



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
COLEGIO DE FILOSOFÍA
SUAYED**

**FILOSOFÍA DEL DISEÑO: LA RELACIÓN ENTRE EL
CONCEPTO DE DISEÑO Y SU CAMPO LABORAL**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN FILOSOFÍA

P R E S E N T A:

VICTOR ANTONIO MÉNDEZ ARAIZA

**ASESORA DE TESIS:
DRA. PAOLA HERNÁNDEZ CHÁVEZ**

Ciudad Universitaria, CDMX, 2020



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.

A mis padres, Martha y Victor.

Para ellos la palabra más bonita que conozco: Gracias. Por el apoyo, por el amor.

A mi familia y amigos.

A quienes me han formado en lo académico y en lo laboral.

Por la motivación, el cariño y las lecciones.

Al lector de este trabajo.

¡Qué alegría! Los desvelos y las peleas con mis pensamientos tuvieron sentido.

A quienes se dedican al diseño.

Denle valor a aquello que hacen y muéstrenle a los demás ese valor.

ÍNDICE

1 INTRODUCCIÓN	5
2 CAPÍTULO 1: ¿QUÉ ES EL DISEÑO?	12
A. Historia mínima del diseño	12
B. La necesidad de un concepto.....	19
C. Los conceptos del diseño y sus componentes	27
a. El diseño como institución.....	30
b. El diseño como práctica proyectual o actividad proyectual.....	34
c. El diseño como cultura.....	37
d. El diseño como discurso	42
e. El diseño como proceso	47
f. Los componentes del concepto de diseño.....	51
D. Hacia la construcción de un concepto de diseño.....	58
3 CAPÍTULO 2: SOBRE EL CAMPO LABORAL DEL DISEÑO	65
A. El campo laboral	65
B. El campo del diseño	73
4 CAPÍTULO 3: LOS DISEÑADORES DEL DISEÑO	79
A. El diseñador del concepto	81
B. El diseñador del campo	85
5 CONCLUSIÓN. CONCEPTO Y CAMPO: COMUNIDAD Y DISCREPANCIA	94
BIBLIOGRAFÍA	101

*Una palabra cualquiera, la más común, que
empleamos muchas veces por día, empieza a
sonar extraña, se despega de su sentido, y se
vuelve ruido puro.*

JUAN JOSÉ SAER, *El entenado*.

*...el entendimiento verdadero se basa en cómo
funciona una cosa, o por lo menos qué hace, no
simplemente cómo se ve.*

FRANCISCO GONZÁLEZ CRUSÍ, *Ver. Sobre las
cosas vistas, no vistas y mal vistas.*

¿Qué es el diseño en un mundo donde todo se diseña? El mundo al que refiero es aquel donde la palabra “diseño” se ha popularizado a tal nivel que la profesión a la que representa –el diseño y sus diseñadores– ve vulnerado (y puesto en duda) su quehacer.¹ ¿Qué hace un diseñador profesional si cualquiera (el gobierno, los políticos, un individuo, por mencionar algunos agentes) puede diseñar? En este sentido, responder sobre el quehacer del diseñador terminaría con el problema. Sin embargo, este escrito supone que el diseñador profesional no tiene una noción precisa del concepto de su disciplina –se entiende como “concepto” todo lo que proviene del ámbito académico y la enseñanza del diseño– porque su formación académica difiere de su práctica laboral: se percibe un estado de confusión e incertidumbre profesional. ¿Qué es el diseño?, se intentan responder los diseñadores que estudiaron diseño, que trabajan diseñando y que a diario conviven con el diseño.

El diseñador, quien tiene una posible respuesta a esta última interrogante –o quizá no–, podría intentar replantear la pregunta hacia una dirección negativa, por tal responder qué no es el diseño. Esta tesis busca plantear las siguientes preguntas: ¿cuál es el concepto de “diseño”?, ¿qué es ser un diseñador desde su concepto y desde su campo de trabajo?, y ¿por qué el diseño parece ser otro en su campo laboral? Estas tres cuestiones están afianzadas en una certeza: el diseño no es la mera apariencia de lo que vemos y tampoco es un hacer mecánico sin sustancia.

La gran interrogante que se pretende resolver, la pregunta de investigación, es ¿cuál es la relación entre el diseño conceptual y el diseño del campo laboral? Si bien es cierto que la enseñanza académica –de visión general– no prepara para enfrentar la realidad laboral, pues ésta requiere de cuestiones más específicas y detalladas, también es cierto que debe existir una relación sustantiva, disciplinar, que representa a una colectividad de trabajo. En este sentido, se inicia preguntando qué es un concepto en general para después concentrarse en el concepto del diseño; este mismo tratamiento se

¹ El presente trabajo pretende dilucidar el significado del término “diseñar” desde el sentido que da la institución académica y el que le da su campo de trabajo. El uso coloquial de la palabra tiene relevancia aquí únicamente para referir al cómo ha afectado a la imagen que se tiene de la profesión: “el diseño vino a ser considerado por parte del público y de los medios de comunicación como sinónimo de cosmética aplicada a los objetos o signos (...) Se generalizó la idea de que el diseño sólo creaba bellas apariencias tras las cuales no había nada sustancial” (Zimmermann, 2011a); esto permite señalar al diseño como una práctica interesada en la estética y la forma de los objetos que produce, por lo que se le concede cierta superficialidad a lo que hace.

hará con el campo: qué es un campo y cómo es el campo del diseño; y finalmente se analizan los encuentros y desencuentros de ambas partes para aprobar o desestimar la hipótesis de trabajo: la relación entre el diseño conceptual y el diseño del campo laboral es una no relacional, enunciativa, pero no excluyente; el concepto y el campo son dos entidades autónomas funcionales que no se suceden.

Se inicia el trabajo con una aproximación a un concepto de “diseño”. Langer (1954) expone su teoría de la concepción, en la cual señala que no es posible hablar de un único concepto sino de conceptos. En este sentido, el concepto “diseño” no puede aspirar a obtener una visión universal pues resulta imposible de sostener.² Sin embargo, cada individuo tiene una idea acerca de un término o un concepto, lo cual se aceptaría como el concepto de ese individuo (su concepción). Entonces, la pregunta por el qué del diseño tendrá tantas respuestas como individuos, y ninguna de éstas será concluyente. Esto conlleva a un problema teórico ya que no existe un elemento preciso –como la imagen mental de un objeto o acontecimiento– al cual recurrir, sino sólo una interpretación que cambiará constantemente.

Sin embargo, aun cuando el concepto “diseño” sea un símbolo –entendiendo éste como una concepción y no una cosa material, como sí lo es el término “silla”–, sí que existe una especie de imagen asociada con el término, la cual se relaciona más con la práctica profesional. Esta imagen se conoce como *frame semantics* –marco semántico–, que utiliza Lakoff (2014) para referir que cualquier práctica está definida por cómo se ha desarrollado, es decir, esa idea simplista, somera y tradicional que permea sobre una disciplina. El marco semántico es una estructura por medio de la cual el ser humano conoce la realidad, y en el caso del diseño refiere al pensamiento generalizado de cómo funciona el diseñador en su campo laboral, sin importar si es una apreciación correcta o errónea.

Estas dos teorías –la de Langer desde el concepto y la de Lakoff desde el campo– permiten dar cuenta de los grandes retos que la disciplina del diseño enfrenta para responder qué es y qué hace. Coincido con ambas propuestas, sin embargo, creo que el término “diseño” sí requiere de un signo –entendido éste como la relación de significación entre el concepto y su objeto (físico, tangible)– para su comprensión; aun cuando este objeto sea un intermediario para el concepto –lo que nombro *intermediación objetual*–:

² Note el lector que si bien no es posible hablar del concepto de algo como una entidad fija y única, se utiliza el término “concepto” para englobar todas esas perspectivas que refieren a una palabra o una idea específica. De aquí en adelante utilizo “concepto” reconociendo su imposibilidad unívoca.

una silla, por ejemplo, como un objeto diseñado (con lo cual el concepto quedaría implícito). Y este cambio permitirá que el marco semántico del diseño se torne más preciso respecto al ejercicio diseñístico.

En el Capítulo 1 se exponen los elementos que podrían construir un concepto de diseño. Una vez que se ha reconocido la imposibilidad de obtener un concepto, se hace un recorrido por los distintos niveles conceptuales del término. Se reconoce, entonces, al diseño como una institución que produce objetos (tangibles e intangibles); como una práctica proyectual;³ como cultura –componente filosófico de la disciplina del diseño–; como discurso regulador de la práctica; y sobre todo como proceso, que va de una idea o concepto hasta su concreción o materialización.

Es importante comprender que el diseño como disciplina surgió hace un siglo, teniendo a la Escuela Superior de Diseño de la Bauhaus como punto de partida –aunque no es posible olvidar a la Revolución Industrial, entre los siglos XVIII y XIX, como antecedente–, por ello se hace una revisión mínima de la concepción de diseño desde la mirada histórica: el diseño como la integración entre el arte y la artesanía, obteniendo una síntesis estética y una social. Esta idea del diseño aún resuena en las academias, y es la que ha construido el concepto y el marco semántico.

Para completar esta premisa conceptual, Deleuze & Guattari (2001) señalan que un concepto se compone de una zona interna hecha de componentes no exclusivos pero sí indisolubles en su unión. Esta estructura apoya la teoría de Langer (1954) pues las modificaciones que cada concepción individual haga al concepto, es decir, la combinación de componentes que el sujeto realice para establecer el concepto de algo, afirma la naturaleza múltiple del concepto. En el caso de “diseño” los componentes que se analizan son: imaginación, creatividad, deseo (necesidad), forma, función, espacio y productividad.

Una vez revisado el problema conceptual del término “diseño”, se procede a analizar su quehacer profesional en su campo laboral. Bourdieu (1991) propone su teoría de la práctica en la cual ésta, entendida como la profesión particular de un individuo, es el resultado de la combinación de tres elementos: *habitus*, capital y campo. El campo es donde los diseñadores y demás agentes relacionados hacen diseño. Sin embargo, el *habitus* y el capital fungen un papel previo a la interacción en el campo, los cuales están ligados al ámbito de formación previa (la parte del concepto). En este sentido, la

³ A lo largo de este trabajo el término “práctica proyectual” se utiliza indistintamente como sinónimo de actividad proyectual o de diseño.

concepción y el marco semántico que se han adquirido con antelación –los cuales supongo limitados, incompletos, con una perspectiva equivocada–, respaldan a su campo –el cual, siguiendo la premisa antes mencionada, tendrá esa misma dirección equívoca.

El campo del diseño en México presenta una peculiaridad: México, al ser un país periférico siguiendo a Bonsiepe (2011), tiene como función principal la exportación y no la proyección de mercancías –elemento esencial para el diseñador–, es decir, México es un país de comercialización, mas no de producción o de industria. Por tanto, la condición del diseño en esta latitud, que Esqueda Atayde (2017) llama como una *no posición* del diseño, exige analizar cómo es ese campo laboral y si es posible que el concepto se adapte o se deseche bajo estas circunstancias.

En el Capítulo 2 se observan los elementos que instauran un campo laboral y se precisan las condiciones del campo de trabajo de la práctica proyectual en México. Aun cuando Bourdieu no hace explícita la necesidad y relevancia de un método de trabajo dentro de la fórmula de su teoría –al parecer éste estaría en el *habitus* del diseñador–, creo conveniente exponerlo pues el campo ha generado un método que, si bien polémico, ha dado resultados en la carrera por la innovación. Se habla en este trabajo del Design Thinking, método hecho por las empresas ante la falta de otro que se adapte a sus necesidades.

Una vez que han sido expuestos los dos extremos de la relación que se busca determinar, se analizan los dos diseñadores resultantes de ellos: el diseñador del concepto y el diseñador del campo. Es precipitado afirmar que son distintos aun cuando la suposición planteada sobre la relación concepto-campo –relación nominal: el *ser* del diseñador (aquel que obtiene un grado académico) no es necesario para laborar en el campo; lo que importa es su *hacer*–⁴ parece ser correcta.

Sin embargo, hay tres posturas que conviene revisar antes de ofrecer una respuesta definitiva. Por un lado Bonsiepe (1978) –apoyado por el *homo faber* de Flusser (2002), quien dice que fabricar es el rasgo característico del ser humano– señala que eso de proyectar no es exclusivo del diseñador, lo que haría decir que todos son diseñadores, pues es una capacidad inherente al hombre. Irigoyen Castillo (2008), por su parte, afirma que diseñar requiere de un sistema organizado de datos que se aprende al formarse como

⁴ Llamo *ser* del diseñador a aquello que refiere a su quehacer: el reconocimiento del proceso mental que se lleva a cabo en un proyecto de diseño (relacionado esto con sus componentes como la imaginación, la creatividad y el deseo), el trabajo manual que esto conlleva (el seguimiento de un proceso completo de trabajo), y el discurso que busca legitimar. El *hacer* del diseñador se concentra en su trabajo técnico y en el manejo de herramientas computacionales.

diseñador, lo que permite hablar de facultades diseñísticas propias del sujeto ya formado; esto significa que no todos los hombres son diseñadores. Finalmente Manzini (2015) logra mediar estas visiones y dice que existe un diseño inexperto, al que llama difuso, y uno experto; el primero remite al diseñador de Bonsiepe y el segundo al de Irigoyen Castillo.

Pero hay un problema. El diseñador del campo pretende ser uno experto, de formación. El campo, sin embargo, no discrimina y configura un nuevo perfil de diseñador que debe responder convenientemente a los requerimientos de las empresas – que se decantan por el *hacer* del diseñador–. Este perfil, construido aquí a través del análisis de ofertas laborales en portales de empleo en internet que solicitan del diseño, viene acompañado de una idea que hace reconsiderar el concepto que se ha revisado: ¿cuál es el concepto de diseño desde su campo?

En el Capítulo 3 se estudian estos distintos diseñadores que de cierta manera crean una nueva forma de ver al diseño. Sin embargo, la disciplina se ve absorbida por su paradigma actual⁵ –la computerización y el uso desmedido del software de diseño–, el cual inició en la década de los ochenta del siglo pasado y es ratificado principalmente por el campo laboral. Este panorama, en donde ambas partes de la relación son necesarias para la construcción de una práctica –considero al concepto y al campo como los pilares que la sostienen, sin importar la práctica–, precisa de una autonomía y una legitimidad disciplinar que vendrían a confirmarla. El presente trabajo supone que la labor del diseño es funcional hoy día, pues las universidades siguen formando diseñadores y las empresas solicitan del quehacer diseñístico, pero esa función está incompleta.

Finalmente, con un diseñador ya analizado desde diversos ángulos, Rodríguez Morales (2004) completa el enmarañado cuadro del *ser/hacer* del diseñador y afirma que el diseño tiene dos formas de función: como una estrategia y como una disciplina que hace esas estrategias. Esta teoría apoya a la de Manzini (2015) quien hace a un lado el problema de “los diseñadores”, pues para este autor el diseñador de formación y el diseñador adecuado al perfil laboral son el mismo, y se enfoca en la naturaleza de la dificultad a resolver: el diseñador se enfrenta a problemas en términos estrictos y a problemas en términos estratégicos, lo cual hará que la práctica diseñística se torne en una mera técnica o en encontrar el problema y darle forma.

⁵ La idea de un paradigma proviene de la ciencia, y es lo que permite que ésta tenga un fundamento. Se ha dicho que la práctica proyectual, al no ser una ciencia, no responde a un paradigma; sin embargo, esta afirmación es peligrosa ya que sin un paradigma el diseño pierde legitimidad.

En la conclusión se afirma la teoría manziniana y a partir de ella se reconoce cómo se construye la práctica hoy día, esto para enunciar una posible salida hacia una relación concepto-campo cooperativa y coordinada. Krippendorff (2016) propone adoptar un axioma –entendiendo éste como una verdad que ofrece fuerza retórica al discurso y por el cual se construye la profesión– que dará autonomía a la práctica proyectual.

La presente tesis estudia un problema que sin duda ha sido comentado con anterioridad por diversos profesionales y teóricos del diseño. Por mencionar un ejemplo, en junio del 2018 se llevó a cabo en la Ciudad de México el seminario Diseño y Sociedad,⁶ organizado por la Universidad Autónoma Metropolitana, donde participaron cuatro académicos incluidos el maestro Tapia Mendoza y el maestro Torres Maya, ambos investigadores mexicanos del diseño quienes, en conjunto con siete colegas más, vaciaron en el texto *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (2017) algunas de las preocupaciones que esta tesis aborda –he de decir que el problema que aquí se analiza, sin ser un tema nuevo, sí es un problema con bibliografía que llamo guía, es decir, textos y libros relacionados al problema de investigación, pero que no profundizan en él–. En el mencionado seminario se habló, por ejemplo, sobre la batalla que la profesión continúa teniendo para encontrar su legitimidad y que la imagen hecha de la profesión (el *frame semantics*) tiene poca presencia en el imaginario colectivo a diferencia de otras prácticas. No es un problema exclusivo de la práctica del diseño, sin embargo, al ser una disciplina joven, y más en un país con las características señaladas, la discusión es vigente.

“What philosophy does offer to the student or practitioner is a broader perspective on their practice and its relation to the other important dimensions of human life”⁷ (Parsons, 2016, p. 8). El presente trabajo toma de la filosofía su proceder conceptual y cuestiona qué del concepto “diseño” hay en los objetos materiales que la práctica produce. Si decimos que una silla está diseñada, ¿en qué partes de ella se puede reconocer el concepto y el quehacer del diseño? Esto con la intención de hacer explícito el valor que la profesión tiene.

Pero ¿por qué abordar una tesis de teoría del diseño desde un enfoque filosófico?, ¿por qué el diseño debería ser una pregunta para la filosofía? Es necesario comprender que el diseño, a grandes rasgos, materializa ideas, ya sea en objetos físicos o en soluciones

⁶ Este seminario se puede ver en línea en el canal de CyADtv en YouTube en la siguiente liga: <https://youtu.be/d4aOK2EiSKc>

⁷ “Lo que la filosofía ofrece al estudiante o al diseñador es una perspectiva general sobre su práctica y su relación con otros aspectos importantes de la vida humana.” Traducción mía.

gráficas. Su quehacer es importante porque conforma el espacio en el que nos relacionamos. Y en este sentido, al entregar nuevos objetos, el diseño crea maneras de ser y estar en sociedad. El diseño no es la silla que utilizamos, sino es el recorrido material, de ideas y conceptos, y de evolución tecnológica y social, que permiten que esa silla sea de tal forma y función. En un hecho cultural, material –como que en Estados Unidos las casas se construyen con madera y en México con concreto y ladrillos–, el diseño se hace presente, ya que esta distinción recae en decisiones estructurales basadas en condiciones climáticas, históricas, comerciales, de conocimiento-aprendizaje e industriales de cada país. El diseño es relevante para la filosofía en este ejercicio: a través de los objetos o espacios que crea, hace que un individuo se comporte de una u otra manera. El diseño genera posibilidades que hacen que la cultura se agrande y progrese.

A. Historia mínima del diseño

Para interpretar y comprender el término “diseño” es necesario ofrecer un contexto, es decir, un análisis histórico que contribuya a la formación del concepto y que muestre sus orígenes y su comportamiento al pasar del tiempo. Sin embargo, no es la intención del presente escrito profundizar en esta parte, por ello una historia mínima del diseño.

Hay tal vez dos momentos clave en la vida del diseño: uno donde surge (su antecedente) y otro donde nace. Ambos se relacionan a partir de la pregunta ¿desde cuándo surge el diseño? Si se dice que el diseño se relaciona con la materialidad que ha creado el hombre, una respuesta podría ser que surge con la necesidad de los primeros humanos de, por ejemplo, encontrar un objeto donde sentarse (Figura 1) –lo que se podría considerar como el prototipo de una silla.⁸



Figura 1. Un par de troncos funcionan como asiento a falta de objetos diseñados para ese propósito. Trombetta (2013).

Pero esta postura es ingenua y descuidada porque aquellos hombres no sabían que lo que estaban haciendo era o tenía relación con el diseño. En este sentido, nombrar diseñador al individuo primigenio es equivocado; el diseño depende entonces de la formación

⁸ De aquí en adelante me referiré a la silla como el objeto resultante del trabajo del diseño, y será el objeto del que me serviré para explicar ciertos momentos del presente escrito.

social. En conclusión, el diseño nace con las academias (con la institución), pues es allí donde se le configura.

Pero antes de este nacimiento hubo un acto que le permitió ser concebido. Es posible afirmar que la Revolución Industrial –momento histórico que comprende entre la segunda mitad del siglo XVIII y la cuarta década del siglo XIX– constituye la condición de posibilidad del diseño.⁹ Si bien es cierto que antes de esta revolución se habían hecho objetos en serie, es con la llegada de la máquina a la producción de objetos proyectados por el hombre que se comienza a hablar del diseño con las características que tiene en la actualidad.

Siguiendo este escenario industrial, en 1845 Henry Cole inició un movimiento que pretendió orientar la funcionalidad de los objetos por encima del elemento decorativo u ornamental, eliminando así la brecha entre lo industrial y lo artístico. Posteriormente a finales del siglo XIX, siguiendo las ideas de Cole, el arquitecto Gottfried Semper, el historiador de arte y filósofo John Ruskin, y el artista William Morris, crearon el movimiento *Arts and Crafts* que buscó rebelarse contra la decoración superficial impuesta por la tradición.¹⁰ Aquí el arte afirma su carácter social, esto es, el arte deja de ser mera inspiración –lo que se le revela al artista– y se convierte en la perfección de un hacer en la esfera de lo social. El movimiento toma influencia filosófica del utilitarismo de John Stuart Mill, donde el valor de algo está en su utilidad para la sociedad. De esto el diseño toma al funcionalismo, frente al formalismo histórico, como estandarte. Sin embargo, el desmedido desarrollo industrial acabó con este movimiento.¹¹

Antes de revisar el segundo momento, el que posibilita la consagración como disciplina e institución, se enuncia una breve historia del concepto de diseño. En 1558 el *Oxford English Dictionary* ofrece una entrada para “diseño” –a partir del supuesto de que Leonardo da Vinci fue el primer diseñador–:

⁹ Flusser (2002) señala que es posible dividir la historia de la humanidad desde la historia de la fabricación, pues fabricar es el rasgo característico del ser humano. La división tiene cuatro partes: manos, herramientas, máquinas y aparatos. Entre un período y el otro se entra en una Revolución Industrial, por lo que habrían tres revoluciones en la historia. La revolución a la que refiero arriba es la primera, que va entre las manos y las herramientas.

¹⁰ Esta tradición tiene su momento central con el Art Nouveau o *Estilo 1900*, que se caracterizó por un estilo de decoración florida. Adolf Loos, arquitecto vienés, fue un gran crítico de este estilo. Para él el ornato del Art Nouveau es degenerado y señala que “la evolución de la cultura es sinónima de la eliminación de los ornamentos adheridos a los objetos utilitarios” (Citado en Foster, 2004, p. 14), es decir, que una vez que se dejó de decorar los objetos, éstos pasaron a ser valorados por su uso, lo que permitió un cambio cultural importante.

¹¹ Cabe decir que el funcionalismo tampoco fue la solución pues la diferencia entre éste y el Art Nouveau es que el segundo pretende infundir arte en el objeto utilitario, y el primero quiere elevar el objeto utilitario a arte.

“- un plano o un boceto concebido por un hombre para algo que se ha de realizar;
- un primer boceto dibujado para una obra de arte... (o) un objeto de arte aplicada,
necesario para la ejecución de la obra” (Bürdek, 2005, p. 16).

De esto se desprende que el diseño, como una práctica proyectual, va de la idea por resolver algo hasta la realización y ejecución de esa idea. Si bien esta entrada hace notar la influencia del arte en este concepto, es posible decir que permitió que a finales del siglo XVI en Italia existiera una diferencia de diseños o de procesos frente al mismo fenómeno: se hablaba de un ‘disegno interno’ y de un ‘disegno esterno’. El primero refiere a la idea de estructurar la propuesta y el segundo se identifica con la obra ya hecha. Esta separación es de suma importancia pues se relaciona con dos componentes (y procesos) esenciales en el diseño: la imaginación –ideación o concepción– y la realización práctica.

Luego del fracaso del *Arts and Crafts*, a inicios del siglo XX surge la asociación Deutsche Werkbund cuyo objetivo era mejorar el trabajo profesional a través de la colaboración conjunta del arte, la industria y la artesanía. Este objetivo sería alcanzado desde dos acciones: la estandarización industrial de los productos y el despliegue de la individualidad artística. Concretamente se buscaba educar el gusto del fabricante y del usuario. Este nuevo esquema devino en un problema histórico: el contraste entre industria y artesanía –donde esta última quedó relegada en beneficio de la máquina.¹²

El año 1919 se reconoce como el año en el que las disciplinas proyectuales (el diseño) se consolidaron con la apertura de la Escuela Superior de Diseño de la Bauhaus en Alemania. La Bauhaus es considerado como “el mayor ejemplo que el diseño como práctica social ha brindado acerca de la titánica lucha propuesta por la razón” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 148), es decir, que el diseño, como la razón, toma de la teoría y de la práctica sus principios para instaurarse como disciplina.

Walter Gropius, su principal responsable, quería que con esta escuela el arte y la técnica formaran una nueva unidad, sin olvidar el sentido social detrás, lo que permitiría que el arte fuera fundamental para el pueblo. Gropius no pensaba en liquidar al

¹² Sin embargo, siguiendo a Flusser (2002), este rompimiento con el carácter artesanal afecta a la práctica proyectual pues le quita su valor. Esto porque el material se abarata (descenso de costos) y porque el trabajo que implica materializar el objeto lo realiza una máquina de forma automática (automatización). Por tanto el único valor estaría en el diseño propiamente dicho, es decir, en la función del objeto y en la conjunción de ideas de distintas disciplinas que multiplican la capacidad creativa para la concreción del objeto. En la realidad, ¿se reconoce este único valor de la actividad diseñística?

artesano, sino que éste se apropiara de los medios de la industria para su desarrollo y progreso, es decir, sustituir el trabajo manual por medios mecánicos.

La Bauhaus planteó dos objetivos que se han convertido en el antecedente de lo que hoy se considera la actividad proyectual:

- alcanzar una nueva síntesis estética mediante la integración de todos los géneros del arte y todas las ramas de la artesanía bajo la primacía de la arquitectura;
- alcanzar una síntesis¹³ social mediante la orientación de la producción estética hacia las necesidades de un amplio espectro de clases sociales (Bürdek, 2005, p. 33).

Estos objetivos se resumen en la posibilidad de integrar el arte, la artesanía, la sociedad y la producción estética en un objeto material. La arquitectura es vista aquí como la entidad protagonista porque es el espacio de la vida en sociedad, y porque nace de la relación humana con las cosas que les rodean. Para la Bauhaus una silla está integrada – subordinada– a la arquitectura, compuesta ésta no únicamente de muebles, también de la articulación estructural del edificio y en relación con otros edificios. Lo que los teóricos de la Bauhaus llaman “arquitectura” es la práctica racional que configura el entorno –es el diseño en general, como se observa en este trabajo.

Sumado a esto, la Bauhaus concibió el concepto “racional”, el cual tiene relación con la producción industrial y con la perspectiva económica, como parte esencial de la práctica proyectual. ¿Qué implica este término? Racionalizar, que es un ejercicio de controles, implica saber cómo las formas del capitalismo han penetrado en la vida cotidiana. La racionalidad del diseño es una racionalidad en el consumo desde el discurso productivista, y el hombre al que responde la práctica del diseño es el hombre consumidor. La Bauhaus permitió esta racionalidad porque ordenó y configuró la producción industrial.¹⁴ Todo se racionaliza: el trabajo humano se convierte en fuerza

¹³ El concepto de síntesis en el diseño –sea una síntesis formal, una estética o una social– “es el acto de reunir diferentes objetos, ideas, otros actos, medios y experiencias, dispuestos de manera organizada para construir nuevos objetos, asumiendo su compleja existencia” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 84-85), es decir, el resultado del diseño –sus objetos– es una síntesis que responde a un proceso, así como al criterio y experiencia del diseñador.

¹⁴ Al respecto, Baudrillard (1977) propone que el origen del sistema de producción esté en la Bauhaus, pues es aquí donde la racionalización se traduce en el dominio de las formas y los objetos. La función principal del papel del diseñador en la actualidad es la racionalización del proceso total del sistema de producción.

productiva, es decir, en cálculo racional de producción, y el espacio social pasa a ser objeto de un cálculo racional de sentido.

En conclusión, la Bauhaus consolida al diseño desde esta racionalización: esta escuela plantea las bases para la concepción racional de todo el entorno. Al racionalizar la producción y el consumo, la práctica proyectual se convierte en uno de los elementos de la lógica de supervivencia del sistema capitalista; entonces surge el concepto de modernidad.¹⁵

González Ochoa (2007) dice que el diseño está inserto en las estructuras ideológicas de las sociedades modernas. Sin embargo, se destaca una paradoja en esta afirmación: por un lado es posible decir que el diseño contribuye aún a la creación de la sociedad moderna, por lo que decir que forma parte de su estructura es una obviedad: el diseño ofrece al sistema estabilidad y es indicativo de que la sociedad capitalista sigue funcionando; mas por otro lado parece que el diseño se oculta a la sociedad en general pues ésta no ha sido capaz de explicitar el quehacer de la actividad proyectual, esto es, ¿se ve al diseño como parte fundamental del sistema de producción capitalista, como un elemento más?

La modernidad trajo consigo un elemento que se ha impostado en épocas presentes: las cosas en sí. El estándar, que alcanza su universalización en la Bauhaus, es lo más parecido a esto. “Las cosas en sí obligan a olvidarse de los procesos, ya que son principio o fin, pero no proceso. También ocurre el olvido de la enseñanza-aprendizaje por la sencilla razón de que es imposible saber cómo se constituyen, como objeto de diseño, las cosas en sí” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 109), es decir, las cosas en sí permiten olvidar el referente procesual que las llevó a la materialización y se les valora por su eficiencia de uso. La modernidad y la cosa en sí avalan la sociedad de consumo de hoy día y legitiman su ideología, lo cual cancela dar cuenta del proceso de diseño; por ello es necesario hablar de él y explicarlo, pues eso le da consistencia al discurso y lleva a hablar de la cosa para sí (el verdadero objeto de diseño).

