamiento y transformación del entorno como una intervención meramente transitoria en la línea evolutiva orgánica. Desde una perspectiva antropocénica, Rowan comparte la visión sobre una constante tensión existente entre paradigmas de pensamiento y los modelos de producción antagónicos del mundo material que son clave para la construcción de narrativas sociales.

La toma de conciencia acerca de la estabilidad parcial de la materia en Rowan, más que pesimismo acusa realismo y aceptación sobre el movimiento continuo que impide la proyección de un futuro idealizado basado en la noción de progreso (como pretendió hacer la Modernidad y sus intentos por contrariar las transformaciones orgánicas, biológicas, geográficas, físicas). Al mostrar: “Nuestra necesidad de estabilidad sobre su tendencia de cambio. Certificamos que la materia se va a mantener estable unos años, unas décadas, unos siglos, pero sabemos que al final la materia va a ceder (...) La materia se corrompe” (Rowan, 2016:11).

36 Apunto la palabra perfección en relación al ensayo de Viviana Narotsky en “Los límites de lo perfecto” donde expone fue como concepto fundamental para entender el funcionamiento de los modelos de producción del paradigma moderno.

Por ello, el discurso contemporáneo en el diseño aparecería como síntoma de los panoramas respecto a la concepción del mundo y su “moldeamiento”, librando una lucha que intenta, por un lado, restablecer la armonía con el entorno mediante la actividad proyectual crítica que integra elementos preexistentes y hace partícipes en la materialización de nuevos objetos de diseño a los distintos agentes que impacta; mientras por el otro, aparecen los programas de diseño que se mantienen dentro de una lógica estridente donde la intervención del “autor” se entroniza dejando visible a todas luces su carácter individualista y fragmentador.

Respecto a lo anterior, puede decirse que visto desde una perspectiva contemporánea:

la falsa innovación crea en el vacío, desecha los recursos culturales disponibles y queda por detrás de lo desechado. La innovación verdadera optimiza los códigos o consigue su sabia trasgresión. Para ambas cosas es indispensable dominarlos: conocerlos a la perfección y saber ponerlos en práctica (Chaves, 2005).

Cabe aclarar que aunque el carácter individualista aparentemente parecería fundamentarse sobre un pensamiento de transgresión y rompimiento con la continuidad, muchas veces reafirma sistemas de dominación al ser resultado de un discurso por el liberalismo de mercado que mal interpreta el espíritu de las vanguardias artísticas del siglo XX y otros movimientos culturales, los cuales en su momento buscaron una reformación de la dogma al explorar nuevas expresiones o expandir sus alcances ejerciendo una crítica a su contexto histórico, mas no única y primordialmente preponderar un banalizado reconocimiento autoral disfrazado de innovación.

El artista y el *diseñador subalterno*³⁷ al alinearse con las lógicas de la industria y sus

necesidades económicas, se han olvidado de que las vanguardias tuvieron por objetivo irrumpir como una crítica a los sistemas de orden establecidos de su época, integrando a los sistemas de representación academicistas nuevas herramientas y técnicas producto de la madurez de la modernidad, con lo que se reconfiguraba no sólo el papel de las instituciones sociales, sino también la manera en cómo el espectador interactuaba con el arte y los códigos de lenguaje.

Aún así, la idea de progreso basada en la intervención técnica y la modificación del entorno como recurso testimonial de la presencia humana en la historia, se ha ido diluyendo para dar lugar al discurso de la responsabilidad social y las economías verdes, representando el inicio de un largo debate acerca de la propiedad del espacio público, la capacidad de agenciamiento y la identificación de nuevos discursos dominantes; ya que el mismo sistema capitalista se encarga de transmutar signos y textualidades para generar productos de consumo que reducen la densidad política en los discursos contra hegemónicos.

Para ejemplificar tal cuestión, pueden tomarse como referencia los intentos en el *street art* por generar contra discursos al hermetismo tanto de las instituciones artísticas oficiales como de los medios de comunicación, apelando a una intervención del espacio público desde el anonimato y la ilegitimidad que mantienen su accionar en contraste con las estrategias publicitarias que operan filtrándose al espacio privado. Como puede observarse, la distancia entre ambos mecanismos de

37 El concepto se deriva de una conversación personal entre la bailarina y coreógrafa Mar Medina, y Jara Rocha profesora en BAU, Centro Universitario de Diseño de Barcelona, luego de una serie de reflexiones en torno a las implicaciones de pensar al diseñador como subalterno; la cual amablemente han compartido públicamente bajo el título "Diseñadorxs Subalternxs" (2016).

enunciación discursiva es abismalmente diferenciada y aún cuando los signos contenidos en las imágenes que producen fueran similares, la potencia del discurso sería distinta por la identificación que producen a los receptores.

Es así que al problematizar sobre la naturaleza de los soportes de enunciación es donde la forma de enunciar un mensaje o de “mostrar la mirada” se topa con variables de orden técnico que orientan la distribución y el “diseño” de los signos. De igual modo al visto en Ranciere, las limitantes técnicas no solo afectan el proceso de lectura en los signos de la imagen, sino que encausan el proceso creativo de quien les codifica y sus alcances en el espacio que interactúan. Por lo tanto, la praxis estaría manifestando la toma de posición política que atraviesa inevitablemente la dimensión pragmática de los haceres del sujeto creador³⁸.

Para muestra, basta mencionar la aparición a inicios de los años noventa de una campaña publicitaria para OK Soda, bebida perteneciente a la marca Coca – Cola, que empleó referencias directas a los tratamientos visuales del artista y diseñador conocido como Obey (Frank Shepard Fairey) y particularmente a su expresión gráfica de André el Gigante, la cual había surgido en la década de los ochenta interviniendo el espacio público como una simple broma por parte del artista y que en poco tiempo se expandió por todo el territorio estadounidense, convirtiéndose para muchos en una expresión de desafío a la autoridad.

La apropiación por parte de la compañía refresquera puso de manifiesto el intento de otro “gigante” por integrar un sector del mercado como la llamada Generación X, que se resistía a las prácticas

38 Gran parte de la argumentación y particularmente este párrafo se han desarrollado como una síntesis de las sesiones del trabajo realizado en el “Laboratorio – Taller Las metaimágenes en las artes y el diseño” a cargo del Mtro. Sergio Koleff en el Posgrado de Artes y Diseño de la UNAM.



*OK SODA y
Pegatinas OBEY*

de consumo al no encontrar una identificación con un producto que los representara. Sin embargo, Fairey no tardó mucho en responder y comenzó una batalla personal y contra publicitaria reinterviniendo la publicidad de la transnacional con los stickers originales y también produciendo nuevas imágenes que parodiaban el logo de la compañía comercial:

comencé a ver stikers de OK³⁹ por todas partes, donde solo se leía en pequeñito “Product of Coca-Cola company”, intentando parecerse así a alguien que no tenía nada de dinero, como algo underground. No hacían vallas publicitarias; usaban solo papeles, stickers de pésima calidad como si fueran una nueva compañía underground de refresco (Fairey citado en Hofstätter, 2016:17).

Si en un primer momento Obey se posicionó como un accidente gráfico o una entidad sin sentido que irrumpía el espacio público para cuestionar la cultura de consumo desde la producción underground, la apropiación de la técnica y el soporte empleados por parte de Coca - Cola pretendieron trasladar signos con una cierta naturaleza crítica y disidente al terreno comercial, integrándolos a un producto que por sí mismo no poseía ninguna cualidad de interés para una generación de consumidores inmersos en un contexto de pérdida identitaria como consecuencia de un fuerte proceso de globalización.

Es cierto también que la publicidad no debe confundirse con el diseño porque son prácticas que tienen distintos usos, variables y propósitos; sin embargo, lo interesante de retomar el ejemplo de OK Soda es el intento por establecer un proceso de comunicación comercial partiendo de relaciones asociativas a signos contra culturales.

39 Se ha modificado el original de una edición castellana impresa en Madrid, Okay por OK para evitar confusiones en el texto respecto a los párrafos anteriores.

En el libro *Publicidad de Guerrilla. Nuevas formas de comunicar* autoría de Michael Dorian (2006) pueden apreciarse ejemplos de estrategias de diseño que definitivamente estarían en una categoría de transgresión hacia los dogmas publicitarios siguiendo el sentido de lo correcto y lo incorrecto políticamente. Sin embargo, no en todos los casos podría hablarse de la enunciación de contradiscursos, ya que esto es una condición más compleja que supera por mucho la rebeldía gráfica o las formas de su distribución.

En términos funcionales, habría que señalar también que dentro de la publicidad la concepción de signos que generen contradiscursos no es nunca el fin primordial como lo es el incremento en la demanda de un producto o servicio, puesto que ella se vale de diversos recursos retóricos que no necesariamente significan la presencia de un cuestionamiento discursivo o incluso de una solución diseñada adecuadamente en términos formales. No obstante, por lo menos teóricamente el diseño y desde luego el diseñador deberían ser responsables del entorno que su práctica afecta, asumiendo una posición crítica sin importar la esfera donde se sitúe la necesidad de origen (comercial, pedagógica, propagandística o híbrida) y su objetivo final.

Queda claro que para las industrias culturales resulta conveniente tomar una postura limitada sobre los agenciamientos en el diseño, reduciendo su potencia práctica al postulado de la funcionalidad. Sin embargo, el asunto se complejiza cuando el producto de diseño supera lo puramente embellecedor y se posiciona como objeto de mediación en la conformación de subjetividades y el imaginario colectivo.

Aún cuando las afectaciones del diseño no son directamente perceptibles en todos los campos, la manera en como operan internamente los signos en su concepción y representación siempre se localiza sujeta a prácticas de legitimación y normalización,

por lo tanto, de reproducción ideológica. Esto implica que los alcances, aún cuando fuesen secundarios, están provistos desde un proyecto político donde los signos yacen implícitos en el espacio cotidiano, en lo rutinario; invisibles a nuestro asombro pero que dotan de sentido la experiencia humana.

2.3 Simulación y fantasmagoría del diseño desmaterializado

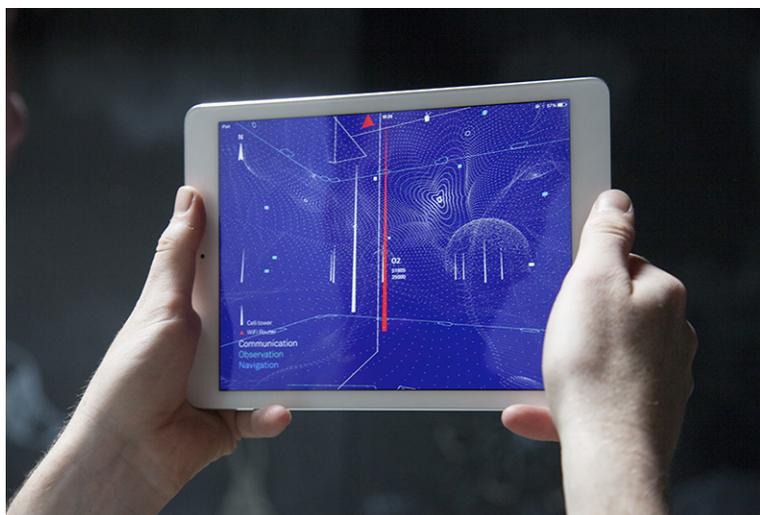
Es importante señalar que si buena parte del discurso de los signos reside en su soporte material y el tratamiento técnico de la imagen, obligatoriamente debe abrirse un apartado para considerar las operaciones que los signos realizan en las llamadas *imágenes fantasmagóricas* dado que implican un amplio problema en su análisis como son las motivaciones a las que responden, los vehículos comunicativos que emplean y sobre todo aquello a lo que esas imágenes mentales están refiriendo, en tanto que aparentemente su referente no es localizable dentro del mundo tangible o concreto, pero que contienen una fuerte carga de sentido que incide sobre la concepción y materialización del mismo.

Si el concepto de interfaz se entiende como el espacio de mediación entre la mirada del sujeto y la materialidad, el principal cuestionamiento respecto a la imagen fantasmagórica se vertería sobre la posibilidad de hablar también de una mediación entre la mirada social del sujeto y la mirada individual del deseo subjetivo. Esta operación pone de manifiesto un proceso en cual la imagen muestra una indeterminación a hacia la codificación exterior, pero que en términos prácticos cumple la función de crear un puente comunicativo entre la parte razonable del sujeto y sus pulsiones ocultas e interiorizadas.

Por otra parte, es necesario explorar los alcances de este tipo de imagen porque el mundo y el diseño contemporáneo están en buena medida poblados por imágenes que han alcanzado un nivel de abstracción que ya no denota visualidad, pero que manifiesta procesos comunicativos existentes tanto en lo individual como en lo colectivo. La diversidad de la naturaleza de los signos indica la complejidad de la semiósfera cuyas operaciones no se limitan a un terreno analógico, sino también a la creación de imágenes y signos virtuales.

Hoy en día no toda imagen es una huella, no todo lo gráfico, en sentido figurado, es huella, debido al cambio tecnológico en la producción de imágenes, ahora posibles de manera electro-digital, con todas las implicaciones ontológicas que esto significa, es decir, la ausencia de matriz indicial, la ausencia de huella: *lo gráfico como signo visual sin huella* (Bañuelos Capistrán, 2006:239).

*ARCHITECTURE OF
RADIO
Richard Vijgen
HOL/ 2016*



Cuestiones como la anterior han sido abordadas en el campo de la producción artística por Katherine Hayles (2002), quien insiste en esbozar el escenario donde actúan las imágenes virtuales partiendo de la premisa de una cultura del simulacro y la simulación⁴⁰. Una de sus grandes aportaciones de la autora, es la identificación de una ecología de los medios (*Medial Ecology*), término empleado analógicamente al de “ecosistema” debido a que las relaciones entre diferentes medios y soportes son similares a los que emplean los organismos biológicos para poder coexistir. Por otra parte, Hayles recupera el concepto de remediación para referirse al proceso en el cual las características particulares de un medio (lenguaje) se traducen en una distinta interfaz (código).

Gracias a estas observaciones, puede entender la problemática de la representación y el materialismo de las imágenes en los medios digitales como aspectos de simulación sofisticados que mantienen una lógica de interacción y lectura basada del mundo real y códigos preexistentes; lo cual es un argumento de suma importancia a considerar en los procesos pertenecientes al campo de diseño contemporáneo.

Precisamente porque los artefactos de diseño constituyen imágenes metafóricas que sirven para mediar las relaciones del sujeto con su mundo, no debe olvidarse que por más reales que parezcan las imágenes y los signos tangibles o materiales, ellos no dejan de ser simulaciones que evocan otras imágenes ausentes. En tanto que el terreno de las metáforas

40 Hayles inicia su libro *Writing Machines* explicando el cuestionamiento surgido en una convención de artes y tecnologías digitales donde en uno de los eventos se mostraba la “recreación” digital de una imagen perteneciente a una película que “simulaba” una acción “representada” en otra película, y que la mayoría de los asistentes tomaban como referente de la realidad; este momento le llevó a una fuerte asociación con los conceptos de J. Baudrillard.

responde a un complejo engranaje de técnicas y materiales que encierran una carga simbólica donde se producen nuevas afecciones en la psique del individuo, los emergentes códigos digitales estarían “remediando” la concepción de las imágenes materiales pero también la constitución propia de los sujetos, al orientar su manera de construir campos de significación totalmente arbitrarios.

La referencia a metáforas materiales no alude de manera exclusiva a la analogía que supone la relación hombre - máquina como traducción y extensión de los imaginarios. Cuando se piensa que “La metáfora tiene poder para hacer que las cosas sucedan en el mundo real, porque está conectada a un aparato material complejo que opera maquinaria, así como a construcciones socio-materiales como las transacciones económicas” (Hayles, 2002:22), debe agregarse que también en la propia relación del hombre – cuerpo “nuestra experiencia del sí está siempre circunscrita por el cuerpo y deriva de éste” (Silverman, 2009:12).

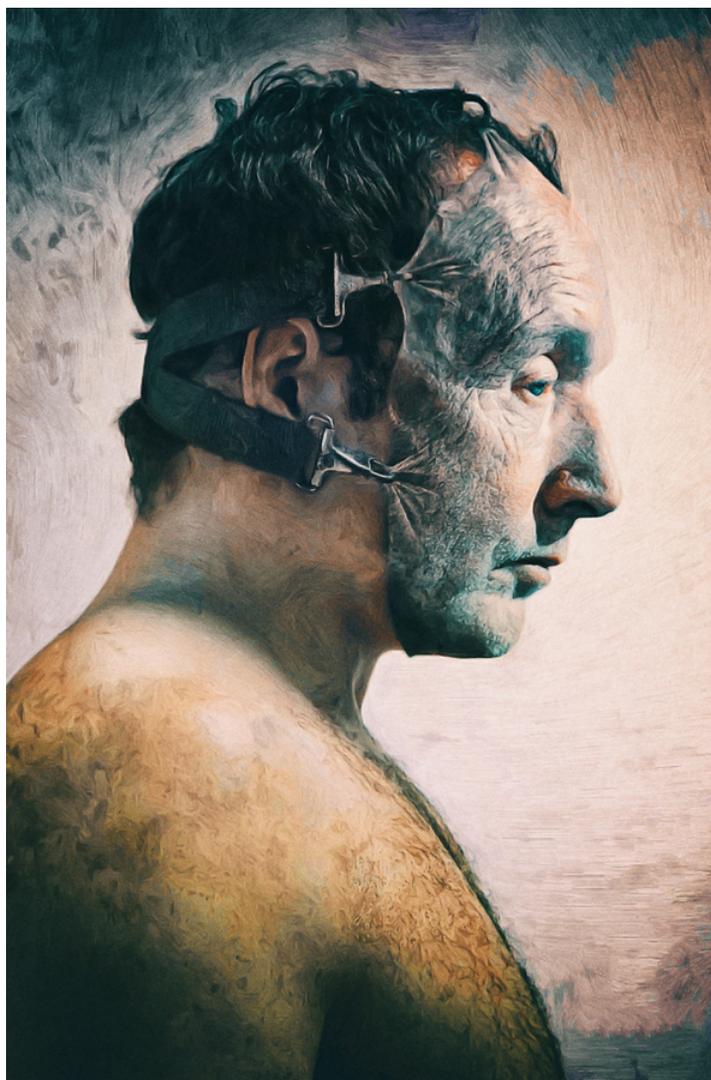
El terreno de lo simbólico, manifestado en lo visible y lo invisible, supera la formalización material cuando las imágenes mentales articulan en el individuo un conjunto de órdenes performativos, los cuales dirigen sus acciones dentro del mundo y codifican una estructura post imagen. Dicho proceso de representación extendería las funciones del signo en el diseño en las que no necesariamente se aprecia la conclusión de un proceso de formalización a través de una imagen cosificada como artefacto material, sino en lugar de ello, provoca la ensoñación del sujeto mediante la imagen abismo que se repite a sí misma y permanece codificándose en un sentido interior, subjetivando y alterando profundamente la percepción que se tiene del entorno.

En palabras de Boehm (2012), una imagen no sólo se experimenta “desde la mirada” sino que

influye también “hacia la mirada” otorgándole al individuo su referente espacial más próximo y que lo constituye respecto a su propio cuerpo “cada uno que ve (por ej. al árbol desde la ventana) experimenta lo visto allá afuera (en una cierta distancia) y lo experimenta a la vez presente en sí mismo, si lo ha vivenciado intuitivamente. El ojo está en el mundo, el mundo en el ojo.”

Debe considerarse si la mediación en la imagen carente de materia no es más que una alusión al estadio espejo lacaniano, donde el sujeto reconoce su imagen partiendo de la toma de conciencia que le produce saberse precisamente en el lugar donde está ausente. En la metáfora psicoanalítica, el artefacto refleja una imagen inexistente de quien la observa y le proporciona información necesaria para superponer sus capas de significación identitaria. La progresiva reiteración de lo invisible termina por definir la imagen “real” que el sujeto tiene de sí mismo y de su mundo. “El cuerpo que mira, dirigido hacia la realidad visible, es a la vez cuerpo visible y como tal tiene participación en la visibilidad general de las cosas. En tal medida pertenece a la naturaleza y regresa a ella pues procede de ella” (Boehm, 2012:8).

Por ello, la noción de post imagen o imagen fantasmagórica en esta investigación quedará utilizada con relación a dos aspectos fundamentales como son: en primer lugar la proyección de una imagen que es visible pero no tangible, y en segundo, un tipo de imagen que conjuga la interiorización del proceso semiótico en el sujeto, al referir una imagen mental hacia otra de la misma tipología sin que necesariamente ninguna de las dos llegue a cristalizarse por medio de una materialidad.



THE EVOLUTION OF THE SPECIES
Gianfranco Gallo, ITA/ 2013

Lacan insiste en el carácter ficticio y la exterioridad de la imagen fundacional del ego. También caracteriza el proceso psíquico que el ego pone en movimiento como la primera de muchas identificaciones estructuradoras (que con frecuencia implican no sólo representaciones exteriores, sino otros sujetos) (Silverman, 2009:13).

Si bien las imágenes fantasmagóricas han aparecido desde los inicios de la historia e incluso se han señalado directamente en “El mito de la Caverna” de Platón, la producción de imágenes de esta tipología hoy en día puede estudiarse en relación a procesos relacionados con la imagen digital caracterizados por la inmaterialidad y su rápido desplazamiento. En este sentido la sobreproducción de imágenes envuelve la imposibilidad de su cosificación tangible, pero no así de la transmisión de sentido a la mirada por medio de otros mecanismos como la idealización o la identificación.

Los condicionamientos históricos en cuanto a las posibilidades de creación y reproducción de la imagen permiten visualizar puntos de ruptura en cuanto a los paradigmas de materialidad, como se ha mencionado, cada época fija el valor de sus imágenes, sus contenidos y por ende las formas de interactuar con ellas. En el caso del contexto contemporáneo, la tecnología y los soportes digitales han tenido un papel muy importante en cuanto a la carga simbólica y la estructuración del discurso que las rodea, debido a que su producción no había contado con las posibilidades de acceso actuales.

José Luis Brea distingue tres eras de la imagen que portan cualidades simbólicas y de significación distintas, mismas que entablan relaciones disímiles respecto al espectador - consumidor con quienes entran en contacto. La primera de las eras se caracteriza por la relación *imagen-materia* como promesa de eternidad y permanencia; forma parte de un testimonial que da cuenta de la inscripción

en la historia de la humanidad y la genialidad de sus capacidades creativas por medio de la intervención visible en el entorno. Por tal motivo, este tipo de imagen no puede desprenderse de su soporte ni su materia.

La segunda era está relacionada con la *imagen reproducible*, en la cual el peso de su valor reside ya no en la materia misma (como había sucedido con las artes clásicas: pintura, escultura) sino en su relato y su potencia narrativa, donde la construcción de sentido se genera desde la complejidad del sujeto que vuelve visible una parte del mundo (en la fotografía lo significativo está en la imagen capturada y no en el papel fotográfico o el proceso químico de revelado); por ello no es de extrañar que a inicios del siglo XX, Benjamin hablara de iluminaciones intuyendo que el sujeto social no solo produce y modifica realidades sino que también las nombra y las señala.

Por último, la tercer era quedará enmarcada dentro de la *imagen electrónica* (que preferentemente habría que llamar imagen virtual para fines prácticos) la cual se cimenta entre la fantasía y la metáfora de las figuras del deseo, el campo de las proyecciones que borra engañosamente el sentido de representación y da por hecho que la imagen es verdadera. Este tipo de imagen adquiere una carga espiritualizada (o mejor dicho re-auratizada) donde lo importante no es concretar un término tangible, sino propiciar el proceso de gratificación que se administra desde el terreno imaginario y las afecciones tanto en su sentido individual como colectivo.