Aun cuando la racionalización comprende la actividad proyectual completa y le da valor como disciplina, se afirma que esa racionalidad productiva y de consumo, al ratificar el carácter económico del diseño y por consiguiente la confirmación de un

¹⁵ El diseño dentro de la modernidad está condicionado por el desarrollo del modo de producción capitalista. El diseño será resultado, entonces, de la adaptación del funcionamiento de los mecanismos de producción. Todo lo que el diseño produzca está orientado a que la sociedad se adecúe a las exigencias del capitalismo.

discurso que perpetúa el sistema capitalista, y olvidarse así del proceso de diseño, representa el lado pesimista del diseño.

Después de racionalizar la producción, el consumo y el proceso de diseño, la Bauhaus se concentra en “la estética racionalista de la producción industrial” (Citado en González Ochoa, 2007, p. 46), es decir, la estética también es controlada. Sin embargo, ha sido un error poner a la estética (la forma del objeto) como centro de la disciplina, ya que la compromete y le da un carácter superficial –Bonsiepe (1990) nombra al diseño, en este sentido, “práctica *ad hoc*,” título que restringe a la actividad proyectual al problema de la estética de los objetos–. González Ochoa (2007) lo dice bien: “considerar únicamente la forma como el atributo fundamental de los objetos de diseño obliga a abandonar el conocimiento integral de los mismos y a reducir [sic] sus atributos” (p. 38); esto significa que al acotar el diseño a su solución formal y decorativa, y determinar que ese es su quehacer, se está negando su posibilidad disciplinar y de práctica.

De la Bauhaus se desprenden dos maneras de hacer diseño, las cuales son resultado de un contexto pero no ponen en duda la capacidad del diseño de trabajar tanto la composición interna como la forma de un objeto. Por un lado el diseño alemán marcado por la frase “form follows function” –la forma sigue a la función– y el diseño de Estados Unidos, donde surge el *styling*. En el primero la función técnica llevó a la producción de objetos a una elevada utilidad práctica y a aprovechar la manufactura en serie como instrumento para la estandarización. El *styling*, por su parte, tiene que ver únicamente con la apariencia exterior del objeto, por lo que el motivo para diseñar será hacer productos que sean comprados por cómo lucen, por su forma:¹⁶ el diseñador aquí “resulta ser un mero y simple ‘hacedor de la forma’, un especialista que parte de la superficie del producto y que queda supeditado a la superficie” (Citado en González Ochoa, 2007, p. 40), es decir, el quehacer del diseñador no será otro que entregar una forma correcta y atractiva del objeto, lo cual reduce considerablemente su campo de acción.¹⁷

Hasta aquí se puede ver que la Bauhaus conformó la disciplina del diseño, pero que cien años después de su nacimiento hay aún mucho por discutir. La escuela alemana abrió dos brechas que son hoy día una posibilidad de crítica para la práctica y que

¹⁶ El *styling* concibe al diseño como un medio de promoción de venta; este movimiento se ha arraigado con tanta fuerza que es posible afirmar que aún hoy día ese pensamiento persiste en cómo se ve a la profesión desde fuera de ella. Esto por la asociación tan fuertemente vinculada entre diseño y estética.

¹⁷ Desafortunadamente esta concepción es todavía tangible en el campo laboral, donde se pondera el hacer sobre el resto del proceso de diseño. Esta idea pudo venir de la división que se hacía en los años treinta del siglo XX en Estados Unidos entre el trabajo técnico y el trabajo creativo. A este último pertenecía el diseño y el trabajo consistía en cubrir todo aquello que no debe verse; el diseñador era un modelador.

confirman el lado pesimista del diseño: el elemento estético y el sistema capitalista. A este respecto Haug (1970) señala que el diseño “cura algunas de las heridas –nunca las peores– provocadas por el capitalismo. Cuida el cutis y, consiguiendo efectos embellecedores y manteniendo la moral alta, prolonga el capitalismo” (Citado en Bürdek, 2005, p. 172); esto significa que el diseño, a partir de su capacidad para enaltecer la forma y el decorado, extiende la vida capitalista. Por su parte Papanek (1972) dice que

Hay profesiones que ocasionan más daño que la de los diseñadores. Pero son pocas. En realidad sólo hay una todavía más dudosa: la del publicitario. El hecho de inducir a alguien que no tiene dinero a comprar cosas superfluas únicamente para imponer de esta forma otras, es la forma más mezquina de ganarse el pan en nuestros días (Citado en Bürdek, 2005, p. 172).

Papanek compara al diseño con la publicidad en la medida que ambas prácticas juegan con la forma de los objetos para que sean adquiridos, y luego arrojar otros más y repetir el esquema. Con estas críticas tanto Haug como Papanek colocan a la profesión en una posición de vulnerabilidad y crisis, momento en el que considero se encuentra en la actualidad. Estas posturas abren una grieta entre la práctica y la teoría cada vez más profunda. Decir que la actividad proyectual “consigue efectos embellecedores” continúa con el discurso estético imperante, y apuntar que “induce a comprar cosas superfluas” conlleva recalcar el desmedido ejercicio del diseño dentro del sistema económico. No se busca reprimir estas ideas sino demostrar que detrás de ese lado negativo –que es el que pondera y determina el quehacer de la práctica proyectual, el cual ya se ha afirmado– existe un proceso que responde a una problemática específica y que se interesa por resolverla.

En resumen, el diseño nace como institución en la Bauhaus –con el antecedente de la Revolución Industrial, donde inició el sistema de producción y la réplica de objetos a partir de las máquinas–, donde a partir de la experimentación creativa se atendía a las necesidades del hombre sin olvidar las demandas de la producción industrial, todo ello a través de la producción de objetos.¹⁸ Este movimiento permitió que la actividad proyectual se consolidara porque le dio cuerpo: racionalizó la práctica, es decir, ordenó y configuró la producción, el consumo, el proceso y la estética en razón del contexto

¹⁸ La Revolución Industrial y el proyecto de la Bauhaus destacaron los aspectos comerciales y económicos del diseño moderno, así como los procesos tecnológicos, industriales y los de venta y distribución.

capitalista. Esta racionalidad funge como el primer momento de reconocimiento del diseño.

El lector ya sabe que: el diseño, desde esta revisión histórica, es una actividad que se aprende (no es meramente producto de la inspiración) –con lo cual se afirma que el profesional del diseño adquiere un conocimiento propio (exclusivo) de la disciplina– y cuyas facultades para diseñar se desarrollan; el diseño tiene un propósito más formal que funcional, sin embargo, atiende ambas posiciones sin que una esté por encima de la otra; el diseño inicia con una idea (un dibujo, un plano) y concluye con la ejecución de la obra; y que el diseño tiene como objetivo configurar el entorno social a partir del dominio de las formas y los objetos.

B. La necesidad de un concepto

El mundo se construye a partir de la pregunta por el qué. Desde que el ser humano adquiere conciencia e interactúa con su alrededor cuestiona lo que ve, lo que escucha y lo que aprende. Esta interrogante es una manera de estar, es parte de la naturaleza humana. Sin embargo, hay un momento en que la pregunta se convierte en una necesidad, sobrepasa la curiosidad latente y emprende la búsqueda hacia su resolución. La pregunta que se pretende responder aquí es ¿qué es el diseño? No es una cuestión nueva, pues si una característica tiene la pregunta ontológica es que no se deja de hacer. Este ejercicio implica replantear y desconfiar de las respuestas previas, y analizar las circunstancias que influyeron en ellas.

Se llamará a esta respuesta concepto, por lo que decir qué es el diseño ofrecerá un concepto del diseño. Ahora bien, un concepto se crea, lo que implica determinar un nuevo concepto; esto no significa partir de cero, sino que es necesario plantear y fabricar conceptos, y convencer a los demás de su uso. Un buen punto de partida en la generación conceptual es la etimología del término.

La palabra diseño, como enuncia Flusser (2002, p. 23), tiene su origen en el latín con el término *signum*, que significa lo mismo que la palabra alemana *Zeichen*: signo, dibujo. Diseñar significa, traducido al alemán, *ent-zeich-nen*, “de-signar”. Zimmermann (2011b), por su parte, afirma que diseño procede de designio, relacionada ésta con la palabra seña, es decir, aquello que señala, que tiene un significado. Esto queda resumido por la frase: “diseño es designio hecho seña” (Zimmermann, 2011b), entendiendo al

diseño como aquello que parte de una intención y cuyo propósito es obtener una figura que lo identifique (su seña). El diseño se manifiesta en la seña (al adquirir su forma).

Aun cuando preguntar por el qué sea inherente al hombre, surge otra pregunta completamente válida: ¿para qué crear conceptos? La respuesta, tomada del texto *¿Qué es la filosofía?* de Deleuze y Guattari (2001), es que no sirve para nada crear conceptos. Pero si un concepto es una respuesta sobre lo que nos rodea, ¿no sería adecuado seguir descubriendo esos conceptos? Los autores completan su respuesta: servirán de nada pero se siguen haciendo, y siquiera lo notamos. Dicen: “se habla del fracaso de los sistemas en la actualidad, cuando sólo es el concepto de sistema lo que ha cambiado” (Deleuze & Guattari, 2001, p. 14-15); es decir, el fallo sobre una circunstancia puede estar relacionado con su concepto. En el ejemplo de esta cita, la realidad –“el fracaso de los sistemas”– no corresponde con su concepto –sistema–, pues éste ya se modificó.¹⁹

Antes de responder a la pregunta por el diseño es pertinente hacer otra: ¿qué es un concepto? Se proponen dos maneras de entenderlo: la primera es ver al concepto como un conocimiento o una representación de la realidad, lo que significa que, en el caso de “diseño”, el concepto será la expresión de lo que esto es. Esto deriva en entradas en enciclopedias y diccionarios, es decir, la utilidad del concepto será enunciativa. La segunda manera, desde una perspectiva filosófica, dice que el concepto debe ser creado, reflexionado subjetivamente, por lo que importa su pedagogía conceptual: las condiciones de creación del concepto. Se considera que estas dos formas no son antagónicas, la diferencia está en que la segunda refiere a la intención del creador conceptual y la primera a la dinámica de transmisión del concepto, por tanto será un trabajo infructuoso deslindar una de otra o afirmar que la segunda tiene mayor valía sobre la primera.

Gadamer (1994) señala que los conceptos “son la herramienta que preparamos para acercarnos a los objetos y someterlos a nuestro conocimiento” (p. 82), es decir, es la manera como se conoce el mundo, lo que implica estar condicionado a una interpretación que depende de un lenguaje hablado.²⁰ Un concepto es aquello que nos dice lo que una cosa es, a partir de lo cual es entendida y reconocida como tal. Un concepto es una entidad que carece de simplicidad estructural: en su interior el concepto se conforma de componentes que lo definen, siguiendo a Deleuze y Guattari (2001). Estos componentes

¹⁹ Para el caso de “diseño”, y siguiendo el ejemplo, surge la duda de si su concepto, el que se ha dado tradicionalmente, ya no corresponde a lo que refiere, es decir, ¿se estará hablando de un diseño que no existe en un campo laboral o de un diseño que no corresponde con el ejercicio práctico? El concepto ya ha cambiado y la institución y sus agentes siquiera lo han reconocido.

²⁰ Lo que significa que la palabra y el concepto tienen una relación determinante para el pensamiento.

no son exclusivos de ese concepto –mas sí indisolubles en su unión– por lo que un concepto tiene una naturaleza doble o triple según las modificaciones que cada sujeto conceptual realice. Al exterior del concepto, además, confluyen otros conceptos que se relacionan con él –en el caso de “diseño”, conceptos como arte, técnica, industria, mercancía, entre otros– y que se juntan para resolver otras problemáticas.²¹

El concepto es absoluto y relativo al mismo tiempo. Absoluto porque condensa una totalidad, un objeto expresado por ese concepto, y relativo porque es fragmentario y nada le pertenece de forma única. Con estas características la respuesta por el qué estará en movimiento: no es conclusiva y cambia de acuerdo a la época del intérprete (el concepto es temporal). Esto quiere decir que el concepto de diseño no es uno solo. Sin embargo, la formación de un concepto tiene una intención universal subjetiva, es decir, el concepto quiere, a partir de un concilio entre sujetos, significar una determinada cosa.²² Esa intención se traduce en la comunicabilidad del concepto.

Como se ha mencionado antes, el concepto y su esencia –la cosa que se expresa– no son lo mismo. Aunque hay quien afirma que el concepto revela lo que el objeto es realmente, no se recurrirá aquí a esa perspectiva.²³ El punto de vista que se defenderá es el que ve al concepto como un signo del objeto, es decir, el concepto puesto en una relación de significación con el objeto que describe. Aquí el concepto es una referencia de la realidad, lo que quiere decir que estará en lugar de la cosa significada; será una representación.

Se ofrece un ejemplo para comprender mejor: hay frente al lector una silla;²⁴ ¿qué es una silla?, se pone en cuestión; una silla es un objeto que sirve para sentarse, su forma característica se compone de un respaldo donde descansa la espalda, un asiento en donde se colocan los glúteos, y esta estructura se sostiene por una base, llamada patas de la silla;

²¹ Esta estructura conceptual es explicada por Deleuze y Guattari (2001) como endoconsistencia y exoconsistencia; la primera habla de una zona interior inseparable hecha de componentes, la segunda de puentes hechos con otros conceptos que le son próximos al concepto principal. Este trabajo se enfocará únicamente en los componentes internos (la endoconsistencia).

²² Ese significar implica, desde esa intención de consenso intersubjetivo, la relación de dos términos que tienen algo en común. Por ejemplo, se puede confrontar la pareja arte/técnica –o como lo hace González Ochoa (2007, p. 117) con la pareja moderno/antiguo– para ordenar los contenidos y ofrecer un significado señalando qué es arte, qué no lo es, qué es técnica y qué no.

²³ Aristóteles, representante de esta naturaleza del concepto, señala que es necesario tener un concepto pues éste otorga sustancia; esto significa que algunos conceptos necesitan de otros para ser definidos, como el concepto de materia, que sólo se comprende en relación con una forma. Es posible, afirmo, que el concepto de diseño, sin embargo, esté relacionado con esta peculiaridad conceptual.

²⁴ El ejemplo de la silla se inclina claramente hacia un diseño material, un diseño tangible, es decir, hacia la especialización del diseño industrial o de productos. Sin embargo, los resultados inmateriales o intangibles, pensando en el diseño gráfico, no son excluidos del trabajo del diseño.

toda esta descripción hace el concepto de silla, es su signo; la respuesta ha formado una imagen, una representación de lo que una silla es, por lo que no será necesario que se le presente físicamente; esta imagen –una especie de concepto individual o un objeto que es designado por el signo– servirá para identificar al concepto con el objeto (Figura 2).



Figura 2. La imagen –el estilo, las formas– puede cambiar, pero se tiene una imagen representativa de lo que una silla es. Ponto e virgula (2010).

Ahora bien, el significado del concepto, como ya se mencionó, no es nunca único. Esto responde a su estructura de orden, pero también al sujeto que usa el término para comunicarse. Los componentes internos de un concepto construyen un patrón que responde a ese término. Este patrón –entendido aquí como lo que se repite, lo que permanece– es detectado únicamente cuando el concepto en el que se encuentra es visto en su relación con otros conceptos que le son próximos. La silla será silla en la medida en que su concepto conserva la composición física antes enunciada. Sin embargo, este significado de silla no es una propiedad del objeto (Figura 3) –existen otros objetos que sirven tal cual lo hace una silla, como lo es un banco o un sofá (Figura 4)– sino una función del concepto, lo cual queda determinado por el sujeto conceptual.



Figura 3. Un niño está sentado sobre una caja de plástico. La caja no es una silla, pero su función fue conservada y dada a la caja sobre la que se sienta el niño. Copeland (2010).



Figura 4. GRASS de Jean-Marc Attia para Marron Rouge. Taburetes hechos de pasto sintético reciclado y madera de eucalipto, inspirados en la idea de sentarse sobre pasto. Estos productos no son sillas, pero comparten la misma función. Recyclart (2014).

Decir qué es una silla responderá a la relación que un sujeto se impone al ver un objeto de patas, respaldo y asiento –esta “silla” resulta de esa relación sujeto-objeto y se convierte en signo, es decir, la silla deja de ser un objeto físico y pasa a ser una representación–. El sujeto, entonces, interpreta el objeto y construye el signo. El concepto irrumpe en la relación objeto-signo-sujeto –llamada ésta como acontecimiento semiótico–

como un signo: el concepto tiene en sí mismo la forma abstraída del objeto del que parte, por lo que no es necesario que el objeto material esté presente.²⁵

Si el concepto es lo que produce el intérprete al interactuar con el signo, ¿tenerlo indica que se ha comprendido? Se piensa en el concepto de diseño. El sujeto (el intérprete) construye su concepto a partir de descifrar el signo desde su fundamento, es decir, desde el objeto. En el caso de “diseño”, éste no tiene un objeto en sí mismo que lo signifique, pero se puede decir que conceptos próximos a él o la manera que el contexto tiene de usar el término funcionan como ese objeto material. En este ejercicio de interpretación desde otras interpretaciones definitivamente el concepto pierde elementos. Por tanto, tener el concepto de diseño en función a lo antes descrito no es indicativo de su comprensión, porque lo que se está entendiendo es su uso y comportamiento en la comunicación, mas no lo que el concepto es.²⁶

El problema con “diseño” tiene que ver con el sentido y la referencia de su significación. La referencia es aquello de la realidad a lo que apunta el signo. El sentido es lo que se comprende cuando se capta el signo, es decir, surge un concepto propio, una idea que se tiene sobre la cosa. En “diseño” la referencia es una construcción de conceptos de otros –algo de lo que hay que desconfiar y cuestionar–, y el sentido queda comprometido pues es imposible determinar si se entiende igual entre los sujetos.

Un concepto tiene dos funciones que pueden adquirir significado: un signo o un símbolo. El signo, que ya se ha mencionado, es una señal. En el ejemplo de la silla, su signo es su descripción (sin importar si el objeto está o no físicamente). Una silla de madera, con un respaldo y un asiento de tela, y cuatro patas que los sostienen es señal de que se está frente al concepto “silla”: el signo tiene una relación de antecedente (“si...”) y consecuente (“entonces”). El símbolo, por su parte, “no viene dado de forma natural, sino que nace de convenciones, de acuerdos, de tradiciones” (Bürdek, 2005, p. 178); esto significa que un símbolo es un vehículo para concebir los objetos y no refiere particularmente lo que está dado ahí a la vista del sujeto sino a la manera como se entienden y se usan los conceptos. Entonces, un signo responde a un objeto material, que es del que parte –los signos anuncian sus objetos– y un símbolo responde a una manera

²⁵ La importancia del concepto es tal que, siguiendo a Beuchot (2015, p. 28-29) quien cita a Peirce (1965), es una entidad que se da en el sujeto con la cual interpreta; es necesario el concepto para entender el mundo y para la comunicación entre sujetos.

²⁶ La comprensión no sólo reproduce el concepto, también ella produce, por lo que es una comprensión nueva. Sin embargo, se afirma que está incompleta pues el antecedente interpretativo –en el concepto de diseño: los conceptos próximos, el uso de la palabra, los objetos intermediarios– es limitado.

de pensar ese objeto –los símbolos llevan al sujeto a concebir sus objetos–: “The sign is something to act upon, or a means to command action; the symbol is an instrument of thought”²⁷ (Langer, 1954, p. 51), es decir, para ponerlo en términos simples, el signo es lo que se presenta y el símbolo es lo que se piensa después de esa presentación.

Langer (1954) recurre al término “concepción” relacionado con el de símbolo y dice que cuando se habla de las cosas se tiene una concepción de ellas, pues no puede estar el objeto en sí mismo en el pensamiento.²⁸ El símbolo significa esa concepción y no la cosa. En este sentido, la palabra “diseño” y su consecuente significado –que refiere al elemento conceptual de la interpretación–, son un símbolo asociado a una concepción.²⁹ En consecuencia, el significado del concepto “diseño” parte de su símbolo, de las concepciones que se suscitan en la relación del sujeto con la palabra, y no de un objeto material. Por lo tanto, el concepto de diseño será un símbolo al que se le exija reinterpretarse constantemente.

Se afirma entonces que el concepto *diseño* se forma desde una concepción; sin embargo, es una concepción hecha de otras. “Diseño” no es una palabra desconocida, pero al no existir en la mente una significación clara y precisa –como sucede con las palabras “celular”, “nube”, “libro”, por mencionar algunas–, el pensamiento tratará de recurrir a otras concepciones que se relacionen con “diseño”. Esa concepción del diseño permitirá la comunicación, pero su significado estará incompleto.

Se dice que la concepción individual de cualquier término contiene la información suficiente para su reconocimiento. Es decir, ante la imagen de por ejemplo un animal, éste se reconocerá aun cuando sus detalles sean mínimos. Y esa concepción individual coincidirá con la de otro individuo y con la imagen misma. Esta información suficiente es el patrón conceptual que se ha mencionado antes, lo que permite que se hable del mismo animal a pesar de las diferencias sensoriales y las asociaciones personales. Así todas las concepciones tienen en común el concepto del objeto y, en consecuencia, si las respectivas concepciones individuales constituyen el mismo concepto el entendimiento entre sujetos será exitoso.

²⁷ “El signo es algo sobre lo que hay que actuar, un medio que demanda una acción; el símbolo es un instrumento del pensamiento”. Traducción mía.

²⁸ Incluso cuando el símbolo se relaciona con la concepción y no con la cosa física, la interpretación asocia elementos materiales, perceptibles, con elementos conceptuales, almacenados en la mente y adquiridos previamente.

²⁹ La capacidad de simbolizar es intrínseca al ser humano, pero no así el significado de los símbolos. Por ello, el símbolo es instituido desde la convención y necesita interpretarse ya que no mantiene una relación natural con lo simbolizado.

Sin embargo, se afirma que el patrón conceptual en el concepto “diseño” no está delimitado y por tal no existe. Esto no dificulta la comunicación puesto que la palabra se usa; el inconveniente radica en el entendimiento del término. El tratamiento del concepto de diseño inicia con reconocer la falta de una imagen concreta del símbolo; y luego observar y analizar las concepciones que se han hecho alrededor del concepto para así obtener un patrón.

Langer (1954), sin afirmarlo explícitamente, señala que hay dos niveles conceptuales en un mismo término desde la siguiente cita: “A concept is all that a symbol really conveys. But just as quickly as the concept is symbolized to us, our own imagination dresses it up in a private, personal *conception*, which we can distinguish from the communicable public concept only by a process of abstraction”³⁰ (p. 58); esto es: existe un concepto mayor –el “comunicable”– y un concepto menor –la “concepción personal”–. Una vez que el concepto comunicable se capta a partir de su presentación, el concepto pasa a ser aprehendido por el sujeto desde lo que entendió, formándose una concepción. El problema del concepto de diseño se reafirma aquí pues el concepto menor, que proviene de aquel, estará equivocado en la medida en que no hay aún entendimiento y consenso del concepto comunicable.

Ahora bien, como ya se ha señalado, la naturaleza del concepto no permite ofrecer una interpretación final o concluyente, y existieran múltiples significados para un mismo término.³¹ Un concepto parte de un signo –un símbolo para el caso de “diseño”–, y a su vez este concepto originará otro y así indefinidamente, por tanto habrán tantas definiciones como intérpretes. Sin embargo, aun cuando la univocidad conceptual sea un ideal y a lo más que se aspire sea a una aproximación, se necesita llegar a una analogía, es decir, una figura que tenga alguna semejanza con lo que representa.

Para obtener la analogía será adecuado recurrir a los componentes o propiedades inherentes al concepto para construir un estereotipo o patrón. Éste será la imagen o el concepto funcional en la mente del sujeto, y con ello se fijará la referencia. Hay que decir que es posible que la información contenida en este patrón no sea necesariamente correcta. Puesto en el problema del concepto de diseño, la analogía a la que se ha llegado

³⁰ “Un concepto es todo lo que un símbolo realmente transmite. Pero tan pronto como el concepto se simboliza para nosotros, nuestra propia imaginación le da una concepción personal y privada, que podemos distinguir del concepto público comunicable sólo mediante un proceso de abstracción” (cursivas en el original). Traducción mía.

³¹ Beuchot (2015, p. 37), siguiendo a Derrida (1967), afirma que el significado nunca se alcanza, es inaprehensible, con lo cual sólo se podrán tener aproximaciones del objeto.

actualmente, afirmo, no ha ofrecido al campo de trabajo la base para sostener un discurso propio y diferenciador porque la referencia fijada carece de los rasgos obligatorios del diseño como disciplina. Esto es: la poca claridad del concepto se refleja en la poca claridad de la acción que significa. Además hay otra problemática, en la analogía la pregunta por el qué demanda fijar límites: lo que hace ser a algo *eso* y no otra cosa. “Diseño”, presumiblemente, carece de límites en su acción.

Con todo lo anterior se afirma que la pertinencia de un concepto, de este y de otros símbolos u objetos, estriba en que es a partir de conceptos (o signos) como se conforma el contexto cultural del hombre, sin perder de vista que el concepto de diseño que se analizará y se construirá en los siguientes capítulos se comportará únicamente como una hipótesis metafísica, es decir, una propuesta para responder por el qué del diseño.

C. Los conceptos del diseño y sus componentes

En la sección anterior se presentó lo que el concepto es y la necesidad de su creación. Se hace una síntesis de ello para abordar el concepto de diseño –un concepto que considero mal planteado–: un concepto es una representación, una expresión, una interpretación subjetiva –una concepción o un concepto menor– de una cosa, y a partir de ello esa cosa es reconocida; un concepto tiene componentes que lo conforman así como elementos externos de los que se vale para una significación específica; siguiendo esta estructura, un concepto no puede ser conclusivo y dependerá de una época, lo que refleja que no habrá una única significación de la cosa; un concepto, entonces, debe formar una figura analógica, un patrón, que le posibilite que su comunicación y su entendimiento tengan un sentido democrático, y esto se consigue con un concepto funcional, la imagen que permanecerá en la mente como referencia.

Este camino de construcción conceptual toma dos vertientes según su función, que para el caso de “diseño” será el símbolo. Esto significa que no existe un objeto material que signifique al concepto, sino concepciones –o conceptos menores– que los sujetos hacen cuando emplean la palabra. La naturaleza del símbolo promueve la reinterpretación y compromete el entendimiento de su concepto.

La representación es un rasgo distintivo del signo, y a su vez del concepto, lo que implica hacer presente algo de manera indirecta y que remita a ese algo. Para “diseño”, ¿qué se está representando cuando se piensa o se refiere este concepto? No es un objeto, como ya se ha dicho, sino conceptos que le son próximos o ideas que surgen por el uso

de la palabra. Pero no puede quedarse en ello, el concepto “diseño” precisa recurrir a un objeto físico para explicarse. Una silla, por ejemplo, puede fungir como intermediario y plantear así una *intermediación objetual*, es decir, la silla es el objeto-representación de lo que el diseño puede ser. Además con esto se entiende que el diseño permite que la silla exista: su existencia puesta por la intervención del diseño. Sin embargo, esto no explica el concepto, sólo lo pone en la comunicación. Falta determinar qué es ese “algo”. La silla como representación del concepto “diseño” no significa la materialidad o la función del diseño. ¿Qué de la silla refiere a “diseño”?

La revista mexicana de diseño *Emerge MX* publicó en 2017 un artículo —“El diseño definido por *no-diseñadores*”—³² en el que recogió cien testimonios de diversas áreas disciplinares distintas a las del diseño acerca de la pregunta por la definición del concepto. El resultado, más que una variedad de concepciones, fue un esquema que enlista 26 figuras o patrones que se repetían en los resultados. Este esquema se dividió en área laboral específica y en género (hombre/mujer). Entre las figuras más destacadas para los hombres, el diseño tiene que ver con “creatividad-imaginación”, “cosas”, “crear”, “expresar” y “arte”; sólo una persona en este grupo dentro del área ‘ingenierías/ciencias exactas’ dijo no saber qué es el diseño. Para las mujeres, el diseño es “crear”, “cosas”, “estético”, “creatividad-imaginación”, “texturas”, “formas” y “colores”; cinco mujeres señalaron no saber lo que el diseño es —destacar que una de ellas pertenece al área ‘arte y arquitectura’, área de mayor afinidad con la del diseño—. Otros elementos como “decorar”, “armonía”, “definir”, “abstracto”, “función”, “innovar-inventar”, “sentimientos”, “solucionar” y “dibujar”,³³ tuvieron pocas repeticiones (Figura 5).

Se toma esta muestra como una panorámica de la pobreza conceptual del diseño, pues los resultados provienen de otras áreas disciplinares. La manera como se abordó este estudio puede parecer poco efectivo y superficial, pues son pocos testimonios y la manera de dividir el estudio es cuestionable, sin embargo, da cuenta de los patrones que rodean el concepto. Elementos como “arte” o “estético” son dos ideas muy recurrentes en la concepción de “diseño” que tienen una larga tradición, pero que al mismo tiempo han limitado al concepto equívocamente. Asimismo, figuras como “solucionar” o “herramienta”, dos elementos que el diseño como disciplina utiliza como características

³² Este artículo puede ser consultado en: <http://www.emergemexico.com/003-el-diseo-definido-por-no-diseadores>

³³ Es el dibujo quizá la herramienta más representativa que tiene el diseño. Para la *Logique de Port Royal*, el primer ejemplo de signo fue “la representación espacial y gráfica” (Foucault, 2010, p. 81), específicamente el dibujo, ya sea un mapa o un cuadro.

esenciales, tuvieron poca relevancia. Pero sin duda lo más desafortunado es que existan personas que no asocien al diseño con algo y que, por consiguiente, no tengan una definición básica. Esta respuesta obliga a reinterpretar el concepto de diseño y coloca a la profesión y a su campo de trabajo en una posición de incertidumbre respecto a su quehacer.



Figura 5. Extracto del esquema resultante del artículo “El diseño definido por *no-diseñadores*”, publicado en la revista *Emerge MX* en 2017. Vera & Zetter (2017).

Desde el análisis de este estudio se puede afirmar que la primera idea que surge acerca del concepto de diseño es su promesa económica, y esto es notorio en ciertas concepciones que se han hecho y que han trascendido a la academia y a la industria. Sin embargo, no es suficiente ver al diseño únicamente desde este ángulo porque es esta visión la que le da al diseño un tono de superficialidad y derroche. Los siguientes apartados buscan hablar de otras maneras que completan lo económico –pues será imposible deslindarse de ello– y que posibilitan dar cuenta de la importancia de la práctica del diseño. Estos son: institución, práctica o actividad proyectual, cultura, discurso y proceso.

a. El diseño como institución

*Todas las instituciones históricas han sido “usadas”
por otras instituciones, y han dejado en ellas sus
“huellas”. Así es como funcionan las instituciones.*

HANS ULRICH GUMBRECHT, *Elogio de la belleza atlética.*

En el prólogo al libro *El significado del diseño y la construcción del entorno*, Rivera Díaz (2007) dice que González Ochoa, autor del texto, plantea lo que sería una aproximación inicial al concepto de diseño:

[El diseño] como un discurso producido desde las instituciones y por lo tanto marcado por relaciones de poder. (...) propone que pensemos que el diseño es una institución como la jurídica, la psiquiátrica o la de la sexualidad. Al igual que éstas, la del diseño es una institución que produce formas simbólicas orientadas hacia la formación de estructuras de control sobre el pensamiento y las acciones de la gente (González Ochoa, 2007, p. 10).