Históricamente el nacimiento de la práctica del diseño en los procesos de producción se sitúa dentro de la segunda época, pues hasta antes de las revoluciones industriales la predominancia de la imagen permaneció en los terrenos de la obra artística (altas artes o bellas artes) y la artesanía (como arte baja o arte popular), debido a las limitaciones

ADWEEK
Semanaario de
Publicidad,
USA



derivadas de la imposibilidad de contar con procesos de producción seriados y de su distribución a nivel masivo.

No obstante, puede decirse que el diseño de alguna manera fue también una *remediación* que conjugó dos prácticas anteriores como las Bellas Artes y la producción artesanal, pues en sus inicios las actividades y sus productos estuvieron a cargo de artistas y oficiales artesanos con el valor agregado que suponía la funcionalidad sobre el simbolismo, pero manteniendo un cierto embellecimiento estético en el moldeamiento de la materia.

Por otra parte, el diseño fue una disciplina que se alejó de sus limitaciones funcionales en cierta medida porque su propia naturaleza industrial provocó la necesidad de una fuerte estilización y posicionarse como artefactos de simulación para lograr una propagación más efectiva. Así que cuando los canales de comunicación virtuales aparecieron, las posibilidades para la experimentación imaginativa se desbordaron rápidamente replanteando tanto códigos y formas de uso, como de recepción y lectura

ya no desde la materialidad del mundo real, sino desde la ficcionalidad y el deseo.

Las imágenes virtuales estructuradas desde los imaginarios representan también que, con la evolución de los diferentes códigos de lenguaje preexistente, deben resultar nuevas convenciones para hacer posible su comunicación, y a posteriori generar espacios de interacción social o imágenes de mundo con ciertas particularidades ideológicas. Esto significa que los grupos sociales intercambian valores simbólicos y establecen un sistema de normas propias a un espacio común partiendo de la proyección de imágenes mentales.

Con respecto a lo anterior, Foucault consideró en su momento dichos espacios de significación llamándoles *heterotopías*, donde se observa la desarticulación de la realidad vivida en tanto que los territorios imaginarios configuran nuevos espacios geográficos y concretos, en los cuales las relaciones sociales se modifican no sólo en ámbitos referenciales sino también en cuestiones normativas o identitarias. Por ésta razón, la construcción del entorno ficticio adquiere el rol de una imagen simulacro y por tanto real.

(...)las heterotopías, cabría a no dudar una especie de experiencia mixta, mítica, que vendría representada por el espejo. El espejo, a fin de cuentas, es una utopía, pues se trata del espacio vacío de espacio. En el espejo me veo allí donde no estoy, en un espacio irreal que se abre virtualmente tras la superficie, estoy allí, allí donde no estoy, una especie de sombra que me devuelve mi propia visibilidad, que me permite mirarme donde no está más que mi ausencia: utopía del espejo. Pero es igualmente una heterotopía, en la medida en que el espejo tiene una existencia real, y en la que produce, en el lugar que ocupo, una especie de efecto de rechazo: como consecuencia del espejo me descubro ausente del lugar porque me contemplo allí (Foucault, 1984).

En los procesos de diseño se observan casos en los cuales los signos actúan de una manera similar a lo descrito mutando de su significado visual a su significado pragmático. Uno de los ejemplos emblemáticos del siglo pasado justamente se encuentra en la construcción arquitectónica en Las Vegas, en donde la imagen de ciudad contiene una carga simbólica que se emancipa de los alcances de sus dimensiones materiales y funcionales (en muchos casos, incluso desde el momento de su concepción) en la mayoría de proyectos que la conforman.

No es gratuito que inicialmente dicha ciudad se haya concebido como un espacio fuera del territorio de la normatividad y la buena convivencia, tanto en el sentido moral como en el estrictamente geográfico. Esto porque Las Vegas no representa únicamente un complejo construido en medio del desierto que intenta alejarse de las leyes del estado de Nevada, sino porque a través del uso de iluminación artificial se obliga al visitante a superar las limitaciones biológicas y fisonómicas impuestas por el periodo nocturno, tiempo destinado a la reparación y descanso del ser vivo modificado en tiempo para la producción y el consumo.

Lo esencial en la arquitectura del ocio es la ligereza, la cualidad de oasis o ensoñación en un contexto hostil, el simbolismo enaltecido y la posibilidad para el usuario de transfigurarse a sí mismo y satisfacer sus deseos alejándose de la espantosa realidad a la cual se encuentra encadenado (Brown, Izenour, y Venturi, 1998:79).

Muchos puristas podrían debatir que estar refiriendo una cualidad como la iluminación es señalar una propiedad correspondiente al signo arquitectónico como signo pragmático y no uno de orden visual. Sin embargo, Brown, Izenour y Venturi advierten en distintos momentos que múltiples morfologías de signos aparecen interconectadas para

integrarse en complejos sistemas que configuran la imagen matriz del entorno⁴¹.

Tomando como punto de partido el caso concreto del Cesar's Palace donde converge la majestuosidad del Imperio Romano aludiendo a su tradicional arquitectura, no podría considerarse un signo arquitectónico la imponente vestimenta de los empleados con el objetivo de emular soldados auténticos de la época antigua, o bien, las señalizaciones construidas a partir de simbologías y tipografías que aún cuando estilísticamente se emparentan a ese periodo histórico pertenecen a una convención social distinta.

(...) la modernidad apostó por el funcionalismo de la forma, por lo que las propiedades visuales se limitaban a lo estrictamente necesario. En la arquitectura prevalcía la forma y no el simbolismo de hoy día. "Esta arquitectura de estilos y signos es antiespacial; es más una arquitectura de la comunicación que una arquitectura del espacio; la comunicación domina el espacio en cuanto elemento de la arquitectura y del paisaje" (Brown, Izenour, y Venturi, 1998:29).

Mediante la evocación la memoria y la simulación a través de la articulación de signos visuales es posible acceder a una realidad de mundo distinta a la perteneciente, por lo menos los proyectos de diseño e identidad visual tan en boga para las ciudades subdesarrolladas contienen más que un propósito de embellecimiento estético y enmascaran un ejercicio político que tiene por finalidad proporcionar a sus habitantes el acceso a un terreno ilusorio que termine

41 Joan Costa (1994) refiere una idea similar mediante su concepto de imagen global, sin embargo he preferido utilizar el término matriz para recalcar la potencia de la imagen para ramificarse y adoptar distintas materialidades y virtualidades, es decir, que la misma posee un nivel más amplio de codificación y por tanto requiere fragmentarse o dosificarse para hacer posible su lectura.

tarde o temprano por reconfigurar su percepción del entorno. La activación pragmática del signo visual en estos casos representa el intento por condensar el discurso de una modernidad tardía, así como validar la noción de progreso las sociedades.

El ejemplo de las heterotopías como devenir de la imagen fantasmagórica a nivel colectivo resulta pertinente en términos de diseño con implicaciones políticas (a manera consciente o no), esencialmente porque este tipo de imagen también afecta al sujeto en una proporción individual, ya que su propio ego se encuentra ante una constante restructuración influenciada por las representaciones exteriores con las que dialoga, hasta encontrar la *imagen – a - distancia*⁴² que le permite reconocerse y por tanto trasladar su deseo hacia el umbral de lo visible.

Desde una perspectiva semiológica, la vida interior del sujeto se exterioriza en las formas de representación del cuerpo y la indumentaria, la gráfica, la arquitectura y el espacio; precisamente, lo que Eco definía como paralenguajes. En ellos se emplean imágenes externas para remitir a otras imagen internas, lo cuál muestra claramente el carácter de signo codificador de la subjetividad en materia, o conceptualizaciones que permiten enunciarse ante la figura del otro. Sin embargo, como se explicó antes, no todos los signos devienen en materia necesariamente, sino en muchas ocasiones son piezas que remiten a una imagen matriz que se incuba en la mente.

A partir de una perspectiva distanciada también se adquiere la posibilidad de experimentar gratificaciones que en el mundo real resultan inaccesibles. Esto explica de alguna manera la atracción del sujeto hacia imágenes idealizadas por

42 Kaja Silverman (2009) acuña este término para referirse a la posibilidad que adquiere el sujeto de ser "Otro" pues esta condición le permite ver la propia imagen que él constituye.

los medios de comunicación masiva, mismas que en muchos casos se alejan de los contextos particulares de cada individuo debido e implican una cierta negación a la realidad, alineándose a los discursos imperantes en un intento por reconstruirse o por lo menos encapsularse en un entorno más amigable o que el socialmente asignado.

(...) la práctica representacional se mueve por tales “implantes” anémicos a fin de confirmar los valores dominantes. Sin embargo, implícita en la derivación exterior de estos existe la posibilidad de que cada uno de nosotros tenga acceso psíquico a lo que no nos “pertenece”... o de que “recordemos” los recuerdos de otras personas. Y a través de estos recuerdos prestados podemos acceder psíquicamente a dolores, placeres y luchas que se encuentran muy lejos no solo de los nuestros, sino también de los que la representación normativa valida (Silverman, 2009:9).

De la forma en la que señala Silverman, las cualidades de significación no yacen en la estructura del objeto o artefacto de diseño mismo, sino que su desmaterialización ejercen una función especular para el sujeto quien observa características relacionadas a la propia concepción que tiene de sí mismo debido a la indeterminación que la imagen externa le proporciona. Esto abre el espacio suficiente para la concreción un fragmento de la realidad del usuario aunque tal narrativa no sólo se suspendería imaginariamente, sino que ciertos objetos contemporáneos de diseño apuestan también por la materialización misma de dichos espacios de indeterminación.

Pensando en las posibilidades de personalización que se ofrecen bajo la premisa de la llamada *user experience*, se ponen en juego mecanismos donde el diseño mediante signos visuales proporciona indicios para alcanzar una transformación pragmática, siendo destape de la actuación de los sujetos dentro de un espacio



**STRUCTURE OF A
MOVEMENT**
Fotografía
Omar Z. Robles,
PRC

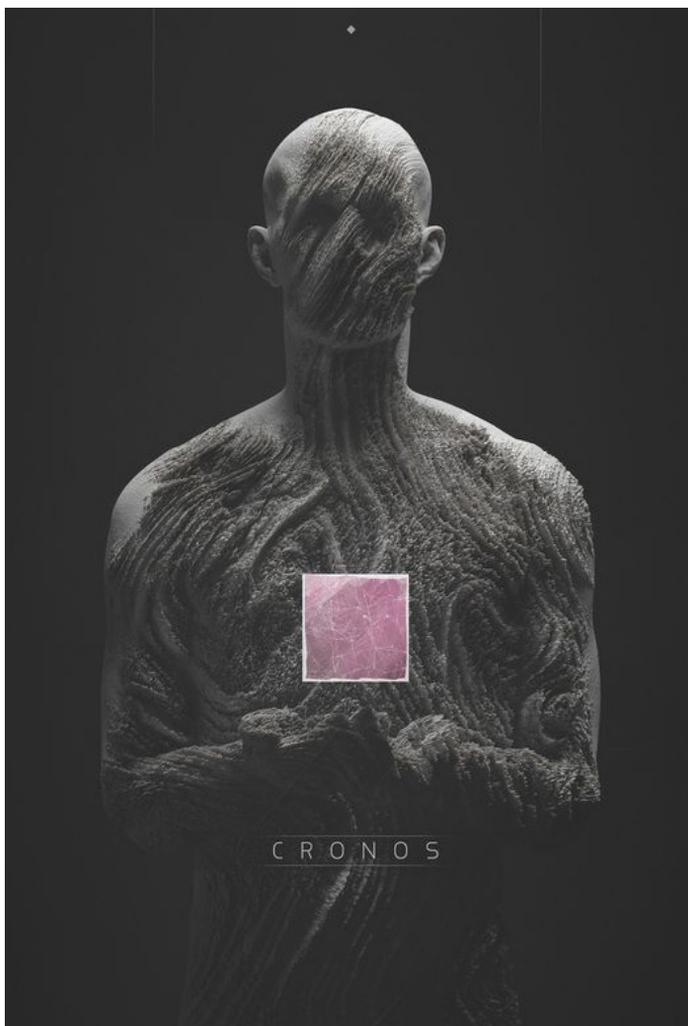
tangible. Esto muestra que el signo visual no permanece estático ni concluye en sí mismo, sino que ocupa simplemente un estado mediador que activa otras funciones del discurso.

El espectador de obras modernas aprende que las obras no desaparecen, sino que se acreditan de un modo completamente transformado. Ellas cambian su vestidura material, ciertamente también su contenido, y sin embargo siguen siendo imágenes cuya diferencia icónica en cada caso da a ver y a pensar (Boehm, 2012:13).

Al notar que la percepción acerca del tiempo en las sociedades actuales privilegia la inmediatez y la sobre producción de imágenes que construyen el mundo, se asiste al inevitable apartamiento del acto contemplativo como resultado de la velocidad requerida por los procesos de lectura y decodificación de los signos, donde se acorta considerablemente la vida de las imágenes en el espacio y la memoria del espectador – usuario. Esto quiere decir que la saturación semiótica constituye también fiel testimonio de una subordinación de las políticas de la mirada a las lógicas de consumo.

No resultaría extraño tampoco pensar que los terrenos de la experiencia estética en el diseño hayan adquirido un importante empoderamiento debido a que en las últimas décadas, la simulación y el simulacro son la manera más eficaz de asegurar la asistencia al evento vívido. Paradójicamente, lo anterior implica generar un relato testimonial previo a los actos performativos, tanto en su dimensión social como en la concerniente a lo individual, que corresponde al sujeto y su relación con los signos.

La creación de este marco de referencia en el horizonte de sentido de los signos de diseño, permite hacer cuantificables y sobre todo narrativamente atractivos los relatos contruidos colectivamente en un punto específico de la historia; al mismo



CRONOS 013
Modelo 3D
Philip Harris-Genois,
CAN/2016

tiempo se obtiene un acotamiento en las variables que representan la individualidad del sujeto y la preponderancia de un carácter subjetivo, permitiendo interacciones y gratificaciones personalizadas acorde a las distintas necesidades y requerimientos concretos de cada problema específico en la vida real.

In extremis la imagen se niega completamente como imagen para efectuar la perfecta representación de un asunto. Se alcanza tal fin cuando nosotros como espectadores somos engañados y tomamos la imagen por lo presentado mismo, cuando en cierto modo dejamos de verla como imagen (Boehm, 2012:11).

2.4 Intertextualidad, símbolos y repeticiones en el diseño

Otra de las problemáticas fundamentales en el diseño contemporáneo es la difusa y complicada ramificación semiótica (Athavankar, 1997) donde la palabra diseño interviene. La epistemología del diseño contemporáneo parecería estar abandonando las antiguas clasificaciones que actualmente resultan obsoletas⁴³ para simplificar todos los procesos, prácticas e historias que envuelve ésta disciplina, motivo por el que en los últimos años se ha optado por referirse simplemente al llamado *diseño de entorno*.

Con el objetivo de abarcar con mayor amplitud los diferentes aspectos que atraviesan las representaciones visuales, materiales, espaciales y emotivas; y que a su vez, definen los límites para dualidades culturalmente aceptadas como nociones

43 Me refiero desde luego a términos comúnmente utilizados durante el siglo XX como son: diseño gráfico, diseño industrial, diseño de modas, o incluso diseño arquitectónico.

de: objetividad/ subjetivada, individual/colectivo o público y privado, el diseño de entorno es un término se ha utilizado tan indiscriminadamente que ha llegado al grado de banalizarse y estar presente prácticamente en cualquier área de estructura social, siendo en muchas ocasiones simplemente una designación nominal, sensacionalista o producto de la mercadotecnia.

El amplio uso de un concepto como diseño de entorno posiblemente debe en buena parte su aparición a que, desde la perspectiva de autores como Hal Foster y Bruce Sterling, en el mundo contemporáneo la totalidad de las cosas que lo habitan implican procesos que aún cuando no aparecen visiblemente relacionados al campos tradicional del diseño, enuncian la importancia del trabajo de los diseñadores y sus contribuciones que van desde las cadenas de producción económica e industrial hasta el papel que desempeñan en la conformación de la vida cotidiana.

Llevando la reflexión hacia un nivel más profundo, puede argumentarse que cuando se piensa en el diseño como disciplina aislada, cuyo resultado se agotan en la producción de artefactos materiales es limitarse a pensar en un diseño centrado en “diseñadores” y “usuarios”, corriendo el riesgo de no visualizar las consecuencias y cambios que la totalidad de sus procesos significan para los entornos previamente existentes. De esta manera, “la expansión de la palabra Diseño es un indicativo (tenue, con seguridad) de lo que podría ser llamado una teoría de la acción post-Prometeana” (Latour, 2008:3)⁴⁴.

Ben Higmore piensa precisamente que no se puede echar en saco roto el hecho de utilizar

44 Cita original en inglés: “the expansion of the word “design” is an indication (a weak one to be sure) of what could be called a post Promethean theory of action”. La traducción es mía.

un concepto tan generalizado, sin que exista una teorización sobre los alcances de las prácticas del diseño contemporáneo (teorización que da lugar a los recientes *design studies*) y que es urgente problematizar las consecuencias de la cultura del diseño sobre los entornos naturales, llegando a la conclusión de que la mayor parte de la vida social se desarrolla sobre una base de representaciones dispuestas en diferentes niveles de “mundos artificiales”, mismos que podrían pensarse como: mundos previamente diseñados por la estructura social precedente. (Higmore, 2014)

En ese sentido, las practicas de diseño funcionan como puentes histórico sociales donde los artefactos de diseño representan “Los objetos que demuestran la naturaleza completamente enmarañada de nuestras interacciones en el mundo material; la forma en que los cuerpos, las emociones, el comercio mundial y la estética, por ejemplo, se entrelazan en el nivel más cotidiano.” (Higmore, 2014:15)⁴⁵.

Ante ello, cabría la necesidad de pensar la manera en cómo establecer una diferenciación entre el escenario preexistente y aquello que ha sido diseñado por intervención humana; lo cual terminaría por conducir a un callejón sin salida, puesto que la totalidad de la vida social se enmarca bajo procesos de comunicación que son una invención arbitraria de los integrantes de un colectivo con el objetivo de construir su noción de realidad (Flusser, 2002).

Pensar el diseño como vehículo mediador entre distintos campos de acción y no sólo dentro de sus aspectos funcionales y utilitarios en su dimensión más simple al interior de su propia área de estudio, justifica el hecho de estudiar su naturaleza signica

45 Cita original en inglés “the objects that demonstrate the thoroughly entangled nature of our interactions in the material world, the way that bodies, emotions, world trade, and aesthetics, for instance, interweave at the most everyday level” La traducción es mía.



y sus mecanismos de construcción discursiva, de la misma manera en que habían anticipado Peirce y Eco con la semiología. Siendo así, podría entenderse que “el diseño es siempre rediseñar (...) En otras palabras, siempre hay algo reconfigurativo en el diseño” (Latour 2002:5)⁴⁶ lo cual necesariamente despliega la pregunta sobre sus relaciones intertextuales (Lotman, 1996) y las asociaciones simbólicas que se ocultan bajo la afección de las imágenes.

Por otro lado, la construcción de la realidad a partir de hechos sobresalientes que dan lugares a representaciones que permitan cristalizarlos y reproducirlos posee también un carácter mágico que redirecciona la vida del sujeto, es decir, significan la realidad de una forma similar a como las imágenes producto de los diferentes procesos de diseño interactúan en la vida cotidiana de usuario – consumidor para evocar fragmentos de la memoria. Esto quiere decir que los artefactos de diseño son artefactos transitorios entre estado “natural” de las cosas y su dimensión ritualista.

Es notable la relación existente entre las imágenes de diseño y las imágenes sagradas puesto que en ambas ocurre una codificación formalizada que constituye el nacimiento de símbolos atemporales, desde donde se resguarda una imagen matriz para evitar su desgaste y el riesgo de anulación aurática frente al amplio número de imágenes superpuestas, mismas que difuminan las motivaciones de su proyección material como sucede naturalmente en el mundo contemporáneo.

El enmascaramiento de las imágenes y la superposición de capas de significación se encuentran localizadas exactamente en el mismo lugar donde Freud encontró su interés por el significado de los sueños, puesto que el médico austriaco intuía que

46 Cita original en inglés: “design is always to redesign (...) In other words, there is always something remedial in design”. La traducción es mía.



el sujeto tiene la necesidad de recodificar imágenes traumáticas para salvaguardarse de sí mismo. Para uno de los padres del psicoanálisis, la operación fundamental en el relato mítico reside entonces en esconder la realidad y difuminarla para hacerla una experiencia diferenciada e intocable, dando lugar a imágenes y símbolos que codifican de una manera poética las imágenes mentales de los sujetos.

BATMAN
Escultura
Kimbal Studio,
MEX/2014

El espacio de lo sagrado y la mitificación de la cotidianidad requieren de artefactos que sean indicios de la presencia del observador, cuyas marcas de enunciación y tatuajes del territorio incierto aparecen como respuesta dialéctica a las no personas, las no historias y los no lugares (Augé, 2000), producto del capitalismo avanzado y su lógica de desterritorialización. Mientras las narrativas no situadas son por naturaleza vestigios de colonización al imponerse como discursos totalitarios, los cuales dejan fuera las particularidades de cada contexto y los deseos de los actores involucrados, la decolonización simbólica que irrumpe desde campos artísticos, creativos y epistemológicos produce un efecto



*DARTH VADER
Objeto intervenido
con chaquiras
Álvaro Ortiz López,
MEX*

dominó que termina por impactar el terreno de lo político.

Si en los últimos años, los objetos de diseño poseen características como la inmaterialidad y el subjetivismo (los no-fetiches) como fuertes aliados de los procesos de consumo; éste es el mismo sitio donde la potencia estética se halla contenida en cada una de las imágenes que generan preguntas, y que más allá de sobresaturar el mundo de objetos representan la huella histórica de los rituales y mitos originarios. De allí la sensación de vivir en una repetición constante de imágenes y de las narrativas que conducen el desarrollo de las sociedades, pues aunque la forma de los signos fundacionales haya transmutado y se mimetice con los modelos de representación propios de cada época, su significado permanece intacto.

Discursos y confrontaciones en el diseño

3.1 Argumentación política desde el diseño

Las cualidades del diseño y su potencia de transformación no deben pensarse como un mar de textos y discursos que modifican la conducta de los sujetos *per se*, sino que funcionan como argumentos que requieren una cierta complicidad de otros factores para consolidarse, concordando con reflexiones como las de Georges Roque y sus investigaciones en torno a la Argumentación Visual (2015) en los procesos de comunicación contemporáneos.

Mientras que teorías de la comunicación como el Modelo Hipodérmico esbozado por Lasswell en 1927, perteneciente a la corriente conocida como *Mass Communication Research*, consideraba que dentro de los procesos de intercambio comunicativo los mensajes se mueven en un sentido unidireccional dominado por el enunciante, las argumentaciones implican la participación activa del receptor que acepta o rechaza el mensaje de acuerdo a la coherencia discursiva de los textos⁴⁷.

En el caso particular de propuestas como el Modelo Hipodérmico de Comunicación, sus aportaciones resultaron obsoletas tempranamente al no tomar en cuenta el rol que ocupan los receptores o intérpretes como individuos autónomos y las posibilidades de resistencia que ellos tienen en la concreción u objetivos que un mensaje persigue (Wolf, 1987). De la misma forma, las condiciones sociales predeterminan los escenarios de exposición y recepción así como creencias previas que asignan el valor y significación de los mensajes, por tanto su capacidad de transitar de sus funciones como signo comunicativo a las de signo performático.

Puesto que los receptores no son figuras indefensas, sino que interactúan con la información utilizando competencias propias (entendidas en términos chomskyanos), Roque y Nettel (2012) consideran posible hablar de que en los procesos comunicativos de cualquier tipo aparecerían comúnmente tres conceptos generalmente confundidos entre sí, como son: la argumentación, la persuasión y la manipulación.