Esto significa que el diseño es una institución y que surge de otras instituciones, pensando que éstas tienen una manera establecida de funcionar. La institución del diseño se dedica a producir “formas simbólicas” –entendiendo éstas como objetos, mensajes gráficos e incluso espacios arquitectónicos– con base en formas de control y de poder.

Afirmar que el diseño es una institución –con lo cual estoy de acuerdo– permite comprender la importancia que el diseño adquiere para la sociedad. Una institución responde a prácticas específicas y ordena la realidad; es un contrato colectivo al cual es necesario adscribirse y se impone a los miembros de una sociedad. En este caso, las formas que produce la institución del diseño, además de tener una materialidad, en el contacto con los usuarios adquieren significado. Ahora bien, González Ochoa (2007) equipara al diseño con la psiquiatría o la sexualidad como instituciones hechas y determinadas, sin embargo, aunque creo que el diseño es una institución, pienso que su discurso no es reconocido aún a ese mismo nivel.

La institución del diseño pretende racionalizar la vida cotidiana –el término racionalidad se relaciona aquí con la producción industrial y con la perspectiva económica–. En este sentido, decir que el diseño es una institución apela a una regulación

y una dominación de la práctica, por lo que el ejercicio de los suscritos (los diseñadores) responde a la satisfacción del principio institucional, es decir, la racionalidad en el consumo. Esta aseveración le recuerda al diseñador que su libertad creadora existe sólo en función de los parámetros institucionales.³⁴

Se continúa con el ejemplo de la silla como objeto intermediario para definir al concepto “diseño”. Se decía que el diseño es algo que permite que una silla tome materialidad, que exista. Después, siguiendo el enunciado que determina el propósito de la institución del diseño, si ésta produce “formas simbólicas”, y una silla es una de esas formas, entonces el trabajo del diseñador será hacer una silla que funcione para el orden institucional –y que cubra las necesidades del consumidor (el usuario).

Regreso un poco más. Si se ha dicho que el concepto “diseño” parte de una concepción (por su naturaleza simbólica), pero también necesita de una intermediación objetual –una silla–, este objeto tiene en él elementos que pueden decir qué es diseño. “Crear” fue una de las figuras que más se repitió en el artículo de *Emerge MX*, por tanto hacer una silla es algo propio de la práctica diseñística. Ahora bien, se reconoce que la silla (ese crear) está hecha por algo o alguien: por alguien o algo que hace sillas (un carpintero, un herrero, un escultor). El diseño hace sillas, como otros objetos, desde una técnica o manera específica de hacer –esto es el sentido institucional.

El carácter institucional, que si no se ha comprendido alberga tanto al campo laboral como a las universidades, coloca al diseño en una posición de responsabilidad por aquello que produce, por lo que, a pesar de acotar y privar las posibilidades creadoras de la práctica, funciona adecuadamente a partir de una dinámica de producción y consumo. Por tanto, será obligación de las escuelas que preparan a los futuros profesionales del diseño presentar este contexto al que se tienen que integrar y del que no pueden separarse.³⁵

³⁴ Sobre esa libertad creadora, Flusser (2002) en su texto *Filosofía del diseño. La forma de las cosas* dice que el gesto de fotografiar implica elegir una posición y un ángulo, a diferencia de un trabajador en la industria automotriz que, en función de la máquina, se autoenajena. Es posible que el diseñador transite entre ambas perspectivas pues su quehacer le demanda tomar decisiones, las cuales responden al contexto institucional –pienso que la autoenajenación del diseñador radica en su relación con la computadora y los programas de edición.

³⁵ Algunas escuelas de diseño y arquitectura forman al diseñador desde un idealismo epistemológico –es decir, la forma sobre el contenido–; aquí los objetos sólo tienen sentido por su forma, sea bidimensional o tridimensional. Los contenidos o sustancias se hacen a un lado y dejan de importar. Esta postura es insostenible pues “nada puede converger sobre formas vacías, sin contenido” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 126), esto es, el diseño necesita de un antecedente de investigación para ser considerado diseño como tal.

González Ochoa (2007) decide, a partir de la institución arquitectónica, hablar de la complejidad de la institución del diseño.³⁶ La institución arquitectónica, afirma, podría tener su punto de partida con la descripción que León Battista Alberti hizo en el siglo XV acerca del oficio de arquitecto:

[Éste es] aquel que sabrá con regla y razón cierta y maravillosa imaginar con la mente y el espíritu y realizar en la práctica todas aquellas cosas que, mediante el movimiento de pesos, unión y ensambladura de cuerpos, pueden con gran dignidad, muy bien acomodarse al uso humano (González Ochoa, 2007, p. 20).

Un arquitecto, entonces, es aquel que mezcla su formación (la “regla”) y su criterio subjetivo (la “razón” y la imaginación) para construir aquellos objetos que le son propios y cuyo principal requerimiento es su correcto uso. Ahora bien, ¿cuánto le tomó a la institución arquitectónica tener el reconocimiento y la legitimidad que tiene hoy en día? Si la institución arquitectónica data del siglo XV, tiempo estimado por la descripción de Alberti, y cinco siglos después se reconoce como tal, a la institución del diseño – asumiendo que inicia en el siglo XX, con las primeras escuelas de diseño– le falta aún un buen recorrido para tener el peso de aquella.

En la descripción de Alberti hay algunas consideraciones que bien pueden incorporarse a las del diseño. La “regla y razón” confirman la labor de una institución: trabajar desde un orden y una lógica. La imaginación –llamada también concepción intelectual o ideación conceptual– será un componente primordial en el concepto de diseño, al igual que la realización material (“la práctica”). Finalmente el “uso humano”, para quien va el diseño.

³⁶ Se ha querido incluir a la arquitectura como dentro del campo del diseño, sin embargo, aún existen perspectivas que las separan. Rodríguez Morales (2004), por ejemplo, cuestiona el carácter unificado de la práctica –el diseño en general– y ofrece una propuesta de especialidades –diseño de productos, diseño de interiores, diseño web, etcétera–. Señala: “Prácticamente desde el inicio de la civilización, se consideró a la actividad que da forma a los objetos utilitarios como una sola, ya fuera la arquitectura o las que ahora conocemos como diseño industrial o diseño gráfico. A principios del siglo XX, esta unión entre profesiones del diseño fue uno de los pilares de la Bauhaus. En realidad ha sido en los decenios posteriores a la segunda guerra mundial cuando se empezó a desarrollar una especialización de estas actividades, sobre todo debido a los problemas técnicos implícitos en la realización de los proyectos” (Rodríguez Morales, 2004, p. 54-55). Para propósitos del presente trabajo se defiende una visión unificada –hablar de un diseño general, en términos teóricos, permite diluir las barreras hechas, con lo que un diseñador industrial puede hacer el trabajo de un diseñador gráfico–, sin embargo, se reconoce que la práctica depende de la estructura del campo profesional, el cual se decanta mayormente por la especialización.

La institución del diseño está más cerca del planteamiento de Selle (1975) desde el diseño industrial, donde en sus productos resultantes se puede ver el orden social en el que se instauran. Se explica así:

[Esta disciplina está inserta en] el contexto funcional, económico, tecnológico y cultural de orden social que se ha desarrollado a partir de la revolución industrial y se ha organizado casi totalmente como una estructura de poder (...) Los productos, así como los ambientes artificiales son formas organizativas visualmente perceptibles de este orden social (Citado en González Ochoa, 2007, p. 38).

Esto significa que la manera como funciona el diseño responde a una estructura organizativa y de poder, por ello es una institución, la cual no puede separarse del orden social que la ha forjado.³⁷ Desde la Revolución Industrial el diseño está presente –como una entidad real, mas no como una reconocida y analizada–, y los productos y los espacios que realiza atienden a los distintos contextos que los rodean. Sin embargo, se pone en duda si para la sociedad en general estas construcciones del diseño son reconocidas como pertenecientes a esta institución.³⁸

Pero ¿qué es el diseño para un sujeto? Bonsiepe (2011) dirá que es tal la relación que el sujeto tiene con los productos del diseño que siquiera da cuenta de ellos como un objeto hecho por la práctica proyectual. Esta familiaridad, “dificulta distanciarse del mundo de los artefactos y tomar conciencia que todos son resultados de actos proyectuales” (Bonsiepe, 2011, p. 1); es decir, el sujeto se mantiene en contacto habitual con los objetos sin que éstos sean vistos (y valorados) como resultado de un proceso de trabajo diseñístico. Por tanto es posible afirmar que, para un sujeto externo al diseño –el usuario/consumidor–, el diseño no tiene traducción: reconoce lo que es pero sin posibilidad de explicarlo. ¿Esto es un problema para la práctica?³⁹

³⁷ El diseño se explica como determinado por la estructura social, lo cual no lo reduce a ser una práctica puramente mecánica y pasiva. Lo social está en el diseño desde dos niveles: uno externo (campos sociales como la ciudad o el sistema escolar) y otro incorporado al diseñador como esquemas de percepción y acción –su *habitus*; el conocimiento propio de la disciplina, como los conceptos de forma y espacio.

³⁸ Quizás al ver una silla el componente institucional no esté puesto explícitamente en el concepto “diseño”, pero si se repara en que esa silla tiene características particulares que la hacen ser distinta, el diseño se afirma como institución.

³⁹ La visión que un no diseñador tiene respecto al diseño, pienso, es una de uso, es decir, el usuario da por sentado los objetos que lo rodean sin necesidad de analizarlos. Ahora bien, al ser el diseño una institución, ésta tiene una realidad institucional, lo que significa que a través del lenguaje verbal construye la comunicación de los objetos que produce. Por ejemplo, decir que una silla es moderna –atributo que

Si el diseño carece de explicación, es decir, no se necesita dar una definición pues utilizar lo que éste produce es afirmarlo, ¿no se podría dar un concepto a partir de este uso? Se dirá que no; no basta convivir con el diseño. La construcción de un concepto es parte esencial de su institución, a pesar de que la realidad institucional del diseño esté “constituida por un conjunto de actitudes ontológicamente subjetivas” (González Ochoa, 2007, p. 65); esto significa que un sujeto determina qué es, por ejemplo, una silla moderna. ¿Cómo una realidad que pretende ser objetiva –ser una institución le da ese carácter– parte de lo subjetivo? Explicar cómo luce una silla moderna, entendiendo que ésta tiene un esquema generalizado y aceptado de lo que moderno significa, no debe asociarse con una postura subjetiva. Searle (1998) responde a la cuestión: “un conjunto de fenómenos institucionales relativos al observador puede tener una existencia epistémicamente objetiva aunque su ontología sea dependiente del observador y contenga por tanto un elemento que sea ontológicamente subjetivo” (Citado en González Ochoa, 2007, p. 71), es decir, pensando que el concepto de diseño forme parte de un fenómeno institucional –como lo es decir qué es moderno y qué no–, y al mismo tiempo este fenómeno sea apreciado por un individuo quien lo describe y lo concibe, el concepto –y la disciplina misma– es una entidad objetiva.

El lector debe comprender que el diseño es una institución, que surge de otras instituciones igual de importantes que ésta, la cual produce formas (desde un proceso imaginativo y racional), como lo es una silla, basadas en una regulación social, productiva y de consumo a la que el diseñador y toda la colectividad se adscriben. Al ser una institución, el diseño es responsable de que su quehacer se adecúe a este orden, desde la etapa de formación hasta el ingreso al campo laboral. Hasta aquí la institución no ha podido brindar un concepto de diseño más allá de su identidad institucional, sin embargo, ésta ya ofrece reconocimiento disciplinar.

b. El diseño como práctica proyectual o actividad proyectual

Como ya se ha mencionado, la arquitectura es una institución consolidada. Se suele observar como una entidad separada del diseño, sin embargo, el proceso de trabajo es

proviene de esta institución–, característica que no se puede palpar y que más bien es asignada (hay una intención), aporta una figura, un modelo, al imaginario colectivo sobre lo que es una “silla moderna”. Esta realidad está ordenada, aprobada y es comunicable, independientemente de si se sea diseñador o no. ¿Será posible que la realidad institucional con respecto a lo que la disciplina *es* se pueda entender y verbalizar?

similar. En este sentido, González Ochoa (2007) señala la necesidad de ampliar el esquema y contener en él las disciplinas que se valen de la imaginación y su posterior realización material para resolver problemáticas humanas. La institución del diseño, entonces, queda conformada por todas esas disciplinas a las que González Ochoa (2007) da el nombre de práctica proyectual –ya con la arquitectura dentro, fungiendo como esquema modelo de institución.

La finalidad de la práctica proyectual es la conformación del espacio y la producción social del mismo. Esto es, el quehacer del diseño tendrá un escenario, es decir, el entorno que rodea al ser humano: una casa, un centro comercial, una autopista, la sociedad, etcétera. Desde la perspectiva proyectual el diseño es una práctica que se estudia desde la forma, la función y la significación, elementos que se insertan obligadamente en el concepto de diseño.

Maldonado (1981) inscribe al diseño industrial también dentro del grupo de la actividad proyectual. Proyectar implica para el diseñador coordinar, integrar y articular. El diseño industrial determina las propiedades formales –características externas y estructurales, así como elementos de producción– de los objetos que deberán ser producidos industrialmente; el diseño puede crear tanto la forma como la composición interna. La configuración de la forma (la síntesis formal) es el resultado concreto del trabajo del diseñador, pero no es el fin en sí mismo sino una mediación. El calificativo “industrial” confirma que el diseño depende de un sistema de producción, por lo que decir que el diseño es una institución valida su carácter proyectual.

La propuesta proyectual de Maldonado (1977) coloca al diseñador como un coordinador. La función del diseñador, señala, es “coordinar la estrecha colaboración de un grupo numeroso de especialistas, agrupados en torno a las exigencias de diversa índole de la producción y del consumo” (Citado en González Ochoa, 2007, p. 40-41), es decir, el diseñador no puede trabajar solo, pues los problemas que precisa resolver requieren que otras disciplinas se vean inmersas: el diseño carece de esos conocimientos. El diseñador es el experto (especialista) en aspectos creativos,⁴⁰ y es un conocedor (es decir, quien compila todo el saber que contribuye a la solución de un problema) en cuestiones

⁴⁰ Rodríguez Morales (2004) dice que lo propio de la disciplina del diseño es el aspecto expresivo, y comparte otros con la ingeniería, la administración y la contabilidad, como los asuntos de mecanismos y materiales, así como aspectos de costo y venta, respectivamente. Pero también tiene cuatro subaspectos que le competen y que le dan un carácter interdisciplinario a la práctica: la ergonomía, lo simbólico y lo perceptual de la forma, así como las expectativas del usuario. Estas son las áreas que el diseñador domina o debe dominar como parte de su profesión, es decir, su particularidad como profesional.

auxiliares. El diseñador que hace una silla tiene los elementos para solucionar la forma y la composición interna (su función), pero deberá acercarse a disciplinas como la ergonomía o la física para lograr que la silla no lastime al usuario y que se mantenga estable. El diseñador es un intermediario.⁴¹

Ya en la descripción de Alberti sobre el oficio arquitectónico se observa que el concepto de diseño tiene dos componentes principales que son la imaginación y la realización práctica. Siguiendo esto, la actividad proyectual está ligada, sin modo de separación, a dos procesos: la concepción o ideación –imaginación– y la plasmación física o material de la idea –realización material–. El diseño, entonces, toma su identificación de práctica (por ambos procesos), lo que lo libera de esa concepción asociada únicamente a la creación y la inspiración –elementos de los que no se desprende, pero ahora a partir de un proceso completo.

Reconocer que el diseñar es una actividad de coordinación permite pensar que existe mayor relación con el primer proceso, el de las ideas, que con el proceso de ejecución. Desde aquí se afirma que el diseño, sin desprenderse de ambas partes, tiene como conocimientos propios los que provienen del proceso de ideación. Por esto la creatividad es un elemento relevante que se concibe casi como exclusivo del diseñador –aunque sea una capacidad humana innata–. Todo lo dicho hasta aquí afianza la práctica que es el diseño, una que además de proyectual es racional.

La institucionalidad del diseño y su práctica proyectual se unen desde el concepto de racionalización para señalar que el diseño es uno de los elementos que posibilitan que el sistema productivo y de consumo sobreviva: la sociedad moderna incorpora al diseño como parte de su estructura ideológica. Por esto es que el diseño responderá a las condiciones de producción capitalistas y las mantendrá vivas, buscando que los usuarios, a partir de los objetos que produce, se integren a las exigencias de la sociedad.

Sin embargo, esta estructura en la que el diseño toma lugar, ¿es visible para todos? Afirmo que sí, por ello existe un número elevado de sillas de distintas formas y características, y se siguen produciendo todavía más. Quizás una silla no sea un producto de gran consumo –como sí lo puede ser un celular cuya tecnología cambia año con año– y su desgaste y posterior desechado sea menor, sin embargo, es posible determinar que

⁴¹ Krippendorff (2016) se pregunta ¿qué puede reclamar un diseñador como competencia exclusiva de su práctica? Su respuesta, con la que no estoy en total desacuerdo, es que tal vez nada. Sin embargo, afirma que esta poca claridad sobre lo propio del diseño depende de la construcción discursiva de la disciplina: si no se tiene un discurso desde el que se proporcionen argumentos convincentes sobre el trabajo del diseñador, el problema va a persistir.

es un objeto necesario y en ese sentido el diseño continúa vigente. Lo que no es visible en esta dinámica, pienso, y para lo que se necesita el concepto de diseño, es la práctica proyectual, el cómo se hace esa silla.⁴²

Se puede afirmar, con esta panorámica capitalista y de consumo, que el diseño tiene que ver con generar objetos indiscriminadamente, por lo que la actividad proyectual funciona como un mecanismo que implanta deseos. Cualquier disciplina dentro de la práctica proyectual lleva consigo el deseo; esta característica confirma la importancia del diseño pues le da presencia en todo momento.

El lector ya ha detectado que el diseño es una disciplina que se vale de la imaginación –primer proceso– para configurar un objeto (o espacio) funcional y significativo –segundo proceso–, pensado para resolver una problemática. Por tanto la institución del diseño se conforma de esta práctica proyectual, es decir, una práctica coordinadora –actividad propia del primer proceso: el de ideación– e integradora, elementos que permiten saber que un diseñador necesita trabajar en conjunto con otras prácticas. El diseño, al ser una institución y una actividad proyectual, permite que el sistema productivo y de consumo continúe funcionando. Su concepto va construyéndose al reconocerse su proceso de trabajo.

c. El diseño como cultura

La cultura es considerada como la articulación de todas las formas que producen significación. El diseño, como una práctica proyectual a la que le importa significar lo que produce, se incluye en la cultura.⁴³ El diseño es la forma de la cultura que configura y conforma el espacio social del entorno (así como la producción social de espacios), es decir:

Todas las actividades cuya finalidad sea la ideación conceptual y la plasmación material de espacios, ambientes, objetos, los cuales, a su vez, tienen como función

⁴² Sin embargo, su carácter proyectual sí puede ser visible en el concepto cuando se imagina a la silla dentro de un espacio, y además se piensa en su uso (y aquí tal vez ya no importe el cómo se hace). Una silla de madera, por ejemplo, no se recomienda colocar en un espacio exterior, ya que las condiciones ambientales pueden afectar su funcionamiento.

⁴³ Flusser (2002) reconoce al diseño como una articulación cultural, dándole a la cultura un sentido corporal, la cual depende de articulaciones que posibilitan su movimiento.

la construcción del entorno humano al dar al soporte materias del espacio tanto forma como función y significación (González Ochoa, 2007, p. 33).

Esto significa que la actividad proyectual tiene un proceso el cual inicia con una idea – propia de la imaginación– que se hace objeto en su materialización (adquiere una forma); la finalidad de este objeto es dotar de funcionalidad y significación el espacio en el que se desarrolla el ser humano. Esto es el diseño.

El soporte con el que trabaja el diseño es la forma, la función y la significación – la cultura trabaja también con estos tres elementos para dirigir el comportamiento humano y sus actividades–. En este sentido el diseño configura el entorno (el espacio) del hombre: la arquitectura desde la materialización de ambientes; el diseño industrial desde objetos.

La cultura demanda ser comprendida (y por ende también el diseño).⁴⁴ Todo objeto de la cultura tiene un sentido, y cuando un sujeto se enfrenta a él habrá un sentido elemental, primario –una comprensión hecha de opiniones y prejuicios, sin que ello represente algo negativo–, que permite después establecer un sentido completo, es decir, una aproximación conceptual (una concepción). “Comprender algo es siempre hacer proyecciones” (González Ochoa, 2007, p. 81), es decir, pensar sobre ese algo para luego establecer la manera de reproducirlo en la realidad. Se puede afirmar entonces que el diseño obtiene sus conocimientos al proyectar, al ir de la idea a la materialización. Es así como se comprende al diseño: desde sus conocimientos –de aquello que produce.⁴⁵

La cultura es un elemento de enorme importancia para el diseño ya que éste aparece a partir de ella. González Ochoa (2007) determina a la cultura como un aparato mediador en el que a través de su lente se observa el mundo. El hombre se integra a la cultura cuando adquiere la competencia lingüística para poder comunicarse y las normas que rigen al grupo social. La cultura es un fenómeno simbólico ya que es el conjunto de representaciones organizadas por un código de relaciones y valores impuestos por la sociedad. El diseño es pues una de sus representaciones. González Ochoa (2007) lo sintetiza así:

⁴⁴ El conocimiento del diseño “se encuentra ya relativamente estructurado en forma de cultura, y como tal es una parte ya existente, aún antes de cualquier participación individual del diseñador” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 360); esto es revelador pues señala que la cultura son los objetos y espacios que nos rodean, y al convivir con ellos, el diseño ya está presente aun sin saber qué es. Esto explica someramente que el diseño está presente en lo que rodea al ser humano; falta, pienso, reconocerlo conceptualmente.

⁴⁵ En este sentido se puede observar que comprender al diseño mismo, a la disciplina, es posible a través de sus productos, de su quehacer. Es conveniente entonces que los objetos que produce el diseño sean concebidos como parte de un proceso tanto mental como técnico, sin que ninguna de sus partes sobresalga. Y que así sean transmitidos a los demás.

Una cultura es un espacio de signos de todo tipo: gestos, comportamientos, vestido, obras de arte, iglesias, edificios, objetos, etcétera, entendido cada uno de estos aspectos como realizaciones de un sistema de signos particular o producto de la combinación de varios (p. 92).

Esto es, la cultura tiene al diseño como un elemento que le es propio, y éste a su vez tiene otros elementos que lo representan, y es esta representación lo que permite hablar de diseño y no de otra práctica, ya que tiene un sistema establecido que funciona de manera particular. Pero al pertenecer el diseño a la cultura, aquel se apoya de las otras variedades de signos que ésta tiene.

Ahora bien, en la cultura suceden manifestaciones –representaciones– de cada uno de los signos que la conforman. La silla es una manifestación de la práctica proyectual. En el sentido de la cultura, González Ochoa (2007) utiliza el concepto “texto” para recoger en él todo aquel elemento portador de significado. El concepto de texto pretende, a partir de un término común sin distinción de signo, englobar todas las manifestaciones de la cultura. Es decir, “la unidad de la cultura desde el punto de vista de la manifestación será el texto” (González Ochoa, 2007, p. 144); un texto es, desde la cultura, una silla, una casa, un automóvil, una sonrisa, una postura, etcétera. Luego, el entorno que rodea al hombre es considerado el lugar de las manifestaciones sensibles, pues es a través de los sentidos que se puede conocer. Todo eso es susceptible de convertirse en significación para el sujeto. Visto el diseño desde la cultura, la disciplina tendrá como objeto de conocimiento un texto de diseño.

¿Por qué los productos del diseño son considerados textos? Un texto para poder serlo tiene que cumplir con dos condiciones: 1) estructural: un texto debe poseer cierta materialidad que lo haga perceptible, comprensible, transmitible, conservable y reconocible; y 2) funcional: todo hecho cultural tiene varias funciones que conviven en él, por ejemplo una función práctica y una estética, por mencionar algunas, habiendo una que domine en el texto.⁴⁶ Las condiciones estructurales de una silla como texto están

⁴⁶ Un texto tendrá otros dos rasgos a considerar: relativo y polifónico. Lo primero significa que “un texto funciona dentro de los límites de una cultura pero no necesariamente conserva su carácter dentro de otra cultura” (González Ochoa, 2007, p. 147), es decir, una silla puede tener otro significado funcional o estructural para una cultura distinta. Lo segundo refiere a que un texto posee elementos de diferentes épocas y tradiciones, es decir, que toma elementos propios de un período de tiempo específico que no le son de sí, y así una cultura se enriquece de las formas y estilos de otras. Este último rasgo es interesante ya que un texto, al constituir en sí mismo la cultura que lo produjo, permite conocerla y hablar de ella.

presentes en el acto de sentarse: hay un objeto que sirve para eso, hay un individuo que lo reconoce como “silla”, y hay una correcta relación silla-sujeto (Figura 6). En las condiciones funcionales se puede ver que el individuo se subió a la silla y quedó de pie sobre ésta (Figura 7), y que desde allí pudo cambiar un foco del techo; o que la silla se puede plegar para ahorrar espacio y moverla con facilidad de un lado a otro.

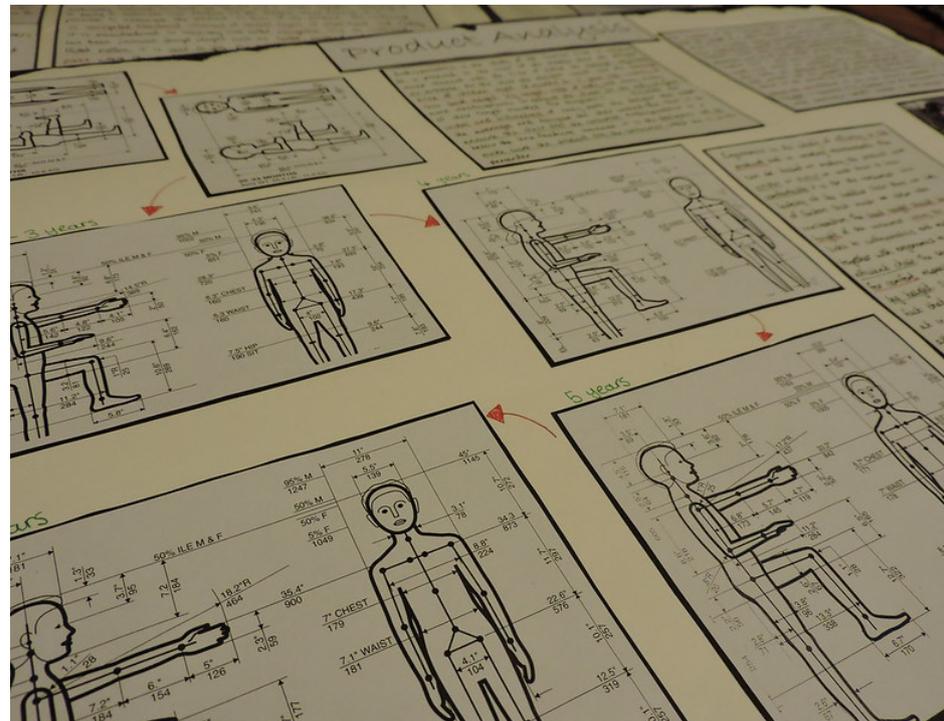


Figura 6. La condición estructural de una silla conllevaría un estudio antropométrico y ergonómico, para que el acto de estar sentado no afecte la salud del usuario. Tew (2015).



Figura 7. La condición funcional, más allá de satisfacer la necesidad de sentarse, responde a otras más. Por ejemplo, es recurrente utilizar una silla para alcanzar algo que sobrepasa la altura del usuario. Richard (2008).

Irigoyen Castillo (2008) completa el concepto de texto de diseño señalando que éste es “algo distinto al objeto, es decir que apela a su existencia como discursividad, la cual inicia antes que su materialidad o materialización” (p. 240); esto significa que el objeto propio del diseño, como parte de la cultura, no se limita a sus características físicas –el producto terminado–, sino que reconoce el proceso previo que el diseñador realiza para obtener ese ente físico, y se agrega también la interacción con el sujeto (usuario). Una silla es un texto en la medida que es reconocida como un producto que sirve para sentarse, para descansar los pies, las piernas y la espalda, que tiene reposa brazos (o no) en razón de un requerimiento, que es de un material específico, con una forma que responde al cuerpo humano, que se jala para después sentarse subiendo los pies o estirándolos o cruzando una pierna sobre la otra.

El diseño como cultura queda entendido a partir del pensamiento de Kroeber y Kluckhohn (1952), quienes proponen un concepto de cultura que refiere expresamente a los objetos. La cultura es un conjunto de “formas de comportamiento, explícitas o implícitas, adquiridas y transmitidas mediante símbolos y que constituye el patrimonio singularizador de los seres humanos, incluida su plasmación en objetos” (Citado en González Ochoa, 2007, p. 141); esto es, el diseño, al producir sus distintos objetos, está produciendo a su vez una manera de usarlo, de convivir con él, de manipularlo, y en esa interacción se construye un individuo y una sociedad. Irigoyen Castillo (2008) completa este cuadro argumentativo al decir que el sentido fundamental del diseño es “llenar de posibilidades la cultura” (p. 32), es decir, es el diseño un motor importante para el desarrollo cultural ya que, siguiendo a Flusser (2002, p. 67-68), la cultura progresa con el aparecer de más objetos de uso.⁴⁷

Ahora bien, el diseño forma parte de un concepto de cultura expandido que García Canclini (2013) defiende: la cultura híbrida. Entiende hibridación como “los procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas” (p. III), es decir, la cultura se adecúa a una dinámica más compleja que arroja formas que se adaptan

⁴⁷ La postura de Flusser (2002, p. 67-71) es interesante pues concibe a los objetos del diseño como algo que estorba, como un problema. Entonces el diseño, al producirlos, lo que hace es apartar otros objetos para permitir que entren los nuevos: esto sería como resolver un problema (un objeto que ya no funciona) con otro problema (ese nuevo objeto diseñado). La responsabilidad del diseñador es lanzar a la cultura objetos que no obstaculicen el progreso de los diseñadores futuros. Recomiendo la revisión de este planteamiento incluido en el texto *Filosofía del diseño. La forma de las cosas*.

al ritmo socioeconómico.⁴⁸ El diseño cabe dentro de estas prácticas porque la hibridación se origina en la creatividad individual y colectiva. Un artesano, por ejemplo, se convierte –o “reconvierte”– en un diseñador, a partir de ciertas estrategias que responden a la necesidad de vincular su saber artesanal con los usos modernos de la práctica para atraer al cliente a adquirir sus productos.