Las categorías de análisis en Roque y Nettel muestran una diferencia significativa entre lo entendido por persuasión respecto a manipulación, aunque para la argumentación las discrepancias sean menores y en ciertos casos podrían envolverse cualidades similares. Mientras el concepto de persuasión requiere la aceptación consciente por parte del interlocutor de aquello que el enunciante y el mensaje sugieren, es decir enuncia una posibilidad de acción y no un enunciado imperativo; la manipulación contiene un carácter completamente intencional puesto que no existe manipulación sin intenciones u objetivos concretos, en concordancia con la hipótesis de Greimas y Courtés.

Por tal razón, “es importante considerar que la persuasión, como resultado, no es un efecto automáticamente producido por una causa, el llamado acto persuasivo. La participación del receptor es fundamental para lograr el resultado que el persuasor espera” (Nettel y Roque 2012:60)⁴⁸. Por otra parte, el concepto manipulación no siempre se relaciona a propósitos con una connotación negativa, sino que la piedra angular de su operaciones está en que las motivaciones del mensaje y los objetivos finales se encuentren ocultos al receptor, restringiendo ampliamente la libertad para elegir o

48 Cita original en inglés: “is important to consider that persuasión, as a result, is not an effect that is automatically produced by a cause, namely the act of persuading. The receiver’s participation is fundamental to achieving the persuader’s expected result”. La traducción es mía.

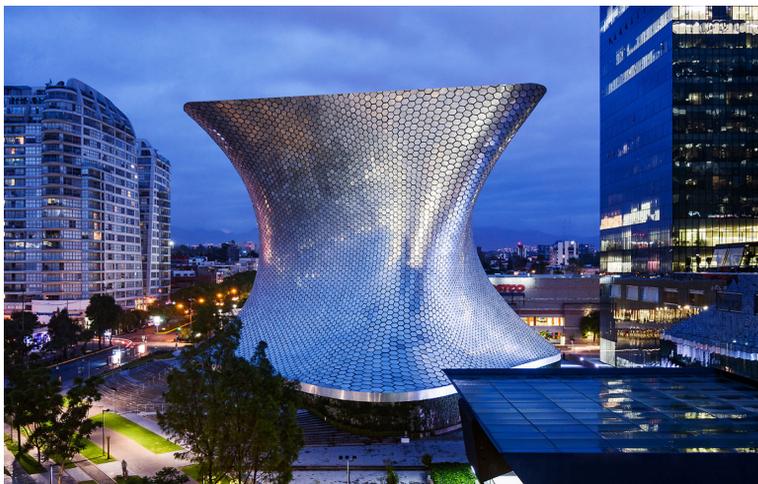
decidir siendo partícipe de una acción de la cual se tiene un desconocimiento parcial o completo aún cuando la finalidad de éste acto sea en su propio “beneficio”.

Finalmente, el concepto de argumentación como un concepto aislado se define en los diccionarios como la asociación de razonamientos lógicos para hacer coherente aquello que intenta afirmarse o negarse, o bien, una serie de postulados que sostienen y concretan una idea abstracta mediante la utilización de razonamientos que se ciñen a convenciones contextuales específicas.

Es por ello que hablar de *Argumentación Visual*, como sugiere Roque, es adentrarse en un territorio donde las unidades de significación que aparecen como elementos formales de representación, sobre los cuales se sostiene la lógica de una estructura comunicativa que evoca en todo momento la narrativa político social que les da origen. Por lo tanto, al pensar el diseño como argumentación y estado transitorio hacia la acción es posible localizar que en los artefactos de diseño existen evocaciones narrativas que mantienen un estrecho vínculo con las disposiciones políticas para poner en marcha a los agentes sociales.

Los procesos y artefactos de diseño cumplen funciones argumentativas que otorgan al usuario las posibilidades de afirmar o rechazar su propia subjetividad y la objetividad de su entorno, porque finalmente las formas de consumo tienen amplias variantes contextuales que afectan los procesos de recepción. Pero mientras los postulados “diseñísticos” posean una mayor coherencia con el objetivo político que se persigue en otros campos de interacción social, las capacidades de entablar un diálogo con las textualidades de los productos de diseño maximizan.

Respecto a las funciones que cumple el diseño en las sociedades contemporáneas otros



MUSEO SOUMAYA
Fernando Romero,
MEX/2011

debates también han discutido largamente sobre la relación entre ésta disciplina con el campo del arte en la actualidad, como se observa principalmente en la corriente del *speculative design* y previamente en las teorizaciones con una perspectiva sur, emergentes a finales de los sesenta como producto del exilio intelectual, la resaca de las guerras mundiales y la desigualdad económico - social del modelo de producción impuesto por el capitalismo avanzado.

La potencia discursiva que el arte históricamente ha desplegado para argumentar realidades y condiciones políticas, parecería ser uno de los ejes fundamentales donde los “haceres” del diseño convergen más allá de estimarse el producto de su trabajo como simples artefactos materiales banalizados, los cuales se agotan en su funcionalidad y utilidad directa, o por decirlo de alguna manera, que representan materias “inocentes” y discursos resultado de la casualidad.

Tras analizar la narrativa imperante en la cultura occidental desde la tradición griega, Jaques

Ranciere identificaba la relación entre estética y la política como una *división de lo sensible*, la cual definía como una delimitación de tiempos y espacios en las “maneras de hacer” (lugares de enunciación discursiva) y la pertinencia que tienen los actores para ejercer su poder respecto a lo común colectivo en cuanto sus posiciones estratégicas dentro de la cadena de producción y organización social (poder político determinado por la división del trabajo); ante lo cual, el arte resultaba ser uno de los núcleos fundamentales para la transformación de las estructuras sociales.

Si bien el diseño contiene formas compositivas y de representación con una proximidad estilística importante a las características técnicas y tecnológicas heredadas del campo del arte, uno de los grandes distanciamientos conceptuales entre estos campos fue durante mucho tiempo la diferencia sustancial que suponía la escala de priorización en los valores simbólicos y las aplicaciones en la vida cotidiana para cada uno, determinada en gran medida por su capacidad de producción en serie. Lo anterior sostiene y reafirma el vínculo entre las formas representar y concebir el mundo con las formas de construirlo y actuarlo, o, en un última instancia, transformarlo.

El hecho de que el diseño apareciera concebido principalmente como una actividad embellecedora de la vida cotidiana para las masas de las sociedades del siglo XX no sería entonces gratuito, sino que obedeció a las necesidades de entender el mundo y su experiencia modernizadora de un contexto específico que ha caducado en diversos ámbitos. El paradigma estético donde la simbiosis del hombre - máquina se enuncia con la masificación de productos accesibles e indiferenciados para las masas, es también la enunciación de la narrativa de un proyecto de expansión política y la supremacía de la acumulación de capital.

Por otra parte, sería necesario recordar que incluso la percepción de la vida cotidiana como se conoce está codificada por un sistema de signos que remiten a otros valores preconfigurados, por tanto la “naturalidad” con la que percibimos el entorno entraría de igual manera en el orden de las representaciones y las narrativas históricas, aportando las directrices sobre las cuales los agentes actúan su realidad; nuevamente la división de lo sensible.

De acuerdo a este planteamiento, Ranciere identifica que:

Platón plantea tres maneras en las que las prácticas de la palabra y del cuerpo proponen figuras con carácter comunes. Una de ellas es la superficie de los signos mudos: superficie de signos que son, como dice Platón, como pinturas. Otra es el espacio del movimiento de los cuerpos que se divide a su vez en dos modelos antagónicos. Por una parte el movimiento de los simulacros de la escena, ofrecido a las identidades del público. Por otra parte el movimiento auténtico, el movimiento propio de los cuerpos comunitarios.

(...)Estas formas definen la manera en como las obras o las actuaciones teatrales “hacen política” cualesquiera que sean, por otra parte, las intenciones que las muevan, los modos de inserción social de los artistas o la manera como las formas artísticas reflejan las estructuras o los movimientos sociales (Ranciere, 2000:3).

En el sentido de la cita anterior, la visión del diseñador como productor (Rispoli, 2015) apela a las ideas propuestas por Walter Bejamin que más tarde complementa Jaques Ranciere, al referir que mediante el trabajo material se producen estructuras normativas que activan o cancelan valores culturales y codifican signos de comunicación. De esta manera, los signos y discursos cotidianos llegan a constituirse como dispositivos y modelos de reproducción desde los cuales la violencia puede ejercerse mediante una encriptación textual, misma que no alcanza a ser

visible en un nivel superficial de la interpretación pero trastoca las actuaciones de los sujetos.

El campo del diseño, al igual que el campo artístico, pertenece al grupo de los espacios de enunciación que tienen entre sus objetivos consolidar paradigmas estéticos, al evocar y hacer comprensibles las dimensiones político preformativas encaminadas a mantener órdenes colectivos, así como también participar en la asignación de los roles de dominación y posiciones de poder o las capacidades de agenciamiento que los actores poseen dentro de las estructuras sociales; sea por la accesibilidad a los medios de creación, por su capacidad de consumo o su papel como dentro de los procesos de producción y circulación de bienes.

El orden de las representaciones que moldean las actuaciones y las identidades tanto de cuerpos individuales como colectivos, se identifica en las ramificaciones del diseño existiendo un primer orden de concordancia entre la superficie de los signos mudos que se describe y la parte expresamente visual del diseño; puesto que sobre una base bidimensional se recrean lenguajes que atraviesan una amplia gama interpretativa donde intervienen experiencias sensoriales del espectador pero también códigos compartidos que hacen posible su transmisión mediante la palabra.

En segunda instancia, puede notarse también una relación existente entre el diseño objetual y la condición de simulación y simulacro que plantea la puesta en escena. Al manifestarse materialmente una serie de elementos que constituyen el universo de significación para el sujeto, se construye tanto la propia identidad como la figura del otro, y se activa una condición de subjetividad respecto a la realidad al emplear artificios signícos que no son otra cosa más que los elementos para poder interpretar el rol que ha sido asignado dentro del “escenario teatral”.

Finalmente, el diseño de espacios como la arquitectura y el urbanismo, ocuparían la tercer clasificación al estar destinados a regular los comportamientos sociales colectivos. De tal forma, González Ochoa (2007) expone que a través del diseño de espacios se trazan las cartografías en los imaginarios que definen los modos de interacción de los sujetos, buscando mantener una coherencia discursiva entre el mundo material con las visiones políticas e ideológicas dominantes de cada etapa histórica.

Sin embargo, el código estético no replica necesariamente en todos los casos el logos de violencia explícita que albergan las estructuras sociales, sino que funciona como un dispositivo “imparcial” que legitima mediante una operación indirecta la validez del campo político que se presenta en apariencia como “incluyente y plural”, porque como se dijo antes, los grados de agenciamiento y las posiciones de los agentes de cambio en la estructura social están determinados fuertemente en las practicas cotidianas situación que restringe la posibilidad de una transformación radical.

La ingenuidad que muchos artefactos de diseño quisieran aparentar es incluso la toma de un posicionamiento que refuerza la argumentación política dominante que pasa por una narrativa sustentada en signos visuales, materiales y espaciales que delimitan los escenarios de acción al tiempo que recrean una ilusión de accesibilidad. De otra manera, el resultado sería un proyecto totalitario con derroches de violencia en la praxis e insostenible socialmente, dada la inexistencia de gratificaciones e intercambios que suprimirían toda acumulación de capitales materiales pero también simbólicos.

Como apunta Lizarazo en su revisión a la obra de Walter Benjamin: “La política visual tiene por objetivo perpetuar una narrativa que mantenga el dominio del poder” (Lizarazo 2012:178). Partiendo



de ello, los haceres y el carácter “embellecedor”⁴⁹ en el diseño contienen mecanismos de representación que enuncian las prácticas instituyentes a las que se encuentran sujetas históricamente, es decir, en el tratamiento de los signos y la construcción narrativa es posible identificar funciones instrumentales de un macro discurso que articula constantemente lenguajes internos, pero también direcciona el accionar del mundo exterior al interconectarse con la totalidad del sistema de producción en el que se inscriben.

**UNPLEASANT
DESIGN**

La discursividad contenida en el diseño, derivada de la relación existente entre estética y política que detenta en sus funciones como medio de comunicación tanto en las de proceso productivo, sirve como una argumentación a la especificidad del discurso político que promueven otras instituciones sociales y aparatos ideológicos a diversas escalas.

⁴⁹ Uso el entrecomillado ya que estoy hablando de lo mismo que otros autores de la tradición anglosajona en los *Design Studies* definen como “styling”.

La complejidad de su naturaleza retórica permite posicionar mensajes y modos de concebir el mundo que se normalizan en áreas como el marketing y la publicidad, pero también en la educación y en el arte que se impregnan inevitablemente de las lógicas de mercado como un modelo de desarrollo inequívoco.

Por éstas razones, no es de extrañar el auge en la actualidad de las denominadas ciudades marca, donde el papel del diseño es fundamental para la construcción de nuevos imaginarios, pues si bien las nociones de identidad política durante los siglos anteriores habían estado fundadas fuertemente bajo el amparo de los nacionalismos y la militarización del Estado como emblemas máximos de poder, las políticas neoliberales han convertido los territorios colectivos en escaparates, donde las nuevas formas de dominación y los neocolonialismos dejan de ser visibles para emerger como mercancías embellecidas, masificadas y moldeadas para su consumo eficaz, y desde luego, políticamente correcto ante los ojos del mundo.

*CIUDAD DE
MÉXICO*



3.2 Consumo y dislocación de identidades culturales

La actividad del diseñador es una posibilidad de transformación social, un trabajo que atraviesa la construcción de identidades culturales de los grupos determinados donde su práctica se inserta no solo como consecuencia de procesos económicos, sino también como la causa y generación de formas de interacciones culturales y modelos de consumo visual, material y espacial.

Las diferentes formas de producir y “consumir” el mundo contemporáneo⁵⁰ plantean una pugna ideológica constante, que en la lucha materializa las nociones y vínculos de los sujetos con su bagaje antropológico preexistente. Por tanto, los paradigmas dominantes de diseño que emergen, se consolidan y más tarde diluyen, pese a perder su vigencia tras cierto periodo de estabilidad, llegan a constituirse como piezas clave de un testimonio acerca de la identidad cultural y su relación con la otredad que tienen las sociedades (Martín Juez, 2002:27).

Al hablar de cultura, autores como González Ochoa (2007) la definen como toda producción de los grupos humanos que no es necesariamente indispensable para la supervivencia ni una necesidad biológica primaria, pero se determina por los factores materiales del entorno y contiene una fuerte carga simbólica directamente ligada a sus procesos de comunicación e interacción social; es decir, mediante la producción de formas culturales se crean vínculos que manifiestan condiciones naturales, materiales y simbólicas, por lo tanto, el interés de producción cultural de una sociedad no reside estrictamente en la dimensión funcional.

50

Véase Agamben, G. (2008) “¿Qué es lo contemporáneo?”.

A través de la cultura se asegura la preservación de valores distintivos en los grupos humanos que configuran su identidad, tales como son: la lengua, el origen étnico, las prácticas rituales, sus formas artísticas e incluso herramientas tecnológicas que en su conjunto remiten a sus mitos fundacionales. En síntesis, la cultura es finalmente lo que permitiría distinguir a la especie humana de otras que reaccionan instintivamente. (Martín Juez, 2002:36-41)

Partiendo de la propuesta antropológica que considera que no existen sociedades sin cultura, ni una evolución lineal que justifique jerarquías entre ellas (González Ochoa, 2007:140) es necesario definir la cultura como una estructura temporal y dinámica, debido a que ella no permanece estática ni alcanza un tope de desarrollo por tratarse de una construcción social. Además, las manifestaciones culturales obedecen también a factores ajenos al control de los sujetos en una sociedad, que les obligan a modificar sus relaciones y concepciones acerca de lo que es y no es cultura, incluso por encima de sus voluntades⁵¹.

La cultura como estructura estaría caracterizada por ser una conformación de capas superpuestas, la cual funciona como un sistema normativo donde los preceptos mayormente arraigados se mantienen, mientras que los elementos con menor carga de legitimación se resignifican o desechan para dar paso a otras expresiones. Esto quiere decir, que al igual que estructuras como el lenguaje verbal, la cultura funciona como un sistema de signos donde su sentido se regenera o se cancela según las necesidades de sus usuarios.

51 Ésta cuestión sobre la normalización de la visualidad es tratada por Crary, J. (1990) *La modernidad y la cuestión del observador*.

Toda cultura entendida como un sistema se puede manifestar de múltiples maneras, como las señaladas en repetidas veces (ceremonias, poemas, juegos, ritos, templos etcétera); es decir, posee una cantidad innumerable de procesos. Cada una de esas manifestaciones tiene un nombre, pero no hay ninguna denominación que las englobe; de allí que la semiótica de la cultura haya postulado el concepto de “texto” para llenar ese hueco. De esta manera la unidad de la cultura desde el punto de vista de la manifestación será el texto (González Ochoa, 2007:144).

Como indica González Ochoa, una de las principales razones por las que el semiólogo Yuri Lotman (Petrogrado, 1922 – Tartú, 1993) inaugura los estudios en torno a la *semiótica de la cultura*, es porque considerada que la producción cultural mantiene relaciones sígnicas que configuran metalenguajes entre los distintos grupos humanos para comunicar mensajes de orden simbólico, y que por medio dichos metalenguajes se construyen textualidades que dan cuenta del capital narrativo de cada sociedad; siendo también el momento cuando ellos entran en relación con otros textos que se origine aquello que se conoce como intertextualidad.

Por su parte, Mike Press y Rachel Cooper (2009) señalan que los elementos a partir de los cuales se originan las concepciones culturales en una sociedad provienen de tres grandes grupos que son: la ecología, la ideología y la estructura social⁵²; con tal observación, los autores aportan un valioso bosquejo esquemático sobre el cual habrá que reflexionarse para entender un término como el de dislocación. Lo anterior, porque si la cultura es temporal y heterogénea sería difícil hablar de dislocación sin una base que contextualice el problema, debido a que esto supone

52 Según estos autores la *ecología* es referente a la geografía, los recursos y las tecnologías propias de un grupo social; la *ideología* a sus mitos y valores; mientras que la estructura social está basada en sus sistemas de poder, sus relaciones de género, la pluralidad de sus ideas y su nivel de individualismo.

la existencia de un conjunto de elementos que en apariencia funcionarían sincrónicamente.

El dinamismo sincrónico serviría a la vez como marco referencial a otras nociones como: pertenencia e identidad en términos de cultura, donde lo crucial es una distinción clara entre el orden establecido por el núcleo paradigmático de la cultura oficial o dominante (condensado en la aceptación de un “nosotros”); versus el desorden y la diversidad cultural emergente que subyace en las periferias institucionales donde los dogmas no cuentan con una solidez considerable y existe una multiplicidad de voces y discursos (lo cual supone una agrupación de lo culturalmente marginal, un “ellos o los otros” para entenderlo en pocas palabras).

Siempre se encuentra en las culturas una aparente contradicción, dos tendencias simultáneas que son mutuamente opuestas: en primer lugar, la tendencia a la diversidad, hacia el incremento del número de sistemas, una tendencia hacia el multiculturalismo o poliglotismo; pero, en segundo, otra tendencia, que es hacia la uniformidad, hacia la estabilidad, hacia la búsqueda de elementos que aseguren la identidad de unos rasgos que la definan (González Ochoa, 2007:156).

La clasificación entre la cultural oficial y la no oficial, como se ha explicado, obedece particularmente a criterios de validación que las propias instituciones sociales imponen, mas no a sus propiedades estrictamente internas o meritórias, consolidando a largo plazo paradigmas de lectura, codificación y decodificación de mensajes así como necesidades de consumo. Sin embargo, lo anterior únicamente describe una concepción clásica de la cultura, ligada ampliamente a criterios de distinción basados en las nociones de orden y progreso que dominaron sobre la totalidad de la epistemología del pensamiento ilustrado hasta el siglo XX.

La relación dialéctica entre la alta cultura y la cultura popular, que había sido encaminada a reproducir los criterios que acentuaran diferencias entre clases sociales, se suprime con el colapso de la modernidad, la consolidación de la sociedad de consumo y la dilución de diferentes sociedades en una masa amorfa y fragmentada⁵³, justifican la visión antropológica que desecha la noción de culturas superiores a otras y las concibe simplemente como diferenciadas, intuyendo que las narraciones históricas tradicionales contienen una carga subjetiva en el discurso que privilegia ideológicamente a los sujetos que lo enuncian.

Por tal motivo, los estudios culturales contemporáneos distinguirán entre la concepción clásica de la cultura como constatación del avance civilizatorio evolutivo por un lado, y por otro, la cultura como todas aquellas “manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad” (Boas citado en González Ochoa, 2007:140). Esto explica de manera introductoria, el auge que los estudios culturales han tenido sobre todo en la recuperación del pasado, el indigenismo y las narrativas marginales, lo cual ha desencadenado un gran número de debates ideológicos.

(...) la cultura se entendía como proceso de civilización en el significado dado por los ilustrados del Siglo de las Luces (...) Frente a la cultura como civilización tal y como definieron el pensamiento y la Estética ilustrada, surge otro significado de cultura: la cultura como costumbre.

La Antropología del siglo XIX está muy relacionada con la expansión geográfica de la colonización anglosajona. De este modo se identifica lo cultural con

53 Véase Berman, M. (1988) *Todo lo sólido se desvanece en el Aire. La experiencia de la modernidad*.

el folklorismo de hábitos, rutinas y prácticas sociales detenidas en el tiempo. Con ello, las sociedades quedan momificadas en sus usos más arcaicos y primarios. Así al entenderse cultura como costumbre se justifican formas de conducta de enorme sentido regresivo y elemental (Muñoz, 2002:16).

La pugna entre las distintas concepciones se manifiesta signíficamente en la depuración y la estilización minimalista de las formas, las cuales se alinean a los dogmas imperantes en las artes y el diseño como sinónimo de una sofisticación en la tradición estética por un lado, mientras por el otro, las tendencias estilísticas recurren a una amplia gama de elementos representativos del folclore bajo la fuerte consigna de una autenticidad mitificada que debería recuperarse.

Debe aclararse, que la intención de este texto no es analizar las dimensiones éticas y morales de estas dos perspectivas, o de dictar un veredicto en favor de alguna de ellas, sino más bien de señalar que la ruptura entre la concepción clásica de la cultura y la cultura contemporánea, trae como consecuencia un cambio en la percepción y la configuración de las imágenes de mundo con las cuales se identifican las sociedades, y por tanto sus formas de representación en el ámbito cotidiano.

La constante confrontación entre la cultura oficial o institucionalizada y las culturas periféricas o emergentes expresa una relación complementaria regenerativa, ya que por el mismo carácter temporal y dinámico los acervos preexistentes son lo elementos que permiten realizar nuevas asociaciones signíficadas en la construcción de textos y discursos sociales. Por ésta razón, las culturas periféricas son los terrenos desde donde la cultura oficial se renueva ante las propias restricciones institucionales que impiden mantener viva una dimensión creativa por largo tiempo.

Tras el debilitamiento dogmático, la norma pasa al terreno de la exclusión para ceder su lugar

privilegiado ante la emergencia de un producto de la cultura no institucionalizada, que inicia nuevamente el ciclo anterior expandiéndose en diversas manifestaciones y circuitos de distribución hasta finalmente legitimarse y normalizarse. De ésta manera, el *meme* cultural se replica teniendo un periodo de aceptación y hasta que la cultura de consumo reclame un nuevo signo de identificación con el cual sentir mayor empatía.

El hecho de que la cultura oficial intente contener sus formas de significación para preservar su posición hegemónica, implica que cuando los signos adquieren una mayor rigidez sus capacidades comunicativas y expresivas también limite su potencial de significación; esto a diferencia de lo que sucede en la cultura de las periferias (el llamado *underground* o la contracultura) donde las concesiones que otorga la falta de figuras dogmáticas permite evocaciones de sentido extra sónicas que dan origen a una multiplicidad de lecturas y significados incluso retando el orden establecido.