El lector ya sabe que el diseño es una institución hecha de un conjunto de prácticas conocidas bajo el título de “práctica o actividad proyectual,” las cuales tienen como eje de trabajo el partir de un proceso de ideación para luego continuar con un proceso de realización material. Ahora bien, el proceso completo y su realidad institucional forman parte de la cultura, entendida ésta como el compendio de formas y signos que rodean al hombre. El diseño como cultura requiere ser comprendido, y esto se logra al comprender los conocimientos que arroja, es decir, entendiendo los productos que realiza. Desde el punto de vista de la cultura estos conocimientos –como lo es una silla–, que serán parte de los conocimientos que ofrezca la cultura, son nombrados “textos.” Al producir el diseño textos, sus objetos son reconocidos no únicamente como algo material sino como resultado de un proceso proyectual y un proceso de uso, lo cual integra al concepto de diseño el proceso total. Paradójicamente, la cultura híbrida en la que está inmersa la actividad proyectual impide de cierta manera reconocer esa intención conceptual.

Finalmente, lo cultural en el concepto de diseño, visto desde la intermediación objetual “silla”, está en lo que ese objeto provoca: aversión, gusto, rememoración, identidad. Aquí “diseño” está en esa silla cuando refiero que en ella hay una manera de ser dentro de la sociedad, o que los materiales responden a una intención local y de fácil acceso.

d. El diseño como discurso

Una institución, la cultura, necesita de discursos. El discurso sea quizá la actividad más importante dentro de la profesión. Un discurso es definido como cualquier proceso

⁴⁸ Las características de esta cultura, íntimamente relacionada con la modernidad y el sistema capitalista, no permiten al diseño desprenderse de estos. García Canclini (2013) dice: “la hibridación en cierto modo se ha vuelto más fácil y se ha multiplicado cuando no depende de los tiempos largos, de la paciencia artesanal o erudita, sino de la habilidad para generar hipertextos y rápidas ediciones audiovisuales o electrónicas” (p. XVIII); esto significa que la cultura híbrida ha contribuido a que la evolución de la práctica proyectual se decante hacia el progreso de los medios digitales, por lo que el diseño se ve reducido a las habilidades y a la rapidez con la que se trabaja. Esta forma de cultura permite observar la realidad presente de la práctica del diseño.

lingüístico significativo, es decir, aquello que explica, a partir de textos, escritos especializados, conferencias, lo que algo es.⁴⁹ El diseño, como institución, como parte de la cultura, como una actividad proyectual, requiere de estos elementos que revelen la disciplina.⁵⁰

Pero más allá de esta materialidad lingüística, lo que el discurso hace es regular la práctica. “Un discurso se caracterizará no porque trate de determinados objetos sino por la manera en que los forma, los construye” (González Ochoa, 2007, p. 36), es decir, lo que importa en la explicación de la práctica no son los objetos mismos sino el proceso completo desde donde se obtienen. El diseño es una práctica discursiva, lo que significa la normalización establecida de las condiciones de ejercicio de la disciplina.

El discurso se hace a través de los aparatos de poder, los cuales son instituciones sociales que tienen el propósito de integrar a los individuos de una colectividad en un sistema determinado –el capitalista– a partir de la imposición de normas y valores, y que a su vez conviven con otros discursos –el económico, el de las técnicas, el de las prácticas ideológicas–, conformando así relaciones de poder.

En el caso del diseño, su colectividad se forma por al menos cinco participantes reconocibles: los diseñadores –profesionales y en formación–, que comunican a los individuos con los objetos; los intérpretes o académicos, que hablan o escriben sobre diseño; los jurados, quienes deciden sobre qué hablar o qué debe producirse; los legisladores, quienes abogan por la legitimidad de la disciplina y la promueven; y los usuarios expertos, que no son simples usuarios sino que se saben partícipes de esta relación –las industrias y todo aquel que solicite del diseño deberá estar en este nivel.⁵¹

El discurso tiene un gran peso no únicamente porque funge como regulador de una práctica, también porque le ofrece a su institución legitimidad, característica que la hace ser institución. Krippendorff (2016) señala que un discurso instituye sus prácticas cuando: se permite que las organizaciones sociales puedan difundir el discurso –no sólo de la materia textual (publicaciones, escritos especializados) sino sobre todo de sus

⁴⁹ El discurso no únicamente se lee en la herencia textual –publicaciones y obras literarias–, también, en términos de Krippendorff (2016), en los objetos diseñados puestos en museos, en almacenes comerciales y en los espacios donde sucede la vida cotidiana.

⁵⁰ González Ochoa (2007) sugiere también plantear una gramática de los objetos –un vocabulario que estructure la materia textual por medio de la similitud– que tiene relación con el discurso en la medida en que se busca aprender a hablar del diseño desde una terminología particular.

⁵¹ El usuario experto será aquel que reconozca la importancia del diseño en la vida cotidiana y es consciente del trabajo del diseñador. La mayoría de los usuarios no entienden esto, por lo que quedan rezagados en su participación dentro de esta colectividad. Sin embargo, no se les excluye, sólo se hace manifiesto que su nivel de conocimiento es menor.

formas organizativas–; se legitima sus procedimientos, métodos y teorías poniéndolos a disposición de los miembros de la comunidad discursiva; se permite la aplicación de sus principios que le dan al discurso autonomía y coherencia.⁵²

Es un hecho que la institución del diseño tiene un discurso pues es lo que hace que la práctica proyectual sea posible y significativa, sin embargo, tiene fallos en algunas de las características que Krippendorff (2016) enlista. Se afirma que el diseño ha sido difundido, pero a conveniencia del campo laboral y la industria; en este sentido el discurso se ha modificado para adaptarse a su medio. Se dice que un discurso se instituye cuando se permiten aplicar los principios de su práctica, los cuales son conocidos por los miembros de su colectividad; en este sentido, es posible dudar sobre el conocimiento que tiene cada participante de la comunidad acerca de sus principios –y luego si su aplicación continúa esa intención–. Estas características, pienso, están puestas en el discurso de la actividad proyectual, sin embargo, no han permitido la distinción del quehacer diseñístico. Por tanto la institución mantiene su estatus con base en la clara regulación producción-consumo a la que se adscribe, pero su legitimidad es puesta en duda.

Lo que hace falta es una justificación interna de la práctica proyectual. Esta justificación necesita ser convincente con sus propias prácticas discursivas para que más allá de sus fronteras exista un respeto hacia ese discurso. “Las profesiones alcanzan estima cuando pueden demostrar que su discurso es real, que su trabajo tiene algún valor para los proyectos de otros y que son capaces de asumir las responsabilidades deseadas” (Krippendorff, 2016, p. 11); esto significa que el diseño tiene que trabajar no en producir cosas para el hombre –eso ya es visible–, sino en por qué esas cosas tienen valor, ya que no son meramente objetos físicos sino objetos que significan.

Otra situación adversa para la suficiencia del discurso diseñístico es que su intertextualidad –la comunicación entre la materia textual propia del diseño y la diversidad de publicaciones o textos desde otros puntos de vista– no tiene el peso que existe en otros discursos porque la conexión es superficial.⁵³ Esto es porque quien escribe

⁵² Krippendorff (2016) propone basar el discurso en un axioma –una “verdad”– que le da fuerza retórica y que construye su profesión. Dice que actualmente el diseño no tiene ese axioma que caracteriza a otros discursos, como el discurso médico cuyo axioma es “curar enfermedades” o el de la enfermería que se compromete a “atender al paciente”. ¿Cuál es ese criterio de verdad del diseño?

⁵³ La intertextualidad es de enorme importancia para la práctica del diseño, no sólo porque enriquece su discurso a partir de otros como el de la ingeniería, la publicidad, la informática o el arte, sino también porque permite las conexiones que establece un objeto dentro de la cultura, sean éstas con el usuario y con el entorno hecho de más objetos.

sobre diseño no son los diseñadores y porque no se da al academicismo la importancia para la construcción del discurso y de su teoría.

Ahora bien, el discurso del diseño tiene dos constantes clave: la productividad y el hombre como consumidor. En este sentido, el diseño es un fenómeno social total pues interviene y se relaciona con todo; asimismo, el concepto de racionalización forma parte del discurso del diseño. Con base en estas dos constantes se puede decir que el diseño enuncia dos discursos: un discurso productivista y un discurso humanista. Bonsiepe (1978) lo precisa con un enfoque más integral desde las características del diseño industrial:

Es una disciplina encaminada a varias cosas: mejorar las características de uso de los productos; subvenir las necesidades humanas mediante objetos; al mejoramiento de la calidad ambiental; a conferir a los objetos una cualidad estética; es también una instancia crítica en la estructuración del mundo de los objetos; un instrumento para incrementar la productividad; una actividad tecnológicamente innovadora; una actividad que coordina la planificación de los productos; un procedimiento para incrementar las exportaciones; un instrumento para aumentar ventas y ganancias; finalmente, un instrumento en el proceso de industrialización de los países dependientes (Citado en González Ochoa, 2007, p. 49).

Esta cita permite observar que la finalidad del diseño industrial (y del diseño en general) oscila entre los dos discursos mencionados. Al productivista le importa mejorar los productos en su uso y aspecto, incrementar la productividad, las ventas y las ganancias, así como apoyarse de la tecnología. El humanista vela por resolver las necesidades humanas, por analizar opciones que no comprometan al medio ambiente y por plantear políticas públicas que posibiliten el desarrollo de ciertos grupos de la sociedad.

El discurso productivista no puede pensar fuera del sistema que el diseño en sí mismo perpetúa. Por tanto, es una ilusión que el discurso humanista –la necesidad– sea el que explique la disciplina. Esta última propuesta es más bien una justificación para

validar la práctica, sin embargo, ambos discursos parten de lo mismo: el sistema de valor de cambio.⁵⁴

En conclusión, el discurso será uno solo, por lo que aquel diseñador que afirma diseñar para el hombre dice lo mismo que el diseñador que resuelve necesidades y produce valor de uso con su quehacer. Bürdek (2005), desde Staufenbiel –en los años sesenta–, media esta discusión y afirma “que el diseño (la creación de la forma) establecía la unidad del ‘valor cultural’ y del ‘valor de uso’ del producto” (p. 16), con lo que en un mismo discurso se pueden diferenciar los diversos valores de la práctica, tanto el humano –“valor cultural”– como el productivo –“valor de uso”–. Y no hay que olvidar lo que enuncia Krippendorff (2016): “La institucionalización establece un discurso y fortalece su determinación; pero del mismo modo, ese discurso se orienta en una dirección beneficiosa para la institución” (p. 9), es decir, el discurso imperante, el discurso productivista, es tal porque avala el carácter institucional del diseño: la regulación y la racionalización del esquema de producción-consumo del sistema contextual en el que opera.

A pesar de que el discurso responde a su institución y la configura, ofrece y promueve una imagen autobiográfica del diseñador, la cual no exalta el trabajo en equipo ni en comunidad. La imagen de un diseñador solitario, públicamente visible, creativo, es un falso ideal que oculta el trabajo que existe detrás de un objeto: “La ficción egoísta del diseñador ingenioso representa una figura casi parasitaria en esa misma comunidad sin que lo sean necesariamente los diseñadores” (Krippendorff, 2016, p. 6); esto significa que la imagen a la que el diseñador aspira –un profesional que no sabe trabajar en equipo, pues así lo han presentado– es una que perjudica la práctica del diseñador y da un discurso erróneo.

A ello se agrega que el discurso de diseño ha sido manipulado por otros discursos. Por ejemplo, el discurso económico, elemento que rodea como una constante al discurso de la práctica proyectual, lo tomó como propio e impuso la idea de que el diseño añade valor al producto, lo que restringe al diseñador a tareas muy limitadas. Por esto el perfil del diseñador que se busca en su campo laboral se ve reducido y marginado. El que el discurso del diseño sea hecho por otras disciplinas es propio del discurso mismo, pues

⁵⁴ Foster (2004) menciona que el sistema del valor de cambio (economía política del producto), que surge en la Bauhaus, se extendió a los signos, formas y objetos (economía política del signo) en nombre del diseño. Esto significa que todo en el diseño es evaluado desde lo comercial.

como se ha mencionado es resultado de las relaciones de poder, sin embargo, habla de la inmadurez de la práctica.

El lector, quien va construyendo su concepción del diseño, ya sabe que al ser el diseño una institución requiere de un discurso. El discurso del diseño –que explica, regula y legitima la práctica– está en construcción: su colectividad no está bien representada, se ha difundido al diseño como una práctica simplista y técnica cuya intención es embellecer los objetos y añadirles valor (lo cual es una visión limitada y perjudicial), no explica para qué se solicita al diseño y configura una falsa imagen del profesional. Sin embargo, es posible afirmar que el discurso responde a un sistema de valor de cambio, con lo cual el quehacer del diseño –la materialización objetual, que parte de una idea y que se enriquece de las maneras de usarla– busca el beneficio del usuario al igual que el beneficio productivo.

A pesar de que el discurso se esté construyendo o que se incline hacia un enfoque equívoco, el discurso se observa en la silla cuando se reconoce que este objeto es una solución que ha recorrido y probado otras soluciones hasta llegar a una silla que tiene características que posibilitan su correcto funcionamiento.

e. El diseño como proceso

Se inicia este apartado con un ejercicio de conjuntos para determinar la posición del diseño. La práctica proyectual está dentro de la institución del diseño (A); a su vez esta institución pertenece a la cultura (B), la cual también contiene al diseño; la institución – y el diseño como cultura– necesita un discurso (C) que respalde y organice la práctica. El diseño, entonces, es el resultado de la intersección entre el campo A, B y C. Estos tres elementos serán su escenario de desarrollo.

Ahora bien, la actividad proyectual necesita una guía. Afirmer que el diseño es un “proceso mental para prefigurar, imaginar y configurar objetos” (Rodríguez Morales, 2004, p. 57) –es decir, un proceso que parte de una idea, la cual se transforma según convenga a la resolución del problema, y se construye materialmente para ser usada– es legitimar su quehacer.

El diseño es una actividad que se relaciona con las nociones de creatividad, fantasía e innovación técnica. Entre el público predomina a menudo la idea de que el proceso del diseño es una especie de acto de creación [...]

El diseño de productos u objetos no tiene lugar sin embargo en el vacío, como si fuese una combinación libre de colores, formas y materiales. Todo objeto de diseño se ha de entender como resultado de un proceso de desarrollo, cuyo rumbo está marcado por diversas condiciones –no sólo creativas–, así como por decisiones (Bürdek, 2005, p. 117).

Esto significa que no es correcto observar al diseño como resultado de la inspiración, pues ésta se entiende como vacía de contenido. El diseño entonces es el resultado de un proceso en el que la inspiración está inmersa, pero tiene ciertas condiciones que van más allá de la creatividad y el talento, es decir, de una evaluación y un análisis. Es como lo enuncia Irigoyen Castillo (2008), “el diseño es un proceso de conocimiento” (p. 19). El diseño, volviendo al ejercicio de conjuntos, se conforma internamente de un proceso y un método.

El diseño se vale de la inspiración, la intuición,⁵⁵ la imaginación y la creatividad, sin embargo, necesita tomar decisiones respecto a los materiales y las formas, por mencionar ciertos elementos. Una postura que defiende un diseño vacío –donde las decisiones las toma el diseñador basándose únicamente en su libertad creativa– devalúa la pobreza conceptual y disciplinar de la práctica proyectual.

Un método (un proceso) hace al diseño enseñable, asimilable y comunicable, al mismo tiempo que ofrece seriedad a lo que realiza. El diseño no es en definitiva algo que se haga sin pensarse, porque para comenzar a diseñar debe existir un antecedente tipológico –es decir, aquellos objetos confirmados técnica y materialmente que le servirán como referente al diseñador, así como las experiencias propias de éste– de donde surgirá el objeto de diseño.

Cabe decir que este proceso, aun cuando tiene sus fases de realización, no puede tener plena delimitación, ya que se ajusta a los criterios de reflexión del diseñador. No

⁵⁵ Hay que tener cuidado respecto al término intuición, pues por su naturaleza “es una tentadora invitación a ejercer el libre albedrío que supone la intervención indiscriminada de la subjetividad” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 209), es decir, que la intuición no requiere más comprobación que la acción del sujeto. En el diseño la intuición debe ser reconocida a través de su carácter único e individual en cada ejemplo concreto. Por tanto, debe existir un proceso más o menos controlado de sus variables, función que es otorgada al método. La intuición no es un supuesto; es válida porque persuade y prevé.

hay que mal interpretar esta declaración afirmando que el diseño no tiene parámetros rigurosos para conseguir sus fines, sino da cuenta de la lógica particular de la disciplina.

Irigoyen Castillo (2008) dice que el proceso de diseño –el proceso de materialización de objetos, el proceso de organización– se compone de cuatro fases: 1) la prefiguración, donde se asimilan aquellos elementos con los que inicia el proceso, como las ideas y la información previa, y “se busca la identificación plena con lo que podría ser la forma” (p. 120), es decir, esta etapa construye un prototipo formal del objeto; 2) la figuración, donde se hacen analogías, se interpretan imágenes y se definen las partes –se recurre al croquis y al dibujo–,⁵⁶ 3) la configuración, donde el sentido aparece, pues los deseos y objetos adquieren orden lógico, surgen las partes de la cosa y se busca la concreción del objeto de diseño; y 4) la modelización, donde, una vez estructurada la propuesta de diseño, se brindan garantías al objeto para su realización.⁵⁷

Este proceso es de naturaleza flexible, lo que significa que propone un orden lógico el cual puede ser alterado, por lo que no existe una secuencia lineal de integración –el comienzo y el final entre una fase y la siguiente son borrosos–. Es un trabajo reflexivo que camina sobre incertidumbres, pero que no busca eliminarlas.

Este proceso –resultado de un proceso mental, de conocimiento– refiere a las fases previas a su reproducción social (el objeto en uso) y es el campo de racionalización en la práctica profesional de los diseñadores, sin que ninguna etapa sea más importante que otra. En ello radica el valor de la disciplina, no en el resultado.

Kellner (2008) señala que “el proceso de diseño se puede entender como un proceso de concreción creciente” (p. 257), es decir, que en cada paso se obtiene un resultado que servirá para el resto. La autora relata el proceso de la siguiente forma: “Primeramente aparece la pregunta por los fines (aspectos pragmáticos), luego por los contenidos y posibilidades de solución (aspecto semántico) y en la última fase la solución, incluso la elaboración de detalles (aspecto sintáctico)” (Kellner, 2008, p. 257); por tanto, el proceso se resume en el uso, la correspondencia y la coherencia, propios de las tres partes de la semiótica.

⁵⁶ Las técnicas de representación bidimensional, como el dibujo, continúan siendo indispensables para el trabajo del diseñador y son vistas como medios para comunicar el resultado del proceso. Los modelos tridimensionales también funcionan como técnicas de representación, y ambas permiten sintetizar las ideas de toda la actividad proyectual.

⁵⁷ El modelo en el diseño tiene una importancia fundamental ya que conjuga el lenguaje verbal –el lenguaje de la razón– con el de las imágenes. Es el momento de materialización y se hace accesible la realidad del objeto, a pesar de que los materiales o el tamaño puedan cambiar.

Como ya se ha mencionado, el diseño es un proceso que genera conocimiento. En este sentido, siguiendo a Irigoyen Castillo (2008), el proceso de diseño tendrá una relevancia epistemológica. Su conocimiento, sin embargo, tiene posibilidades y límites muy distintos a los de la ciencia: por ejemplo, “el conocimiento en el diseño es inexacto y aproximado porque en esencia es cualitativo” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 244); esto significa que la cualidad no puede ser enteramente objetivada, lo cual no le quita su posibilidad cognoscitiva.⁵⁸

Conocer en diseño se explica de la siguiente manera: a partir de un objeto –la silla de un comedor– se ensayan múltiples evocaciones que ofrecen diversas formas. Luego se rectifican y evalúan esas formas para constituir la forma más adecuada para la función requerida. El objeto resultante se combina con la interpretación que el diseñador tiene del concepto “comer” –para lo que principalmente se usa un comedor– desde la perspectiva del usuario, por lo que el proceso se vuelve más complejo. El proceso concluye cuando el conocimiento en acción, que se obtiene de esta práctica, se empata con el objeto conocido, con lo que el usuario identificará el objeto de diseño.⁵⁹

Ahora, en términos conceptuales, y atendiendo a la intermediación objetual, ¿qué hay en la silla que permita decir que el concepto “diseño” es un proceso? Quizá nada, puesto que la conexión no es clara, pero cuando se observa que esta silla es distinta a otra, cuyas diferencias responden a su materialidad, sus formas y colores, se reconoce que cada silla es una posibilidad, una propuesta de solución, lo cual habla de un proceso hecho objeto.

El complejo proceso de diseño es básicamente la reflexión del esquema estructural del pensamiento del diseñador⁶⁰ y la factibilidad de las formas de los modelos obtenidos. Es una lucha por la congruencia “entre las capacidades de representación de los objetos y el parámetro del potencial de su eficiencia” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 157), es decir,

⁵⁸ “El diseño enfoca al carácter operativo o performativo de los artefactos materiales y semióticos, interpretando la función y la funcionalidad no en términos de eficiencia física como pasa en las ingenierías, sino en términos de comportamiento insertado en una dinámica cultural y social” (Bonsiepe, 2011, p. 2-3), es decir, que en los objetos que produce el diseño –el conocimiento del diseño– importa más su comportamiento en relación con el usuario (si el uso del objeto es el correcto) y no tanto en la relación que el objeto tiene con sus propiedades físicas.

⁵⁹ Esta explicación tiene su fundamento en el idealismo platónico, por lo que es muy difícil que se sostenga en la actualidad, principalmente la parte final donde el conocimiento se reconoce en el objeto. Sin embargo, se rescatan los momentos en el proceso, pues son muy fieles a los que se hacen en diseño.

⁶⁰ Irigoyen Castillo (2008) dice que, desde un punto de vista fisiológico, diseñar forma parte de la facultad de la percepción, la cual se relaciona con una actividad conectada a los dos hemisferios cerebrales. De esta interacción surgen las analogías con las que trabaja el diseño, y a partir de ellas se conforma la facultad de conceptualizar, otro de los ejercicios necesarios en la práctica proyectual.

el diseñador, al ir construyendo distintas propuestas que responden a una problemática, evalúa las características de cada uno y descarta las que no se ajustan a los requerimientos que ha planteado.

La manera en cómo funciona el proceso de conocimiento del diseño se asemeja al que sucede en la configuración de un concepto –hecho hacia una aproximación, nunca a un término unívoco–: se obtiene un conocimiento inacabado. “Así es el proceso de diseño: una especie de remanente de conocimiento que permanentemente estará ahí para ser cubierto. Esta es la certidumbre relativa del diseño y también la base de su perfectibilidad” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 166); esto significa que un objeto particular resultante del proceso no concluye más que en ese proceso, pues adquiere la posibilidad de ser rediseñado.

El lector está analizando ya las características del proceso de diseño, el cual da al diseño su carácter disciplinar y confirma los otros conceptos antes mencionados –la institución, la práctica proyectual, la cultura y el discurso–. El diseño es resultado de un proceso mental, lo que significa que no es un camino vacío, exclusivo de la inspiración, sino propio de la facultad perceptiva e imaginativa con base en la toma de decisiones, y el análisis y evaluación de propuestas. Si bien se afirma que el proceso es flexible y carece de una clara delimitación, esto no le resta rigurosidad ni exactitud a su quehacer, así como tampoco decir que el conocimiento resultante (sus objetos) está inacabado. La importancia de ver al diseño como un proceso es que éste funge como el campo de racionalización de la práctica proyectual: reconocer que el diseño es un proceso lo dota de valor y significado.

f. Los componentes del concepto de diseño

Un concepto precisa tanto de zonas internas que son inseparables entre sí, como de puentes externos que conectan al concepto con otros. Las zonas y los puentes serán los puntos de unión del concepto, y sus componentes tendrán un punto de coincidencia que será el concepto. En este trabajo se abordarán únicamente las zonas internas que, sin restar importancia a los conceptos externos, permiten identificar puntualmente lo que el término significa.

Se expondrán siete componentes que sin ser exclusivos de la práctica o de la concepción del diseño, sí son necesarios para su realización. Estos son la imaginación y

la creatividad, el deseo (y la necesidad), la forma, la función y el espacio, así como la productividad. Este orden –división de cuatro bloques– responde a la manera como el proceso de diseño avanza.

El primer bloque se compone de las herramientas que particularizan el proceso de diseño: la imaginación y la creatividad. Un diseñador tiene que construir una silla de ruedas, ¿qué le ofrece la imaginación para lograr el cometido? Aunque existen objetos de referencia que pertenecen a la categoría “silla de ruedas”, el objeto que el diseñador hará es aún inexistente (Figura 8). La imaginación, facultad perteneciente al pensamiento⁶¹ y mediadora entre los objetos en general y el entendimiento, “es la capacidad de formar imágenes en ausencia del objeto presente” (Noel Lapoujade, 1988, p. 55).⁶² La imaginación no sigue un orden mental, sino que crea un orden propio, que se oculta y que resulta incomprensible para la razón.⁶³

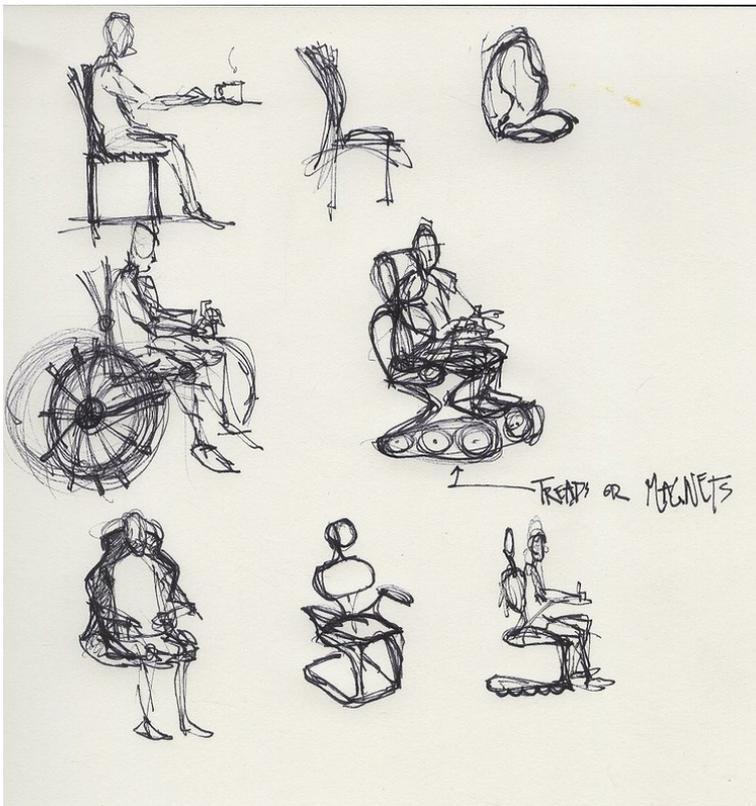


Figura 8. Bocetos de una silla de ruedas, momento en el cual la silla particular aún no existe, pero que toma de lo existente sus formas funcionales. Consbruck (2008).

⁶¹ La imaginación como facultad se compone de cuatro aptitudes: la percepción, que desata “el proceso de las prefiguraciones” –las primeras ideas y la información previa–; la memoria, que reproduce el material que generó la percepción en los distintos momentos del proceso, que son “definidos por las aproximaciones al objeto de diseño”; la inteligencia, que da unidad “a los objetos mediante los mecanismos lógicos” dentro del diseñador; y la sensibilidad intelectual, “que permite experimentar el placer de crear objetos” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 190).

⁶² Esta definición, en esencia cartesiana, debe ser entendida como una propuesta dentro de un amplio cuadro de definiciones; la imaginación es un tema más amplio y complejo de lo que se podría pensar.

⁶³ Es una función “sin la que no podríamos jamás ni en ningún sitio tener conocimiento alguno, pero de la que raras veces tenemos conciencia.” (Citado en Blanco Regueira, 1981, p. 28).

La imaginación es un componente del concepto de diseño, mas no una propiedad exclusiva de las disciplinas creativas. Esta facultad manifiesta una función creadora de conocimiento⁶⁴ –en el sistema kantiano, la imaginación tiene una parte productiva (o espontánea o constructiva), desde la que es posible crear y producir lo que nunca ha visto (conceptualización), pero a partir de lo dado–, la cual se traduce en una necesidad humana por producir y en la “condición indispensable para su realización desde rigurosos términos teóricos” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 185), es decir, sin la imaginación, a partir de una guía pedagógica previamente aprendida, no hay posibilidad de diseñar.

Sin embargo, se ha pensado que la imaginación es una facultad engañosa (que finge e inventa), lo que ha contribuido a quitarle valor a las prácticas que se valen de ella. Pero este argumento ya no se sostiene: la imaginación está ligada a la actividad creadora –que significa que produce–, por lo que pensar que en el diseño no hay productividad porque usa la imaginación –en contraposición con las actividades consideradas “productivas” que no la usan–, es un equívoco.

Es necesario reconocer que el conocimiento obtenido en el diseño, sujeto a la imaginación y a la mera intuición⁶⁵ (elementos indicados como carentes de objetividad y racionalización), no es menor por no apegarse a una comprobación experimental. El valor del diseño está en esa diferencia.

La imaginación está presente en todo el proceso de diseño; y se explica así:

Es un factor potencial de ordenamiento en el desorden o caos de la información inicial que enfrenta el diseñador. (...) Permite en el proceso de diseño la integración de los datos: imágenes, conceptos, ideas, sentimientos, percepciones y sensaciones involucradas. La integración se realiza con la inclusión y guía de

⁶⁴ Irigoyen Castillo (2008) propone “la imaginación creadora” que surge por “el papel de estructuración y de organización perceptual que en el proceso de conocimiento del diseño desempeñan las imágenes” (p. 343); esto significa que la imaginación, desde sus imágenes, tiene la capacidad de crear lo que aún no tiene existencia física.

⁶⁵ Se piensa que el acto creativo está relacionado con una inspiración inconsciente, lo que lleva a señalar que el diseñador tiene momentos de “iluminación repentina”. Sin embargo, de manera hipotética, se afirma que el diseño transita por los niveles intermedios de la conciencia y se manifiesta en periodos que no cumplen con la lógica de ésta. La imaginación, entonces, trabajaría como un proceso que es comparado con los estados entre el sueño y la vigilia plena. Esto no confirma la idea del diseño como una intuición espontánea, sino señala que la actividad proyectual “sucede como consecuencia de acontecimientos mentales conocidos y definibles cuya evidencia tiene lugar en niveles más cercanos al inconsciente que al consciente” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 346); esto significa que el diseño es parte de un proceso mental, pero con una lógica más propia del inconsciente.

ciertos principios o conceptos ordenadores, fundamentalmente derivados de la condición disciplinar del diseñador (Irigoyen Castillo, 2008, p. 187).

Esto significa que la imaginación parte de un objeto inexistente –una silla de ruedas– que se verá concretado en modelos “que operan en forma práctica sobre la realidad de los propios objetos para lograr su materialización” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 189), es decir, que el “nuevo objeto” no nace meramente del proceder imaginativo sino que toma de la realidad ciertos esquemas necesarios para su concreción. He aquí el quehacer del diseño: la libertad de imaginar requiere de la guía cognoscitiva del diseñador para completar el proceso de diseño.

Se podría afirmar que los diseñadores son individuos que se alejan de las formas de opresión y explotación sociales al estimular la imaginación. Esto se justifica por la libertad de pensamiento que se experimenta, sin embargo, no hay que olvidar que el diseño está delimitado por su institución, que lo oprime en función del sistema de producción. La imaginación no podrá pensar de manera distinta a como lo hace; pero esta facultad no hace al diseño, éste requiere de la creatividad.

La creatividad –elemento que en sí mismo ya es indicativo del quehacer proyectual– es el factor que guía a la imaginación en la generación de nuevas ideas. A diferencia de la imaginación que es correspondiente a todos los seres humanos, lo creativo se adhiere a su autor, por lo cual no puede ser atribuido a alguien más.

La silla de ruedas, gracias a la creatividad, puede plegarse para que ocupe poco espacio y está hecha de materiales resistentes pero ligeros. Esto significa que esta habilidad resuelve los problemas de la silla de ruedas a partir del conocimiento de ciertos materiales y sus propiedades. Pero no sólo eso, la creatividad funciona desde una dimensión social, es decir, el conocimiento previo del diseñador que se relaciona con las actividades de otras personas y sus productos.

Aun cuando la creatividad tiene mayor relación con un esquema racional y es reconocida como parte de la cognición humana, al vincularse con la imaginación se le identifica como un aparecer espontáneo. Es decir, se cree que el diseñador tiene en él una especie de “magia creativa” que puede resolver cualquier problemática de diseño. Si bien el diseñador cuenta con esos conocimientos que le son propios, como las expectativas del usuario o la ergonomía, entre otros, es su carácter de “mago” lo que en verdad importa.

Esta visión es preocupante en dos sentidos: porque coloca una habilidad propia del pensamiento como un fenómeno místico, y porque se ha institucionalizado. El saber

hacer del diseñador –la *techné*– es la magia creativa con la que se presenta al campo laboral. Este argumento persiste y da cuenta del problema que existe en el interior de la institución del diseño y su discurso, pues él mismo no desmiente esta posición, al contrario, el diseñador se piensa dueño de ese privilegio creativo mágico.⁶⁶

En conclusión, la imaginación y la creatividad son dos componentes del concepto de diseño porque es gracias a ellas que su proceso –y por tanto su quehacer completo– se lleva a cabo. La actividad proyectual depende de ellas como condición de posibilidad. Pero antes de que la imaginación y la creatividad y todos sus mecanismos se activen, el diseño precisa de un detonante creativo. Este es el deseo (o la necesidad).

El segundo bloque se compone de aquel concepto que explica la disciplina del diseño –su razón de ser–: la necesidad, la cual ha obligado a desarrollar todos los objetos materiales de la cultura. ¿Quién requiere de una silla de ruedas? Un usuario que no puede desplazarse por sí mismo. ¿O tal vez sea mejor decir “desear”? En diseño, la diferencia entre una y otra responde a un discurso productivista –para el deseo– y un discurso humanista –para la necesidad–. En este sentido la necesidad atiende una privación, una carencia, y el deseo busca satisfacer un gusto, un capricho, una “necesidad creada”.

Maldonado (1972) señala, con lo que estoy de acuerdo, que “el diseño es el modo por el cual tratamos de poner en acción la satisfacción de nuestros deseos” (Citado en González Ochoa, 2007, p. 59); esto significa que el diseño refiere al deseo y cuestiona que el hombre realmente tenga necesidades. Siguiendo la idea de un único discurso, pues tanto el productivista como el humanista llegan a lo mismo –el valor de lo comercial–, la necesidad se convierte en deseo al pensar en algo específico. Una silla de ruedas, entonces, pasó de ser una necesidad para alguien que no puede caminar a un deseo de permanecer sentado cómodamente.⁶⁷ La necesidad en el diseño se desvanece y al ser una disciplina proyectual no puede desprenderse del concepto de deseo.

El diseño, entonces, parte del deseo de un usuario potencial. Por ejemplo, un individuo necesita ingresar a la regadera con todo y su silla. A partir de esta realidad, de este deseo, el diseño inicia el proceso para la realización material de una silla de ruedas

⁶⁶ Esto se relaciona con lo que afirma Krippendorff (2016) sobre la imagen ficcional que rodea al diseñador y que es parasitaria para la institución. Ver página 47.

⁶⁷ El diseño de la silla de ruedas no se queda en la satisfacción de la necesidad (desplazarse), sino que debe cubrir una serie de requerimientos que tienen que ver con la salud del usuario, su postura y el peso del objeto, por mencionar algunos. Estos requerimientos, según Rodríguez Morales (2004), son el elemento de mayor importancia del diseño, pues abordan la humanización de las soluciones técnicas, es decir, “la adaptación de las formas a las características antropométricas y ergonómicas del usuario” (p. 57). El objetivo de la humanización es elevar su calidad de vida, lo que no se obtiene en una mera satisfacción de necesidades.

resistente al agua. Esta materialización se relaciona con el tercer bloque de componentes del concepto, y éste se compone a su vez de los tres elementos esenciales que configuran el resultado de la práctica del diseño, estos son el espacio, la forma y la función.

Hablar de espacio puede parecer una obviedad, pues todo acontece en él. La noción de espacio es intuitiva y constituye la condición de posibilidad de la experiencia perceptiva. En diseño, sin embargo, el espacio funciona no sólo como un fondo –un escenario– donde los objetos se presentan con sus características de orden geométrico, también como el lugar que la práctica proyectual produce.

El espacio, dentro de la institución del diseño, es el mediador de las normas del sistema productivo industrial, por lo cual el espacio adquiere una perspectiva más: es un instrumento de dominación. González Ochoa (2007, p. 23-26) lo ejemplifica con la plaza colonial que existe en las principales ciudades latinoamericanas. Aquí el diseño construye un espacio que responde a un mecanismo que posibilita el equilibrio del sistema, pues en él se concentra la mayor actividad social, económica y política de la ciudad. El espacio, que se compone de un kiosco y un parque, o una iglesia, y comercios que los rodean, fue diseñado por un motivo: dominar. Hay detrás de esto un signo de poder, de control.

La construcción del espacio propia de la práctica se hace con base en su forma y en su función. La forma es un atributo que se le da al objeto –al espacio–, es el modo en que se manifiesta la materia. El diseño in-forma, es decir, impone formas a la materia. La forma de la silla de ruedas responde a la figura del hombre (el usuario), por lo cual tiene una altura específica. “Las formas no son ni descubrimientos ni invenciones (...), sino recipientes contruidos de tal manera que quepan en ellos fenómenos” (Flusser, 2002, p. 33); esto significa que el trabajo del diseñador no está en inventar las formas de un objeto, sino en adaptarlas al problema.

Configurar una forma no atiende a un mero capricho estético o comercial, hay algo más en ella. En este sentido, Alexander (1964) señaló que “si la forma representa la solución para el problema de diseño, y viene definida por el contexto, entonces el debate sobre el diseño no incumbe únicamente a la forma, sino también a la unidad de forma y contexto” (Citado en Bürdek, 2005, p. 165); esta aseveración cambia la manera como la forma es concebida, ya que en este “contexto” se incluyen las condiciones que rodean al diseño, además de las exigencias prácticas como la ergonomía, el acabado de los materiales y los bocetos para la construcción. Para una silla de bar, por ejemplo, el contexto abarca la iluminación, los clientes, las bebidas, etcétera. Por tanto, la forma es una función en torno a ciertos requerimientos y se constituye en función del medio.

Sin embargo, es común asociar la forma con una estructura bidimensional o tridimensional atractiva porque sea esto el elemento de mayor relevancia en el diseño. Esta perspectiva limita al diseño a lograr esa forma y reduce la práctica a un mero conocimiento estético. Siguiendo a Vitruvio en su texto *Los diez libros de la arquitectura*, la forma de un objeto tiene tres principios: *Utilitas* (la función), *Firmitas* (el aspecto tecnológico) y *Venustas* (el aspecto expresivo). La forma, entonces, se reconfigura y queda unida a la función del objeto. Rodríguez Morales (2004) expande la visión vitruviana e introduce el aspecto comercial –que se desprende de la Bauhaus– como el cuarto vector que influye directamente en la forma.

La función aquí queda subordinada a la forma, pero esta decisión no refiere a una relación jerárquica, sino únicamente porque la forma es el elemento que más protagonismo tiene en el diseño. La idea de funcionalidad nació con el concepto de racionalidad de la Bauhaus. El término función tiene dos salidas: por un lado señala que algo está adaptado a un fin –los deseos del hombre–, y por el otro es usado para calificar si ese algo está adaptado a una esfera mayor: al orden del discurso institucional.

En este sentido, el algo del que se habla –la silla de ruedas, siguiendo el ejemplo– es funcional porque le sirve al hombre para desplazarse y le proporciona comodidad, pero también es funcional porque la silla se integra a una manera de producción de ese tipo de objetos. Lo funcional cumple su cometido cuando el objeto se realiza al relacionarse con el mundo, cuando se satisfacen, “a través de los productos las necesidades físicas y psíquicas de la población” (Bürdek, 2005, p. 39), es decir, un objeto es funcional cuando cubre las carencias de un problema de la sociedad.

La función y la forma de un objeto hacen a ese objeto. El trabajo del diseñador es crearlo y lograr que ambos elementos satisfagan el deseo de un usuario. La silla de ruedas deberá responder a una correcta interacción con quien la usa y con el espacio construido al que arriba. En este sentido la forma y la función se entrecruzan –aunque son dos formas autónomas, sin que dependan una de la otra necesariamente– y sus límites se hacen invisibles.

Finalmente, el cuarto bloque se compone del elemento que le da al diseño su carácter disciplinario e institucional: la productividad. Una vez que la silla de ruedas se ha hecho y ha resuelto las problemáticas de las que se partió, es necesario colocarla en el sistema comercial imperante. La productividad significa la imposibilidad de pensar fuera del esquema de producción: estandarización, masificación y consumo.

Con todo lo anterior es posible determinar, al ver una silla de ruedas en un aparador, que en ella el concepto de diseño está implícito, pues surgió del deseo de un usuario que el diseñador de la silla –o todo un equipo involucrado– tuvo a bien identificar. Luego, a partir de un proceso guiado por la imaginación y la creatividad, la silla tomó forma y función –por tanto espacialidad–, no sin antes apegarse a un sistema de producción definido que es el que permite que la silla de ruedas pueda ser vista a través de un aparador para su posterior adquisición (Figura 9). Estos componentes ayudan a explicar, desde un objeto, el concepto de diseño.



Figura 9. La silla de ruedas final pasó por todos los componentes del concepto, y responde a un proceso de diseño. Robinson (2014).

D. Hacia la construcción de un concepto de diseño

Se ha mencionado la imposibilidad de obtener un concepto unívoco pues las características de la realidad lo impiden: estamos rodeados de signos y todo el tiempo los estamos interpretando, por lo que no hay límite para lo que un signo puede significar. Un concepto es una representación individual y la relación palabra-cosa una convención. Sin embargo, a pesar de que el significado es inaprehensible, el intento por significar y

generar conceptos es la manera como se interactúa con el mundo para poder interpretarlo.⁶⁸

La solución, ya que el significado nunca se alcanza, es determinar una aproximación del objeto que se quiere definir. Esta aproximación –una analogía– es una figura que tiene semejanza con lo que representa, sin que ello aspire a la exactitud (pero sí al convencimiento). La analogía establece relaciones de semejanza entre las cosas; de esto se desprende que el concepto de diseño se realice a partir de un objeto intermediario (pues *diseño* carece de un “objeto determinado” que se pueda señalar). Irigoyen Castillo (2008) dice al respecto: “en el diseño, la significación se reconoce por la significación de los objetos” (p. 50), es decir, del significado que se le da a un objeto –una silla de ruedas, por ejemplo– depende el significado del concepto “diseño”.

¿Qué es una silla de ruedas? Más allá de lo obvio, se podría decir que es un objeto auxiliar para aquellas personas que no pueden sostenerse en pie y que necesitan desplazarse o ser desplazadas. Es claro que desde esta pregunta las respuestas arrojarían un sin fin de ideas, pero el esfuerzo radica en integrar el concepto de diseño en esta aproximación. Por esto serán pertinentes unas preguntas previas: ¿es una silla de ruedas diseño?, ¿por qué? Con ello la analogía “silla de ruedas” configura una imagen donde el concepto se asoma y se hace presente.

Es adecuado señalar que una silla de ruedas es un objeto de diseño, por tanto, una silla de ruedas es un producto del quehacer diseñístico. “Esto es diseño”, se podría afirmar al observar la silla. Un concepto de diseño, desde la idea de intermediación objetual, refiere que el diseñador tuvo que pensar en cómo se utiliza la silla, cómo se sienta el usuario, qué materiales serán los correctos, cómo se arma, cómo se produce a gran escala. Todos los elementos que permiten la existencia adecuada de un objeto son *diseño*. Entonces, al decir que una silla de ruedas es diseño no se apela únicamente a su materialidad (su forma), sino a su construcción total (su inmaterialidad incluida): desde la idea hasta la solución.

Este esfuerzo requiere del significado conceptual dentro de la institución y del discurso de la práctica. González Ochoa (2007) dice que “los significados no están en los

⁶⁸ Para el caso del concepto de diseño “la filósofa Jane Forsey (...) rechaza la posibilidad de una definición filosófica, o una esencia, (...) con base en que éste es un fenómeno que evoluciona históricamente” (Parsons, 2016, p. 13) [Traducción mía]. Esto significa que el diseño, al ser una práctica en constante evolución, no puede aspirar a obtener una esencia. Sin embargo, esta afirmación no implica que las propiedades esenciales del concepto cambien. Por tal es posible ofrecer una definición a sabiendas que ésta no será definitiva y que tendrá fecha de caducidad.

textos, en las cosas, en lo que estamos analizando, sino que son producidos en o por nosotros al ponernos en contacto con lo sensible, con lo perceptible” (p. 86), y agrega que “los significados (...) surgen en el proceso de lectura de las cosas, las palabras o los objetos” (p. 101). Esto significa que el intérprete obtiene significado de la silla de ruedas al relacionarse con ella. ¿Se puede sacar de ese contacto el concepto de diseño?⁶⁹

Se afirma que la respuesta a esta cuestión es ambivalente. Es negativa en tanto que percibir un par de ruedas, un asiento, un reposa pies y unas manijas no refiere que el diseño intervenga en su materialización, pues esa materialidad es percibida como ya puesta –sin importar su hechura–; y es positiva porque, al ser la silla de ruedas un objeto, cada una de sus partes responde a un proceso: la materialidad es percibida como hecha. El problema de la segunda respuesta es que la aproximación del concepto de diseño –relacionado aquí con la realización del objeto– se ha integrado en la imagen mental de la silla de ruedas, por lo que necesariamente “diseño” debe ser puesto en los objetos para que sea reconocido.

¿Cómo debe ser entendido el diseño? Si bien ya se ha conformado una idea más precisa de lo que es la práctica, hace falta especificar a qué área disciplinar pertenece. El diseño no es una ciencia, sin embargo, toma de ésta la seriedad y el rigor académico.⁷⁰ Se puede decir que el diseño surge del encuentro entre el arte⁷¹ y la técnica (la tecnología) –opuestos para la cultura moderna–, lo cual permite obtener un sentido social para su quehacer al mismo tiempo que busca constantemente el progreso a través de la automatización.

El diseño no debe continuar colocando el acento en la estética y en un formalismo superficial; por este motivo se orienta la práctica a categorías tecnológicas y científico-sociales, las cuales le preceden, le aportan el contexto para su desarrollo y “son realmente

⁶⁹ Se afirma que el concepto de diseño, siguiendo las ideas de González Ochoa (2007), surge en la confrontación entre el sujeto y el objeto, y no como él en sí mismo. Esto significa que el concepto necesita de un objeto para explicarse. Sin embargo, al ser el concepto una propuesta, una concepción individual, los elementos invisibles en el objeto –específicamente el proceso creativo y la imaginación– carecen de importancia. La forma y la función, que sí son visibles, revelan un significado limitado que ha trascendido al campo laboral.

⁷⁰ En este sentido, se ha querido reconocer al diseño como una ciencia de orden distinto a la ciencia experimental. Maser (1972) nombra al diseño “ciencia transclásica” pues recoge elementos de las ciencias formales y de las ciencias humanas –compara, por ejemplo, al diseño con la cibernética pues son ciencias de planificación–. Krippendorff (2016), por su parte, dice que el diseño es una ciencia de segundo orden, la cual deja de comprender objetivamente un artefacto y se detiene en cómo lo entiende e interactúa con él cada usuario.

⁷¹ El diseño no es arte porque, como afirma Erlhoff (1987), “necesita de un fin práctico y lo encuentra ante todo en cuatro requisitos: ser funcional, significativo, concreto y tener un componente social” (Citado en Bürdek, 2005, p. 17); esto significa que el arte no tiene ni aspira a estos elementos, he aquí la diferencia.

el único medio para garantizar la explicación congruente del quehacer del diseño como trabajo productivo, creativo” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 32), es decir, que serán las ciencias como la economía o la psicología las que avalen lo que el diseño realiza.⁷²

El diseño, como una práctica y una disciplina, tiene la responsabilidad de construir una terminología propia y un lenguaje técnico y particular –que deberá combinar el lenguaje de las imágenes con el lenguaje verbal–. González Ochoa (2007) habla de una gramática del diseño, la cual consta del repertorio conceptual del diseñador: las formas y los colores, por ejemplo, se convierten en elementos gramaticales cuando se organizan en ideas, figuras, símbolos, imágenes, etcétera.

Esta construcción del lenguaje da paso a la asignación de sentido de los objetos, pues al hablar de una silla y decir de ella que es elegante, la percepción sobre la materialidad de la silla se modifica. Esta significación que es válida en un tiempo y espacio cultural determinado, y que está detrás de las formas, texturas, colores, de los productos de la práctica proyectual, permite que el diseño sea visto como una práctica que produce sentido.

Siguiendo esta línea argumentativa, el diseño genera un lenguaje del producto que, según Bürdek (2005), “se puede considerar como la aportación disciplinar de la profesión” (p. 176), es decir, lo que la hace distinta y la identifica como diseño. Esta aportación lingüística propia señala que el objeto, resultado de la práctica proyectual, comunica y significa. Bürdek (2005) lo explica con el siguiente ejemplo:

Una silla de oficina debe satisfacer perfectamente las exigencias ergonómicas, pero ha de simbolizar también la posición jerárquica del usuario en la empresa. De este modo existen en el mercado diferentes modelos de sillas de oficina para secretarias, encargados, directivos y jefes. Que estos últimos sean los que realizan un menor trabajo físico, pero sin embargo siempre tengan la silla más cómoda, remite claramente a otras funciones no prácticas del producto. Las sillas no sólo sirven de respaldo al cuerpo, sino que también respaldan la personalidad, el lenguaje corporal, la posición social (p. 130-131).

⁷² González Ochoa (2007) dice que no puede hacerse un estudio de diseño sin apelar a la historia y a la antropología, pues ellas tienen al hombre como objeto de conocimiento, el cual sólo se conoce bajo su relación consigo mismo y sus relaciones con los otros.

Esto es, el diseño expresa más allá de su configuración material (Figura 10). El lenguaje del producto no sólo demuestra la forma de la silla, cómo funciona y de qué materiales está hecha, también informa sobre para quién es y en dónde estará puesta. Y al tratarse de un lenguaje, y por ende de una relación dialógica, se requiere que el receptor –el usuario– comprenda estas características del producto (las visibles y las no explícitas), lo cual exige al emisor –el diseñador– un correcto uso de la comunicación. Irigoyen Castillo (2008) señala que “interrelacionar al sujeto con el objeto es el fin de diseñar” (p. 256), es decir, el diseñador tiene la encomienda de poner el objeto que produce en relación con un sujeto, y que en esa interacción se entienda el mensaje (cómo se usa y que es resultado de un proceso diseñístico).



Figura 10. El lenguaje del diseño es claro en las sillas de una oficina, las cuales no únicamente responden al espacio o la comodidad del usuario, sino también a la jerarquización de la oficina misma. Butler (2017).

Ahora bien, pensando que el diseño es una práctica institucionalizada, con un discurso establecido, con un propósito disciplinar definido –un correcto lenguaje de producto– y que surge del encuentro entre la técnica y el arte, influenciado también por la rigurosidad de la ciencia, ¿se puede concebir un paradigma para la práctica proyectual?

Un paradigma es aquello que permite que una ciencia tenga fundamento, pues con esto su teoría es aceptada –aunque no garantiza que todo el conocimiento sea correcto o verdadero, pues es un consenso, pero sí plantea supuestos básicos en los que descansa la actividad–. González Ochoa (2007) señala que es necesario un paradigma aceptado para siquiera hablar de ciencia; y al mismo tiempo afirma que en las disciplinas del diseño no existe paradigma que fundamente su teoría. Este señalamiento puede parecer agresivo para con el diseño, pues diría que toda la construcción conceptual de la práctica carece de fundamento, sin embargo, no es descabellado.

Si el paradigma es un consenso entre los miembros de la colectividad y es lo que permite que una disciplina esté soportada en un conocimiento, es posible decir, siguiendo a Bürdek (2005), que el diseño sí responde a un hecho paradigmático: el arribo de las ciencias informáticas a la práctica proyectual.⁷³ En este sentido, “nuestro estado de ‘subordinación’ no nos permite elegir si queremos participar en la computerización o no: participamos” (Bürdek, 2005, p. 121), lo cual significa que el diseño gira en torno a las herramientas computacionales, pero no vistas como medios para diseñar sino como elementos esenciales para poder realizar el quehacer diseñístico.

Se invita ahora al lector a realizar una síntesis de todo lo visto hasta ahora, con la finalidad de obtener un concepto del diseño. ¿Qué es el diseño?, es la pregunta que se pretende responder, y esa respuesta será nombrada concepto. Un concepto es una expresión de lo que una cosa *es* –el concepto tiene en sí mismo la forma abstraída del objeto que significa–; es la manera como nos acercamos a los objetos para conocerlos; no es conclusivo y cambiará de acuerdo a la perspectiva de quien lo interpreta.

El concepto “diseño” se adecúa a estas características generales, sin embargo, no es posible determinar cuál es el objeto del que parte; en este sentido se observa que su objeto es el uso previo que otros le dan (otros “conceptos” de diseño), y se afirma como necesario tener un objeto físico –como una silla– para explicar el concepto por medio de una intermediación objetual: la silla ofrece a “diseño” un ente real y lo explica a partir de

⁷³ El nuevo paradigma se completa con los fenómenos contextuales que irrumpen desde la práctica hacia la teoría: la industrialización desmedida, las nuevas tecnologías y la tecnificación de la práctica.

él. Se entiende entonces que el concepto tiene la imposibilidad de definirse desde sí mismo. Finalmente, sólo se puede aspirar a obtener una concepción, una idea subjetiva, una hipótesis conceptual, una aproximación sobre lo que es “diseño”.

Ahora bien, ¿cómo entender al diseño? Se ha mencionado que el concepto debe ser visto desde cinco perspectivas: como institución –lo que significa que parte de una regulación y un orden establecido–, como práctica proyectual –es decir, que es una disciplina que coordina el proceso de realización de un objeto–, como cultura –lo que significa que los objetos que el diseño produce forman parte de los objetos propios de la cultura–, como discurso –el cual está en construcción y refiere a las acciones que permiten que la práctica esté regulada y legitimada, respondiendo a un sistema de valor de cambio– y como proceso –propio de la facultad perceptiva, lo que da al diseño su carácter disciplinar y racionaliza su práctica.

El diseño surge en la Bauhaus, quien lo dota de las características mencionadas, a partir del uso de maquinaria y la producción masiva de objetos. Además la actividad proyectual ordenó y configuró el consumo, el proceso de trabajo y la estética, propios del ejercicio disciplinar. Esto permite decir que el profesional del diseño tiene un conocimiento exclusivo, el cual es aprendido, que tiene que ver con la forma y la función de los objetos.

Finalmente, el concepto requiere de componentes internos que lo identifican y que lo hacen ser ese concepto y no otro. En el caso de “diseño” se afirma que su estructura interna se vale de siete componentes –la imaginación, la creatividad, el deseo, el espacio, la forma, la función y la productividad– que se hacen necesarios para poder hablar de la práctica proyectual.

Una vez que se ha afianzado la práctica a partir de su concepto –llamo concepto a toda la revisión hecha en el primer capítulo–, se requiere de un espacio dónde desenvolverse, es decir, la práctica se convierte en campo. El campo –donde se pone en acción la disciplina– es la relevancia filosófica del diseño, pues es aquí donde los objetos y los espacios se materializan. En este sentido, el lector debe entender al diseño como la suma de todas las concepciones y los componentes antes revisados, pero sobre todo que el diseño es una expresión de la cultura y, por tal, agente y creador de la misma, a través de la materialidad e inmaterialidad que desarrolla.

Es relevante el diseño para la filosofía, desde su campo de trabajo, porque a través de lo que produce, conforma (diseña) individuos y hace cultura. El diseño como cultura, como ya se ha mencionado, son las representaciones propias de la disciplina (espacios y objetos, principalmente) hechas para el hombre, pero conformadas desde un convenio social previo, lo cual les otorga valor. El campo, entonces, es el lugar previo a la conformación de la cultura viva, pero donde se planea la cultura desde su proceso: la ideación conceptual hasta la plasmación física. A continuación se explica el campo desde la propuesta bourdeana.

A. El campo laboral

Una práctica es, por ejemplo, la profesión que alguien elige. Es decir, en esa elección, los agentes⁷⁴ presentan ciertos comportamientos que constituyen estilos de vida y estrategias que hablan de esa profesión. El diseño, entonces, es una práctica definida por los objetos que produce, pero también por los miembros de su colectividad que comparten formas de trabajo y de pensamiento. Ahora bien, una práctica para Bourdieu (2003) es la suma del campo más el producto resultante del capital y el *habitus* –[(*habitus*)(capital)] + campo = práctica–. Antes de llegar al campo se explicarán los otros dos elementos para completar la fórmula y aplicarla al diseño.

El capital puede ser entendido, en términos económicos, como aquellas acciones o instrumentos de las que se vale el individuo para producir un bien: el capital se compone de las máquinas, la materia prima, el trabajo, y en función a esto se pueden crear

⁷⁴ En términos de Bourdieu, un agente refiere a los individuos en general.

beneficios para el dueño de ese capital. Bourdieu lo entiende como la energía social de que disponen los agentes, por lo que no es sólo un término económico, sino también cultural y social –lo es entonces, el dinero, las competencias culturales y los títulos académicos, pero también las relaciones sociales de pertenencia–. El diseñador tendrá el capital requerido que lo identificará como tal, y con base en ello podrá utilizar las herramientas y los conocimientos propios de su disciplina para ser además un diseñador competente.

El *habitus* “es el conjunto de principios o esquemas de formas de pensar, obrar y sentir propios de una determinada posición en la estructura social” (Martínez García, 2017, p. 6), es decir, es el pensamiento del diseñador relacionado con su práctica y con su experiencia de vida. Estos esquemas suceden en el interior del individuo y engendran sus productos: pensamientos, percepciones y acciones características de una cultura –es decir, el entorno social, el económico y el cultural, así como su experiencia propia y sus relaciones con las instituciones y con otros individuos–. El *habitus* es eso característico, esa peculiaridad que hace al agente distinto, pero al mismo tiempo inserto en un modo de proceder inculcado “por el origen y la trayectoria sociales” (Martínez García, 2017, p. 2), es decir, hecho por la posición en la que se desenvuelve. El *habitus* es el conjunto de todo ese sistema que conforma al individuo, lo modela y lo hace comportarse desde un patrón. Y aun cuando ese fondo social lo contiene y lo limita, el sujeto es capaz de tomar decisiones libremente, y esto también es parte del *habitus*.⁷⁵

El diseñador, como se ha mencionado, cuenta con el capital necesario para ejercer el quehacer diseñístico. Pero también cuenta con el *habitus*, eso que le permite pensar y actuar conforme a su relación con el entorno que lo construye. Hay que decir entonces que no es posible “suponer que todos los practicantes de [cualquier práctica] atribuyen el mismo sentido a su práctica o incluso suponer que practican [...] la misma práctica” (Bourdieu, 2003, p. 208); esto es, el diseño tendrá distintos significados para cada diseñador, pues éste no tendrá los mismos conocimientos para atacar los problemas propios de su práctica –se asocia el capital con las herramientas técnicas del diseñador–, ni los mismos pensamientos y herramientas de reflexión que otros.

El *habitus* del diseñador se compone de ciertos objetos que domina y que son el sustento de sus investigaciones como la elaboración de conceptos formales, el concepto de espacio, de estructura, el vínculo relacional entre fenómenos sociales y la práctica del

⁷⁵ Los agentes aprehenden los objetos a través de los esquemas de percepción y de apreciación de su *habitus*.

diseño, así como entender la lógica del pensamiento del diseño. El *habitus* entonces, justifica y valida el ejercicio del diseño, pues surge de experiencias objetivas y concretas de su dominio. El *habitus* del diseñador es visible cuando éste, conforme aprende su disciplina, adquiere habilidades que se traducen en hábitos que le posibilitan trabajar con facilidad, presteza y control.