En el campo de las artes y el diseño puede verse claramente que las academias reproducen los

LAPIZTOLA
Intervención Mural
MEX



modelos legítimos de composición y representación estética para preservar un estilo determinado con el cual la institución se identifica, dando como resultado que los alumnos adopten posturas similares y por tanto se encarguen de preservar dichas corrientes estilísticas. Sin embargo, con el transcurso del tiempo, el dogma pierde vigencia debido a los cambios culturales producto del entorno, por lo que su renovación debe apoyarse en aquello que ha permanecido fuera de la institución; en expresiones culturales más flexibles y al alcance de las necesidades próximas a los sujetos sociales.

La cultura se presenta como un entorno de acciones divergentes, como un escenario de apuestas simbólicas cuya composición es muy elusiva. El orden y su descomposición, la reordenación y el avance sobre el territorio, son las características más sobresalientes de los últimos tiempos, y el diseño juega un papel preponderante en ello como uno de los artífices encargados de expresar los valores culturales que están en juego (Tapia, 2004:49).

Al distinguir las particularidades que envuelve la noción de cultura, estamos presenciando también que la identidad cultural, no puede considerarse homogénea pese a que exista una entidad dominante u oficial y otra o varias que permanecen al margen de la exclusión o la infravaloración institucional, puesto que su potencia discursiva no reside en éstas entidades sino en el desarrollo de la vida cotidiana.

Por otra parte, la producción cultural de cualquier tipo tampoco permanece estrictamente en el plano de lo abstracto sino que se encuentra atravesada por otros procesos de producción social específicos y cuantificables. El desvanecimiento de la identificación precisa de los límites de una cultura, en relación directa a su localización geográfica, ha sido consecuencia en gran medida de la expansión de

los mercados económicos globales y la aparición de tecnologías que propician una fuerte interconexión cultural, ocasionando el cruce de identidades colectivas que resulta confuso clasificar actualmente.

Los ritmos de producción y el tráfico de información característicos del mundo contemporáneo plantean una hiperaceleración que hace imposible la distinción taxonómica de las sociedades como se hizo en el pasado, cuando el radio de influencia cultural de un grupo era determinado en cuanto a su capacidad de expansión territorial y la creación de redes de comunicación que permitieran sus desplazamientos físicos.

Este proceso de globalización, el incremento de movilidad y el alto nivel de producción y consumo que todo ello permite tienen determinadas consecuencias. En primer lugar, los productos pierden el significado que antes les venía dado por el simbolismo y la mitología de su propia cultura nacional; en su lugar, los anuncios de Benetton, los arcos dorados de McDonalds y demás imaginería publicitaria y estilo de los productos y las marcas constituyen una jungla de signos aparentemente carente de sentido, alejada de cualquier significación subyacente comúnmente aceptada (Press y Cooper 2009:29).

Si en un primer momento podemos distinguir que el problema de las identidades culturales se encuentra atravesado por una politización estética, cabe decir, que dicha tendencia no obedece como en nuestros días a lógicas particulares de un Estado nación intentando el dominio de espacios territoriales geográficamente, sino a un proyecto global regido por necesidades económicas que comercializan productos culturales con lo cual se están capitalizando valores simbólicos, lo que Adorno y Horkheimer llamaban industrias culturales⁵⁴.

54 Véase Adorno, T. y Horkheimer, M. (1988) "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas" en *Dialéctica del Iluminismo*.

Las diversas manifestaciones que el diseño tiene mediante las conexiones que sus imágenes generan y los contextos en lo cuales se insertan, trazan la delgada línea entre los procesos de apropiación y sometimiento cultural donde un análisis discursivo desentraña la complejidad del trabajo de los diseñadores, quienes funcionan como un intermediario cultural que interpreta pero también produce el mundo que habita. En este aspecto, cabe señalar que su incidencia y efectividad en la transmisión de significados no es una tarea unilateral, pues finalmente una vez que los productos de diseño son lanzados al espacio social o depositados en el circuito de las industrias culturales, estos también son reinterpretados por los sujetos con quienes interactúan.

Aun cuando el diseñador establece una pauta de lecturas que construyen el discurso de los artefactos de diseño, es hasta llegar la hora de su consumo que los usuarios decodifican el sentido final y cuentan con la posibilidad de aceptarlo o transformarlo. Por otra parte, al modificarse las condiciones contextuales de origen, el significado del producto de diseño puede diluirse hasta convertirse en un producto obsoleto o un mensaje vacío, que en otros casos contribuye a la dislocación de identidades culturales y un extrañamiento de la realidad.

En el libro *El diseño como experiencia*, Press y Cooper señalan, partiendo de un estudio del sociólogo cultural Stuart Hall (Kingston, 1932 – Londres, 2014) sobre codificación y decodificación de contenidos televisivos, un mecanismo similar al de las operaciones narrativas de los medios de comunicación puede identificarse en el campo del diseño, donde el usuario o receptor completa también un proceso de interpretación e interacción con el producto, y enseguida mencionan: “Según Hall existen tres maneras de codificar: la dominante que implica la aceptación de la lectura preferente; la

negociada que permite algún tipo de reinterpretación; y la opuesta, que supone un rechazo radical a la lectura preferente” (Press y Copper, 2009:43).

Los distintos modelos de decodificación se impregnan inevitablemente de una postura ideológica y política que refleja las necesidades interiorizadas del sujeto consumidor, de la misma manera que manifiestan un grado de abstracción en el cual descansa el discurso implícito por parte del diseñador, mismo que se define por su relación con la norma estética y las tendencias de consumo en boga. Así, los artefactos de diseño motivan interacciones abiertas o cerradas, o bien, en su forma material enuncian si son productos que preponderan su carácter simbólico o el funcional al momento de integrar soluciones visuales, espaciales o materiales.

Considerando que la actividad del diseñador se sitúa en un terreno privilegiado para replicar códigos culturales de la misma manera que los códigos genéticos lo hacen cuando se habla de los *memes* (Yagou, 2005), debido a que su práctica no es el resultado de una generación espontánea sino de un proceso evolutivo similar a la propuesta darwiniana de adaptación natural, donde se observa un cambio consecutivo de los organismos precedentes en el que se conservan rasgos fisonómicos elementales para la supervivencia mientras que los de menor importancia se modifican para generar especies aptas al entorno.

Dawkins parte aceptando el principio fundamental de que toda la vida evoluciona por la supervivencia diferencial de entidades replicantes como los genes, y expande tal principio incluyendo no sólo la transmisión genética sino también la transmisión cultural (...) Si los productos de diseño (en su más amplia concepción) son vistos como manifestaciones de ideas, entonces se podrían considerar memes culturales. Dichos memes son replicados y propagados en el espacio mental del entendimiento humano a través de un complejo proceso de imitación, modificación y competición (Yagou, 2005:54) ⁵⁵.

Siendo preciso, éste fenómeno no sería enteramente lineal ni tampoco progresivo, ya que en ocasiones incluso puede ocasionarse por oposición radical. Esto concede que en algunos casos la respuesta adaptativa, en tanto generación de manifestaciones culturales, ocupe una relación que marca un rompimiento abrupto con el pasado, mientras que en otras, las modificaciones en las formas de pensamiento son apenas perceptibles debido a una necesidad simbólica de reconfigurar tanto la imagen de mundo como la imagen que los sujetos tienen si mismos, encontrando una identidad que enuncie sus cualidades diferenciadas con el resto de la especie, pero sin que por ello se pierda completamente el sentido de los mitos fundacionales donde reside el carácter de su narratividad social.

La noción de identidad cultural y el contenido de las imágenes que los sujetos producen para autonombrarse posee distintos niveles de referencialidad hacia las narrativas en los imaginarios que las configuran. Una importante aportación al respecto la hace Uday Athavankar (1997), al señalar que los objetos de diseño poseen conexiones en distinto grado de abstracción sobre su origen cultural, que a su vez remiten a otras entidades poseedoras de sentido hasta lograr una identificación plena con el usuario, y por ende la transmisión de su significado.

Dado que los objetos claramente hacen afirmaciones en el encuentro visual, podemos suponer que en su apariencia claramente hay pistas visuales que de alguna manera activan

55 Cita original en inglés: "Dawkins started off by accepting the fundamental principle that all life evolves by the differential survival of replicating entities such as genes, and then expanded this fundamental principle to include not only genetic transmission but also cultural transmission (...) If the products of design (widely conceived) are viewed as manifestations of ideas, then they may be considered as cultural memes. Such memes replicate and propagate in the mental space human understanding through a complex process involving imitation, modification, and competition". La traducción es mía.



*PINEDA COVALIN
Campaña Publicitaria SS16
MEX*

“links” hacia nociones heredadas o aprendidas previamente (...) Los enlaces exitosos hacen rápidamente tales conexiones y, por lo tanto, transfieren el significado (...) Pero los objetos también logran esto indirectamente forjando enlaces con otros objetos y ayudando así a transferir el “significado” asociado con estos últimos (Athavankar 1997:71)⁵⁶.

En la cita anterior, el autor de origen indú indica la relación referencial de un objeto definido como “la cámara de video japonesa”, donde una frase simple y abstracta origina conceptos e imágenes que la mayoría de las sociedades occidentales pueden identificar, debido a que culturalmente conocemos lo que implica un dispositivo tecnológico para capturar imágenes, desarrollado por un país reconocido a nivel mundial por su producción tecnológica. Sin embargo, la construcción cultural de lo que representa dicho objeto no puede ser leerse con la misma claridad para una tribu africana o los nativos del Amazonas, quienes debido a las interacciones sociales principalmente endógenas que los definen poseen un acervo de imágenes distinto sobre el mundo.

Cabe señalar que para Athavankar, el problema de la dislocación de identidades culturales se ocasiona principalmente por una expansión del “modo de ver” occidentalizado, especificando en su texto una perspectiva hegemónica como el *American Way of Life*. Si bien es cierto este modelo cultural dominante ha alcanzado una aceptación generalizada alrededor del mundo producto de la expansión de capitales económicos, la relación con la acumulación de su capital simbólico se detona por medio del fuerte desarrollo tecnológico a nivel global y la

56 Cita original en inglés: “Given that the object clearly makes these statements in the visual encounter; we can safely assume that there are visual clues in its appearance that somehow activate the “links” to the inherited or learnt notions (...) Successful links quickly make these connections and thus transfer meaning (...) But the objects also indirectly achieve this by forging links with other object/s and thus helping transfer the “meaning” associated with the latter” La traducción es mía.

acaparación de industrias culturales que reproducen los posicionamientos ideológicos con que operan.

A pesar de la incidencia de perspectivas hegemónicas en la vida cotidiana de diferentes sociedades, no puede hablarse en todos los casos de un sometimiento cultural en el que los sujetos que reciben signos exteriores quedan completamente indefensos, sino muchas veces se apropian de las imágenes que reciben resignificando su sentido original o generando contradiscursos por medio de expresiones culturales disidentes. Dicho sea de paso: “Las imágenes tienen la capacidad de enfrentar al espectador con la dureza de algunas realidades, pero también de despertar la duda acerca de su veracidad y los niveles de manipulación a los que aspira su autor” (Pérez Pont 2002:12)

Un caso específico en las operaciones de apropiación cultural lo explica el movimiento surgido en México durante la segunda mitad de la década de los noventa conocido como “Nortec Collective”. Dicho movimiento, tuvo su origen en la escena musical electrónica de la ciudad de Tijuana donde se fusionaron elementos de la música regional mexicana y el estilo electrónico techno, género musical que en aquellos años tuvo un apogeo a nivel mundial que alcanzaría su clímax con la realización de importantes festivales como *Loveparade* en Berlín, Alemania.

El movimiento Nortec pronto se extendió de la música hacia manifestaciones gráficas y visuales que acentuaban la convergencia cultural de una ciudad fronteriza con los Estados Unidos, así como la hibridación estilística que suponían los productos de consumo industrializados con los habitantes de una sociedad con características principalmente del llamado tercer mundo; además de agregar todas las implicaciones del alto índice de narcotráfico en el territorio.

Puede observarse claramente que en este fenómeno cultural se genera un diálogo entre una

cultura hegemónica, nacida y desarrollada por la accesibilidad de nuevas tecnologías musicales y por otro lado, la cultura popular ya que Nortec retomó elementos principalmente de la tambora, estilo regional caracterizado por la utilización de instrumentos de viento y percusiones característicos del acervo folclórico mexicano.

En entrevista para el libro coordinado por José Manuel Valenzuela⁵⁷, dos de los integrantes fundadores de Nortec declararon que su proyecto era una respuesta política intencional, una resignificación de la ciudad, ni una alegoría a la violencia derivada del narcotráfico; sino que buscaba responder a lo que habían observado en prácticas de

*Tapa de disco
Nortec Collective*





Presentación de Nortec Collective

productores musicales de origen anglosajón, quienes en aquellos años recurrían a ritmos tribales y de culturas latinoamericanas para comercializarlos.

La incidencia de los medios de comunicación y las industrias culturales, promueven visiones idealizadas de figuras que no siempre encuentran un referente cultural donde se insertan. Aún cuando las fronteras espaciales parecieran desvanecerse, las diferencias económicas entre regiones relativamente cercanas se acentúan provocando divergencias sociales significativas e hibridando expresiones culturales.

Como García Canclini (1990) apuntaba, el distintivo de las culturas híbridas es la dificultad de distinguir diferencias nominales entre el primer y tercer mundo, existiendo regiones donde la modernidad se ha superado, en contraparte a otras donde ni siquiera logró un desarrollo significativo. En tanto las interacciones tecnológicas y de consumo continúan reproduciendo modelos dominantes indiscriminadamente, se origina una dislocación de identidades culturales en los actores sociales, puesto que las imágenes recibidas no corresponden

57 Véase Valenzuela, J. M. (2004) "En la Exótica Ciudad" en *Paso del Nortec This is Tijuana!*

sincrónicamente ya sea a sus condiciones ideológicas, históricas o materiales preexistentes; representando un choque violento entre perspectivas de mundo.

Ante las lógicas de producción en la sociedad de consumo, las imágenes son considerablemente despojadas de su carga simbólica reduciendo su periodo de vida, por lo que crean en el sujeto la necesidad de una sobreexposición que le ayude a compensar la carencia de cargas significantes. La idea del hiperconsumo crea al mismo tiempo la falsa ilusión de individualidad y de elección al consumidor ávido por diferenciarse y construir una narrativa propia que condense sus aspiraciones y deseos; allí es donde reside buena parte de la afección por los productos de diseño similar y su relación con el terreno político.

Se observan dos cuestiones fundamentales en la bibliografía sobre la cultura de consumo; la primera es que la elección de productos y servicios se hace con frecuencia para diferenciarse de los demás, lo que significa que también se juzga a las demás personas por sus opciones de consumo (...) La segunda cuestión es que aunque el consumo puede ser placentero no es capaz de satisfacer por sí mismo, puesto que se basa en "un deseo frustrado de totalidad" (...) En la cultura actual la diferencia lo es todo (Press y Cooper 2009:36).

La identidad cultural y la cultura de consumo tendrían rasgos que definen sus modos de operación internamente y otros que lo hacen de manera externa, por ejemplo la continuidad socio - histórica, la delimitación geográfica con sus respectivas particularidades, así como también las condiciones económicas en contraste con la constante interacción social con tecnologías originadas en entornos lejanos o la exposición a los medios de comunicación masiva, y sobre todo, los productos culturales que reproducen cargas ideológicas sin referencialidad para las sujetos excluidos de los procesos de producción.

Particularmente en el caso del diseño, difícilmente puede hablarse de dislocación en términos de su origen social o pertenencia cultural estática; por eso resulta complicado referirse a ideas con un sentido nacionalista como la del “diseño mexicano”. En todo caso, si necesitara hacerse una referencia a la especificidad de origen de un diseño sería más apropiado identificar las tendencias estilísticas operantes, ya que esas cualidades pueden localizarse concretamente y relacionarse con otros contextos interconectados, es decir a lugares, tiempos, uso de materiales o elementos compositivos.

La incidencia que tiene el trabajo de los diseñadores mantiene la importante responsabilidad de moldear el mundo, puesto que su intervención debe atender parámetros funcionales y estéticos, pero sobre todo debe ser amigable con el entorno⁵⁸. Es verdad también que el diseñador forma parte de un proceso de producción de objetos materiales, mensajes y conceptos donde participan otros profesionales, por lo que muchas veces las decisiones finales no se encuentran enteramente en sus manos, sin embargo eso no es una razón válida para desprenderse de un posicionamiento crítico.

*Fotograma de la
película
SPECTRE / 2016*



3.3 Mercados globales y nuevas prácticas del diseño en la industria

Las prácticas actuales en la profesión del diseño se han ramificado al grado de tener que incorporar la noción de diseño contemporáneo ante la imposibilidad de definir los límites de sus actividades, principalmente porque los modelos de producción se transformaron de manera significativa producto del desarrollo tecnológico que, desde mediados de la década de los ochenta⁵⁹, ha venido suprimiendo un amplio número de técnicas y labores manuales que eran tareas propiamente del antiguo diseñador.

De igual manera, las preocupaciones crecientes hacia los problemas ambientales, económicos y de salud, se posicionaron como prioritarios en las agendas internacionales, con lo cual se dio paso a un fenómeno donde los líderes de mercado y las empresas globales recibieron fuertes críticas desde diversos sectores y grupos sociales a nivel mundial, consecuencia de su participación directa en la explotación desmedida de recursos naturales y humanos.

Para muchos de los implicados en la depredación sistemática de los entornos resultó una necesidad urgente integrar en sus programas de marca la creación de “identidades” que a largo plazo contribuirían a dos beneficios importantes para la industria; por un lado, el de diferenciarlos de sus competidores al producir una cierta identificación

58 Para Alain Findeli resulta más pertinente hablar de intervenciones sobre el entorno más que de soluciones, puesto que la labor del diseñador incide sobre un contexto dinámico y por tanto ocasiona nuevas problemáticas, transforma el campo de acción mas no lo resuelve de forma permanente. Véase Findelli, A. (1994) "Ethics, Aesthetics, and Design".

59 Según Raquel Pelta, uno de los cambios importantes en este sentido ocurre con la comercialización del ordenador personal de Apple y la inclusión de software orientado a realizar tareas creativas, con lo que se vuelve mayormente accesible la práctica de diseñar. .

con el consumidor mediante la reivindicación ética y moral del llamado *lavado verde*⁶⁰; y por el otro, la apuesta por una operación de consumo inversa donde el producto no sería creado siempre para el consumidor, sino un consumidor para el producto, de la misma manera como Henry Ford había logrado con la masificación del automóvil⁶¹.

Otro de los factores que modificaron las prácticas del diseño en el sector de las industrias fue que, tempranamente en la década de los noventa, la apertura de accesibilidad al internet provocó que el flujo de información fuera mucho mayor en relación al de los siglos precedentes⁶², por lo tanto, la cultura visual se expandió de manera acelerada creando una variabilidad de lenguajes y expresiones que modificaron los hábitos de consumo y recepción, a la vez que también se propiciaba que las tendencias estilísticas comenzaran a desterritorializarse geográficamente, como parte de la hibridación cultural de una sociedad globalizada⁶³.

Tras la pérdida de nomenclaturas y entidades claramente diferenciadas, ocurre en el sujeto social una importante transformación que lo lleva a sumergirse en la confusión provocada por el

60 Término que autores como John Thackara (2013) definen también como "ecoblanqueo" en correspondencia a una lógica de sustentabilidad y valores humanos. Véase "Métrica" en *Diseñando para un Mundo Complejo*.

61 Véase Pantzar, M. (2004). "Design as a consumer commodity – Design in a consumer commodity" en *Design for Business and History, 2 Day Conference by Design Museum at Media Centre Lume*.

62 Los miembros y socios fundadores de la empresa dedicada a la visualización y manejo de datos FERDIO explican que la cantidad de información hasta 1986 a nivel mundial era apenas la quinta parte de lo que llegó a contabilizarse para el año 2016, eso quiere decir que en treinta años la producción de información se acrecentó exponencialmente cuatro veces en comparación a la producción de la historia completa de la humanidad.

63 Me refiero explícitamente al concepto acuñado por García Canclini, N. (1990) *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*.



desconocimiento sobre su lugar de origen, así como también la naturaleza de los signos cotidianos que le rodean y que funcionan de punto de referencia para su construcción subjetiva.

Para Stuart McDonald, director del Centro de Arquitectura, Diseño y Ciudad en Escocia, uno de los momentos relevantes en la concepción del diseño durante el cambio de siglo es precisamente identificar la necesidad de un arraigo simbólico para los sujetos, ya que es entonces cuando el diseño pasa de ser una disciplina considerada meramente técnica, a una desde donde se generan disputas de orden económico pero también filosófico y semántico.

En un contexto expandido es importante considerar también las otras connotaciones del diseño, al estar en relación con el signo: signo del tiempo, signo del porvenir, signo de pertenencia. En otras palabras, todo depende ahora del diseño. Ese es su rol como puente entre la tecnología y el arte, las ideas y los propósitos, la cultura y el comercio (McDonald, 2004:6)⁶⁴.

Por otra parte, para comprender el cambio que hoy en día trastoca fuertemente los sistemas de enseñanza en el campo del diseño, es necesario trazar la evolución de la actividad diseñística desde su nacimiento hasta la actualidad y señalar la complejidad dada por el entramado que se forma con otros campos, no sólo en un contexto de producción económica sino de relaciones sociales que configuran un universo signico articulado, más allá del resultado final expuesto en la mercancía.

La materialidad de los objetos y productos con propiedades intrínsecas y con un carácter

64 Cita original en inglés: "In that widened context it is also importante consider design's other connotation, its a relationship to sign: a sign of times, a sign of things to come, a sign of membership. In other words, everything now depends on design. It is its role as a bridge between technology and art, ideas and ends, cultura and comerce". La traducción es mía.

subordinado al utilitarismo, adquirió una mayor complejidad con el paso del tiempo para codificar valores y funcionar como canales de comunicación intra e interpersonal que vistos desde una perspectiva posestructuralista reflejan la estructura ideológica que los alberga⁶⁵. Con tal proceso, es entonces cuando comienza a desplegarse una economía de los imaginarios donde se ponen en juego presupuestos ideológicos y políticos.

Reconocer la potencia estética en los objetos y productos de diseño es la manera en que finalmente termina por superarse el viejo paradigma donde “la forma sigue a la función”, porque a pesar de que existan las posibilidades para manufacturar una amplia diversidad de productos prácticamente interminable, una sociedad que se rige por criterios de diferenciación basada en el consumo implica para las industrias la exigencia de añadir valores simbólicos a sus mercancías⁶⁶; siendo ellas los artefactos donde descansa la economía del signo y que contribuyen a construir identidades.

La diferenciación respecto del otro es un capital deseable que se posiciona como una necesidad primordial en las sociedades etnocentristas (y vale decirlo egocentristas) el mundo contemporáneo, lo cual está reflejado en los comportamientos y el ansia de consumo que ha dado pie a la creación de un sector mercantil al que Jaron Rowan (2009) explica utilizando el término *industrias creativas*, concepto que sugiere la sofisticación en la capitalización de las industrias culturales que describieron Adorno y Horkheimer, donde las relaciones ideológicas se reproducen y normalizan pese a que en apariencia permanecen invisibles de toda connotación política.

65 Véase Holt, M. (2016) “Baudrillard and the Bauhaus: The Political Economy”.

66 Véase Hare, S. (2007) “Predictive text. A short history of the future can only start with a look at yesterday’s latest thing”.