El diseño hoy en día adquiere un papel estratégico, lo cual rompe con la visión mecanicista de la práctica proyectual y le implica un saber –y esto lo coloca en relación con el *habitus*–.⁷⁶ Bourdieu “utiliza la metáfora de los ‘juegos de cartas’ (...) en los cuales para ganar la partida no basta con buenas cartas (capital), sino que hay que saber jugar, tener el sentido práctico que da el *habitus*” (Martínez García, 2017, p. 4); esto significa que para realizar correctamente el quehacer diseñístico se requiere no sólo de medios y herramientas para su desarrollo, sino que hay que saber utilizarlos y manipularlos estratégicamente.

El *habitus*, que es transmitido familiar e institucionalmente, es transferible ya que se presenta en los distintos campos en los que tenga participación, y es duradero pues incluso si las condiciones sociales se modifican, éste opera como lo hacía. Esta última característica permite hablar del *habitus* como una estructura estructurada, por la posición del agente según sus recursos materiales y simbólicos, y es también estructurante en cuanto al conjunto de prácticas que produce, que guardan relación igualmente estructural entre ellas.

Con la terminología abordada hasta aquí se puede señalar que:

El capital conforma las bases sociales de las prácticas. El *habitus* es el conjunto de disposiciones por las cuales los individuos producen y reproducen esa estructura social, equivale a un mecanismo mediador entre la estructura y la práctica, que, obedeciendo a unos pocos principios, es capaz de afrontar infinitas situaciones (...) Las prácticas son las acciones de los individuos, cuyo sentido está dado por su relación con las otras prácticas, asociadas a distintas posiciones sociales (Martínez García, 2017, p. 6).

⁷⁶ Este saber significa “la capacidad de diferenciar y de apreciar [las] prácticas y [sus] productos (gusto)” (Bourdieu, 2003, p. 169-170), es decir, el *habitus* permite generar un nivel de gusto (qué es buen diseño y qué no lo es) más reflexivo y crítico.

Esto significa que la práctica del diseño tiene al capital como aquel que la compone socialmente y al *habitus* como el mecanismo que la pone en marcha, y el sentido que la práctica adquiere está en relación con otras prácticas compuestas de su capital y *habitus* propios.

El campo, finalmente, “es el conjunto de relaciones sociales que se establecen cuando los distintos agentes luchan y cooperan entre ellos por apropiarse de recursos escasos, ya sean materiales o simbólicos, que son valorados entre los participantes en el campo” (Martínez García, 2017, p. 6), es decir, el campo es donde, en el caso del diseño, los diseñadores ejercen sus capacidades y conjuntan sus conocimientos para hacer lo que saben hacer: diseñar.

En el campo es el capital lo que está más valorado, pues es en ese capital donde se concentran todos los conocimientos tácitos que tienen los miembros del campo. Asimismo, el capital influye en los agentes pues él crea el *habitus*, por lo tanto las distintas prácticas estarán en función del capital. Esta afirmación es interesante pues devela el estado que pueda tener la práctica: se afirma que el capital es el conjunto de herramientas técnicas que tiene un campo; luego el *habitus* es el conjunto de herramientas reflexivas con las que cuenta el individuo; si el capital construye el *habitus*, entonces la práctica depende del capital, de esas herramientas técnicas. La práctica forma parte de una fórmula en la que cada elemento tiene su lugar y por tanto ninguno sobra, sin embargo, que el capital sea más relevante que el *habitus* hace que el campo, y por tanto la práctica, se incline hacia la parte técnica del quehacer.

Esto no le quita al *habitus* su fuerza discursiva. El *habitus* es una disposición y no una mera costumbre. En este sentido, los comportamientos producidos por el *habitus* configuran el campo y cómo funciona –es lo que produce el sentido a la práctica–. Lo que hace distinto a una práctica es cuando el *habitus* –que puede nombrarse también como capital incorporado, es decir, las propiedades biológico-sociales que el agente carga consigo– y el capital (objetivado) adquieren forma en un campo específico; es cuando, en el caso de la práctica proyectual, el diseñador se hace dueño de su quehacer.

Se afirma que el campo es reconocido como tal “por sus luchas internas, que están determinadas a su vez por su historia, por las autoridades que se han establecido a su interior, las cuales a su vez determinan el sistema de las disposiciones de los agentes que buscan obtener legitimidad dentro del campo con sus prácticas” (Tapia Mendoza, 2017c, p. 151), es decir, el campo es el espacio donde se ejerce la práctica, determinada por la experiencia y por la colectividad que la sostiene y la legitima. Estas “disposiciones de los

agentes” son el *habitus*, lo “que implica la incorporación de un capital simbólico dispuesto a manifestarse y el cual regula las normas de la pertenencia al campo pero también las sanciones que otros campos hacen respecto a un ámbito que se pretende autónomo, pertinente y relevante” (Tapia Mendoza, 2017c, p. 151); esto significa que el *habitus* funciona como un agente regulador tanto para los miembros del campo como para los externos.

El *habitus*, tan importante como cualquier otro elemento en la fórmula, se compone de “las disposiciones metodológicas, los temas de estudio, las líneas de investigación, los puntos de partida profesionales” (Tapia Mendoza, 2017c, p. 151), es decir, el *habitus* marca los límites del reconocimiento social de la práctica. Cada elemento del esquema bourdeano tiene importancia y repercute de cierta manera en la práctica, pero sobre todo es un esquema indivisible.

Desde esta terminología se aborda el problema del campo del diseño sin antes señalar ciertas peculiaridades: 1) no hay que olvidar que el *habitus* se produce por la posición social del agente; 2) si el campo se mantiene sin cambios, el *habitus* se limita a su reproducción –pienso que es éste el estado en el que se encuentra el diseño–; 3) aunque el *habitus* es lo propio en el individuo (y es quien determina cómo funciona el campo), es el capital, acumulado por la profesión, lo que se relaciona con el supuesto desfase entre el trabajo académico y el trabajo laboral; y 4) la legitimidad del campo responderá a una recomposición en los cimientos de la disciplina, para que el discurso y el campo sean compatibles con la diversidad social y económica propias del país.⁷⁷

Ahora bien, la fórmula de Bourdieu se completa con la necesidad de un método que si bien está dentro del esquema, es pertinente hacerlo explícito. En el caso del diseño, el método sólo estará incorporado al diseñador “cuando se cuenta con elementos para razonar dentro de un ámbito proyectual enfocado en la producción” (Citado en Tapia Mendoza, 2017b, p. 101); esto significa que el método en diseño, aun cuando se piensa que es hecho a un lado en su campo, está inserto por descontado, ya que su integración

⁷⁷ Bourdieu (2002) señala que “la existencia de lo que se llama legitimidad cultural consiste en que todo individuo, lo quiera o no, lo admita o no, es y se sabe colocado en el campo de aplicación de un sistema de reglas que permiten calificar y jerarquizar su comportamiento bajo la relación de la cultura” (Citado en Cabrera Gutiérrez, 2016, p. 46), esto es, la legitimidad de una disciplina proviene de su campo de acción, el cual la provee de una regulación para determinar cómo se está ejerciendo su quehacer a nivel cultural. En este sentido, se afirma que el sistema de reglas que se menciona difiere del aprendizaje durante la formación del diseñador –no hay correspondencia–, por tanto la legitimidad (la consagración cultural) es puesta en duda.

en la producción es lo que lo reconoce como campo laboral activo. La idea de un método para la práctica confirma que diseñar va más allá de tener la idea o el objeto configurado en la mente, también requiere saber cómo se fabricará y venderá.⁷⁸

Sin embargo, hay un problema con este método –y por consiguiente con el funcionamiento del campo– y es visible desde dos puntos de vista: por un lado, se pone en duda el grado de reflexión que un diseñador tiene en su campo, pues se hace el supuesto de que el trabajo que realiza es mayormente mecánico; y por otro lado, cuando el diseñador se incorpora al campo, el método que ha aprendido en la escuela no corresponde a la realidad laboral a la que arriba, por tanto es inútil.

El campo del diseño se apoya en un método enfocado en la informática y el diseño de software. Gracias al empleo de nuevas tecnologías –como el diseño asistido por computadora (o CAD por sus siglas en inglés)–, la relación entre el proyecto y la producción es directa –además que beneficia al funcionamiento del sistema y de la institución del diseño–. Esto posibilitó el cambio de paradigma,⁷⁹ lo cual derivó en un método (o métodos) relegado a la técnica, donde las herramientas importan más que los procedimientos para obtener un resultado de diseño. El problema es que al método del diseño le falta rigor y hay una desconexión entre concepto-campo. El campo ha constituido sus propios métodos, y hay uno que destaca: el Design Thinking, el pensamiento de diseño.

Este método plantea que, a diferencia del resto de profesionales, los diseñadores piensan de una manera particular. El pensamiento de diseño “surge de un estado de perplejidad, esto es, de querer hacer algo y no saber, en principio, cómo hacerlo” (Citado en Rivera Díaz, 2017b, p. 35), es decir, pensar implica la deliberación entre diversas opciones y actuar según convenga a una situación específica. Hay en el diseño un pensamiento práctico –*techné*–: alcanzar un objetivo con base en un plan. Pero este pensamiento se aprende: “se adquiere por una mezcla compleja de vivencias repetidas, por la copia de modelos, por el estudio de la disciplina pero, sobre todo, por la teorización” (Citado en Rivera Díaz, 2017b, p. 37); esto significa que el pensamiento práctico, de diseño, sí es una forma de pensar específica. Manzini (2015) dirá que, si bien

⁷⁸ Los métodos que se dan en las escuelas de diseño son lo que posibilitan reconocer al diseño como instrumento esencial en la competencia por el mercado, y además le otorga estabilidad a la disciplina.

⁷⁹ Se afirma que el cambio de perspectiva ha convertido al diseño en lo que es actualmente, es decir, un campo laboral con inclinación hacia el uso desmedido de herramientas computacionales. Las nuevas tecnologías son un medio para la transformación de la tradición, y por consiguiente para la transformación de la disciplina.

hay pensamiento propio del diseño,⁸⁰ éste no es exclusivo del profesional, sino de toda la especie humana.

El Design Thinking (DT) es un método que se inspira en el modo creativo en el que opera el diseñador profesional para obtener un beneficio económico, y se compone de cinco etapas –empatía, definición, ideación, prototipos y evaluación–. El DT es “una disciplina que usa los métodos y la sensibilidad del diseñador para que las necesidades de la gente coincidan con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia de negocios viable puede convertir en valor para el cliente y en una oportunidad comercial” (Citado en Villalobos Saldaña, 2017c, p. 119).

El DT es un proceso iterativo, característica del método de diseño en general. Su objetivo, desde el punto de vista empresarial y del mercado –el punto de vista propio del campo laboral–, es la innovación⁸¹ y la competitividad. El DT, entonces, es “un tipo de práctica especializada en la administración del diseño enfocada a la innovación radical en contextos complejos de prácticas emergentes” (Torres Maya, 2017b, p. 60), es decir, que le interesa potencializar el diseño no sólo con su resultado material sino también con alcanzar la innovación y con la buena administración.

Sin embargo, hay una gran crítica a este método desde la propia colectividad. Se considera que el DT es un método de poca profundidad –presupone datos, anula otras perspectivas de mayor tradición investigadora (como la historia o la antropología), sus fases atienden al ritmo de trabajo requerido–. Antonelli (2015) señala que el DT se ha convertido en un término común usado como “synonym for ‘design’. People think they’re talking about design, but they’re not”⁸² (Kirkpatrick, 2015, p. 31). El diseño y el Design Thinking son dos cosas separadas: el primero requiere de práctica y estudio, y el segundo hace creer que se está haciendo diseño por pensar como él (Figura 11). Esas diferencias hacen suponer que este “pensamiento de diseño” es más un invento –o una estrategia del campo– que un hecho.

⁸⁰ El modo característico del diseño es la combinación de tres capacidades humanas: “sentido crítico (capacidad de ver el estado de las cosas y reconocer lo que no puede o no debe ser aceptable), creatividad (capacidad de imaginar algo que todavía no existe) y sentido práctico (capacidad de reconocer procedimientos viables para conseguir que algo suceda)” (Manzini, 2015, p. 40).

⁸¹ “Una innovación es la aplicación de una invención que es económicamente viable” (Martínez de la Peña, 2017a, p. 188), es decir, es el desarrollo de una solución que toma en cuenta la factibilidad del negocio. Las empresas que tienen a la innovación como estandarte han creado e implementado métodos que responden a sus maneras de trabajo. Se puede agrupar a éstos con el nombre de “metodologías ágiles,” las cuales refieren a un estado constante de evolución y al trabajo en equipos multidisciplinarios.

⁸² “Sinónimo para ‘design’. Las personas piensan que están hablando de diseño, pero no es así”. Traducción mía.



Figura 11. Resultado de una lluvia de ideas (brainstorming) en el proceso de ideación, el Design Thinking es asociado a los Post-it como si éstos fueran parte de las herramientas de trabajo del método. Al respecto, Antonelli (2015) señala: “putting lots of Post-it notes on the wall is not going to make you a designer” (Kirkpatrick, 2015, p. 31); este ejercicio es identificativo del método, pero hacerlo no tiene relación con la práctica proyectual. Cukier (2011).

Métodos como el DT observan al diseño no como una estrategia sino como un valor agregado. Bonsiepe (2011) dirá que “el diseño no es en términos filosóficos un *accidens*. No se puede agregarlo a nada, pues está intrínseco a cada artefacto. Es *essentia*” (p. 4), es decir, el diseño, aunque no sea reconocido, está en cada objeto con el que se interactúa, por tal no puede estar “accidentalmente”. Además, a pesar de que el campo laboral se ha esforzado por crear métodos que sean funcionales, sus resultados no han permitido legitimar la disciplina. Se concluye que los métodos transmitidos a los diseñadores formados y a quienes laboran en el campo tienen en común no poder justificar el quehacer diseñístico.

Siguiendo la fórmula bourdeana, no será necesario que el campo tenga un método específico, dado al diseñador que labora en él; el diseñador ya tiene incorporado desde su formación el método. Rivera Díaz (2017a) incluso afirma que en el diseño no existe algo como un método. Este señalamiento podría contradecir lo antes mencionado, sin embargo, confirma la lógica del diseño: el diseñador no piensa deductivamente y no usa un método, pero actúa con base en reglas del pensamiento y tiene un proceder metódico. Y es que el campo, a pesar de tener una guía, trabaja con tiempos específicos, hay una “necesidad de obtener soluciones rápidas”, a diferencia del método que “tiende a requerir de lapsos más extensos” (Rodríguez Morales, 2017, p. 146). En conclusión, el método en el campo laboral del diseño es necesario, pero no representa una diferenciación

significativa. Quizá la idea de un método sea insostenible para la práctica proyectual y existan muchos métodos en un mismo espacio de trabajo, como lo señala López-León (2017b): “por muy riguroso que sea tanto el método como la forma en la que éste se aplique, difícilmente dos personas distintas llegarán a obtener los mismos resultados, como sucedería en las ciencias exactas” (p. 75).

B. El campo del diseño

El antecedente del campo del diseño, conformado como está hoy día, es el artesanado. La Bauhaus creó un nuevo perfil profesional a partir de sus postulados, lo que permitió que el tradicional artesano se convirtiera en el diseñador como se entiende hoy día –esto es, en comunión con las máquinas y el sistema de producción–. En este sentido, es posible decir que una de las leyes que rige al campo de diseño es el sistema de relaciones establecido por la producción y circulación de los objetos de diseño. El diseñador, entonces, una vez en su campo, estará condicionado y suscrito al sistema capitalista sin posibilidad de emancipación.⁸³

El campo del diseño en México tiene sus peculiaridades. Es posible decir que el ejercicio de esta práctica comenzó a finales del siglo XIX en San Luis Potosí. El empresario Jorge Unna reprodujo diseños europeos y los vendía en lugares como El Palacio de Hierro por medio de anuncios en periódicos y revistas. Hay que recordar que la producción de objetos antes de este hecho era artesanal. Ya en el siglo XX durante el período revolucionario, las empresas que producían mobiliario o insumos para la construcción evolucionaron y se adaptaron a las políticas económicas que imponía cada gobierno.

Los intereses económicos del país, los cuales se han mantenido hasta la época actual, responden a un eje técnico compuesto por la extracción de recursos estratégicos como el petróleo, la industria textil, la cervecera, las productoras de acero y de cemento. Bonsiepe (2011) identifica a México como un país de la periferia, el cual tiene como función principal la exportación de *commodities* (recursos naturales no elaborados, que

⁸³ Sin embargo, Bonsiepe (2011) piensa que, a pesar de que las maneras del sistema mercantil sean de una fuerza aplastante, no significa que se deba imponer como la única realidad. El diseño, en este sentido, necesita tomar otros caminos que le exigen cambiar drásticamente el “paradigma dominante de producción y consumo” (Bonsiepe, 2011, p. 6). Un ejemplo de estas otras realidades es el desarrollo de productos de circuito cerrado (*closed-loop design*), donde los materiales utilizados tienen un proceso de reutilización infinito. Esto en favor de una economía circular (*circular economy*), en la cual los desechos no son concebidos.

no tienen un componente proyectual). En este sentido, la economía mexicana se desarrolla desde el comercio de estas actividades, “es decir nuestra cultura no está orientada a la producción sino a la comercialización” (Torres Maya, 2017a, p. 162).

Lo anterior pone de manifiesto las características que tiene el campo del diseño en México, el cual está fuera del sistema de producción al que se somete la práctica. Por esto es posible hablar de una “*no posición* del diseño como eje de la economía de nuestro país” (Esqueda Atayde, 2017, p. 123). Esto es revelador pues se afirma el estado de incertidumbre en el que se encuentra el diseño, no sólo en México sino en todos aquellos países no industrializados.

A la pregunta ¿cómo es posible el diseño en un país sin industria?, se puede responder que el diseño sirve como una herramienta meramente reproductiva, lo cual plantea dos cuestiones: por un lado determinar si eso sigue siendo diseño aun cuando el propósito de la práctica no se cumple y por otro lado reconocer que si bien la práctica carece del sustento industrial, no se le puede juzgar desde ese contexto.⁸⁴

Se hace la suposición de que el diseño, en un campo no industrial, funciona. De alguna manera el diseñador acepta su condición de técnico y reproductor por sobre la de coordinador, estratega o investigador. Sin embargo, esta adaptación del ejercicio de diseño a las características del país no significa reconocer que el diseño se amolda a las particularidades del campo, al contrario, este ajuste que hace la práctica afirma que el diseño en México es una mera decoración y un agregado secundario. Esta realidad, en la que el diseño no es una necesidad, se enmarca en una desigualdad laboral, con pocos casos de éxito y trabajos mal pagados o fuera del campo.

Manzini (2015) dirá al respecto que, a pesar de que el diseño es una capacidad humana, éste depende del contexto en el que se actúa, es decir, si las condiciones del país y del campo son las antes mencionadas donde el diseño no está encaminado y estimulado hacia una relevancia profesional, la capacidad se verá bloqueada y se desviará hacia direcciones poco correctas (como las de la mera reproducción), preservando así un modo convencional y tradicional de hacer diseño sin posibilidad de criticarlo.⁸⁵

⁸⁴ En este sentido, Irigoyen Castillo (2008) afirma que “el campo del diseño es el mismo campo de la mercadotecnia, donde se gesta, produce, distribuye, circula y consume todo lo diseñado” (p. 214); esto significa que el diseño, como la mercadotecnia, tendrá como objeto mejorar la comercialización de un producto, sin ninguna intención proyectual.

⁸⁵ Este modo tradicional de ejercer el diseño tiene que ver con la búsqueda por la visibilidad. La razón de esta crisis en la práctica, dice Manzini (2015), es que el diseño se ha reducido “a los restringidos límites del ‘lujo’ (...) (con el resultado deplorable de que lleva a mucha gente a pensar que el diseño es solo eso: algo que produce rarezas banales y artículos de lujo para los pocos que puedan pagarlos)” (p. 54); esto

Este panorama poco alentador del diseño en México hace cuestionar su marco semántico. Lakoff (2014) utiliza este término *–frame semantics–* para señalar que toda práctica estará definida y puesta en la mente de los individuos gracias a los marcos en los que se desarrolla. “Los marcos son la forma en que un aspecto de la actividad misma está organizada” (Esqueda Atayde, 2017, p. 124), es decir, los marcos semánticos dan estructura a la manera como conoce la realidad el ser humano. El marco semántico del diseño en México, que acota en su mayoría las acciones relacionadas con la práctica proyectual, incluye a:

Actores: Diseñador y cliente.

Actos: el cliente demanda un objeto de diseño; diseñador: diseña un objeto (real o virtual).

Los instrumentos de diseño: programas de cómputo, utensilios para diseñar.

Producto: objeto diseñado.

Propósito: que el cliente quede satisfecho (Esqueda Atayde, 2017, p. 125).

Este marco permite saber el funcionamiento general del campo del diseño. Si se piensa que así está puesto en la mente de cualquier individuo, quien contrata el trabajo de un diseñador sabe que requiere de él “un objeto de diseño (real o virtual)”, y el diseñador, por su parte, sabe que su deber es satisfacer al cliente al hacer el diseño de un objeto, para lo cual precisa del uso de “programas de cómputo y de utensilios para diseñar”.⁸⁶

El problema de este marco es su superficialidad extendida. Se entiende que para llegar a un producto de diseño se requiere únicamente del diseñador, que quién sabe de qué manera lo hace –lo cual, al parecer, es irrelevante–, pero que él por ser diseñador lo puede hacer. El cliente no necesita más que pedirlo y el diseñador se lo dará. Lo desafortunado, si aún no es claro para el lector, es que el campo de la práctica proyectual, sabiendo que detrás de una demanda de diseño tiene que haber necesariamente un aprendizaje teórico –conocimiento que adquiere en su formación–, responde a este marco

significa que, al querer el diseñador ser reconocido, produce objetos llamativos pero difíciles de adquirir, pues son considerados de lujo, lo cual lleva a malinterpretar el quehacer de la práctica.

⁸⁶ Las partes de “actos” y de “instrumentos de diseño” del marco semántico son en las que más cuidado hay que tener. Las presentaciones de proyectos que utilizan *renders* –imágenes fotorrealistas–, donde el objeto deja de imaginarse y se materializa virtualmente, no son más que un apoyo en el proceso de diseño, pero frecuentemente le dan al cliente un concepto erróneo de la disciplina. Estas representaciones de los objetos engañan porque se cree que el diseño es eso, ese *render*, y se olvidan los contenidos funcionales, estructurales y simbólicos que no pueden ponerse ahí.

y lidia con esa realidad heredada. Porque ¿de dónde proviene este *frame semantics* si no del diseño mismo y de su discurso que lo ha generado?

¿Qué se puede hacer? El marco debe ser repensado y reestructurado en el ámbito académico. Algunos cambios sugeridos son: agregar en “actores” al usuario –pensando que éste es distinto a “cliente”–, así como a otros profesionales requeridos según el proyecto; decir que el pensamiento práctico –la *techné*– es también un instrumento de diseño, lo cual da la idea de un proceso previo, y permanente, a la utilización de programas computacionales.

Es interesante cómo estos instrumentos, arraigados ya dentro del marco y por ende en la mente de las personas, han cambiado el modo de percibir el quehacer diseñístico – que es otro dentro del concepto–. Se recordará, siguiendo la teoría de los campos de Bourdieu, que al cambiar el campo el *habitus* produce nuevas prácticas y se enfoca en aprenderlas. Este cambio sucedió aproximadamente en la década de los ochenta del siglo pasado, por lo que hoy en día el campo del diseño se mantiene sin novedad y el *habitus* se dedica únicamente a su reproducción.

Este paradigma ha traído consecuencias para la práctica del diseño. Primero, el diseño responde a la urgencia del campo: las herramientas computacionales permiten que el trabajo sea aún más estandarizado y más rápido.⁸⁷ Éstas forman parte esencial del proceso de diseño –el uso de estos instrumentos se hace en la fase de figuración y configuración, o en una etapa creativa o de ideación, posterior a una de investigación y anterior a una de producción–. Segundo, y reafirmando esta idea, el conocimiento y el manejo de dichas herramientas dependen del proceso. Aquellos que piensan que un uso experto de éstas los hace ser diseñadores necesitan reconocer que el diseño se construye en el proceso y no en el mero hacer técnico. “La utilización de herramientas rápidas sin una aplicación rigurosa y sin un proceso reflexivo profundo en realidad produce una degradación de esta fase” (Martínez de la Peña, 2017c, p. 136), y de toda la disciplina.

Desafortunadamente el campo sólo se ha interesado por la primera consecuencia. El problema aquí es que la realidad laboral es limitada en comparación con las posibilidades de la práctica. En este sentido, sin que esto signifique una peculiaridad exclusiva a esta disciplina, se afirma que el diseño del campo difiere del diseño conceptual (el de la formación). El discurso del campo de diseño ha olvidado el valor

⁸⁷ Sin embargo, al tiempo que se favorece la empresa o la industria, el diseño se vuelve dependiente de estos instrumentos en lugar de auxiliarse de ellos. Justamente esa angustia por las necesidades de tecnificación impide cuestionar el valor de las herramientas en la actividad proyectual.

cultural del producto (su relevancia filosófica) y ha engrandecido el valor de uso; además su concepto de la práctica se afirma sobre la habilidad técnica y estilística, con lo que el diseño es considerado una actividad instrumental más que intelectual.⁸⁸ Se observa, entonces, que existen dos discursos del diseño: el del concepto y el del campo, y por tal dos diseñadores (esto se aborda en el siguiente capítulo).

La posición en que dicha situación coloca al diseñador es de vulnerabilidad, confusión y pone en duda la práctica misma. El aprendizaje del diseñador respecto a su práctica no le posibilita enfrentarse a su campo laboral porque éste funciona de manera distinta a como se le planteó. El incómodo panorama del campo construido se observa en la siguiente cita:

Se incorporaban diseñadores gráficos profesionales al ejercicio de la actividad con el supuesto imaginario de que iban a trabajar atendiendo problemas y colaborando con la sociedad con base en teorías, procesos, técnicas y métodos que habían aprendido en la escuela, pero encontrándose con una realidad que lo que demandaba de ellos era que generaran composiciones visuales estéticas que pudieran reproducirse exitosamente en los medios impresos de la época (Tiburcio García, 2017, p. 156).

Si bien las expectativas laborales que un profesional tenga no se empatan con la realidad de su campo, no se espera enfrentarse a una desvalorización de su práctica y a un mero trabajo instrumental. Desde esta viñeta se puede imaginar al diseñador gráfico cuestionando las lecciones aprendidas en su formación y quejándose de su campo laboral. Sin embargo, con esta imagen el problema vuelve a recaer en la parte académica: el diseñador ha sido aleccionado para

Vender un oficio (ser un buen dibujante, modelista y generador de propuestas que sólo ayudan a la difusión y, en el mejor de los casos, a la promoción de la empresa) y no a una profesión que implique conocimiento y dominio de conceptos,

⁸⁸ Al desaforar el proceso de diseño, entendido como el principio con el cual se presenta un objeto de diseño al ámbito cultural y como un acto organizacional que a partir de pautas conceptuales materializa los posibles contenidos de ese objeto, se sobreestiman los aspectos formales del objeto. Es lógico pensar, dadas las condiciones del diseño actual, que esta postura se da en los agentes externos al campo (los no diseñadores), sin embargo, dentro de él –las industrias y las empresas empleadoras– se continúa perpetuando la preeminencia por la forma y la estética.

estrategias y fundamentos para la innovación, esto es, elementos que le proporcionen al egresado los argumentos para lograr los beneficios y la retribución que espera a cambio (Citado en Villalobos Saldaña, 2017a, p. 169).

Esto es, como se presenta el diseñador ante la industria y ante la sociedad es la manera como el campo se conforma. Es de suponer que dentro del campo sus agentes son conscientes del valor que su práctica representa para el contexto social, y en este sentido, el campo del diseño le está dando el valor que su práctica se ha puesto: el valor del oficio (de su *hacer*). Esto es, “la percepción social del diseño depende en gran medida de la imagen que éste proyecta sobre sí mismo a sus propios agentes y también hacia otros campos” (Tapia Mendoza, 2017c, p. 149), por tanto el diseñador en su campo es presentado como un hacedor de apariencias y formas atractivas, un promotor de venta y un técnico profesional en herramientas computacionales.

En conclusión, el campo laboral del diseño es un espacio creador de cultura. El diseñador es su hacedor. Si pensamos la historia a través de sus objetos, es posible identificar al diseñador como un sujeto que la forma; este sujeto diseña épocas a través del arrojo material. El diseño no es sólo la silla en la que me siento a escribir este trabajo, sino el recorrido material, de ideas y conceptos, y la evolución tecnológica y social que permiten su existencia objetual.

El problema sobre el campo laboral es pertinente, pero queda zanjado al entender que ese diseño que muestran las universidades y el concepto no es la realidad laboral. El diseño está incompleto si se limita a la decoración, a la comercialización y su mejora, al ejercicio mecánico y reproductivo, a la masificación de objetos. Está incompleto, pero así es el diseño en México: en su posibilidad por otorgar cultura, el diseño se reduce a los objetos y los espacios, por ello se hace inevitable desprendernos del concepto y reconocer únicamente formas materiales hechas y dispuestas. Desde la disciplina, la importancia del diseño se observa minimizada en esa fragmentación discursiva, pero su trabajo es relevante en la medida en que conforma nuevas maneras de ser y estar (comportamiento), con ello el concepto no se hace necesario para otorgarle valor al quehacer de la práctica.

Archer (1968) hace una aproximación al concepto de diseño y lo define como “seleccionar los materiales correctos y darles forma para satisfacer las necesidades de función y estéticas dentro de las limitaciones de los medios de producción disponibles” (Citado en Rodríguez Morales, 2004, p. 28). Esta concepción, que tiene similitud con algunas otras,⁸⁹ recoge ciertos puntos mencionados con anterioridad, sin embargo, hace falta el factor más importante –puesto allí sin duda pero no hecho explícito–: el diseño como proceso mental.⁹⁰

Se ha señalado que la configuración de la forma –el factor estético– “entendida como uno de los más importantes mediadores del hombre con su cultura y su medio ambiente” (Rodríguez Morales, 2004, p. 54), es el resultado concreto del trabajo del diseñador, pero que no debe ser su preocupación principal. En este sentido, se hace el supuesto de que los componentes de función y forma, así como la relación con el sistema de producción, ya están incorporados en la figura mental que se pueda tener sobre “diseño”. Lo que hace falta, entonces, es reconocer el valor estratégico del acto creativo.