Los cambios en el modelo de producción actual, manifiestan en gran medida el funcionamiento de la sociedad contemporánea donde imperan conceptos asociados por al remake, y a la innovación; de tal manera que si se traza el orden fundamental de estas operaciones, es obvio que para el sujeto fragmentado, deslocalizado e híbrido resulte difícil situarse y comprenderse en relación a una narrativa del “presente”. Por lo tanto, las únicas proyecciones de tiempo que proporcionan un grado de certidumbre se vuelven dislocaciones enmarcadas por la excesiva la mirada al pasado y la especulación sobre el futuro.

Ante el desconcierto producido por la deslocalización de las materialidades, se asiste a la génesis de una sociedad caracterizada por el “culto a la nostalgia”⁶⁷ y el ascenso de una nueva supremacía del autor como un síntoma de retorno a una especie de *auratización benjaminiana*. Si el tiempo actual dispone de la técnica, los materiales y los recursos no sólo para realizar copias idénticas sino también para masificarlas, el único valor de creación humana que permanecería intacto se resguarda en la mitificación y la genialidad del autor que determinan la plusvalía simbólica.

Es importante distinguir cuáles son las principales características que marcan el punto de ruptura entre un antes y el después de la concepción epistemológica del diseño, ya que si la tecnología es un factor íntimamente ligado a éste cambio, hoy en día es notable que los modelos de enseñanza presentan, en la mayor parte de los casos, una evidente divergencia discursiva entre las corrientes donde se prepondera el carácter dominante del diseñador como *management* o con una formación idónea para el mundo de los negocios, antagónicamente al diseñador preocupado

67 Véase Pelta, R. (2004) “El culto a la nostalgia” en *Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico*.

en la transformación social y problemáticas comunes a la humanidad mediante su trabajo⁶⁸.

(...) la School of Visual Arts de Nueva York se animó a crear un programa de estudios para formar futuros autores y empresarios. El punto de partida es la idea de que si los diseñadores son capaces de impulsar iniciativas de otros, ¿por qué no van a serlo de las suyas? (Pelta 2004:58).

Para Peter Zec (2004), la revitalización de las industrias debe mucho precisamente al discurso de la innovación y la creatividad dado que “muchas cosas pueden ser manufacturadas pero pocas imaginadas”. La frase de Zec resume la gran paradoja tecnológica que ha reducido los procesos de producción y abierto el número de productores activos causando una mayor competencia en el mercado; por lo tanto, la única manera de subsistir para las pequeñas y medianas empresas tradicionales dentro de la brutal guerra de precios está basada en agilizar y administrar los flujos de producción, centrándose en valores agregados como la calidad del producto final o el abaratamiento en los costos de manufactura.

En años recientes, el número de empresas globales que han incorporado equipos de diseño *in-house* ha crecido de manera significativa con el objetivo de que estos departamentos ayuden a fortalecer sus estrategias de comunicación interna y externa, el diseño de nuevos productos, el estudio

68 Lo anterior podría ser también una actualización de la pugna señalada por Daniel Prieto al señalar que existe un diseñador real y un diseñador vocero, en donde la primer figura corresponde a un profesional que trabaja considerando los alcances de su intervención en el espacio social y el entorno, mientras que la segunda corresponde a un diseñador al servicio de las prácticas de consumo carentes de crítica. Véase Prieto D. (1982) El diseñador Caracterización desde la formación social en Diseño y Comunicación.

de mercados y a desarrollar investigaciones de experiencia basada en el usuario (Muratovski, 2015).

Esta última actividad, debido a su reciente emergencia, continúa siendo un tanto abstracta en cuanto al dominio de habilidades que se requieren para desempeñarla, pero lo que queda claro es que se apoya en el auge de metodologías integrales y en los postulados del pensamiento sistémico que atraviesan la totalidad del paradigma científico y académico actualmente⁶⁹.

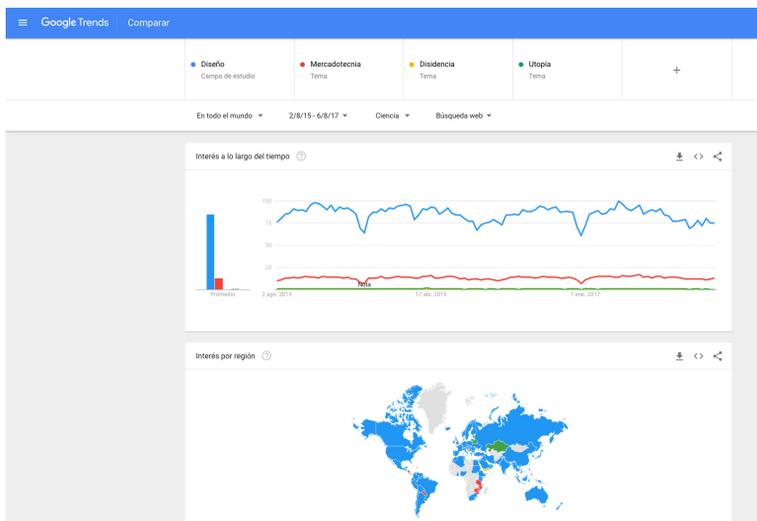
El campo del diseño de *experiencia de usuario* es joven aún, y debido a que ha crecido rápidamente quienes trabajan en ello han migrado en gran medida de campos cercanos. Los antecedentes de estos diseñadores pueden enraizarse en la etnografía, el periodismo, el arte, la psicología cognitiva, las ingenierías y otras disciplinas (Kowitz citado en Muratovski, 2015:131)⁷⁰.

Con la afirmación previa, realizada por el *Designer Partner* de Google Adventure (división de Google enfocada a proyectos de innovación mediante capital de riesgo) es notable que la transformación en los sistemas de producción industrial no sólo ha impactado profundamente en la conceptualización de objetos y productos de diseño, sino sobre todo en los valores simbólicos asignados a cada uno de ellos así como el importante papel que desempeñan los diseñadores actuales, siendo catalizadores de relaciones sociales y personales de los sujetos.

La teórica e historiadora Ana Calvera (2012) asegura que dentro de la concepción del

69 Véase Ricalde Gamboa, E. (2007) "Transdisciplina, diseño y comprensión. La plataforma integradora" en Calvera, A. (ed.) *De lo bello de las cosas*.

70 Cita original en inglés: "The field of UX design is still young. And because it has grown so fast, practitioners have largely immigrated from neighboring fields. A given designer's background might be rooted in ethnography, journalism, art, cognitive psychology, engineering, or other disciplines". La traducción y las cursivas son mías.



diseño los dos paradigmas importantes se dividen entre un diseño moderno y otro contemporáneo; argumentando que dentro de la concepción moderna se pueden identificar tres fases de desarrollo y puntualmente aclara la imposibilidad de definir una temporalidad específica para cada suceso, dado que los procesos industriales fueron muy diferentes dependiendo de la región geográfica y política donde la modernización se llevaba a cabo; sin embargo, en todos los casos existió una lógica evolutiva similar.

Tendencias de búsqueda en internet

La primera fase en el diseño moderno abarcaría a partir de la identificación de la práctica en el modelo de producción industrial hacia finales del siglo XVIII; periodo que suele considerarse una fase de previa del diseño y donde generalmente la división del trabajo estuvo asignada, en su mayoría, a oficiales artesanos y artistas quienes se dedicaron a realizar con habilidad magistral tareas en el bocetaje de prototipos, manufactura y ensamblado, así como también el manejo y tratamiento de materiales

empleados en las diferentes tareas que supuso el nacimiento de la producción en serie.

La segunda etapa vendría de la mano de la necesidad de consumo de mercancías que la modernización trajo consigo al consolidarse. Con la masificación de productos, aparecía un nuevo individuo que adoptará formas estéticas y criterios de diferenciación con orígenes en la aristocracia y las clases burguesas previas. Ante ello, se adoptan imágenes idealizadas del “buen gusto”, confirmando la vigencia del valor simbólico por encima del valor de uso y de cambio. Es entonces cuando el nuevo individuo cepa del sistema capitalista identifica, en la calidad del diseño de un producto, el valor estético agregado que supera la etapa de funcionalidad o la accesibilidad que suponen los procesos de producción industrial.

Por último, la concepción moderna alcanzará su punto cumbre con la normalización e institucionalización del diseño como disciplina profesional. En ésta fase se sitúa la creación de organismos que regulan la práctica a nivel internacional y el reconocimiento oficial de escuelas especializadas en la enseñanza del diseño, ganando autonomía en sus programas de estudio sobre otros programas de formación expresamente artística, las ingenierías o la arquitectura, como usualmente había sido en la mayoría de las academias⁷¹.

Entonces, al hablar del paradigma de “diseño contemporáneo”, es el momento cuando se comienzan a asociar nuevas prácticas del diseño que implican una producción enfocada en buena medida

71 Puede notarse que incluso en la actualidad muchas escuelas de espíritu humanista nunca dejaron de compartir sedes respecto a la enseñanza del diseño y que por otra parte centros de enseñanza con énfasis en una perspectiva tecnócrata se fueron acercando hacia el terreno de las ingenierías. Por tal motivo, para el estudiante de diseño tiene en ocasiones resulta confuso hacerse una idea respecto a su campo de acción, pues aunque se traten de programas con la palabra “diseño” como matriz, la orientación ideológica puede llegar a ser muy distinta.

hacia el trabajo inmaterial; tendencia dividida por la visión hegemónica que busca “integrar” a todos los actores dentro de sus prácticas instituyentes y mercantiles, pero encontrando su contraparte discursiva en una perspectiva crítica.

El reflejo de los posicionamientos políticos en el diseño se encuentran, por un lado, en la necesidad de agilizar el flujo de economías orientado por la ideología de consumo y la lógica de los mercados económicos, mientras por el otro, aparecen las preocupaciones sociales del diseñador y el ímpetu por crear un marco teórico que complemente los saberes adquiridos hasta consolidar una la recuperación humanista, cuestión que representa un importante punto de debate en los centros de investigación a nivel global.

Si en un primer momento la visión de Papanek (1977) resultó crucial para señalar una nueva alternativa de concebir la actividad de diseñar, su argumento muchas veces se mostró reducido a las reflexiones sobre el carácter ético del diseñador, manteniendo reservas acerca de las dimensiones ideológicas y otras estructuras sociales que condicionan la dimensión política en la producción del diseño. Así, la urgencia de reivindicación ética pronto fue adaptado para enmascarar fines con un amplio sentido mercantil e instrumental, pues el discurso político hegemónico opera en diferentes niveles buscando definir actitudes consensuales dentro de las colectividades.

Otro factor importante para llegar al escenario actual del diseño es que con el desarrollo de nuevas tecnologías y el creciente flujo de información tras la aparición de internet, las habilidades de los usuarios comenzaron a incursionar en actividades antes solventadas por los diseñadores. El usuario ha optado por integrarse a una cultura *home made* aparentemente democratizada; a la vez que también propicia la desvalorización monetaria de la mano

de obra en algunos sectores de producción. Esto contribuyó durante algunos años a la emergencia de un tipo de diseñador técnico altamente especializado.

El vacío que produjo la falta de profesionales en los nuevos sectores pertenecientes al entorno digital, como la programación de interfaces, el diseño visual de distintas plataformas, así como el manejo y la visualización de datos como indicadores de mercado, representaron un acortamiento de distancia entre los diseñadores y las actividades reservadas a la ingeniería de sistemas y la inclusión cuasi obligatoria de metodologías cuantitativas.

El momento en que se comenzó a visualizar la práctica del diseño dentro de sistemas mayormente complejos e interrelacionados con distintas disciplinas, los terrenos de la especulación de negocios y el marketing representaron para muchos profesionales una mina de oro para la explotación de una fuerza de trabajo que estaba en constante desplazamiento. Así, los entornos tecnológicos se convirtieron en campos de acción que entran en pugna por sectores con una amplia heterogeneidad de objetivos y discursos, amparados casi de forma indiscriminada con la palabra “innovación”.

El desarrollo de nuevos sistemas tecnológicos llevaría también a la creación de diversos productos y servicios que con frecuencia se traducen en una rentabilidad mercantil⁷². Por tal motivo, dominar el flujo material e inmaterial de producción y consumo se vuelve tan importante, pues en la mayoría de sus procesos y espacios (incluso los imperceptibles)⁷³, es el lugar donde el tránsito información y los valores económicos despliegan una

72 Zec indica que cerca del setenta por ciento de las ventas en la industria actual se realizan con ayuda de los servicios de telecomunicaciones.

73 Véase Thackara, J. (2013) “Ligereza” en *Diseñando para un mundo complejo*.

potencia política de la misma manera como en siglos anteriores ocurría en los puertos marítimos, siendo puntos estratégicos de control militar.

Mientras el cambio de paradigma en el diseño puede verse reflejado en la división de trabajo, definir su desarrollo actual como un estado superior resulta muy arriesgado. Pese a que para los países con economías estables la producción del diseño fue punta de lanza en la búsqueda y creación de nuevas experiencias e interacciones culturales, transformándose “de una industria de la manufactura a una industria de servicios”(Zec, 2004:10)⁷⁴, para países con insuficiencias económicas, políticas y sociales representó una grave tecnificación para el grueso de sus profesionales, quienes debieron continuar solventando la manufactura de productos destinados a otras regiones y bajo esquemas laborales precarios.

Como puede notarse, las condiciones determinadas por el desarrollo de infraestructuras y políticas públicas, origina un importante punto de ruptura entre las concepciones que una profesión puede alcanzar en correspondencia a las necesidades de distinta naturaleza de sus sociedades y acorde al grado de hegemonía económica que los líderes del mercado ejercen sobre ellas.

El tardío siglo XX y los primeros años del siglo XXI han visto nuevos desarrollos económicos que han alterado la concentración de capital del diseño, y subsecuentemente las dinámicas de la profesión. El mundo tuvo una división donde ahora una parte diseña (el Oeste) y la otra manufactura (el Este) (Muratovsky 2015: 119)⁷⁵.

74 Cita original en inglés “from a manufacturing industry to a service industry”. La traducción es mía.

75 Cita original en inglés: “The late twentieth and early twenty-first century has seen new economic developments that have altered the concentration of design capital, and subsequently the dynamics of the profession as well. The world was once divided into one part that designs (the West) and the other that manufactures (the East)”. La traducción es mía.



Piezas Gráficas en Anomalía Print Estudio

El problema señalado por Muratovsky en la cita anterior, aún cuando pudiera parecer circunstancial o una cuestión que sólo compete al campo del diseño, se torna un problema de magnitud ampliamente política, particularmente si se piensa que los procesos económicos desiguales no permiten una integración social equitativa, pues cuando la clase subordinada es aprisionada como una fuerza de trabajo deslocalizada, se está asegurando la supervivencia y la disponibilidad de tiempo y recursos para el trabajo intelectual en el polo opuesto.

A lo largo de la obra de Bonsiepe, quien parte su argumentación desde una perspectiva Latinoamericana, se identifica que es un error grave centrarse en las dinámicas de producción del diseño como una cuestión homogénea al pasar por alto los contextos económicos y políticos que orientan necesidades materiales y los discursos de sus actores. Por ello, para poder ejercer una visión crítica de la disciplina es necesario considerar las particularidades de los llamados países periféricos, en tanto que su producción industrial termina siendo reflejo de las realidades y desigualdades sociales.

De forma similar, el teórico e investigador de origen turco Alpay Her coincide con la reflexión anterior mediante un artículo donde acentúa que las divergencias contextuales impactan directamente los modelos de educación del diseño y el carácter formativo del diseñador, diciendo al respecto que:

(...) el incremento de la actividad del diseño y el nivel de preocupación en el desarrollo de la educación y práctica del diseño industrial por parte de los gobiernos de algunos países del Tercer Mundo, parece tener un impacto creciente en los mercados mundiales. Dichos desarrollos plantean problemas respecto a la naturaleza de cambio industrial en diferentes contextos sociales, económicos y políticos; los cuales pueden alterar los fundamentos teóricos del rol del diseño (Alpay Er, 1997:294)⁷⁶.



Al observar los discursos del diseño contemporáneo y su relación con la industria, se entiende que su práctica envuelve procesos económicos donde una fuerza de trabajo, concentrada anteriormente en un sector específico, ha tenido un obligado desplazamiento hacia otros ámbitos en los que su labor permanezca siendo rentable, y que al funcionar conjuntamente con otras instituciones sociales se proporcionan los recursos, tanto materiales como humanos, para la creación de nuevas necesidades y mercancías que se insertan en la cultura⁷⁷. Esto a razón de no provocar una pérdida en la acumulación de capital ni una estabilidad en el

*HARPER 'S BAZAR
Interiores de Revista
MEX*

76 Cita original en inglés: "the expanding scale of design activity and the level of concern for the development of industrial design education and practice by the governments of some countries in the Third World appear to have a growing impact on world markets, and such developments have raised issues regarding the nature of industrial change in different social, economic, and political contexts which can alter theoretical constructs of the role of design". La traducción es mía. mía.

mercado, lo cual significaría un decrecimiento de la ley económica de oferta - demanda.

Por esta razón, Jaron Rowan considera que la figura del diseñador (dentro de otras figuras profesionales que también provienen de una genealogía relacionada a las expresiones artísticas y culturales) resultará crucial para el funcionamiento y la consolidación del “emprendizaje” en el discurso alrededor de las industrias creativas, lógica que el neoliberalismo explora para cooptar aquellas profesiones que no habían encajado del todo en el modelo económico posfordista, y las cuales representaban complicaciones para asegurar beneficios mercantiles.

Pulverizando las relaciones entre lo público y lo privado, lo económico y lo personal, y también entre lo económico y lo social, el pensamiento neoliberal detecta nichos de explotación comercial en todos los ámbitos de la sociedad, y la cultura no se queda al margen de este proceso. Si tradicionalmente la cultura había sido tratada como una esfera que operaba a cierta distancia de las dinámicas de mercado, en este proceso de economización completamente propia del capitalismo tardío –o en un proceso de subsunción real, según lo describirán personas como Toni Negri [Negri, 2001]–, la cultura se concebirá como un proceso de producción de valores igual que cualquier otro ámbito de lo mercantil y, por ende, susceptible de ser introducida en el mercado (Rowan, 2009: 13).

La contribución de Rowan demuestra por qué muchas disciplinas de origen humanista hoy parecerían estar subordinadas ampliamente a actividades de marketing, la planeación empresarial y la especulación de negocios. Las encuestas y análisis de corte sociológico para la segmentación de mercados, la asignación de perfiles psicológicos

para detectar *clientes potenciales* y ganar *clientes cautivos*, o los artistas visuales que en sus expresiones intentan llegar a nuevos signos que comuniquen eficazmente la identidad de un producto son solo algunas muestras de ello.

Una de las relaciones más sobresalientes entre el diseño y el marketing ha sido la apuesta por cualidades intangibles para hacer consumible un producto. Sin embargo, las lógicas de consumo también han cambiado, pasando del usuario devoto y el usuario dirigido en un periodo masificados donde los objetos de consumo eran tan similares que para recuperar la noción de individualidad se necesitaba fragmentar los nichos de mercado, y de esa manera permitir una mayor flexibilidad en la “filosofía” de los productos y servicios.

Cuando se alcanzó una etapa en que los productos se habían masificado y en cierta forma hecho accesibles económicamente para los individuos, la industria necesitó ir un paso más allá y alejarse de los límites que le imponía la funcionalidad. Por ésta razón, durante la temprana época de los noventa se observa una incipiente aparición de artefactos de diseño estilizados que introducen la posibilidad para el usuario de personalizar los productos preexistentes. (Athavankar, 1997:77)

De la misma forma como el espíritu de la innovación ha animado a las empresas a tener departamentos de diseño internos que aseguran una formación de raíz para los diseñadores, y en general el “diseño” de identidad para el resto de su personal, la consolidación de las estructuras empresariales en la actualidad que reproducen la estructura social son muestra incuestionable de la búsqueda por ejercer un condicionamiento ideológico que refuerce la escala de valores de una compañía, así como los arquetipos idealizados que se pretende proyectar; es decir, reproducir un aparato ideológico en su sentido más puro.

Uno de los grandes logros de Apple, por ejemplo, fue su comprensión sobre la capacidad del departamento de diseño para integrarse hacia nuevas tareas que estuvieran enfocadas al desarrollo estratégico de la compañía, posicionándose como una empresa con una visión innovadora global que ponía atención en las últimas tendencias tecnológicas pero sobre todo en el desarrollo de interfaces a medida de los usuarios (Muratovsky, 2015:22). Por ello, tampoco es de extrañar que el éxito de sus productos esté basado en el empoderamiento que se ofrece a los consumidores mediante sus opciones de personalización para hacer de su experiencia algo único; lo cual contiene desde luego la singularidad de ampliarse o reducirse siempre en función de las posibilidades económicas.

Por otro lado, dado que es un grupo reducido el de las agencias de diseño y comunicación que dominan la producción de las identidades visuales para las industrias globales, se abre la posibilidad de que ya no se intente únicamente vender productos, sino que los objetivos finales que persiguen parecerían estarse expandiendo hacia la propia y más profunda configuración del sujeto deseante, pues al configurar una serie de valores aspiracionales esto implicaría posicionarse consecuenemente como un referente del estatus social y cultural que debe alcanzarse (Ciocheto, 2006).

Sobre un nivel macro, la publicidad provee un amplio porcentaje de propaganda para los conceptos de consumo, materialismo y el sistema capital. Los valores promovidos en la publicidad incluyen modernidad, tecnología, jovialidad, estilo de vida, individualismo y satisfacción, junto con estrictas definiciones idealizadas de cuerpos y belleza. Los mercadólogos promueven la idea de que la felicidad puede ser comprada, que los problemas pueden ser resueltos por un producto y que tener posesiones es una medida del éxito (Ciocheto, 2006:60)⁷⁸.

Es por ello que dominar el espacio de la “cultura visual”, la producción de artefactos de diseño y el intercambio de signos de comunicación, es dominar también al consumidor y las tendencias de mercado reduciendo las variables de riesgo y asegurando la supervivencia de las lógicas de consumo imperantes. Ante ello, resulta incuestionable que el propio origen y desarrollo del diseño como disciplina se enmarcara en los albores de las revoluciones industriales y el sistema de producción capitalista, por lo cual sería difícil pensar sus labores emancipadas completamente de esta lógica sin que ello genere numerosas contradicciones en la praxis.

Si bien existe una noción romántica acerca de un diseñador libre, no se debe caer en la trampa de llegar a una autoexclusión dentro de las lógicas mercantiles, es decir, que el diseñador abandone su profesión para tomar un respiro radicalmente artístico, ni tampoco reducir el carácter de su trabajo a un posicionamiento ético, pues en todo caso, esta última validación depende siempre en gran medida del contexto de lectura y de las instituciones que legitiman y otorgan vigencia a los valores operantes, lo cual en su sentido final responde a un posicionamiento político dominante.

No obstante, lo anterior no significa que desde la práctica del diseño sea imposible ejercer una mirada crítica hacia la profesión, sino que es precisamente el lugar donde adquiere importancia el agenciamiento político del diseñador y las estrategias

78 Cita original en inglés: “On a macro-level, advertising provides a huge amount of propaganda for the concepts of consumption, materialism and capital system. The values promoted in advertising including modernity, technology, youth, lifestyle, individualism and fulfilment, together with strict definitions of “ideal” bodies and beauty. Marketeers promote the idea that happiness can be bought, that problems can be solved by a product, and that having possessions is a measure of success”. La traducción es mía.

o recursos que emplea para construir su discurso, pues incluso al interior de los dominios de la explotación mercantil las luchas ideológicas comienzan a librarse, ya sea cuestionando las diferentes implicaciones de los productos y mensajes arrojados al entorno (con las responsabilidades que conlleva la intervención en el espacio), o la cooptación de metodologías para la administración de recursos económicos y humanos (la dimensión expansiva y de dominación sobre los medios de producción).

3.4 Tácticas contrahegemónicas en el diseño contemporáneo

Dentro de los procesos del diseño contemporáneo existe una multiplicidad de discursos que en gran medida operan alineándose y reforzando la visión de una ideología dominante, aún fuertemente regida por el paradigma funcionalista y las lógicas de producción económica del capitalismo avanzado⁷⁹. Sin embargo, paralelamente al creciente afán de los diversos mercados económicos por producir un modelo de “sociedad altamente rentable” y estereotipos de un consumidor ideal, también emergen cada vez con mayor fuerza *modos de hacer*⁸⁰ al interior de la disciplina que representan manifestaciones de una diversidad contradiscursiva.

Antes que nada, es necesario aclarar específicamente a que se refieren la formas de operación entendidas como contradiscursos del diseño, que hasta el momento continúan siendo poco convencionales frente al paradigma dominante del diseñador como *problem solver*, o bien, como *stylist*. Las prácticas que se oponen a los discursos hegemónicos del diseño establecen

una diferenciación crucial en el agenciamiento que el trabajo de los diseñadores tiene dentro de la *invención de lo cotidiano*⁸¹; la cual, partiendo de una noción en Michel De Certeau (2000), se realiza fundamentalmente bajo dos formas diametralmente opuestas.

Según De Certeau, la primera forma de agenciamiento político señalaría el terreno de las *estrategias*, en tanto que éstas son “acciones que, gracias a postular un lugar de poder son capaces de elaborar lugares teóricos (sistemas y discursos totalizadores) susceptibles de articular un conjunto de lugares físicos donde se reparten las fuerzas”, lo cual significa que su naturaleza posee un carácter de orden militar y con fines administración y dominación política. Por otra parte, en oposición a dicha noción de agenciamiento aparecerían las *tácticas* que “se encuentran pues determinadas esencialmente por la ausencia de poder (...) ponen sus esperanzas en una hábil utilización del tiempo, en las ocasiones que presenta y también en las sacudidas que introduce en los cimientos del poder”, con lo que estarían develando un sentido explícitamente contradiscursivo y emancipatorio respecto a los sistemas de control. (De Certeau en Blanco, 2000).

Los contradiscursos en el diseño contemporáneo estarían ofreciendo tácticas intermitentes como respuesta al enfoque mercantil impuesto, por medio de las cuales los diseñadores toman posicionamientos que visibilizan las condiciones políticas que atraviesan tanto sus

79 Véase Julier, G. (2013) “From Design Culture to Design Activism”.

80 Véase Blanco, P., Carrillo, J., Claramonte, J., Expósito, M. (ed.) (2000) *Modos de hacer: Arte crítico, esfera pública y acción directa*.

81 De Certeau utiliza ésta expresión para señalar las prácticas sociales que constituyen la fabricación de una cultura “común”, como marco de referencia aceptable para todos los individuos que la integran.

prácticas creativas, su papel como agentes en la construcción de dispositivos de comunicación, y finalmente los nichos de inserción laboral actuales. Con ello, se estaría observando la aparición de un tipo de diseñador-disidente que integra habilidades de distinto orden (humanas, técnicas y tecnológicas) para reconocerse más que como un profesional altamente calificado, sobre todo como un ciudadano crítico que posee herramientas necesarias para activar una transformación social y del entorno⁸².

La figura de disidencia discursiva en el diseño podría también definirse dentro de lo que Nigel Whiteley (2014) ha señalado como el “diseñador politizado”, enmarcando la postura ideológica en la tradición se genera desde el constructivismo y productivismo rusos posteriores a 1917; el trabajo del Atelier Populaire en París, hacia 1968, presentado formalmente dos años más tarde en la conferencia de Aspen (1970) por el Grupo Francés; y finalmente, una variación surgida hacia finales de la década de los sesenta como producto de la aparición del trabajo de Papanek, misma que quedaría cristalizada en lo que Whiteley ha clasificado como un “diseñador radical”.

Tras realizar un examen diagnóstico sobre los arquetipos predominantes de alumnos en los centros de formación de diseño a lo largo de la historia y hasta llegar a la actualidad, Whiteley concluye que pese a su “honorable carácter de conciencia social y política” el *diseñador politizado*, aunque comulga con muchos de sus postulados personales encuentra su principal fortaleza en el mismo lugar que el de su carencia; puesto que sus operaciones están relacionadas en primer lugar con un posicionamiento abiertamente de “izquierdas”; y, en segundo, es su forma políticamente directa, lo cual, desde su perspectiva, se reduce a la formación

82 Véase Rispoli, R. y Jordana, E. (2016) “Entre hegemonía y crítica: pensar el diseño como transformación”.



de un profesional con una actitud de racionalismo simplista basada en la “toma de decisiones sensatas” (Whitley, 2014).

*SOCIAL PARTY
Ilustración*

Ante los argumentos ofrecidos, Whiteley prefiere proporcionar como alternativa viable a la realidad del diseño el esbozo de un “diseñador valorizado”, el cual fundamentalmente en autor idealiza de la siguiente manera:

El alumno debe convertirse en un diseñador-ciudadano que tome posición y sea activo, y no limitarse a ser un ciudadano-diseñador, conformista y obediente. El modelo del “diseñador valorizado” no presupone la determinación de una posición política o partidaria, pero sí promueve una comprensión amplia de los sistemas de valores y exige que el alumno sepa justificar sus propios valores, compromisos y creencias (Whitley, 2014).

Con la cita anterior, la principal preocupación para Whiteley sobre la figura del “diseñador politizado” parecería estar en la poca viabilidad de su formación para las aplicaciones proyectuales del diseño, a consecuencia de ejercer un trabajo de orden utópico

y polarizado, o bien el riesgo del “radicalismo” en sus prácticas, que terminarían en actitudes políticamente incorrectas y significando una obvia exclusión de los escenarios laborales.

Sin embargo, con la propuesta del “diseñador valorizado” se estaría realizando una peligrosa negación de la existencia de una perspectiva dominante y la desmarcación de la actividad política del diseñador, al centrar toda la carga de su participación bajo una dimensión ética. Este hecho suele ser bastante ingenuo al no distinguir la relación existente entre el producto del trabajo de los diseñadores y sus motivaciones personales con el proyecto político que los dirige; dado que el sujeto contiene una formación que interioriza los valores y normas de la estructura social. (Julier, 2013)

Tres aspectos cruciales que se omiten al asimilar una postura ética y no política del diseño son: primero, que la política es un problema ideológico; y la ideología se despliega en distintos grados con el objetivo de proporcionar un “marco de referencia para la acción: una *fe* y una *creencia* que se traduce inmediatamente en actitudes, en prácticas, en acciones concretas” (Simon, 2001). Segundo, que el valor de la funcionalidad y el utilitarismo en el trabajo con una dimensión estética, particularmente las industrias creativas⁸³, siempre estará regido por la división de lo sensible, en tanto que la legitimación de estos campos no es gratuita y se encuentra ligada a otros campos de poder (Ranciere, 2000). Y por último, que según el filósofo marxista Antonio Gramsci, la difusión de las ideologías se hace a través de distintas instituciones redes, siendo el sistema escolar una de ellas (Simon, 2001); por lo tanto, las disciplinas académicas constituyen un campo

83 Véase Rowan, J. (2009) “Las industrias creativas y el emprendedor cultural” en *Emprendizajes en cultura*.

ideológico susceptible de confrontaciones, del cual lo relativo al diseño no sería la excepción.

Por todo lo anterior, el modelo del “diseñador valorizado” no debería entonces limitarse a caer en la ambigüedad de “que el alumno sepa justificar sus propios valores, compromisos y creencias”; pues ello supondría un ejercicio plenamente retórico, en el cual las disciplinas académicas estarían fundamentando sus modelos de educación profesional alienándose fuertemente con las ideologías dominantes y otras prácticas hegemónicas sin evitar cuestionamientos. De tal manera se cumple precisamente el objetivo principal de los sistemas totalitarios y cerrados basados en el individualismo y la atomización, intentando a toda costa evitar la interacción colectiva y la apertura de *espacios de disenso* que pongan en riesgo su perpetuidad.

Mientras tanto, al hablar de la constitución de colectividades y ciertos espacios de disenso posibles, se estaría implicando el hecho de reconocer que existen distintas capas o lugares (y no sólo una perspectiva excepcional) desde donde se enuncian potentes discursos que se confrontan de manera abierta o complementan sutilmente intentando legitimarse, ante los cuales habría que asumir una posición crítica, deconstruirlos y analizar el contexto del cual surgen para comprenderlos; es decir, contar con una capacidad no sólo de ver en ellos diferencias o empatías ideológicas, sino de reconocer en sus operaciones espacios de la otredad, sin asumir actitudes idealizadas que perviertan su propia naturaleza discursiva.

Como ejemplo de ello, el discurso nacido de la Bauhaus representa tempranamente un caso emblemático en la historia del diseño, puesto que originalmente su discurso basado en la funcionalidad de los artefactos, promovía el desarrollo de un esquema donde el diseño fungiera como catalizador de los procesos de producción que redujeran los

costos, y en esa manera propiciar que el proceso de industrialización fuera accesible a los trabajadores, o la llamada la clase proletaria. Sin embargo, fuera del contexto histórico y con el auge de las prácticas globales que deslocalizan los procesos de producción, el capitalismo avanzado traicionó enteramente la visión filantrópica de origen para subordinarse a las aceleradas lógicas del consumo masivo (Rispoli, 2016).

Precisamente la descontextualización y desterritorialización en las prácticas del diseño representan cuestiones fundamentales que impiden el entendimiento de sus diferentes dimensiones políticas, porque al considerar que los discursos dominantes son los únicos procedimientos viables en los modos de producción, se van suprimiendo sutilmente las particularidades de cada uno de los grupos sociales que participan en ellos al tiempo que se invisibilizan las condiciones de desigualdad entre los diferentes actores, propiciando un distanciamiento entre sus códigos de identidad cultural y también de comunicación, afectando directamente su vida cotidiana.

Las preocupaciones recurrentes en autores como Bonsiepe, quien desde los años setenta localizaba la práctica de las diferentes disciplinas del diseño en los países periféricos, residía en una problemática concepción generalizada sobre la actividad de los diseñadores, debido justamente a la pérdida de consistencia en sus dimensiones políticas y sociales, por causa de la banalización y una actitud mercantilista adoptada culturalmente a escala global en el mundo contemporáneo; pues ésta tendencia en muchas ocasiones diluye los alcances del diseño a labores de segundo orden o fácilmente prescindibles dentro de la vida social, y reservadas a la mera estilización de una élite reducida (Bonsiepe, 2011).

La idea parcial y difusa sobre las capacidades de transformación social que generan los productos

de las disciplinas del diseño, obedece a una visión dominante severamente limitada por las exigencias de los mercados económicos y representa un problema incluso entre los propios diseñadores, como también para las instituciones encargadas de regular y promover modelos educativos. Dicha problemática en la concepción del diseño suele desprender actitudes de moda o movimientos temporales de corta duración que reproducen las relaciones de clase, actuando como dispositivos normativos que ocultan el trasfondo político de los discursos hegemónicos implícitos en distintas fases, sin tomar en cuenta que con los objetos e imágenes que se arrojan al mundo se están creando también procesos de producción social “que no finalizan en sí mismos sino que se expanden a otros territorios y colectivos generando nuevos procesos de transformación”⁸⁴(Costa, 2012:5).

En tal sentido, cabe mencionar que si la ideología dominante del sistema económico capitalista devora fuerzas de producción, tanto de trabajo material como inmaterial, el objetivo final es dominar la producción de la subjetividad, dado que:

Las culturas del diseño son también resolutivamente territoriales. Por ello, estoy pensando no solo en un geográfico sino también en un intelectual territorio (...) Las culturas del diseño incluyen activos fijos como edificios, equipamiento, redes de comunicación u otros recursos primarios pero estos están relacionados también a las prácticas humanas (Julier, 2013:221)⁸⁵.

84 Cita original en catalán: “que no finalitzen en sí mateixos sinó que s’expandeixen a altres territoris i col·lectius generant nous processos de transformació”. La traducción es mía.

85 Cita original en inglés: “Design cultures are also resolutely territorial. By this, I mean not just geographical, but also intellectual, territory[...] Design cultures also include fixed assets, such as buildings, equipment, communication networks, or primary material resources, but these are also lashed together with human practices”. la traducción es mía. de transformació”. La traducción es mía.

La actitud emancipatoria por parte de los diseñadores hacia las prácticas hegemónicas, eventualmente podría gestarse no solo desde el terreno de lo que el filósofo Antonio Gramsci llamaba la esfera de la *sociedad política*⁸⁶, que en cierto sentido es un terreno restringido a la participación de los actores sociales para cambiar las condiciones del orden establecido previamente; más bien, sería desde el núcleo de la esfera de la sociedad civil y de las prácticas cotidianas, el lugar donde al hacer uso de la potencia estética contenida en los artefactos de diseño se articulan escenarios de conocimiento abierto y compartido.

Consecuentemente la discursividad en los procesos creación y producción trastocarían la realidad directa de usuarios y diseñadores al promover la generación conjunta de proyectos participativos e inclusivos, mismos que amplifican las posibilidades de empoderamiento, autonomía y comunicación de los sujetos sociales al reivindicar su rol actual, como simples usuarios o profesionales indiferentes

**RELATOS
FRONTERIZOS**
*Talleres dirigidos
a migrantes en
Tijuana, México*



a problemáticas comunes, a otro como ciudadanos activos (Dunne y Raby, 2013).

Con la apertura en la investigación y experimentación de nuevas metodologías en los diferentes prácticas que envuelven los procesos de diseño, poco a poco se ha ido diluyendo la figura del diseñador como genio especializado, o autor cuasi intocable heredero de la tecnocracia y de la divinidad artística; con lo cual se estarían distinguiendo los indicios de un posicionamiento político claramente disidente a la tradición de poderes centralizados, rompiendo la lógica de un orden jerárquico en los modos de hacer y producir conocimiento y mundo⁸⁷.

La compartición de saberes y la inclusión de actores no especializados significa en última instancia, la apertura de nuevos espacios posibles para la enunciación de aquellos discursos que habían sido desplazados o excluidos a falta de legitimación institucional⁸⁸. En relación a esto, Lyotard había advertido el fin de los grandes relatos⁸⁹ porque consideraba que una de las victorias más importantes alcanzadas en el ocaso de la modernidad, era

86 Gramsci realiza una clasificación de la Superestructura política e ideológica en dos esferas, donde la primera es la sociedad política, cuya función es mantener la coerción y se compone de: gobierno y los aparatos ideológicos de Estado (ejército, sistema judicial, burocracia, parlamento, partidos políticos y opinión pública); mientras la segunda está conformada por la sociedad civil donde se encuentra la base del Estado y su función es el consentimiento, quedando integrada por: las variantes ideológicas o doctrinas (economía, derecho, arte, ciencias), los cuatro grados de ideología: filosofía, religión, sentido común, folklore; Las instituciones redes de la ideología dominante (iglesia, escuela, prensa...) y los instrumentos técnicos de difusión: medios audiovisuales, libros, periódicos, arquitectura, etc.

87 Porque la ciencia es para Gramsci también una ideología al cumplir el papel histórico de preservar la noción de objetividad sobre la visión particular del mundo y regular la distribución de conocimientos y saberes que cohesionen a las diferentes clases sociales que conforman la superestructura política, generando un vínculo directo entre la teoría y la praxis. En éste sentido es también el papel de la ciencia otorgar la capacidad de agencia a los actores que pueden intervenir en la toma de decisiones y por ello el despliegue jerárquico implica un modelo que reproduce el discurso hegemónico sobre quienes pueden acceder al poder.

la urgencia de incluir aquellas miradas y voces que habían sido invisibilizadas a lo largo de la construcción de la Historia, dejando claro que las narrativas dominantes se construyen sobre una base de pensamiento colonizador y etnocentrista que inevitablemente es el germen de las atrocidades cometidas durante los siglos XIX y XX.

El derrumbe del paradigma moderno, evolucionista y positivista, ha significado un cambio simbólico y ante todo un nuevo proyecto político para la humanidad que se complejiza con la multiplicidad de discursos que en él convergen. Así, la cuestión de inclusión política a nivel macroestructural sería una pregunta que al actualizarse detona las prácticas emergentes en el campo del diseño; el encuentro y reconocimiento con la otredad es el redireccionamiento político encriptado en los contradiscursos de los diseñadores.

De la misma forma, cuando Gramsci hablaba del rol que ocupan los intelectuales en la conformación social, proporcionando homogeneidad a las distintas capas de ideología, estaba señalando también el peligro latente que conlleva establecer una operación siempre desde dentro de los aparatos institucionales y los sectores privilegiados sobre todo porque las condiciones sociales terminan por reproducir relaciones de clase. Por tal razón, intuye que es necesaria la aparición de un nuevo *intelectual orgánico* proveniente de la sociedad civil, quien contribuya a defender la causa revolucionaria con el

88 Esto significa que la producción de conocimiento sería una acción real, ya que si la ciencia se mantuviera encerrada en estudiar los dogmas operantes simplemente se agotaría. Por otra parte, esto también es una de las acusaciones que con mayor frecuencia se señalan al mundo académico, misma que el marxismo y la Teoría Crítica identifican como uno de los mayores peligros que corre el intelectual al apartarse en el ensoñamiento o la ilusión enteramente teórica y sin aplicación.
89 Véase Lyotard, J. (1991) *La Condición Posmoderna*. Publicado originalmente en francés en 1979.



LABORATORIO DE ARQUITECTURA BÁSICA MX
Proyecto de vivienda sustentable

conocimiento de praxis; precisamente en ese punto residiría el valor como agenciamiento político que adquieren los procesos de diseño colaborativos y abiertos al empoderar a los usuarios “comunes”.

En el entendido de generar soluciones “universales” y masivas que permiten predecir y manejar eficazmente la variabilidad de los mercados, es urgente incluir la consideración de que las soluciones necesitan pensarse dentro de territorios situados y heterogéneos, es decir, espacios de disenso. Por lo tanto, el agenciamiento político de los ciudadanos mediante los procesos participativos de producción (material y social) representa la inversión de un sistema cerrado y vertical como forma única de abordaje a los problemas de diseño.

Los espacios de creación participativa deben manifestar las diferentes perspectivas de quienes participan y, a la vez, representar una redistribución real de poderes que no concluya en la *customización* superficial que ciertas empresas manipulan mediáticamente con estrategias de marketing y presentan como un diálogo que genera empatía con el usuario⁹⁰. Por otro lado, los espacios de disenso tampoco deberían terminar encasillados en la desgastada tradición de las democracias institucionalizadas y sus perversiones burocráticas, lo cual permite la falacia de pluralismo y el consenso que en realidad está definido por intereses políticos y económicos dominantes⁹¹.

90 Menciono esto a propósito de empresas como Apple Inc. que con una altísima ramificación de accesorios en el mercado de sus propios productos ofrecen al usuario la posibilidad de añadir su propia “esencia” en términos de su poder adquisitivo.

91 El artista conocido como Banksy en diversas ocasiones ha hecho con su obra fuertes críticas hacia los medios, la publicidad y el marketing, argumentando que no hay diferencia entre dichas operaciones y el vandalismo, al afirmar mediante varias de sus piezas “ellos no pidieron permiso para meterse en tu vida, nunca te dieron opción. Así que sal a la calle y no les pidas permiso para apropiarte del espacio nuevamente”.

Al hacer uso de la potencia estética y política contenida en las prácticas que configuran su discurso, el diseño estaría funcionando también como un puente entre las herramientas tecnológicas, las habilidades técnicas y las dimensiones humanas y artísticas del sujeto (Flusser, 2002). Porque si bien a lo largo de la historia dicha relación ha resultado ampliamente polémica, no se puede disociar que la ramificación de las expresiones y lenguajes producto de los avances tecnológicos, dieron lugar a nuevos materialismos y nuevas visualidades con los que el ser humano interactúa cotidianamente configurando su manera de percibir el mundo, ejemplo de lo que Gramsci llamaría la “fe activa”; elemento puro de ideología.

Los llamados contradiscursos del diseño contemporáneo adquieren importancia en el estatuto epistemológico de la disciplina, porque con ellos parecería estarse trazando una línea alternativa a la directriz paradigmática que históricamente ha buscado una perspectiva “correcta y única” del diseño. La naturaleza fundamentalmente ligada a una actitud crítica y práctica, amplía las posibilidades de los sujetos para adoptar formas de vida que los relacionen con su realidad social y les lleven a ser agentes directos en la construcción de dispositivos y canales de comunicación inclusivos y participativos (Julier, 2013).

Por éstas razones, los contradiscursos del diseño son posicionamientos transitorios que permiten la redistribución en los agenciamientos políticos, lo cual es clave en la construcción de libertades y pluralismos hacia “la emancipación del individuo respecto de los distintos poderes que tratan de imponerle sus condiciones de existencia” (Méndez, 2017:99). Así, las tácticas de producción contra la hegemonía deben entonces enfrentar el enorme reto de mantenerse en constante cambio para evitar convertirse también en un dogma lapidario⁹².

Los diseñadores hemos venido sufriendo una reconversión paulatina hacia un territorio crítico de la mano de la cultura libre y su filosofía. Se han puesto en marcha multitud de experiencias relacionadas con las formas de producción del diseño y de la organización de los diseñadores, apuntando hacia modelos de relación distribuidos, lo que ha desplazado el debate sobre la función social del diseño hacia cuestiones que antes eran consideradas meramente técnicas y que en esta nueva perspectiva aparecen con un indiscutible componente político como, por ejemplo, el desarrollo de herramientas, aquellas que hacen posible la colaboración o las que se pueden compartir libremente (Méndez, 2017:98).

Las tácticas contradiscursivas del diseño contemporáneo han abierto perspectivas que *hackean* diversos puntos de la superestructura aún cuando cada una de ellas conlleve sus propias limitaciones. De esa forma, habría también que entenderlas como modelos de emancipación temporal, conectándose estrechamente a lo que Hakim Bey describía como las utopías pirata en la Zona Temporalmente Autónoma.⁹³

A medida que se avanza en el entendimiento y desarrollo de cada uno de los modelos de interacción y producción social participativa, es posible comprender que el objetivo final en ellos, es configurar narrativas que representen el alumbramiento de nuevos mundos (como era el sueño de Walter Benjamin); es decir, una operación política revolucionaria y de transformación en toda la extensión de la palabra.

En las perspectivas críticas del diseño contemporáneo también pueden encontrarse huellas del pensamiento de autores como Vilém Flusser (Praga, 1920 – 1991), para quien el interés central

92 Porque todas las revoluciones han demostrado que el discurso disidente finalmente se convierte en hegemónico cuando no hay integración ni movimiento.

93 Originalmente el concepto aparece se conoce como TAZ por sus siglas en inglés en un ensayo de Peter Lamborn Wilson, publicado bajo el seudónimo "Hakim Bey" en 1991.

de su obra Filosofía del diseño, era demostrar que la figura del diseñador crítico no debería estancarse o reducirse en analizar sólo a los grandes personajes de la historia del diseño, sino a los pequeños engranes y agentes operarios sin nombre ni rostro pero con una importancia central en el funcionamiento de los procesos sociales.

Si anteriormente el ascenso de gobiernos totalitarios y el dominio del desarrollo tecnócrata por encima de las humanidades concluyó en los campos de concentración y genocidios, en la actualidad las desigualdades que provoca la sobreexplotación de recursos naturales y humanos propician condiciones infrahumanas y neocolonialismos consecuencia de ritmos de consumo híperacelerados, que en más de una ocasión continúan justificando su accionar al amparo de verdades científicas e históricas, e intentando perpetuar la supremacía de lógicas individualistas y de propiedad privada.