El diseño es una actividad cognoscitiva específica cuyas técnicas explicativas y su forma de conocimiento racional son distintos a los de otras actividades. El diseño forma parte del pensamiento, pero su proceso le da igual o mayor importancia a una actitud contemplativa que refiere a la construcción de ideas, conceptos, figuras e imágenes en su fase de prefiguración –sin que una inclinación por esta actitud signifique abandonar el terreno de la objetividad–, que a la materialización del resultado.

En este sentido, la comprobación en el diseño está en relación con un objeto vinculado a la opinión e interpretación, sin que ello afecte su verificabilidad: “lo que se comprueba es la relación o capacidad de provocar la opinión y se gradúa su predictibilidad o control conforme se avanza en interpretaciones afines” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 64), es decir, el diseño, que parte de perspectivas previas (otros objetos), se comprueba en el uso. Esto es parte de la lógica del diseño.

⁸⁹ Bonsiepe (2011), por ejemplo, dirá que “el diseño tiene una función imprescindible que es integrar la ciencia y la tecnología en la vida cotidiana de una sociedad, concentrándose en la zona intermediaria entre producto o información y usuario” (Bonsiepe, 2011, p. 8); o Petroski (2006) quien dice que “las cosas diseñadas son los medios por los cuales logramos los fines deseados” (Citado en Parsons, 2016, p. 14) [Traducción mía].

⁹⁰ Decir abiertamente que el diseño tiene relación con las formas generales del pensamiento le confiere objetividad a la disciplina y sustenta un nuevo discurso alejado ya de la mera inspiración y la casualidad.

Siguiendo esta lógica, Irigoyen Castillo (2008) pone sobre la mesa el concepto de “objeto de diseño” –separado de un objeto corriente–, es decir, “todos los elementos del mundo real (...) definidos por la construcción de atributos donde se ha depositado la acción práctica de la disciplina del diseño” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 366-367), esto es, aquellos objetos que forman parte de un ejercicio proyectual. Un objeto de diseño es una entidad potencial en su proceso, es decir, “cualquier entidad, hecho o cosa, realidad o atributo, presente como producto en su fase de prefiguración o figuración, o como parte del propio proceso de diseño que pueda someterse a tal procedimiento” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 40). Estas fases del proceso refieren, como se recordará, a las ideas previas y a los primeros bocetos, por lo que un objeto de diseño se entiende como esos primeros acercamientos que el diseñador tiene para obtener después una configuración y más tarde un modelo –el cual, siguiendo al autor, ya es un objeto en acto (un objeto terminado), una cosa dispuesta a ser utilizada.

Para el diseño este objeto potencial, posible, es tan importante como el objeto que le entrega al usuario. Esta idea es crucial para comprender la práctica proyectual pues hay en los objetos de diseño verdaderos objetos de conocimiento –aun cuando no están terminados como en la ciencia–. Por esto no es adecuado limitar a los objetos a formas concretas en el espacio ya que, siguiendo la lógica del diseño, “los objetos de diseño no tienen límites dimensionales como reducción última, podrán constituirse con cualquiera de los atributos que otorgan la calidad de ser a los objetos de la realidad, que socialmente no es otra concreción que la realidad cultural” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 128).⁹¹

La lógica del diseño, que se apoya de la subjetividad de su quehacer, respalda la creencia de un diseñador que posee sensibilidades estéticas e ideas culturales de las que un no-diseñador carece, pero a las que puede acceder. En este sentido, el diseño deja de ser exclusivo de unos pocos –de los profesionales–, pues cualquiera puede ser proyectado como diseñador y como diseñado: vivir en una casa y elegir los muebles y la decoración coloca al individuo en dicha posición. Este discurso ha logrado desacreditar el trabajo del diseñador ya que no se apoya en lo empírico sino en la experiencia humana. Por esto es pertinente preguntar, ¿qué es ser un diseñador?

⁹¹ Krippendorff (2016), por su parte, habla de artefactos –lo que podría ser un símil al “objeto de diseño” de Irigoyen Castillo, aunque con algunas diferencias– como lo propio de la hechura del diseñador. El artefacto es el producto final de la industria. Los modelos y dibujos que le anteceden son también artefactos pero de un tipo transitorio.

A. El diseñador del concepto

Un diseñador –se da este título a aquel formado en la práctica desde el contexto académico– tiene la tarea de “traducir las distintas funciones de un producto en signos de manera que puedan ser comprensibles por el usuario potencial” (Bürdek, 2005, p. 133), es decir, el diseñador tiene que posibilitar una correcta comunicación entre el usuario y el objeto a través de los atributos físicos del producto, del uso de un color, de la disposición de sus partes, y un largo etcétera.

El diseñador no únicamente es experto en los aspectos creativos –“es un constructor de imágenes estructuradas por metáforas y analogías” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 157), elementos que son apropiados para su ejercicio–, también en configurar la lectura que se hará del objeto en su interacción –formulación del lenguaje del producto–. Por tanto, el diseñador prepara al sujeto (usuario) para analizar significativamente el producto y que éste le sea inteligible. El diseñador produce “sujetos competentes para vivir en la sociedad actual, o tal [vez] sería mejor decir sujetos apetentes, con los apetitos necesarios propios de los integrantes de nuestras sociedades” (González Ochoa, 2007, p. 128), es decir, el diseñador estudia al consumidor para poder satisfacer y modificar su comportamiento.

Los objetos tienen participación material en la comunicación lingüística a través de ese lenguaje del producto. Esto es reconocido por Krippendorff (1989) como el aporte del diseñador y lo explica así:

Ser consciente del sentido de los objetos, de su significado, de sus relaciones semánticas, y además expresarlo en la forma de un producto, hacerlo inteligible simbólicamente a los otros, y con ello, llevar a la realidad del uso diario estas relaciones sublimadas que prestarán un servicio a una sociedad intelectual y ecológica: ésta es la aportación esencial que los diseñadores actuales pueden brindar (Citado en Bürdek, 2005, p. 177).

El lenguaje del producto es descrito por Kellner (2008) como un proceso de abstracción creciente –a diferencia del de diseño que es de concreción–. El usuario recibe el objeto de diseño de la siguiente manera: “primeramente se percibe la forma del objeto como objeto aislado (aspecto sintáctico), luego se lo interpreta (aspecto semántico) y luego se lo evalúa (aspecto pragmático)” (Kellner, 2008, p. 257). El objeto percibido se distancia del objeto presentado, pero es tarea del diseñador que ambas posturas se acerquen en

favor de la práctica del diseño; lo que dará esta posibilidad es concebir al objeto de diseño como portador de información y no sólo como portador de una función. El objeto hablará a través de sus signos indicadores que invitan a la manipulación.

Un diseñador *arroja* –pone en la cultura– un objeto de diseño específico, por ejemplo la silla de ruedas. Pero habrá más diseñadores que hagan más sillas de ruedas. La diferencia de ese objeto estará en la perspectiva de cada diseñador, en su subjetividad activa. Sin embargo, a pesar de ser un sujeto en acción, el diseñador debe reconocer que la actividad que realiza tiene dos vertientes, una productiva donde se hace todo el proceso de diseño, y una reproductiva donde el diseñador repetirá mecánicamente la información recibida por un diseñador de mayor jerarquía. Esta última función es la que en el campo laboral tendría más adeptos pues el diseñador es concebido como un hacedor/productor – un mago creativo– y no como un coordinador, un sujeto integral. La promoción de esta última vertiente, hecha por el diseñador mismo, demerita la práctica proyectual.

La visión prospectiva, característica del diseño, permite afirmar que el diseño es uno de los oficios que reconstruyen al mundo –este es el sentido profundo del diseño–: “El diseñador del futuro proyecta sistemas, no objetos. Crea entornos del usuario, no aparatos. Desea un servicio efectivo, no una cosmética superficial. Integra todas las funciones de un sistema en un concepto global” (Citado en Bürdek, 2005, p. 167), es decir, el diseñador se convierte en un sujeto que tiene relación con los objetos, pero que a través de ellos ofrece una propuesta integral. En este sentido, el diseñador se reconfigura respecto a todo su quehacer y se afirma como un ser proyectual.

Bonsiepe (1978) afirma, respecto al carácter proyectual del diseño, que éste traspasa a la práctica misma pues “el proyectar es una actividad eminentemente antropológica en tanto que el ser humano, con la totalidad de su experiencia sensible, se manifiesta como un ser proyectual” (Citado en González Ochoa, 2007, p. 41); esto significa que diseñar es una capacidad inherente al hombre, por lo que se podría decir que todos somos diseñadores.⁹²

Siguiendo esta idea, González Ochoa (2007) compara la hermenéutica con el diseño y les confiere una relación bastante cercana. La hermenéutica tiene como objeto de estudio la interpretación –la manera como percibimos el mundo–. El autor considera que, por las cualidades del ejercicio hermenéutico, todos somos hermeneutas. Volviendo

⁹² Ricard (1982) apoya esta idea y dice que el diseño es una disciplina creativa, por lo que es una habilidad que dispone la especie humana. El diseño, entonces, es consustancial al hombre.

a la comparación con el diseño, y sumándole al ser humano su capacidad proyectual inherente, ¿es posible afirmar que todos somos diseñadores?

Antes de dar una respuesta, Flusser (2002) dice que el término fabricar “significa lo mismo que aprender, esto es, adquirir informaciones, fabricarlas y repartirlas” (p. 58); con esto afirma que fabricar es sinónimo de diseñar, pues plantea el mismo proceso que el de la práctica proyectual. Por tal se le da al hombre la denominación taxonómica antropológica de *homo faber* –perteneciente a las especies de antropoideos que fabrican cosas–. Fabricar es pues el rasgo característico del ser humano: el hombre necesita fabricar para *ser*, y el producto que fabrica lo define como hacedor de ese particular objeto. Entonces, fabricar y diseñar, que hablan del ingenio técnico del ser humano, son una parte vital para el hombre como ser de conocimiento; ¿es esto una confirmación sobre el *homo* diseñador?

Heskett (2005) define al diseño como “la capacidad humana para dar formas y sin precedentes en la naturaleza a nuestro entorno, para servir a nuestras necesidades y dar sentido a nuestras vidas” (p. 7); en este sentido, el autor defiende la idea de que diseñar es una capacidad básica inherente a su existencia como especie, la cual ha sido marginada e infravalorada.⁹³ Sin embargo, un diseñador es aquel que aprovecha esta capacidad y la enfoca en generar actividades especializadas propias de la disciplina.

Irigoyen Castillo (2008), en esta línea argumentativa, sostiene que las facultades para conocer en diseño están puestas primigeniamente en el hombre, sin embargo, no se aprenden como sistema organizado de datos. El proceso perceptual del diseñador es el mismo que tiene un individuo sin la formación, sin embargo, “para el diseñador, la observación como principio perceptual está cargada si no de teoría por lo menos de conceptos ya organizados, es decir, de sistemas conceptuales que se imbrican en los procesos perceptivos y que tiene que ver con la carga de experiencia de que son portadores” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 334); esto quiere decir que las facultades “diseñísticas” –propias del diseñador formado– se desarrollan: la actividad proyectual se aprende. Por tal no es posible afirmar que todos los hombres son diseñadores. El diseñador es una suerte de investigador que tiene la necesidad de explicar sus diseños, por lo que hará proposiciones y supuestos sobre la realidad para transformarla a partir de las herramientas metodológicas que ha aprendido.

⁹³ Papanek (1971) apoya también la idea de que todos los hombres son diseñadores alegando que el diseño es “la matriz primaria subyacente de la vida” (Citado en Parsons, 2016, p. 13-14) [Traducción mía], es decir, que trata con los procesos de la vida diaria.

Sin embargo, Manzini (2015) media esta discusión y afirma que “todo el mundo tiene la capacidad para diseñar, pero no todos son diseñadores competentes y pocos se convierten en diseñadores profesionales” (p. 47), con lo cual propone la existencia de un diseño difuso –inexperto– y un diseño experto. El primero refiere a la puesta en uso de la capacidad diseñística que cada sujeto aplica y en el segundo se encuentran los sujetos formados en diseño, los profesionales de esta disciplina. El diseñador al que se apela en este trabajo es el experto, aquel sujeto que tiene los conocimientos requeridos para actuar profesionalmente en los procesos de diseño.

“La esencia del diseño, como disciplina, es el conocimiento de las relaciones en que se sustenta su materialidad; no solamente las de producción, sino las culturales, las ideológicas y las discursivas” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 241), es decir, el diseñador experto se preocupa por la materialidad resultante, al igual que por los diferentes niveles que rodean al objeto. El quehacer disciplinar de los diseñadores es una vocación de vínculo con la cultura, lo cual se reconoce al modificar los conceptos que hacen ver al objeto de diseño como sólo un objeto –el cosismo– y no como parte de sus relaciones culturales.

El diseñador, con base en todo lo anterior, significa sus objetos. Y aunque está tan relacionado con las herramientas computacionales, los significados que ofrece no se pueden diseñar en una máquina o estar en las superficies de los objetos. Por tanto, aquellos técnicos que utilizan con presteza una computadora en nombre del diseño o que bocetan detalladamente, deben comprobar sus funciones “diseñísticas” aprendidas, principalmente aquellas relacionadas con el proceso de ideación.

Las responsabilidades –competencias– que el diseñador pretende asumir y reclamar como propias

Se basan en su habilidad para desarrollar procedimientos que permitan a los artefactos ser reconocibles como lo que son, para que sus controles sean evidentes, para que los lenguajes de la interfaz conviertan los fallos en avances, para que los dispositivos complejos sean inteligentes, auto instructivos, reconfigurables o adaptables a las concepciones del mundo de los usuarios, y para que los sistemas sean viables y los complejos tecnológicos maduren en la vida de los usuarios (Krippendorff, 2016, p. 16).

Este es el supuesto diseñador que entrega el discurso institucional de su práctica a su campo. Un diseñador que desecha la figura del diseñador ingenioso e individualista; uno que parte de una definición de diseño aún más compleja –propia de la época contemporánea–, por lo que es correcto decir que el diseñador es global, es tecnológico –rodeado de una actualización constante–, está abierto a una economía basada en negocios digitales, es reponsable a nivel ecológico y juega un papel determinante en la cultura.

B. El diseñador del campo

Ahora bien, ¿qué hace un diseñador en su campo laboral? Buchanan (1995) señala que el diseño es “una disciplina cuyo objeto es indeterminado” (Citado en Tapia Mendoza, 2017b, p. 97). Una respuesta rápida sea configurar objetos. Si bien el factor estético está presente –además que “configurar” es sólo una de las etapas del proceso de diseño–, la respuesta funciona para razonar el quehacer diseñístico. La elección del verbo refleja la práctica: configurar refiere a dar forma a una cosa a partir de sus partes.

Sin embargo, esta aseveración minimiza el trabajo de la práctica, pues dar cuenta del objeto materializado y observarlo como punto de llegada suprime el proceso necesario para arribar allí. El diseñador necesita comprender que el campo funciona desde una pobreza discursiva, lo cual no significa que tenga que consentirlo. Él sabe que los proyectos⁹⁴ que realiza no se definen únicamente por los objetos, también “por la deliberación que tienen que construir en cada caso para operar en su circunstancia, condicionada no sólo por sus aspectos ambientales, económicos o materiales, sino también por su valor simbólico, dado que ello es una cualidad fundamental en esta profesión” (Citado en Tapia Mendoza, 2017b, p. 97); el propósito del diseñador es hacer visible la carga conceptual de la práctica.

El discurso del campo del diseño está adaptado al sistema capitalista, y a diferencia de su discurso conceptual, la práctica le demanda al diseñador otras características acordes al campo. Se requieren diseñadores con una pronta capacidad de respuesta –un hacer mecánico–, con su magia creativa altamente desarrollada –su saber hacer relacionado con el software de diseño– y que atienda la forma más que la función.

A continuación se analizan algunas ofertas laborales promocionadas en portales de empleo en internet en las que se solicita el trabajo del diseño. Este análisis servirá para

⁹⁴ Para Buchanan (1995) el proyecto es el objeto de estudio del diseño. Sostiene que éste es visto como algo más integral, más complejo, que el aislar sus elementos.

configurar el perfil ideal de diseñador desde su campo. La primera página visitada fue Empleo.gob, un portal asociado a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del gobierno de México. Se solicita, como campos obligatorios, definir el puesto, carrera u oficio, así como la entidad o región geográfica. Se acota la búsqueda a la Ciudad de México y se coloca “diseño” como área general sin determinar la especialidad. Es posible decir qué salario se pretende percibir y también el nivel de estudios con el que se cuenta, sin embargo, no se da esta información.

La primera oferta que aparece se titula “Diseño Industrial”,⁹⁵ el salario está por encima de los ocho mil pesos y la experiencia previa debe ser mayor a un año. La empresa que lo solicita se dedica al grabado sobre metal y requiere del solicitante –funciones y actividades a realizar– el “diseño en máquina CNC”. Además se indican como competencias transversales –aquellas que son independientes del campo profesional del solicitante y que se diferencian de las habilidades técnicas– el trabajo en equipo, la responsabilidad y la creatividad.

Dos observaciones respecto a esta oferta. 1) Es preocupante la poca información que se da en las funciones a realizar, porque si bien el solicitante, con la experiencia requerida, sabe lo que tiene que hacer en el manejo de una máquina con esas características, es muy posible que haga otras cosas que deben ser especificadas. 2) La oferta “Diseño Industrial” no tiene relación con los estudios solicitados, porque se requiere que el solicitante esté titulado de la carrera de Ingeniería Mecánica. Esta oferta se coloca en un campo que no es el correcto –el del diseño–, pero le solicita sus funciones. En este sentido, el diseño pierde autonomía, identidad y valor.

Con respecto a esta última observación, conforme la búsqueda avanzó se encontró constantemente esta especie de usurpación profesional, sin embargo, se concluye que el problema radica en la práctica proyectual.⁹⁶ “Dada la ausencia de acuerdo general sobre su significado y valor, no es de extrañar que la práctica del diseño esté rodeada de tanta confusión” (Heskett, 2005, p. 2); en este sentido la disciplina del diseño carece de límites y cualquiera puede apropiarse del derecho a practicarla.

⁹⁵ Ya que la rotación de ofertas laborales en los portales en línea es continua, no ofrezco los datos específicos de la vacante pues es posible que cuando se lea este trabajo la oferta haya caducado y no se encuentre disponible.

⁹⁶ Las construcciones conceptuales en torno al diseño son tan abiertas que un ingeniero industrial o incluso un plomero –quien crea un sistema funcional y eficaz para una casa– pueden caber en esas definiciones. Y esto es un problema a nivel disciplinar.

Otra oferta se muestra como “Auxiliar de diseño gráfico” y, a diferencia de la anterior, ésta se adscribe al campo del diseño y pide al interesado contar con la carrera técnica de diseño gráfico. El salario mensual es de cinco mil pesos. La oferta es más explícita en cuanto a las actividades a realizar: entre otras cosas el solicitante debe “crear conceptos visuales que comunican ideas, mensajes o elementos que identifican a una marca o producto”, además debe “agendar reuniones con clientes para conocer el presupuesto del proyecto”, así como “organizar e instalar exposiciones para eventos de la institución”.

Esta oferta hace cuestionar la diferencia entre un técnico y un profesional del diseño. La principal diferencia está en el tiempo: un técnico requiere de un período más corto para poder incorporarse al campo laboral. Luego, un técnico se enfoca en el hacer (operación y mantenimiento) mientras que el diseñador –y en general todos los profesionales– está capacitado para saber hacer de acuerdo al contexto y a sus problemáticas (supervisión y administración). La diferencia salarial en este sentido es otro factor que los distancia.

Ahora bien, el pago que ofrece este contratante es inferior que el de la primera oferta, lo que se traduce en la posición de auxiliar que solicita –y no necesariamente por que sea un técnico–. Sin embargo, las funciones que enlista no parecen ser las de un auxiliar y el salario que se ofrece no corresponde a ello. Este tipo de ofertas donde el trabajo vale mucho más que el pago perjudica al diseñador, pero sobre todo a la práctica pues su valor no se reconoce. Basta revisar la oferta para determinar que el técnico que se solicita tiene que ser, además de diseñador profesional, asistente administrativo y gestor logístico. En conclusión, lo que se solicita no corresponde ni con la carga laboral ni con el perfil de técnico.

La siguiente oferta se titula “Diseñador Gráfico”. Lo que se anuncia es lo que se demanda. La experiencia es superior a dos años, el pago es de trece mil pesos mensuales y se le pide al diseñador ser responsable. La actividad a realizar, sin especificar detalles, es “crear empaques y etiquetas” para una empresa dulcera. Si bien la información es escueta, la oferta es aceptable y se coloca dentro del campo.

A grandes rasgos los empleos que este portal oferta se pueden dividir en dos grupos: los que solicitan el quehacer del diseño pero desde otras disciplinas –como el caso de la primera oferta antes mencionada– y los que dan el lugar correspondiente al diseñador. Esto sucede porque quienes ofertan la vacante necesitan establecer palabras clave que funcionan como etiquetas de referencia para la identificación de la oferta. Al

colocar “diseño” en el apartado de carrera u oficio, el buscador mostrará todos aquellos empleos que, según el criterio y concepción de quien los solicita, tienen relación con diseñar. Por tanto para un empleador un profesional en sistemas computacionales, por ejemplo, es un diseñador porque ambos tienen conocimientos en software de diseño.⁹⁷ Desde estas peculiaridades la búsqueda se torna imprecisa.

Sin embargo, los casos en los que se solicita de un diseñador para que ejerza su quehacer tienen que ver, en su mayoría, con el hacer –eso que se ha dicho que promueve el campo del diseño–. Se da un ejemplo: la oferta se titula “Capturista”. El salario mensual es de cuatro mil pesos y los estudios requeridos se limitan a la educación preparatoria – en este sentido se pide que el perfil del solicitante sea “de diseño”–. Las funciones del capturista (diseñador) serán “registrar datos, control de la base de datos, clasificación de información y elaboración de reportes”. Con estas actividades ya se puede vislumbrar que el empleador tiene una concepción errónea respecto a lo que diseñar significa. Esto se confirma con las observaciones puestas al final de la oferta: “la actividad principal es editar imágenes para cargar a una base de datos para nuestros clientes. Sería muy útil conocer y manejar algún programa de edición de imágenes como PowerPoint, Illustrator o similar”. El diseño es reducido a esto, a la edición de imágenes.

Después de analizar este recorrido de ofertas, el diseñador del campo está listo para presentarse y el diseñador del concepto reconoce que los conocimientos que adquirió en su formación no son suficientes. El diseño se reconfigura en el discurso laboral y queda supeditado a la concepción industrial, empresarial y de otras disciplinas. Se describe a continuación este diseñador que surge de la información que los empleadores hacen en las ofertas de trabajo.

Es importante señalar que no es necesario que el diseñador lo sea de formación – en el campo un ingeniero se hace diseñador por conocer programas que puedan detallar los acabados y los materiales–; pudo haber estudiado ingeniería, administración, mercadotecnia o tener conocimientos técnicos en diseño. El diseñador, entonces, puede ser cualquiera que compruebe lo siguiente –el listado va de las características mejor puntuadas a las menos; entre más aptitudes se tengan más posibilidades de conseguir empleo:

⁹⁷ El término “afín” en las ofertas de empleo es de uso común, pero representa un nicho de gran ambigüedad. Refiere a un conocimiento semejante o a una rama de estudios similar. Sin embargo, esta postura es dudosa porque amplía las posibilidades a terrenos que siquiera tienen relación –o si la tienen no es explícita–. En el diseño, por ejemplo, señalar su afinidad a la ingeniería, la administración o la informática amplía el campo laboral y rompe las barreras disciplinares que verdaderamente las hacen diferentes.

1) Indispensable manejo de herramientas digitales, programas de edición y paquetería computacional a un nivel avanzado o de dominio para la creación de presentaciones, identidad gráfica, videos, campañas corporativas, material publicitario – exhibidores para tiendas comerciales, por ejemplo–, contenido digital, productos intangibles, prototipos, animación, maquetación y programación web, planimetría arquitectónica, entre otros. (En relación con esto, el diseñador debe asegurarse que estas tareas comuniquen correctamente su contenido, por lo que tiene que cuidar con detalle la calidad y el acabado visual). 2) Conocimiento y elaboración de artes gráficas –el término artes gráficas refiere a técnicas de grabado y dibujo, pero se restringe a técnicas de impresión–. 3) Desarrollo y actualización del contenido de páginas de internet y redes sociales. 4) Producción fotográfica y de video (grabación y edición). 5) Manejo de presupuestos, órdenes de compra, trato con proveedores e informes de resultados. 6) Conocimientos de mercadotecnia y tendencias globales de consumo, así como la administración de tiendas electrónicas (*e-commerce*). 7) Planeación y organización de eventos.

Todo este quehacer, sin que necesariamente sea concluyente, mayormente destaca por la tecnificación de la práctica: manejar, cuidar, elaborar, actualizar, producir, informar, administrar, organizar; todas estas acciones carecen del sentido imaginativo, de la concepción intelectual que el diseño defiende. En la búsqueda por el diseñador del campo se detecta que las empresas solicitan del diseñador su creatividad –entendida no como un proceso del pensamiento sino como la magia creativa del diseñador– y su capacidad de innovación.⁹⁸

Es posible afirmar que el diseñador del campo es un autómatas pues la realización de su actividad se deriva de la repetición mecánica. Que el primer elemento que solicita el campo sea el manejo de instrumentos de diseño no es gratuito. Sin embargo, las empresas no han comprendido que la práctica proyectual no es este dominio de las máquinas. Lo verdaderamente valioso del diseñador no es su virtuosismo sino su originalidad creativa. Este diseñador se limita a realizar determinadas operaciones de manera automática.

⁹⁸ Las descripciones de las ofertas tenían como punto común la innovación. Se pide al solicitante, por ejemplo, “generar, crear y diseñar propuestas innovadoras...”, y esta descripción funciona como una fórmula genérica, la cual observa a la innovación como elemento protagonista e indiscriminado en el diseño.

En este sentido, Manzini (2015) señala que este proceso en el campo se ha acelerado e intensificado por el aumento de la conectividad, y seguirá en ascenso. La naturaleza de la conectividad es inestable y quita solidez a las organizaciones. El diseñador del campo, entonces, se convierte en un fluido, lo que significa que es un agente de fácil adaptación. Sin embargo, antes de llegar a esa fluidez, como si se tratara de un material expuesto al sol, el diseñador transita por un periodo plástico, es decir, que es moldeable; el peligro está en que la forma que adquiera puede ser perjudicial para el propio quehacer. Y se afirma que este escenario ya lo ha hecho así. Para el autor esto no es un fenómeno que dañe a la disciplina y, además, es un fenómeno de participación forzosa; sólo se debe tener cuidado con las consecuencias pues es común olvidarse de la parte sostenible de los proyectos.

En este sentido, confirmando el perfil del diseñador del campo, el incremento del uso de nuevas tecnologías ha posibilitado que cualquier persona con dominio (o no, aunque dentro de las características es deseable ese dominio) de un software de diseño es capaz de diseñar y de ocupar el puesto que se oferta. El ritmo laboral lo requiere así; y las tareas de oficio, como el manejo de herramientas computacionales o el uso de maquinaria especializada, forman parte del quehacer del diseñador, pero no deben ser el centro de la formación y la enseñanza. El diseñador necesita enfatizar su práctica en “el pensar” ya que “el hacer” lo puede realizar cualquier agente.

El paradigma tecnológico y la tendencia a un diseño globalizado y de mercado definen el perfil del diseñador del campo, y en este sentido se da cuenta de la infertilidad de la teoría y del poco interés social.⁹⁹ A pesar de convertirse en un “hacedor”, este diseñador tiene una ventaja sobre el diseñador conceptual (“pensador”): se ha liberado de las especialidades y de la especificación de los objetos que genera, y se reconoce como un agente capaz de responder a las necesidades del campo.

Ahora bien, este nuevo diseñador, configurado por la industria, ¿no tendría mayores oportunidades laborales si es puesto así desde su formación académica? O bien, si “el perfil de ingreso de la mayoría de las universidades plasma en su plan de estudios que los aspirantes deben tener inclinación por la investigación, capacidad de análisis y

⁹⁹ Es preocupante que ninguna de las ofertas analizadas, y tampoco el perfil resultante, se enfoque en el usuario. El trabajo del diseñador no puede concluir con la entrega de un logotipo, un espacio o un mueble; éste termina cuando se tiene la información suficiente sobre la interacción del usuario con el objeto diseñado. Esta evaluación contribuye a la legitimación de la práctica del diseño pues se obtienen “resultados tangibles de la transformación de un contexto particular al insertar esos objetos” (López-León, 2017a, p. 182).

crítica” (Villalobos Saldaña, 2017c, p. 220), ¿no tendrían que ser llevadas estas características al campo? Hay entonces dos propuestas distintas que habría que analizar. El diseñador egresado de la universidad debe determinar cuál es su perfil: el diseñador que domina el oficio (el hacedor) o el diseñador estratega.¹⁰⁰

Una estrategia significa dirección, planificación y ejecución de una acción hacia un fin deseable. “Tener una estrategia consiste en estar consciente del lugar al que uno va y cómo pretende llegar ahí” (Citado en Rodríguez Morales, 2004, p. 83), es decir, quien tiene una estrategia cuenta con un plan desarrollado. Sin embargo, la idea de un diseñador estratega es compleja porque surge de una estrategia comercial, la cual pocas veces es accesible para el diseñador promedio dentro de su campo. La premisa de un diseño estratégico se torna, entonces, a una mera enunciación y queda unida a la imagen del diseñador hacedor por la imposibilidad de ser.

El diseñador de formación, el que egresa de las universidades, no tendría que elegir una posición entre aquellas dos –ambas responden a las necesidades del campo–. Este diseñador es “un actor social que debe centrar su actividad en la investigación de problemas (principalmente orientado a las personas/usuarios/planeta) para solucionarlos de forma integral mediante acciones de esencia diseñística” (Martínez de la Peña, 2017b, p. 80). Es esto lo que precisa defender y no si sabe usar un programa especializado de diseño. El esfuerzo está en comunicar esta característica pues a partir de ello el diseñador del campo corresponderá con el diseñador del concepto y consiguientemente su marco semántico se modificará.¹⁰¹

Las oportunidades laborales para uno y para otro diseñador no son las mismas, y en el contexto mexicano el diseñador estratega es casi inexistente. Se afirma que la mayoría de los trabajos en el campo del diseño en México no necesitan de diseñadores, entendiendo a éste con sus características de formación –de estrategia, de coordinación y de investigación–, porque el perfil que solicitan no corresponde con él y porque las condiciones económicas del país no lo permiten. Por tanto se requieren técnicos o

¹⁰⁰ Este segundo diseñador “que se coloca en una posición estratégica desde el inicio hasta la conclusión de su tarea rompe con uno de los paradigmas tradicionales: el diseño centrado en la forma *per se*” (Villalobos Saldaña, 2017a, p. 167), es decir, el quehacer del diseñador que analiza y evalúa el problema y las posibles soluciones no se enfoca en obtener una forma.