El paroxismo del discurso científico de la modernidad como piedra angular de los avances tecnológicos donde se alcanza el dominio de la naturaleza a través del orden reproducible, cuantificado y verificable, se localiza en la anulación de toda posibilidad de bienestar y progreso por sí mismo como la invención de la bomba nuclear, o bien, en el accidente automovilístico si se busca señalar una dimensión cotidiana próxima. Ambos casos ejemplifican que los problemas humanos no conciernen sólo a una condición ética materialista, sino también a la naturaleza de un proyecto político que preconfigura y reviste cada uno de los espacios sociales. Visto en otros términos, el proyecto político “diseña” la vida de los sujetos.

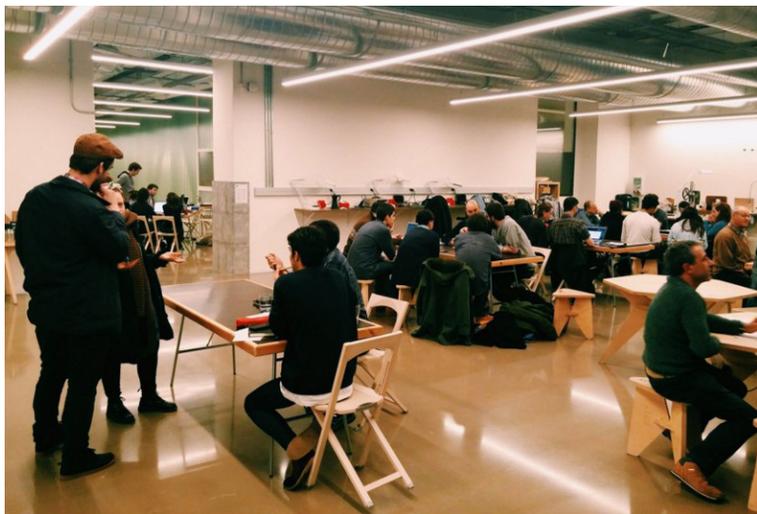
Con una visión distópica sobre el futuro y la tecnología, Flusser previno que los discursos regidos por las lógicas de producción material y acumulación, terminarían por incidir en los espacios de la vida cotidiana al asegurar:

Las fábricas del futuro serán como escuelas. Habrán de ser los lugares en los cuales los seres humanos aprendan cómo funcionan los aparatos,(...) en el caso de la fábrica del futuro deberemos más bien pensar en laboratorios científicos, academias de arte y en bibliotecas y discotecas, más que en las fábricas actuales (Flusser, 2002:57).

Bajo el postulado de que todo conocimiento y toda teoría serían sólo un invento del discurso hegemónico, es decir, un diseño de mundo según Flusser, la manera de revertir el procedimiento con mayor eficacia sería desde el mismo lugar donde se genera el problema, siendo el lugar de las prácticas concretas o materiales que producen reflexiones críticas y concordando con la idea de que la transformación es posible con mediante la organización colectiva y el trabajo participativo de las clases subordinadas (Bagchi, Narula y Sengupta, 2014: 34 -53).

Previamente a una reflexión filosófica desde el diseño, las aportaciones neomarxistas de Antonio Gramsci habían señalado también la necesidad de un agente intelectual con conocimiento de praxis perteneciente a la clase subordinada, pues ello ayudaría a conciliar las expectativas revolucionarias del proletariado con una nueva formación ideológica ya que el plano estrictamente teórico resultaba insuficiente; sin embargo, Michel De Certeau (Chámbery, 1925 – París, 1986) llevaría la idea aún más lejos al elaborar una genealogía de las prácticas de lo cotidiano, donde se revela la capacidad de producción ideológica que tiene el sujeto subordinado para revertir sus condiciones de clase.

No sería aventurado entonces decir que el diseñador puede asumirse como un agente privilegiado en la participación activamente en los procesos de transformación social, pues hay que recordar que el nacimiento de la profesión se sitúa



tras la consolidación de los modelos de producción capitalista en las sociedades. Desde aquél entonces, la formación del diseñador ampliamente focalizada al uso de herramientas tecnológicas, integran en él conocimientos prácticos que le permiten desarrollar técnicas de creación y decodificar lenguajes de comunicación para construir su discurso acordes a la operación del mundo contemporáneo.

*Interacción en
Medialab*

Por último, al ser el diseño un campo de producción simbólica fuera de los terrenos explícitamente políticos, sus cualidades discursivas obtienen concesiones que le permiten entrar y salir en otros campos de estructuración social, pasando desapercibido y teniendo una amplia flexibilidad en lo enunciado cotidianamente mediante sus artefactos.

Aunque las argumentaciones anteriores demuestran claramente el potencial político y de transformación social del diseño, las practicas que

rompen con el paradigma tradicional permanecen altamente desacreditadas por algunos aparatos y entidades que legitiman las cualidades “profesionales” de la disciplina, en gran medida porque ellas suponen la carencia de una capitalización económica directa. Aunado a ello, la crítica a la razón instrumental está mal vista entre los círculos académicos más conservadores, que prefieren apostar a la formación de un profesional tecnócrata que encuentre una ocupación “real” dentro de los sistemas de producción dominantes.

Las acciones que el diseñador contemporáneo despliega al fabricar artefactos y articular signos que son arrojados al mundo, contienen respuestas que con frecuencia parten de una raíz ideológica encubierta. Por ello, la incomodidad del discurso crítico se deposita en los cuestionamientos y confrontaciones que genera a las visiones dominantes con otras realidades⁹⁴. La pregunta final necesaria para el diseñador sería entonces ¿qué representa para la realidad social un trabajo como productor de artefactos y signos sin otra utilidad más que el embellecimiento? Porque entonces, la visión de la práctica del diseño como espacio político entre el adoctrinamiento instrumental y la disidencia ideológica estaría convirtiéndose también en una realidad tangible.

94 Esta es la cualidad que otorga la visión distanciada como señala Agamben al definir qué es lo contemporáneo.

Reflexiones críticas sobre diseño y su potencia de transformación social

Al inicio de ésta investigación se indicaba que en las últimas décadas las preocupaciones centrales por parte de muchos diseñadores y profesionistas relacionados al campo del diseño, era determinar la manera en que su práctica profesional quedaría regulada ante al surgimiento de herramientas tecnológicas aparentemente democratizadoras de los procesos de producción, dado que ésta situación incrementaba las posibilidades de solventar un problema de diseño o comunicación para una persona sin la necesidad de una estricta formación académica, aunque también reducía el número de actividades de inserción laboral y las respectivas retribuciones económicas.

Efectivamente, el desarrollo tecnológico característico de la era digital, ha permitido una mayor accesibilidad a herramientas creativas y puesto al alcance nuevos medios de producción que indujeron a la desvalorización de procesos antes exclusivos del diseñador. Sin embargo, pensar el hecho de buscar cuales podrían ser los elementos que legitimen la profesionalización de la actividad de los diseñadores para restringir su campo de acción, no tiene sentido cuando en los últimos años el giro epistemológico de las disciplinas académicas ha dado paso a preocupaciones focalizadas a ejercer una actividad responsable con el entorno, así como hacia la participación activa de los profesionales en la resolución de problemáticas sociales.

Dentro de las corrientes discursivas del diseño contemporáneo puede identificarse una clara división de perspectivas, entre las que aparecen por un lado las de naturaleza

mercantil orientadas al consumo, establecen criterios de distinción social y tienen periodos de vida y uso efímeros; mientras que por el otro lado emergen manifestaciones críticas del diseño, la cuales enfocan sus esfuerzos a promover procesos abiertos, cooperativos e incluso que permita la optimización de recursos disponibles y lograr el mayor número de retribuciones a favor de los agentes sociales que participan tanto como productores como usuarios.

En un nivel global, las áreas concernientes e interrelacionadas con los procesos de diseño están tomando conciencia del potencial que su labor tiene como dispositivos de transformación social, cultural, política, y económica; por lo que, sin importar la divergencia en las posturas ideológicas, los diseñadores actualmente atraviesan una fase de transición paradigmática en la que conocer y dominar la construcción del discurso hegemónico o crítico, adquiere un interés explícito que se refleja en el trabajo realizado desde las academias y centros de investigación.

La transición paradigmática en el diseño muestra también el ímpetu de los diseñadores por pasar de la construcción discursiva del artefacto a la construcción discursiva del entorno, es decir, en trasladar el potencial de los signos visuales, materiales y espaciales hacia la pragmática del signo social. Con ello, puede advertirse que el valor del signo en el diseño posee dos dimensiones: una que funciona como estructura formal del artefacto, y otra que simboliza una práctica estructurante para el sujeto.

Dado que las metodologías de la semiótica constructivista en su momento intentaron dominar la producción formal del signo en el diseño, el concepto

de discurso suele recaer en el entendimiento generalizado de ser el resultado del análisis del significado en el artefacto, como si tratara de un elemento aislado de toda relación contextual. Sin embargo, cuando los diseñadores identifican que la capacidad de producir formas y artefactos es también una actividad que reconfigura las interacciones humanas y el tejido social, la noción de discurso en el diseño se expande a una relación sistémica de signos interconectados que hacen necesario pensar en una semiología del espacio social.

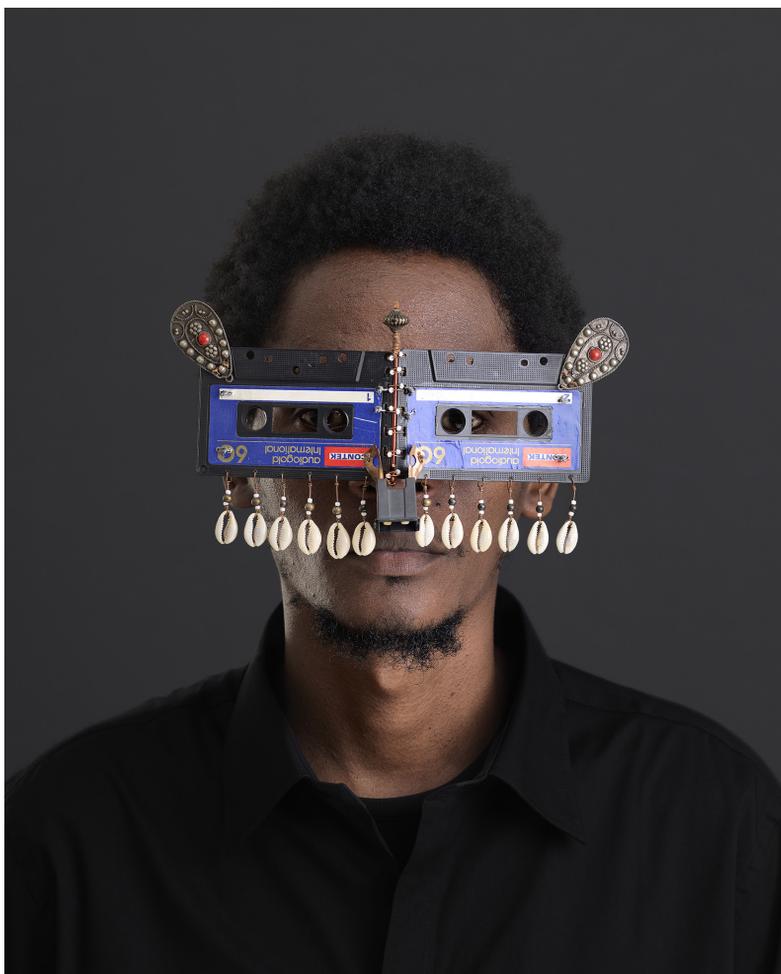
Sin embargo, las complicaciones que surgen al suponer la vinculación del diseño con el complejo entramado de instituciones sociales, son consecuencia de tres factores que paralelamente generan la problemática epistemológica actual en la disciplina. El primero de dichos factores es que los procesos de creación han evolucionado por el contexto de su desarrollo histórico, mismo que implica herramientas tecnológicas, tiempos en el proceso de producción, nuevos modelos mercantiles y laborales, así como el cambio de paradigma científico que va del conocimiento especializado a la integración disciplinar.

El segundo factor que afecta la concepción epistemológica del diseño es que su área de conocimiento abarca procesos, prácticas y productos, configurando un espectro de análisis ampliamente divergente, razón por la cual sus problemas de investigación presentan una heterogeneidad sobre la cual es necesario precisar el tipo de abordaje en el análisis (histórico, argumentativo, caso de estudio, etc.) pero también la perspectiva que sirve de marco teórico, pues a pesar de la existencia de producción bibliográfica desde el interior del diseño

(como los *Design Studies*), hay una fuerte carga teórica que puede llegar a resultar confusa si no se tienen en cuenta las limitaciones y se incurre en un trasposición disciplinar (historia del arte, teoría de la imagen, estudios visuales, estudios culturales, entre otras corrientes).

Por último, el tercer factor a tomar en cuenta en la concepción actual del diseño es la necesidad de reconocerlo en sus procesos una práctica situada, ya que resulta innegable que los contextos reflexión modifican decisivamente los modos de concebir la producción del conocimiento y el orden de prioridades asignadas a la resolución de problemáticas humanas. Mientras para los países altamente industrializados y con un desarrollo económico estable las prácticas de diseño alientan la investigación y creación de políticas de diseño, ya sea con el objetivo de capitalizar el producto de su trabajo, o bien para funcionar como catalizadores de desarrollo social; en los países donde el grueso de la población vive en condiciones económicas precarias los procesos de diseño suelen asociarse con actividades de manufactura, por cual los profesionales están obligados a cubrir labores principalmente mecánicas y poco flexibles antes que las orientadas al desarrollo creativo para asegurar su subsistencia.

Las variables expuestas en los párrafos anteriores, explican el origen de los enfoques en los modelos educativos actuales, donde la perspectiva hegemónica del diseño mantiene una fuerte relación de dominio apoyada sobre la base de las aspiraciones individuales de los sujetos (y particularmente de los estudiantes), a consecuencia de los discursos que promueve la ideología neoliberal. Los discursos dominantes han sabido construir, entre otras cosas,



CYRUS KABIRU
Arte reciclaje

la falacia de un incremento en el estatus social para el profesional que es partícipe de organizaciones empresariales, que desarrollan proyectos globales, que compiten en el mercado para imponer tendencia, y que finalmente obtienen el reconocimiento que se traduce en un crecimiento económico personal.

Sin embargo, desde una perspectiva crítica aún reducida en número, el diseñador se está volviendo consciente de su capacidad no solo para producir artefactos u obtener el santo grial de la expansión de mercados, sino para proponer alternativas que reestructuren el tejido social. Las actitudes emergentes y experimentales en los procesos de diseño, muestran señales claras de la necesidad por dar respuesta a problemáticas humanas como la marginación, la discriminación, la injusticia y cualquier forma de desigualdad o violencia, que de la misma manera que las lógicas empresariales, requieren de soluciones de magnitud global por parte de los profesionales (Rispoli, 2015).

Los esfuerzos conjuntos en procesos y prácticas colaborativas, inclusivas y abiertas destacan las capacidades de agenciamiento de los participantes, así como un integración de saberes tradicionales, técnicos, tecnológicos y académicos de los participantes. La puesta en marcha de estas actividades es el papel desempeñado por colectivos de trabajo que se reúnen en los nombrados *medialabs* y *social labs*; espacios de participación ciudadana donde artistas, diseñadores, artesanos y otros actores sociales buscan generar un intercambio de experiencias y conocimientos, más que profesionales, humanos.

Aún así, los debates sobre las corrientes en el diseño contemporáneo que perfilan nuevos procesos



de producción, giran en torno más que nunca precisamente a la importancia de cuestionamientos éticos y políticos, dado que existe el riesgo de que las metodologías trabajo sustentadas en la participación social se perviertan por el espíritu del capitalismo avanzado, reproduciendo condiciones jerarquizadas y posicionándose como una ramificación de los modelos de negocios que buscan incidir sobre aquellos espacios aún no conquistados.

Un ejemplo de lo anterior, es el caso ocurrido en México en el año 2015, cuando la diseñadora francesa Isabel Marant fue acusada de plagio por parte de las autoridades municipales de Santa María Tlahuitoltepec tras presentar el diseño de la blusa tradicional mixe como parte de su colección primavera - verano. La noticia tuvo alcance en la prensa internacional, causando rápidamente

*Blusa Mixe y
reinterpretación*

controversia sobre los problemas que suponen la autoría, la apropiación y la explotación de bienes culturales, pues una firma de moda francesa estaba comercializando el modelo original de la blusa representativa de la identidad de un pueblo indígena.

Aunque las posturas divergen ampliamente sobre el derecho y uso de la cultura como acervo creativo, los terrenos de la alta costura no son sectores exclusivos donde se repiten los casos de explotación de bienes culturales, recursos ambientales y humanos, ni tampoco son situaciones que conciernen aisladamente a personas con nombre y rostro, sino que estas se expanden hacia las lógicas empleadas por marcas transnacionales, la industria orientada al ocio y los medios de comunicación, por mencionar algunos; lo cual produce serios cuestionamientos ante la falta de políticas y el desconocimiento del valor social o cultural que el trabajo de los diseñadores tiene.

Más allá de las interrogaciones que quedan en el aire, la urgencia de trazar un camino que sirva al diseñador para tomar una actitud crítica se hace latente puesto las distintas connotaciones que adquiere el significado del diseño en un escenario integral. De haber existido un reconocimiento público a la autoría de la prenda a la comunidad mixe, previo a la demanda legal, esto hubiera expresado el respeto a sus condiciones de vida y cosmovisión; posibilitando la apertura a un trabajo colaborativo donde el diseñador aportara sus conocimientos en la búsqueda de beneficios tanto a los integrantes de este grupo social desfavorecido, como a la marca posicionada internacionalmente en el circuito comercial.

Aunque parecería ser una afirmación idealizada, el sentido de realizar un análisis crítico de los elementos que convergen en la práctica del diseño actual y la larga teorización por comprender su discurso, son el vehículo para tomar parte en la construcción de un lugar más habitable, pues para Veronique Vienne (2001), quien ha trabajado como directora de arte, periodista y escritora, es allí donde reside el potencial del diseño como herramienta para cristalizar las ficciones humanas.

Puede constatarse incluso desde los orígenes de la historia del arte hasta la era de la autorepresentación en las redes sociales, que si bien existe un condicionamiento fisonómico que permitiría diferenciar a las distintas especies de un ecosistema; el desarrollo cognitivo y el entendimiento del individuo como ser diferenciado no se define enteramente por estas características, sino por las condiciones materiales, las interacciones comunicativas y las formas de organización que adquieren en su contexto. Ante ello, es imposible pasar por alto que las sociedades preconfiguran ficciones (características y comportamientos) para cada individuo, que al adoptarse validan y confirman su rol asignado dentro de una colectividad⁹⁵.

Justamente esa premisa, manifiesta el pesimismo en Flusser cuando hace más de cuatro décadas explícitamente afirmaba que “El diseñador es un conspirador malicioso, que se dedica a tender trampas” (Flusser, 2002:24). Porque, como se ha argumentado, la figura del diseñador es la de un importante agente que opera de manera crucial en

95 Una frase en uno de los trabajos de la artista Jenny Holtzer reza “mucho lo que eres fue decidido antes de que nacieras”

la producción ideológica y material del mundo que le rodea; siendo una figura muy cercana al artista, pero que a diferencia de éste ha abandonado el recinto museístico para disolverse en el espacio cotidiano.

La licencia obtenida en el diseño por medio de la codificación signica de la performance y la activación estética, concede la posibilidad al diseñador de provocar con el extrañamiento y la descontextualización, el descubrimiento de los puntos de contingencia a los dogmas impuestos. En este sentido, cuando autores como Hernández Navarro (2010) hablan del artista como “historiador benjaminiano” puede pensarse también en el diseñador, dado que las principales motivaciones de ésta figura estarían en visibilizar el pasado y en esa forma “iluminar” el futuro valiéndose de tres distintos modelos de contingencia en la narratividad social como son: las historias paralelas, las historias alternativas y las deconstrucciones de la historia.

Dado el caso, si la producción de signos visuales, los objetos materiales y espacios físicos y virtuales en el diseño ya no contuvieran un punto de vista único o una visión hegemónica cerrada, sino la multiplicidad de voces, miradas y modos de producción que integran nuevas lecturas y textualidades, los procesos de creación experimentales podrían entenderse como manifestaciones que libran continuamente prácticas implícitas de confrontación ideológica.

Entonces, si el diseñador efectivamente posee la habilidad de representar y construir realidades a través de discursos que visibilizan el pasado, argumentan el presente y especulan el futuro, un ejercicio de concebir mundos alternativos, paralelos o deconstruidos estaría manifestando

un importante posicionamiento político desde la práctica y la teorización del diseño. El agenciamiento estaría sucediendo en el instante mismo cuando surgen interrogantes para los diseñadores las cuales se generan sobre la carga filosófica de esta disciplina, situación que da pie a reflexionar acerca de los signos codificados en los artefactos y los procesos de producción de conocimiento.

Para el filósofo Bruno Latour (2008) muchos de los problemas sociales en la actualidad, aparentemente no concernientes al diseño como el entendimiento del entorno, están atravesados en distintos grados por sus procesos y practicas. Por ejemplo: los estereotipos culturales que debe asumir una persona respecto a su género, los roles laborales que deben cumplirse en función del origen socioeconómico, étnico o racial, las dificultades de los grupos vulnerables para la integración social y, en general, los problemas que enuncian los artefactos materiales e inmateriales que son arrojados al mundo.

En este sentido, el diseño estaría recreando ficciones que al ser parte de las prácticas que “ordenan el discurso” funcionan como dispositivos políticos, pues a través de su condición artificial refieren, parodian o cristalizan hechos que se integran o se excluyen de los grandes relatos; razón ante la cual Michel Foucault señalaba la existencia tiránica de una visión histórica hegemónica, donde reposa la perspectiva ideológica de quienes la escriben.

Sin embargo, la corriente crítica del diseño contemporáneo ofrece perspectivas que intentan remediar problemas de orden social, como ocurre con las metodologías de creación en el *diseño inclusivo*, las cuales permiten integrar y facilitar recursos para las minorías que hasta hace algunos años estaban

obligadas a adaptarse a estándares normalizados que desde el punto de vista social, científico y tecnológico eran operativamente viables para la reproducción masificada del artefacto y el sujeto, sin detenerse a considerar necesidades particulares de individuos y grupos específicos.

Otra rama del diseño contemporáneo que escapa a los paradigmas funcionales y utilitarios del diseño es el *diseño especulativo* (Dunne y Raby, 2013), que aparece como un contradiscurso que propicia la apertura de un nuevos espacios de incidencia a los diseñadores que han dejado de preocuparse por obedecer principios proyectuales, la afiliación a códigos estilísticos de moda, o su inserción en el campo laboral empresarial como aquellos donde los managers sirven a la optimización de los procesos de producción y marketing.

Las estrategias utilizadas por el diseño especulativo coquetean con la galería y el nicho intelectual, e identifican espacios de hibridación entre las formas de representación paradigmáticas y los soportes tecnológicos emergentes que la tradición artística no había podido clasificar. Un precedente de estas operaciones sucedió cuando las artes clásicas encontraron un punto de contingencia tras la irrupción de las pantallas de televisión, el happening y el arte conceptual en el recinto museístico; dando lugar a diferentes procesos que implicaban visualidades e hibridaciones fuera de alcance teórico y que más tarde ocuparían un interés central como objeto de investigación en los estudios visuales.

Por otra parte, *Transition Design* es un área de investigación reciente que tiene como punto base explicar que los procesos de empoderamiento y transformación social requieren la participación



*Fabricación con
materiales de reuso*

activa de usuarios y diseñadores. Con métodos de realización colaborativa que incluyen el trabajo etnográfico, el diseñador deja de ser un simple “traductor” o “intérprete” entre las necesidades de los usuarios para adquirir “estilos de vida”, contexto que les proporcionan herramientas para la búsqueda de soluciones coherentes al entorno sobre el cual se interviene.

En las líneas de trabajo del diseño que funcionan como discursos críticos, puede notarse que las operaciones siempre están dirigidas hacia la resolución de un “metadiseño” (Pelle citado en Costa y García i Mateu, 2015), el cual produce artefactos pero también sujetos que más tarde producirán nuevamente artefactos, configurando ecosistemas materiales o un “diseño después del diseño”.

Sin ir más lejos, es posible encontrar una relación directa entre el concepto “metadiseño” y las tácticas contradiscursivas que se presentan como cuestionamientos del diseño desde el propio

diseño. Con propuestas en la praxis que sustentan el trabajo de diseñadores como Aitor Méndez (2017), o las prácticas de disidencia cultural que Bart Cammaerts (2007) define en su texto “Jamming the Political: beyond counter-hegemonic practices”, se ejemplifican casos donde hay una oposición clara hacia los modos de hacer y pensar el mundo que filtran actitudes críticas en el circuito del stylist y otras imposiciones del “stablishment”.

Al mismo tiempo que los agenciamientos permiten a los diseñadores la emancipación temporal de aquella figura limitada por el utilitarismo, la construcción de modelos críticos y procesos donde el diseñador asume la posición que ocupa como agente político y de transformación en el espacio social, son el vehículo necesario para pasar de los diseñadores que afirman el mundo tal como es (cual resultado de una generación espontánea) hacia los actores que lanzan cuestionamientos críticos sobre como éste debería ser (Boserman y Ricart, 2016).

Los diseñadores con ayuda de su trabajo realizan practicas que se expanden de la dimensión de lo cotidiano hacia la construcción del discurso expresamente político, generando una constante confrontación ideológica que afecta la distribución de poder en otros campos. Por ello, los contradiscursos del diseño contemporáneo son espacios de entrada y salida en el ánimo totalizador de los discursos hegemónicos, donde se señala la contingencia de una acción política que visibilice problemas sociológicos y materiales.

En cualquiera de los casos, el sentido último es encontrar un punto de quiebre al sistema totalizador y las lógicas de producción basadas en la acumulación del capital, por lo que si se busca una

reformación en el status quo, el carácter nomádico del diseñador disidente podría ser una clave importante para acceder y dinamitar el colonialismo mediático, económico y ecológico que produce el mundo contemporáneo ante la proliferación de los no lugares, los falsos rituales, la inmaterialidad de los objetos y la erotización contenida en las no imágenes.

La decolonización ideológica habría entonces de comenzar con una intermitente crítica de los diseñadores hacia las instituciones académicas y otros organismos que producen, regulan y normalizan las practicas de diseño, porque así se abre la posibilidad de interlocución a la otredad y el encuentro con los discursos que las afirmaciones científico-positivistas habían conquistado; en ello está el germen de la verdadera renovación epistémica-humanista de la disciplina y no únicamente la sofisticación en el desarrollo de estrategias de marketing, las cuales afloran en las escuelas y se maquillan con apelativos falaces como “metodologías para emprendedores de última vanguardia”.

Cuando se trata de construir el discurso con un sentido político contrahegemónico, aunque para muchos continúe siendo difícil pensarlo, el diseñador no es un agente que use un traje de indiferencia para salir a la calle y realizar las actividades que le ocupan mientras cuelga sus aspiraciones en un perchero, sólo para recuperarlas a la hora de volver e irse a la cama. Los diseñadores, como cualquier otro ciudadano, tienen la capacidad de mejorar las condiciones de su existencia y sus contemporáneos construyendo un discurso crítico y articulado que enuncie sus capacidades profesionales; o bien, inicie una revolución.

Fuentes de Consulta

Aav, Savolainen, and Villhunen, (2004) Design for Business and History, 2 Day Conference by Design Museum at Media Centre Lume on 2nd and 3rd of April; European Design Forum, Design Museum, Helsinki.

Acha, J. (2009) Introducción a la Teoría de los Diseños; Trillas 4ª edición, México.

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1988) La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas en Dialéctica del iluminismo, Sudamericana, Buenos Aires Consultado el 26 de Enero de 2017 en http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/adorno_horkheimer.pdf

Agamben, G. (2008) ¿Qué es lo contemporáneo? trad. de Verónica Nájera. Consultado el 26 de Enero de 2017 en <https://etsamdoctorado.files.wordpress.com/2012/12/agamben-que-es-lo-contemporaneo.pdf>

----- (2011) ¿Qué es un dispositivo?, Sociológica, 26 (73),249-264.

Alpay Er, H. (1997) Development patterns of industrial design in the Third World: A conceptual model for newly industrialized countries. *Journal of Design History*, 10 (3), 293-307.

Arnheim, R. (1986) El pensamiento visual; Séptima Edición, Paidós, Buenos Aires.

Athavankar, U. (1997) Cultural Identity and Design. *FORMDISKURS, Journal of Design and Design Theory*, 3 (2), 93-81.

Bagchi, J., Narula, M. y Sengupta, S. (2014) Está escrito porque está escrito RAQS Media Collective; CA2M, MUAC y Fundación PROA, Madrid.

Bañuelos Capistrán, J. (2006) Aplicación de la semiótica a los procesos de diseño; *UNED Revista Signa*, (15) 233 -254.

Barthes R. (2002) Lo obvio y lo obtuso, Paidós, Barcelona.

Benjamin, W. (1989) “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica” en *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires.

----- (1975) El autor como productor (J. Aguirre, trad.) Taurus Madrid

Berger, J. (2007) Modos de ver, Gustavo Gili, Barcelona

Berman, M. (1988) Todo lo sólido se desvanece en el Aire. La experiencia de la modernidad. (A. Morales, trad.); Siglo XXI Editores, Buenos Aires.

Bey, H. La Zona Temporalmente Autónoma; (G.Sordo, trad.) Versión libre. Recuperado el 20 de Agosto de 2016 en <http://www.merzmail.net/taz.pdf>

Boehm, G. (2012) El retorno de las imágenes; (R. Rubio, trad. parcial) Seminario Pensamiento e Imagen, UNAM, México.

Bonsiepe, G. (2012) Diseño y Crisis; Editorial Campgráfico, Valencia.

Boserman, C. y Ricart, D. (2016) Metodologías de investigación materializadas. Entre maquetas, tostadoras, diagramas, rampas y cabinas. *Inmaterial. Diseño, arte y sociedad*, 1 (1) 46-75

Bourdieu, P. (2000) “Sobre el poder simbólico” en *Intelectuales, política y poder*; (A. Gutiérrez, trad.) Buenos Aires, UBA/ Eudeba.

----- (2002) Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto; Editorial Motressor, Buenos Aires.

----- (2005) Las reglas del arte; Editorial Anagrama, Barcelona.

Brea, J. L. (2007) Mutaciones de la cultura en la era de la distribución de la imagen. Las tres eras de la imagen: la imagen electrónica; Conferencia Apertura LIPAC – Centro Cultural Rojas, Buenos Aires.

Buchanan, R. (1992) Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, 8 (2), 5-21.

Calvera, A. (2012) “Cuestiones de fondo: La hipótesis de los tres orígenes del diseño” en Campi, I. (ed.) *Diseño e Historia. Tiempo, lugar y discurso*, Editorial Designio, México.

----- (2012b) “El diseño es un diseño para producir diseño” Conferencia dictada el 13 de noviembre de 2012 en la Facultad de Arquitectura UDELAR, Montevideo

Cammaerts, B. (2007) Jamming the Political: beyond counter-hegemonic practices. *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies* 21 (1), 71-90.

Catalá, J. (2001) La rebelión de la mirada. Introducción a una fenomenología de la interfaz. en *Formats. Revista de Comunicación Audiovisual*, (3). Recuperado el 03 de Octubre de 2016 en http://www.iaa.upf.edu/formats/formats3/cat_e.htm

Chaves, N. (2005) El diseño invisible, siete lecciones sobre la intervención culta en el hábitat humano; Paidós, Buenos Aires.

Ciocheto, L. (2006) Advertisign and globalisation of aspiration. *Eye Magazine The International Review of Graphic Design*, 59 (15); 61-64.

Costa, T. (2012) Art i Disseny. Processos sense objecte. *Situacions, Revista de historia y crítica de las artes de la Escola d'història de l'art de Barcelona*, (5).

Costa, T. y Garcia i Mateu, A. (2015) Transition Design: investigación y diseño colaborativo para procesos de emancipación

ciudadanos. *Revista de Estudios Globales y Arte Contemporáneo*, 3 (1), 66-84.

Crary, J. (1990) *La modernidad y la cuestión del observador* (F. Costa, trad.) Recuperado el 15 de octubre de 2016 en http://www.fadu.edu.uy/thdcev-i/files/2012/06/Crary-La_modernidad_y_la_cuestion_del_observador.pdf

De Certau, M. (2001) “De las practicas cotidianas de oposición” en Blanco, P, Carrillo, J., Claramonte, J., Expósito, M. (ed.) *Modos de hacer: arte critico, esfera publica y acción directa*; Universidad de Salamanca Ediciones.

De Toledo, C. (2008) *Punks de boutique. Confesiones de un joven a contracorriente*; Editorial Almadía, México

Drucker, J. (2012) “The Critical ‘Languages’ of Graphic Design,” (republished from original 2001) en De Bondt, S. y De Smet, C., (eds.), *Graphic Design: History in the Writing (1983-2011)*; Occasional Papers, Belgium; pp. 188-197.

Dondis D. (1992) *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*; Editorial Gustavo Gili 10º edición, Barcelona.

Dorrian, M. (2006) *Publicidad de guerrilla: Otras formas de comunicar*; Gustavo Gili, Barcelona.

Dunne, A. y Raby, F. (2013) *Speculative everything: design, fiction and social dreaming*; The MIT Press, London.

Eco, U. (1973) “La vida social como un sistema de signos” en *Introducción al estructuralismo*; Alianza, Madrid.

----- (1986) *La estructura ausente*. Editorial Lumen, Barcelona

Fabbri, P. (2004) *El giro semiótico. La concepción del signo a lo largo de la historia*; (J.Vivanco, trad.) Editorial Gedisa, Segunda Edición, Barcelona.

Fallan, K. (2016) Previo al futuro. Una historiografía del diseño contemporáneo. Conferencia Magistral dictada el 04 de Octubre de 2016 en el Posgrado de Diseño Industrial de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Findeli, A. (1994) "Ethics, Aesthetics, and Design". *Design Issues*, 10 (2), 49-68.

Flusser, V. (2002) Filosofía del Diseño. La forma de las cosas (P. Marinas, trad.) Editorial Síntesis, Madrid.

Foucault, M. (1984) De los espacios otros (P. Blitstein y T. Lima, trad.); "Des espaces autres", Conferencia dictada en el Cercle des études architecturales, 14 de marzo de 1967, publicada en *Architecture, Mouvement, Continuité*, n5, octubre de 1984. Recuperado en: http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-i/files/2017/07/foucalt_de-los-espacios-otros.pdf

----- (1979) Microfísica del poder (J. Varela y F. Álvarez Uria, trad.); Las ediciones de la piqueta, Segunda edición, Madrid.

Frascara, J. y Winkler, D. (2008) Jorge Frascara and Dietmar Winkler on Design Research . *Design Research Society* 3 (3), 1-13. Recuperado el 11 de mayo de 2015 en <http://www.drqs.org/issues/drq3-3.pdf>

Ferrer, E. (2007) Los lenguajes del color; Fondo de Cultura Económica, Segunda Edición, México.

Gadamer, H. (2007) Verdad y Método Vol. 1; Ediciones Sigueme, Decimosegunda Edición, Barcelona.

Gadney, M. (2012) You are here. Information designers are ideally placed to make the most of the new digital era. *Eye Magazine. International review of graphic design* (82), 38-39.

García Canclini, N. (1990) Culturas híbridadas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad; CONACULTA – Editorial Grijalbo, México.

González Ochoa, C. (2007) El significado del Diseño y la construcción del entorno; Editorial Designio, México.

Good, J. (2001) "Is functionalism functional? The relationship between function and purity" en Holland, D. (ed.) *Design issues: how graphic design informs society*; Allworth Press, New York.

Graziano, V. (2005) "Intersecciones del arte, la cultura y el poder: arte y teoría en el semiocapitalismo", en Brea, J. L. (ed.) *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*; Akal, Madrid, pp.173-186.

Gubern, R. (1992) "Las representaciones icónicas" en *La mirada opulenta*, Gustavo Gili, Barcelona.

Hare, S. (2007) Predictive text. A short history of the future can only start with a look at yesterday's latest thing. *Eye* 66 (17)

Hayles, K. (2002) *Writting Machines*; The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Hernández Navarro, M. (2010) *Hacer visible el pasado: el artista como historiador (Benjaminiano)*; Congreso Europeo de Estética, Sociedades en crisis. Europa y el concepto de estética, (Versión Preliminar); Madrid.

Highmore, B (2014) 'A Sideboard Manifesto: Design Culture in an Artificial World', (my introduction to the Design Culture Reader). *Disegno: A Review of Design Culture* 1 (1), 30-45.

Hofstätter, A. (2006) Obey in the name of fun and observation. *Rebellion Issue Belio Magazine* N° 20, Madrid; pp.13-18,

Holt, M. (2016) Baudrillard and the Bauhaus: The Political Economy of Design en *Design Issues* 32 (3), 55-66.

Huxley, A. (1954) *Las puertas de la percepción. Cielo e infierno*; Versión libre. Recuperado en <http://xabier.org/OFICIAL-WEB/recursos/descargas/wcWcDNUE.pdf>

Irigoyen, F. (1998) *Filosofía y Diseño. Una aproximación epistemológica*; Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Izenour, S., Scot Brown, D. y Venturi, R. (1998): *Aprendiendo de Las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*; Ed. Gustavo Gili, Barcelona.

Julier, G. (2005) *From Visual Culture to Design Culture. Design Issues* 22 (1), 64-76

----- (2013) *From Design Culture to Design Activism. Design and Culture* 5 (2), 215-236

Knappenberg, B. (2012) *We are Legion: The Story of the Hacktivists*. Documental. Dur. 93 min. Subtítulos en español. Recurso Audiovisual. Disponible en https://www.youtube.com/watch?v=HzAZT_wgq0

Kristeva, J. (1988) *El lenguaje, ese desconocido* (M. Antoranz, trad.); Editorial Fundamentos, Madrid.

Latour, B. (2008) *A Cautious Prometheus? A Few Steps Toward a Philosophy of Design (with Special Attention to Peter Sloterdijk)*. Conferencia para el Networks of Design reunión anual de la Design History Society, Falmouth, Cornwall, 3 de Septiembre de 2008.

Lefebvre, H. (1974) *La producción del espacio*; trad. simultánea recogida en cinta magnetofónica del original publicado. *Papers: Revista de sociología*, (3) 219 – 229.

Lizarazo, D. (2004) *Iconos, figuraciones y sueños: hermenéutica de las imágenes*; Siglo XXI Editores, México

----- (2012) “Estética y violencia en la politización del arte” en Benjamin y las encrucijadas de la violencia. Versión, *Estudios de comunicación y política*, Número Especial 2012, 141- 201

Lozano, J., Peña, C. y Abril, G. (2009) *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*; Ediciones Cátedra, Novena Edición, Madrid.

Martín Juez, F. (2002) *Contribuciones para una Antropología del diseño*; Editorial Gedisa, Barcelona.

McDonald, S. (ed.) (2004) *Design Issues in Europe Today*; The Bureau of European Design Associations, Barcelona.

McQuiston, L. (2006) *Graphic Agitation*, Phaidón, London.

Medina, M. y Rocha, J. (2017) “Diseñadorxs subalternxs” Correspondencia personal. Recuperado en <http://blog.baued.es/2016/05/17/disenadorxs-subalternxs/>

Méndez, A. (2017) *La política del lenguaje en el Diseño Gráfico en Rispoli R. y Martínez, M. (ed.) BAU Design Forum. Actas de las II Jornadas Interdisciplinarias de Diseño*; BAU Centro Universitario de Diseño de Barcelona.

Mitchell W.(2009) *Teoría de la imagen. Ensayos sobre representación verbal y visual* (Y. Hernández, trad.) Ediciones AKAL, Madrid.

Morin, E. (2004) *La epistemología de la complejidad* (J. Solana Ruiz, trad.), *Gazeta de Antropología* 20 (2), Recuperado el 07 de Septiembre en http://www.ugr.es/~pwlac/G20_02Edgar_Morin.html

Morris, C. (1994) “Semiosis y semiótica” en *Fundamentos de la teoría de los signos*; Paidós Comunicación, Barcelona.

Muratovski, G. (2015) *Paradigm Shift: Report on the New Role of Design in Business and Society*. *She Ji. The Journal of Design, Economics, and Innovation* 1 (2), 118-139

Muñoz, B. (2002) “¿Es real la realidad en tiempos de postmodernidad?” en *Ficciones Cotidianas. Entre lo público y lo privado*; PENTAGRAF Editorial, Madrid.

Narotsky, V. (2010) “Los límites de lo perfecto: nuevos paradigmas del diseño y la cultura material” en Campi, I. (cord.) *Diseño e Historia. Tiempo, lugar y discurso*; Editorial Designio, México, 2010.

Nettel, A. y Roque G. (2012) Persuasive Argumentation Versus Manipulation. *Argumentation*, (26) 55-69.

Panofsky, E. (1983) El significado en las artes visuales (N. Ancochea, trad.); 3ª Edición, Alianza Editorial, Madrid.

----- (2000) “Los antecedentes ideológicos del radiador del Rolls-Royce” en *Sobre el estilo. Tres ensayos inéditos*, Paidós, Barcelona.

Pantzar, M. (2004) Design as a consumer commodity – Design in a consumer commodity. Design for Business and History, 2 Day Conference by Design Museum at Media Centre Lume, pp.36-41.

Papanek, V. (1977) Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social (L. Cortes de Álvaro, trad.); Blume Ediciones, Madrid.

Peirce, C. (1999) ¿Qué es un signo? (U. Rivas, trad.), Universidad de Navarra. Recuperado en <http://www.unav.es/gep/Signo.html>

Pelta, R. (2004) Diseñar hoy. Temas contemporáneos de diseño gráfico., Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

----- (2010) “Construir el discurso. Los diseñadores gráficos anglosajones y la historia en las dos últimas décadas del siglo XX” en Campi, I. (cord.) *Diseño e Historia, Tiempo, lugar y discurso*; Editorial Designio, México.

----- (2011) Diseñar para el cambio social. Monografica.org, Revista temática de diseño. Recuperado el 20 de Enero de 2017 en <http://www.monografica.org/02/Opini%C3%B3n/3112>

Pérez-Hita, F. (2016) ¿Por qué trabajamos?; Documental, Dur. 20min. Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona. Recurso Audiovisual. Disponible en <http://www.cccb.org/es/multimedia/videos/por-que-trabajamos/224185>

Pérez Pont, J. (2002) “Ahora, después, nunca” en *Ficciones Cotidianas. Entre lo público y lo privado*, PENTAGRAF Editorial, Madrid.

Piccini, M. (1984) Introducción a la pedagogía de la comunicación, UAM Xochimilco / Terranova, México.

Press, M. y Cooper, R. (2009) El Diseño como Experiencia (M. Rivas, trad.) Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

Prieto, D. (1982) Diseño y Comunicación; Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Rall, D. (2008) (comp.) En busca del texto, teoría de la recepción literaria; Segunda Edición, UNAM, México

Radetich, N. (2016) El capitalismo y el rechazo de los límites: el caso ejemplar del taylorismo y el fordismo; *Acta Sociológica*, (69) 17-50.

Raiter, A. (1993) “La especificidad del discurso político” en Elizaincín, A. y Madfes, I. (comp.) *Análisis del discurso. (Quintas Jornadas Interdisciplinarias de Lingüística)*. Universidad de la República, FHCE, Montevideo.

Ranciere, J. (2000) La división de lo sensible. Estética y política. Traducción de Antonio Fernández de León. Recuperado el 3 de febrero de 2016 en <https://poderesunidosstudio.files.wordpress.com/2009/12/jacques-ranciere-la-division-de-lo-sensible1.pdf>

Ricalde Gamboa, E. (2007) Transdisciplina, diseño y comprensión: La plataforma integradora en Calvera, A. (ed.) *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño*; Gustavo Gili, Barcelona.

Rispoli, R. (2015) El diseñador como productor. Reflexiones en torno a la idea de responsabilidad social en el diseño contemporáneo; *Fundación Dialnet, Obra Digital*, (9) 28-41.

Rispoli, R. y Jordana, E. (2016) “Entre hegemonía y crítica: pensar el diseño como transformación” en Martínez, T. y Marzo, J. L. (eds.) *Interface Politics, 1st International Conference 2016*, Bau, Centre Universitari de Disseny de Barcelona, pp.421-435

Rodio, S. (coord.) (2002) *Diseño: teoría y reflexión*; Kliczokowski, Buenos Aires.

Roque, G. (1995) “Lo cotidiano transformado por el arte y la publicidad” en *El arte y la vida cotidiana; XVI Coloquio Internacional de Historia del Arte*, Instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM, México.

----- (2015) Should Visual Arguments be Propositional in Order to be Arguments?; *Argumentation* (29) 177-195.

Rowan, J. (2009) *Emprendizajes en Cultura. Sus discursos, alteraciones y contradicciones en el Estado español*; Traficantes de Sueños, Barcelona.

----- (2016) “Diseño y materialismo: hacia materias salvajes en Nuevos materialismos”. *Inmaterial. Diseño, arte y sociedad*, 1 (1), 7-17.

Sánchez Mellado, L. (2011) “Somos naturaleza. Poner al dinero como bien supremo nos conduce a la catástrofe”. Entrevista a José Luis Sampedro; *El País, Edición Impresa*, 12 de Junio de 2011. Recuperado en <http://blogs.elpais.com/files/sampedro1.pdf>

Sans, L. (2011) *Estos Tíos Exóticos de Barcelona*; Documental, Dur. 47min . Escola Esdi, Universitat Ramon Llull, Barcelona. Recurso disponible en https://www.youtube.com/watch?v=BWp_u-EIsXM

Saussure, F. (1995) *Curso de lingüística general*; Fontamara, México.

Silverman, K. (2009) *El umbral del mundo visible* (A. Brotons Muñoz, trad.), Ediciones AKAL, Madrid.

Simón, M. (2001) “Antonio Gramsci y la necesidad social de la ideología” en Gutiérrez Vidrio, S.(comp.) *Ideología, Poder y Estrategias Discursivas, Vol.1 Ideología y Lenguaje*, Universidad Autónoma Metropolitana, México. pp. 107-125

Thackara, J. (2013) *Diseñando para un mundo complejo. Acciones para lograr la sustentabilidad*; Editorial Designio, México.

Tapia, A. (2004) *El Diseño Gráfico en el Espacio Social*; Editorial Designio, México.

Troconi, G. (2010) (coord.) *100 años de Diseño Gráfico en México*; Ed. Artes de México.

Valenzuela, J. (2004) *Paso del Nortec. This is Tijuana!*, Trilce Ediciones, México

Vienne, V. (2001) *Designers and visibility: Design –Not Biology – Is Destiny* en Holland, D. (ed) *Design issues: how graphic design informs society*; Allworth Press, New York.

Vilchis, L. (2010) *Historia del Diseño Gráfico en México 1910 – 2010*, CONACULTA, México.

Whiteley, N. (2008) *El diseñador valorizado*. Disponible en www.mexicanosdisenando.org.mx/WebMaster/.../El%20disenador%20valorizado.doc. Recuperado el 4 de enero 2014.

Yagou, A. (2005) *Rethinking Design History from an Evolutionary Perspective*. *The Design Journal*, 8 (3), 50-60

Zec, P. (2004) *Design Innovation and Economic Development en Design Issues in Europe Today*, pp. 10-12.

(2017) “Tres perspectivas sobre infografía y visualización de datos” Conferencia dictada del 4 de mayo de 2017 en el Máster de

Infografía y Visualización de Datos, BAU Centro Universitario de
Diseño de Barcelona. Disponible en <https://vimeo.com/226285039>