¹⁰¹ Esqueda Atayde (2017) ofrece un punto de vista de interés al poner en cuestión el cómo definir a aquel diseñador que deja de ser un hacedor de cosas. Por ello se pregunta “¿con qué se sustituyen las habilidades del ‘hacer cosas’ del diseñador que nacen del marco semántico actual?” (Esqueda Atayde, 2017, p. 126).

especialistas en herramientas computacionales. En este sentido, el diseñador pierde su identidad como profesional y toma lo que se le ofrece porque lo necesita.¹⁰²

El campo del diseño ha permitido construir un diseñador que si bien ha perdido ciertas características de formación, quizá las más importantes, ha ganado elementos que le permiten saberse parte de un contexto que aún no entiende la importancia de su quehacer. Si bien el diseño funciona sin un método explícito y la experiencia, el talento y la disciplina del diseñador lo pueden compensar, pues ello sustenta las decisiones que tome en cada proyecto, “es importante evitar caer en la simplificación de pensar que para diseñar sólo hace falta estar inspirado” (Citado en Villalobos Saldaña, 2017b, p. 117), es decir, aun cuando el diseñador del campo sea aceptado como el agente que representa a la profesión, no es posible defender la idea de que para diseñar basta con tener inspiración.

El lector ya puede identificar los dos diseñadores que tanto el concepto como el campo conciben. La configuración de la forma es el resultado concreto del trabajo del diseño, pero debe ser el valor estratégico su principal preocupación. El diseño, propio del ejercicio del pensamiento, tiene un lado contemplativo donde se construyen ideas y conceptos, y un lado de materialización. El objeto resultante, llamado objeto de diseño, toma este título no sólo por hacerse objeto físico –el objeto que se entrega al usuario–sino por el proceso completo –donde hay un objeto en potencia.

El diseñador es un ser proyectual ya que a través de sus objetos ofrece una propuesta integral: al diseñar reconstruye el mundo. Pero el ser proyectual no es exclusivo del diseño, pues es una actividad inherente al ser humano; esto permite al no-diseñador adquirir la sensibilidad estética y cultural de quien sí lo es: por tanto todos diseñamos. ¿Es esto correcto? Si bien diseñar es una capacidad humana, el diseño necesita desarrollarse, es decir, necesita aprenderse. Esta es la diferencia entre un diseñador inexperto y uno experto –quien es el profesional de la disciplina, el diseñador del concepto.

Ahora bien, un diseñador lo es cuando une al usuario con los aspectos formales, funcionales y de significación del objeto que realizó. El diseñador reconoce que su actividad presenta dos caminos: uno productivo y otro reproductivo –que refiere a un

¹⁰² Whiteley (2008) sugiere “el término *diseñador valorizado* para designar a un profesional que diseña pensando integralmente” (Rivera Díaz, 2017a, p. 142), sin embargo, me atrevo a señalar que, de acuerdo al panorama laboral actual, el diseñador es más bien un diseñador desvalorizado, pues ha perdido esa capacidad gracias a su campo.

hacer técnico—. Sin embargo, aun cuando el diseñador del concepto se encuentra en relación con esta última postura, no puede quedarse en ella ya que ésta le impide afirmarse como profesional.

Una vez que el diseñador egresa de una institución educativa puede acceder al campo de trabajo. El profesional del diseño debe comprender que este campo mantiene un discurso limitado sobre su quehacer profesional. El campo, al estar adaptado al sistema capitalista, requiere diseñadores con una pronta capacidad de respuesta y con un *hacer* experto en el software de diseño. En esta inercia, el diseñador del campo puede o no tener relación con el diseño como disciplina (con el diseño desde el concepto), pues lo que importa es que pueda hacer el trabajo. Esto significa que cualquier persona desde cualquier profesión puede ser un diseñador.

El diseñador del concepto es insuficiente para el campo, por tanto éste modela un diseñador y lo presenta como un técnico especializado en el dominio de herramientas computacionales —y carente del sentido reflexivo y de investigación—. Se observa que este diseñador tiene que ser así forzosamente pues el paradigma actual y las tendencias del mercado global lo requieren con esas características.

Se dice que el diseñador que llega al campo debe escoger entre ser un diseñador hacedor y un diseñador estratega; sin embargo, esta decisión es una ilusión ya que el estratega está velado por las condiciones del campo del diseño en México. Entonces la imagen del diseñador se monopoliza: el diseñador del campo es un hacedor. Con esto se hace notar que el perfil del diseñador del concepto no es el perfil que el campo solicita, es decir, el campo no necesita diseñadores conceptualmente hablando. El diseñador del campo se desarrolla y adquiere otros conocimientos, pero pierde identidad como profesional al adquirir una identidad laboral.

Una de las preguntas que inspiraron a este trabajo fue sobre el quehacer del diseñador: si cualquiera puede diseñar –es una capacidad inherente al ser humano–, ¿qué hace distinto a un diseñador profesional? Se observa que este diseñador, experto, son dos: uno del concepto y otro del campo, es decir, un mismo diseñador que atiende dos enfoques distintos. Sin embargo, esto no es así. El diseñador profesional será aquel que egresa de la universidad, consciente de que su quehacer es resultado de un proceso por el cual busca soluciones con un sentido significativo, formal y funcional, para un usuario específico. Pero también será el que llegue a su campo laboral donde deberá modificarse, pues las condiciones así lo demandan; aquí el diseñador se limitará a un estatus de hacedor, lo que significa ser experto en el área técnica y reproductiva de la práctica. El diseñador es uno solo.

El problema está en que no existe una continuidad natural, porque el quehacer en el campo está limitado a una única función (técnica y reproductiva). El diseñador experto en México toma una identidad y una representación incompleta. ¿Será necesario, entonces, hablar en términos funcionales y realistas –desde lo que se hace en el campo– y no en ideales o en posibilidades falsas –puestas en el concepto?

La imagen que se tiene del diseño (y del diseñador) –una donde hay una persona frente a una computadora, con un lápiz y un cuaderno a su lado, o acompañada de algún instrumento de pintura como un lienzo puesto sobre un caballete y una paleta para combinar colores, o con un portaplanos en la mano o sobre el hombro– es una imagen hecha por los miembros de la disciplina desde la concepción general sobre lo que la práctica es. Esta imagen, al igual que el marco semántico, funciona como una referencia que identifica al profesional.

Esta figura representativa podrá nunca cambiar, pero es necesario localizar al diseño ahí. Entonces, las herramientas en la imagen fungen como los medios a través de los cuales se realiza la práctica, lo cual no significa que ellas diseñen. El protagonista es el profesional y no los instrumentos. En este sentido, la computadora, el lápiz o la paleta con los colores mezclados no contienen al diseño, sólo lo hacen posible. El diseño está en el agente, en sus ideas y creatividad, en su capacidad proyectual y estratégica, en el manejo inteligente y discriminado del software que maneja.

Sin embargo, el campo concentra su atención en las herramientas, que reconoce funcionan en relación a un sujeto, pero que son ellas las que hacen el trabajo. Esto es, un

diseñador es funcional para el campo cuando sabe manejar de forma experta y rápida los programas de computadora; si no lo sabe es un profesional inútil para sus propósitos e inhabilitado para integrarse en la realidad laboral. El campo modifica el sentido de la práctica a su servicio y la legitima de esta manera –lo cual no es un problema en sí, sino que no responde a su antecedente, el concepto.

Un acierto del campo de diseño es que, a partir de la intrusión de las máquinas y el sistema productivo, modificó la práctica proyectual. Ha permitido que el diseño se consolide a través del desarrollo tecnológico y la innovación, permitiendo procesos de producción más rápidos. Esto es el paradigma del diseño –el cual no debe pensarse como que una computadora reemplazará la capacidad creativa manual y el proceso de pensamiento del diseñador, sino que lo completa y amplía.¹⁰³

La importancia debe estar en el diseñador. Sus habilidades técnicas y el excelente manejo de ellas lo hacen competitivo a nivel campo, pero es verdad que siquiera éstas son exclusivas como profesional. En este sentido, si cualquiera, diseñador experto o no, puede aprenderlas y utilizarlas, no puede ponerse en ello la relevancia de la práctica. El campo puede funcionar así, pero decir que el diseño está en el software especializado o en la realización de modelos 3D –en su reproductividad técnica– es darle al diseño y al diseñador ningún sentido profundo de ser y existencia.

¿Qué elementos se pueden señalar como propios del profesional del diseño?, ¿cuál es el valor del diseño? Respondo con un ejemplo. En un vaso, un producto del quehacer proyectual, ¿se puede ver el proceso de diseño? Seguro que no a simple vista. Para que el proceso se despliegue ante nuestros ojos, el vaso tiene que ser observado como un objeto que permite contener un líquido que lo mantendrá a una temperatura adecuada, que impedirá que este líquido se desborde, que se ajusta perfectamente al tamaño promedio de la mano humana, y así se pueden mencionar todos los requerimientos a los que el vaso tiene que atender y que desarrolló el diseñador –incluidos el valor estratégico: cómo luce el vaso, las sensaciones que transmite para los usuarios; y el valor de negocio¹⁰⁴–. Este

¹⁰³ El diseño es un factor productivo pues transforma los recursos de la naturaleza en beneficio al ser humano y al sistema económico. Este trabajo productivo (trabajo físico), que se relaciona con el uso de los instrumentos de diseño, se ha representado como fuera de la potestad del pensamiento contemplativo (trabajo intelectual activo). Pero esta discordancia es injustificada ya que ambos son necesarios en el proceso de diseño. El trabajo productivo –que a diferencia del pensamiento contemplativo es pasivo, al menos en el campo del diseño en México– se debe a aquel del que se le separa, ya que “el proceso de conocer en el diseño se inicia precisamente con la contemplación: con el asombro y regocijo de descubrir que el mundo es representable, medible y hasta cuantificable” (Irigoyen Castillo, 2008, p. 54); esto significa que diseñar es un proceso completo y no es sólo utilizar un software.

¹⁰⁴ Mau (2000) señala que el diseño produce un valor de negocio lo que se traduce en una identidad profesional. El valor de negocio es como una envoltura cultural que rodea al objeto, por lo que el producto

ejercicio descubre el valor de la práctica: el razonamiento que hay detrás de cada objeto de diseño (Figura 12). Lo propio del diseñador, entonces, va más allá del hacer técnico de su campo laboral.

Sin embargo, se necesita plantear una cuestión vital para el futuro de la práctica. Ya se conocen las condiciones actuales del campo del diseño en México –carente de una herencia industrial y, en este sentido, negado al diseño estrictamente hablando–, por las cuales la práctica ha adaptado sus objetivos y ha hecho posible una manera funcional de laborar. Esto obliga a la profesión a demeritar su quehacer a un mero hacer y reproducir. En este sentido, ¿no sería más conveniente que el discurso académico se adaptara al diseño del campo (lo que haría que la relación concepto-campo se invirtiera)?



Figura 12. La textura en este vaso posibilita un mejor agarre del objeto. El vaso forma parte de la colección *For The Simple Household* de Los Angeles County Museum of Art. Van Haefen (2008).

real no será el objeto que se entrega al usuario, sino que “la cultura y la inteligencia se han convertido en el auténtico producto” (Citado en Foster, 2004, p. 23), lo que confirma la importancia del diseño para la cultura y su verdadera labor, relevante para el mundo profesional.

Soar (2002) cree urgente hacer una crítica a la práctica del diseño, por ello cabría replantear la relación entre las partes, o que el campo se apegue a la realidad discursiva de la profesión (escenario más complicado de realizarse).¹⁰⁵ El autor señala que “los propios límites de la profesión están implícitos en el *habitus* (en sentido bourdeano) de quienes producen y reproducen las disposiciones prácticas que se consideran inherentes a la disciplina” (Citado en Tapia Mendoza, 2017a, p. 205), es decir, si el *habitus* refiere a una manera peculiar de pensamiento y acción –propias de la práctica y del individuo desde sus relaciones aprendidas socialmente–, esto es, lo que hace ser diseñador a un agente, se debe afirmar que el *habitus* del diseñador en su campo está hecho a conveniencia.

El *habitus* se conforma mientras se está en la universidad –y desde las experiencias de vida–, pero se pierde en su campo por la falta de continuidad. En este sentido, se puede suponer que el *habitus* del diseño no está construido; o que fue derribado una vez se llegó al campo para así producir una nueva especie de *habitus* propio de ese espacio. Siguiendo la suposición, este nuevo *habitus* inaugura una nueva práctica que toma el nombre de “diseño” pero que no responde a sus principios conceptuales. Este “diseñador” es dueño de un quehacer que le precede sólo desde una parte (la reproductiva); es un diseñador del campo, pero no de su concepto. El *habitus* se rinde ante el manejo del capital, convirtiéndose en un hábito mecánico y técnico.

Krippendorff (2016) sugiere que la industria concibe al diseñador como subordinado a sus intereses, por lo que aquel diseñador egresado que pretende incorporarse al campo de trabajo necesita abandonar el diseño académico. El diseño, entonces, plantea un discurso a conveniencia: la práctica se conforma, se difunde y se legitima con un diseñador con el perfil del campo. El problema está en que el campo solicita este diseñador que ha configurado, pero que no existe hasta que llega ahí, ya que el diseñador que pretende penetrar en esta realidad laboral proviene de la formación académica, con lo cual el quehacer se torna confuso.

Por tal, la respuesta sobre invertir la relación entre el diseño conceptual y el diseño del campo, pues ésta no se sucede –sus partes funcionan de manera autónoma–, sería viable, aunque no deseable, porque el campo laboral ya está establecido y funciona.

¹⁰⁵ O también se podría cuestionar el papel de la educación en el reconocimiento de la práctica proyectual. El Design Museum de Londres, por ejemplo, cuenta con un programa de aprendizaje dirigido a niños en educación primaria cuyo objetivo es reconocer, desde temprana edad, a la actividad proyectual y construir una sociedad diseñísticamente consciente.

Claramente la visión (el concepto) se enfocará en el manejo de la nueva tecnología, pero afirmaría la práctica y el marco semántico se empataría.

Entonces, el concepto se tendría que adaptar a las funciones del campo, y explicitarlas para las nuevas generaciones de diseñadores, sin falsas expectativas, haciéndoles saber que los conocimientos que adquieran son relevantes para hablar el lenguaje particular de su profesión, pero que no son más importantes que operar las herramientas técnicas. Kellner (2008) plantea que esta manera de explicar el diseño no puede ser de otro modo –querer soportar la profesión del diseño en su carácter de investigación y desprenderse del *hacer* no es la dirección correcta–. Advierte que si se destecnifica al diseño en defensa de una verdadera práctica –que prima el lenguaje de productos y el proceso de ideación–, y en consecuencia se relegan otras dimensiones como la producción o la distribución, lo que se consigue es desviar el oficio del diseñador.

Hacer que el campo dicte su concepto y construya un diseñador realista para ambas partes, contribuye a una claridad en la profesión y en su discurso, sin embargo, siguiendo a Manzini (2015), no modifica la identidad del profesional: el diseñador del concepto y el diseñador del campo –sin que éste tenga otro perfil laboral o que no tenga formación en diseño–, como están hoy día, son el mismo. No importan las características que tenga, importa el tipo de problema al que se enfrentará, lo cual definirá el rumbo de acción. En este sentido, habrá problemas en términos estrictos y problemas en términos estratégicos.

En el primer caso comprendemos que los problemas a que se refiere están claramente definidos, por lo que la tarea de diseño es principalmente técnica: resolver problemas bien formulados. En el último caso, vemos que los problemas por resolver a menudo ni siquiera están claros ni se han planteado con claridad. En tales casos, el papel del diseño se convierte en estratégico: antes que nada, debe identificar los problemas (encontrar el problema) y describirlos de una manera tal que sean fáciles de entender (dar forma al problema) (Manzini, 2015, p. 44).

Esto da solución al conflicto por la continuidad entre el diseño del concepto y el del campo, y no demerita su práctica pues permite reconfigurar la manera como es enseñado el diseño y lo que se solicita de él. Entonces, el diseñador en México –la gran mayoría– es un diseñador enfocado en problemas estrictos cuya tarea no será otra más que técnica.

Algunas veces estos problemas requieren un enfoque estratégico, sin embargo, las condiciones laborales no permiten otra posición.¹⁰⁶

Por tanto, se puede afirmar que el concepto del diseño no crea su campo y que el campo no continúa con el concepto. Ambos elementos son necesarios para establecer la práctica proyectual y ambos construyen una profesión que hoy día es funcional. En este sentido, no hay relación entre el diseño conceptual y el diseño del campo laboral, sin embargo, no es relevante para el ejercicio del diseño que exista una relación de sucesión o de cooperación.

El valor del diseño –su relevancia filosófica– está en que al *arrojar* objetos a la cultura lo que se está entregando es la conformación de modos de vivir la vida (in)material-social. En este sentido, Krippendorff (2016) propone que el diseño necesita de un axioma, una verdad que le otorgue autonomía y distinción a la actividad proyectual. Ésta es el lenguaje del producto, ya que “el diseño se ocupa de los significados que los artefactos pueden adquirir por sus usuarios” (Krippendorff, 2016, p. 15); esto es, el objetivo de la práctica proyectual es alcanzar que la relación que el usuario establece con el mundo material sea de identidad: hacer que el objeto signifique y que construya nuevas significaciones. Los objetos que el diseñador produzca a partir de este axioma tendrán que hacer, por ejemplo, que “la superficie estriada de un regulador comunica al usuario que el regulador debe ser deslizado y no girado” (Kellner, 2008, p. 257), es decir, el objeto habla por sí solo y el usuario lo comprende intuitivamente. Este axioma no describe el cómo se hace (el proceso), pero enaltece la manera para llevarlo a cabo; con éste la percepción acerca de la profesión cambia hacia una legitimación correcta.

Decir que todo está diseñado parece una apreciación atinada. Estamos rodeados de diseño. Quiero cerrar este trabajo –que me gustaría se viera como un ensayo– recalcando la importancia de la práctica proyectual y el ejercicio cognoscitivo que lo respalda. Lo explica Gómez Abrams (2013): “la posibilidad más grande que tiene un diseñador para generar valor dentro de cualquier tipo de organización, es su capacidad intelectual de

¹⁰⁶ Rodríguez Morales (2004) completa la visión de Manzini, pero desde otro ángulo. El autor dice que el diseño se presenta de dos formas: “como una estrategia en sí (el diseño es una estrategia que ayuda a las empresas) o bien como una disciplina que se encarga de generar estrategias (diseño estratégico)” (Rodríguez Morales, 2004, p. 81), es decir, como una herramienta o como una profesión. Esta perspectiva sí coloca una jerarquía para determinar la función del diseño, y será el campo quien decida cuál utilizar. El primer diseño será el que se usa en el campo y el segundo el proveniente de su concepto. Sin embargo, al igual que la perspectiva manziniana, no se habla de dos diseñadores distintos sino de un diseñador adaptado a las condiciones particulares del medio en el que se desenvuelve.

raciocinio heurístico, su lógica abductiva, su habilidad de visualización creativa y su pensamiento sistémico” (Citado en Villalobos Saldaña, 2017a, p. 169), es decir, el trabajo más importante que tiene el diseñador es el uso de todas sus herramientas de reflexión. En este sentido, deseo que el principal valor que se le dé a un diseñador no dependa de sus habilidades técnicas, pues éstas se aprenden, sino de su pensamiento, todo aquello que un software no puede replicar.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Beuchot, M. (2015). *Teoría semiótica*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Blanco Regueira, J. (1981). *Sobre la teoría kantiana de la imaginación trascendental*. México: UAEM.
- Bonsiepe, G. (2011). *Diseño y crisis*. Recuperado el 16 de marzo de 2019, de Gui Bonsiepe. Design Discourse: http://www.guibonsiepe.com/wp-content/uploads/2019/04/Disenio_y_crisis_2011_09_21.pdf
- Bourdieu, P. (2003). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. (M. d. Ruiz de Elvira, Trad.) México: Taurus.
- Bürdek, B. E. (2005). *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. (F. Vargas López-Manzanares, Trad.) Barcelona: Gustavo Gili.
- Cabrera Gutiérrez, C. S. (2016). *Ética y modernidad en el discurso de Gui Bonsiepe*. Tesis de maestría. Universidad Jorge Tadeo Lozano.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (2001). *¿Qué es la filosofía?* Barcelona: Anagrama.
- Esqueda Atayde, R. (2017). El marco semántico que determina el rol del diseño. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 123-126). México: Ars Optika.
- Flusser, V. (2002). *Filosofía del diseño. La forma de las cosas*. (P. Marinas, Trad.) Madrid: Síntesis.
- Foster, H. (2004). *Diseño y delito (y otras diatribas)*. (A. Brotons Muñoz, Trad.) Madrid: Akal.
- Foucault, M. (2010). *Las palabras y las cosas: una arqueología de las ciencias humanas*. (E. C. Frost, Trad.) México: Siglo XXI.
- Gadamer, H.-G. (1994). *Verdad y método II*. (M. Olasagasti, Trad.) Salamanca: Ediciones Sígueme.
- García Canclini, N. (2013). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Debolsillo.
- González Ochoa, C. (2007). *El significado del diseño y la construcción del entorno*. México: Designio.
- Heskett, J. (2005). *El diseño en la vida cotidiana*. (I. Núñez, Trad.) Barcelona: Gustavo Gili.
- Irigoyen Castillo, J. F. (2008). *Filosofía y diseño: una aproximación epistemológica*. México: Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco.
- Kellner, P. (2008). Lenguaje de productos. En Fernández, S. & Bonsiepe, G. *Historia del diseño en América Latina y el Caribe. Industrialización y comunicación visual para la autonomía* (pp. 256-261). Sao Paulo: Blücher.
- Kirkpatrick, D. (2015). Without Design, Innovation Doesn't Happen. *Techonomy*, 26-31.
- Krippendorff, K. (2016). Rediseñar el diseño. Una invitación a un futuro responsable. *infolio*(5). Recuperado el 11 de abril de 2019, de: <http://www.infolio.es/articulos/krippendorff/redesign.pdf>
- Langer, S. K. (1954). *Philosophy in a New Key: A Study in the Symbolism of Reason, Rite, and Art*. New American Library.
- López-León, R. (2017a). Formando diseñadores. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 178-183). México: Ars Optika.
- López-León, R. (2017b). Los mil y un métodos del diseño. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 73-77). México: Ars Optika.

- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social.* (E. Vega Pintado, Trad.) Madrid: Experimenta.
- Martínez de la Peña, A. (2017a). Diseño para todos, una perspectiva que resulta vital. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 184-189). México: Ars Optika.
- Martínez de la Peña, A. (2017b). La noción de metodología en el diseño. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 78-83). México: Ars Optika.
- Martínez de la Peña, A. (2017c). Recomposiciones necesarias de nuestro campo. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 133-138). México: Ars Optika.
- Martínez García, J. S. (2017). El habitus. Una revisión analítica. *Revista Internacional de Sociología*, 75, 1-14. Recuperado el 11 de febrero de 2019, de: <http://dx.doi.org/10.3989/ris.2017.75.3.15.115>
- Noel Lapoujade, M. (1988). *Filosofía de la imaginación.* México: Siglo XXI.
- Parsons, G. (2016). *The philosophy of design.* Cambridge: Polity Press.
- Rivera Díaz, A. (2017a). ¿Por qué no se apropian los diseñadores de su pensamiento? En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 139-144). México: Ars Optika.
- Rivera Díaz, A. (2017b). La techné: el pensamiento práctico para la acción. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 34-38). México: Ars Optika.
- Rodríguez Morales, L. (2004). *Diseño: Estrategia y táctica.* México: Siglo XXI.
- Rodríguez Morales, L. (2017). Inconsistencias sistemáticas con las que trabajamos. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 145-148). México: Ars Optika.
- Tapia Mendoza, A. (2017a). El diseño es también cultura. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 203-207). México: Ars Optika.
- Tapia Mendoza, A. (2017b). El diseño: ¿situado en las humanidades? En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 96-102). México: Ars Optika.
- Tapia Mendoza, A. (2017c). Las prácticas son un componente del hábitus. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 149-153). México: Ars Optika.
- Tiburcio García, C. (2017). Cuestiones de hecho y cuestiones de procedimiento. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 154-159). México: Ars Optika.
- Torres Maya, R. (2017a). Acerca de la apropiación del diseño en México. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 160-164). México: Ars Optika.
- Torres Maya, R. (2017b). Acerca del pensamiento de los diseñadores. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 56-61). México: Ars Optika.
- Vera, K., & Zetter, K. (2017). El diseño definido por no diseñadores. *Emerge MX*(003), 21-24.
- Villalobos Saldaña, S. (2017a). El diseño y la generación de valor. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 165-171). México: Ars Optika.

- Villalobos Saldaña, S. (2017b). Teoría y praxis. Intuición y razonamiento. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 115-120). México: Ars Optika.
- Villalobos Saldaña, S. (2017c). Una aproximación a los factores generales que un proceso de diseño debe atender. En Tapia Mendoza, A. (Ed.), *¿Design Thinking? Una discusión a nueve voces* (pp. 219-223). México: Ars Optika.
- Zimmermann, Y. (2011a). *El diseño como concepto universal (Parte 1)*. Recuperado el 31 de mayo de 2019, de FOROALFA: <https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-concepto-universal-parte-1>
- Zimmermann, Y. (2011b). *El diseño como concepto universal (Parte 2)*. Recuperado el 31 de mayo de 2019, de FOROALFA: <https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-concepto-universal-parte-2>

Bibliografía complementaria

- Alexander, C. (1964). *Notes on the Synthesis of Form*. Cambridge.
- Baudrillard, J. (1977). *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (1991). *La distinción*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2002). *Campo de poder, campo intelectual*. Buenos Aires: Jungla Simbólica.
- Bonsiepe, G. (1978). *Diseño industrial, tecnología y dependencia*. México: Edicol.
- Bonsiepe, G. (1990). No a la trivialidad. El diseño en la periferia. *Design Report*.
- Buchanan, R. (1995). Rhetoric, Humanism, and Design. En Buchanan, R. y Margolin, V. (Coords.), *Discovering Design: Explorations in Design Studies* (pp. 23-66). Chicago: University of Chicago Press.
- Derrida, J. (1967). *L'écriture et la différence*. París: Eds. du Seuil.
- Erlhoff, M. (1987). De la cabeza a los pies. Prólogo para animadores. *documenta 8*.
- Forsey, J. (2013). *The Aesthetics of Design*. Oxford: Oxford University Press.
- Gómez Abrams, J. (2013). *La evaluación del diseño hacia la innovación del valor: aspiraciones, percepciones y realidades. Diseño: tesis y discursos*. México: CIDI UNAM – UAM Cuajimalpa.
- Haug, W. F. (1970). Crítica de la estética del artículo. *Kursbuch*.
- Krippendorff, K. (1989). El diseño debe tener un sentido: Una nueva teoría diseño. *hfg forum*.
- Kroeber y Kluckhohn (1952). *Culture. A critical review of concepts and definitions*. Harvard University Peabody Museum of American Archeology and Ethnology Papers.
- Lakoff, G. (2014). *Charles Fillmore, Discover of Frame Semantics Dies in SF at the Age of 84*. Recuperado el 25 de enero de 2017, de Blog George Lakoff: <https://georgelakoff.com/2014/02/18/charles-fillmore-discover-of-frame-semantics-dies-in-sf-at-84-he-figured-out-how-framing-works/>
- Maldonado, T. (1972). *Ambiente humano e ideología*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Maldonado, T. (1977). *Vanguardia y racionalidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Maldonado, T. (1981). *El diseño industrial reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Maser, S. (1972). *Einige Bemerkungen zum Problem einer Theorie des Designs*. Braunschweig.
- Papanek, V. (1971). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. New York: Pantheon Books.
- Papanek, V. (1972). *Das Papanek-Konzept*. Munich.

- Peirce, Ch. S. (1965). *Collected Papers*. En Hartshorne, Ch. y Weiss, P. (Ed.). Cambridge: The Belknap Press of Harvard University.
- Petroski, H. (2006). *Success through Failure: The Paradox of Design*. Princeton: Princeton University Press.
- Ricard, A. (1982). *Diseño, ¿por qué?* Barcelona: Gustavo Gili.
- Rivera Díaz, A. (2007). Prólogo. En González Ochoa, C., *El significado del diseño y la construcción del entorno* (pp. 7-11). México: Designio.
- Searle, J. R. (1998). *Mind, language and society. Philosophy in the real world*. Nueva York: Basic Books.
- Selle, G. (1975). *Ideología y utopía del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Soar, M. A. (2002). *Graphic Dissent: Towards a Cultural Economy of an Insular Profession*. Recuperado el 25 de noviembre de 2016: <http://mattsoar.com/dissertation/GraphicDesignGraphicDissent.pdf>
- Whiteley, N. (2008). *El diseñador valorizado*. Recuperado el 27 de enero de 2017, de Mexicanos Diseñando: <http://alpha.mexicanosdisenando.org.mx/download/el%20dise%C3%B1ador%20valorizado.pdf>

Lista de referencias (figuras)

- Butler, N. (2017). *Office chairs*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/YfVtSL>
- Consbruck, R. (2008). *wheelchair designs*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/5eNrAv>
- Copeland, C. (2010). *Sin nombre*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/847Eh8>
- Cukier, D. (2011). *Post-it*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/amkF94>
- Ponto e virgula. (2010). *sit*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/8cZiyG>
- Recyclart. (2014). *Sit on Grass*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/yRsTKK>
- Richard, S. (2008). *Safety at work(?)*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/6FGS5M>
- Robinson, M. (2014). *days-swift-transit-wheelchair*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/oGhKWK>
- Tew, I. (2015). *Ergonomics and Anthropometrics*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/qGHjaq>
- Trombetta, R. (2013). *trentino*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/fx694s>
- Van Haften, A. (2008). *Water Glass LACMA M.2004.176.6*. [Figura]. Recuperado de: <https://flic.kr/p/qMpBjX>
- Vera, K., & Zetter, K. (2017). *El diseño definido por no diseñadores*. [Figura]. Recuperado de: <http://www.emergemexico.com/003-el-diseo-definido-por-no-diseadores>