

1. Quins són els referents estètics a que ha de recórrer el dissenyador actual, que es veu necessàriament obligat a adaptar-se a les noves tecnologies (les Belles Arts tradicionals o la cultura de masses, una nova estètica, etc...)?

1. ¿Cuáles son los referentes estéticos a los que debe recurrir el diseñador actual, que se ve necesariamente obligado a adaptarse a las nuevas tecnologías (las Bellas Artes tradicionales o la cultura de masas, una nueva estética, etc...)?

1. What are the aesthetic references that the designer should pick to be able to adapt himself to new technologies (traditional Fine Arts, mass culture, a new aesthetic, etc...)?

2. Creus que el disseny té una incidència clara en el medi ambient?

Si es així, quin és el seu paper: preventiu, proteccionista o superador?

2. ¿Crees que el diseño tiene una incidencia clara en el medio ambiente?

Si así lo consideras, ¿cuál sería su papel: preventivo, proteccionista o superador?

2. Do you think that design has a decided influence on the environment?

If so, what is its role: protective, preventive or projective?

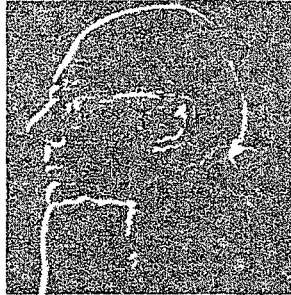
3. Creus que el disseny pot ser realment un element faedor de nous mons?
Si es així, de quins?

3. ¿Crees que el diseño puede ser realmente un elemento hacedor de nuevos mundos? En tal caso, ¿de cuáles?

3. Do you think design could really be a maker element of new worlds?
In this case, of which?

GUI BONSIÈPE

Dissenyador, autor de molts llibres, entre els quals: *Diseño en la Periferia*, *Las siete columnas del diseño*, *Dall' Oggetto all' Interfaccia*.



1

Vivimos en una época de cambios tecnológicos radicales. Me refiero en particular al fenómeno de la digitalización del mundo. La informática –vista desde la perspectiva del diseño– es un medio en búsqueda de problemas. Siempre que surge una nueva tecnología, el diseñador se enfrenta con el desafío de explorar las posibilidades intrínsecas de estos nuevos medios. No soy partidario de levantar préstamos estético-formales en otras áreas como las Bellas Artes y «aplicarlos» en el dominio del diseño. El período de aristocratizar el objeto industrial mediante inyecciones culturales por parte de artistas y arquitectos, es decir, de llevar el diseño desde afuera a la industria, pertenece a la década de los veinte y me parece superado.

Personalmente, preguntaría: ¿en vez de fijar nuestra atención a la dimensión estético-formal del diseño, no sería oportuno orientar nuestra atención en otra dirección? y ¿qué podemos hacer para que el usuario pueda actuar de manera eficiente? El dominio de la acción social generalmente queda en una zona de sombra cuando se privilegian cuestiones estético-formales. Si los diseñadores no pueden ofrecer más que maestría en distinciones estético-formales, temo que no vamos a llegar muy lejos.

2

Si el diseño no tuviera incidencia en el medio ambiente ¿qué haríamos? Es precisamente ésta una de las razones de ser del diseño. Para hacer un diseño ecológicamente fundado, necesitamos recurrir a perfiles energéticos de propuestas alternativas. Por lo que sé la investigación de perfiles energéticos que abarcan todo el proceso de transformación de material, el uso del artefacto y hasta su eliminación (o reciclaje) se encuentra en estado embrional y no ha sido transferido en la práctica profesional del diseñador industrial. La tan publicitada crisis ambiental, que se revela como crisis del industrialismo, seguramente afectará la concepción del diseño industrial que está íntimamente ligado al concepto de industrialización. Un diseño desarrollado con criterios ecológicos será distinto de un diseño realizado con vistas a aumentar la productividad o participación en mercados de exportación.

3

Confieso mi cautela frente a anuncios de nuevos mundos, en particular por parte de los diseñadores, no solamente por las connotaciones demiúrgicas y genialoides –el mini-Leonardo escondido en las profesiones del diseño–, sino porque vela un hecho: que la existencia del

diseño industrial depende no tanto de los diseñadores, sino de otros participantes en el sistema industrial, en particular los gerentes que toman las decisiones respecto al diseño.

¿Necesitamos nuevos mundos? Ciertamente, necesitamos un nuevo mundo si enfocamos las relaciones sociales actualmente hegemónicas. A pesar de la incredulidad que algunos confiesan respecto a las grandes narrativas, considero el proyecto de la modernidad, que era y es menos un proyecto estético-formal que un proyecto de carácter político-social, plenamente vigente. Cito una frase del último libro de Tomás Borge, *Un Grano de Maíz*:

«Aquí, en América Latina, intentamos crear el hombre nuevo... allá, en Europa, se hace la apología de lo postmoderno.»

ANNA CALVERA

Doctora en Filosofia per la Universitat de Barcelona. Professora titular d'Història i Teoria del Disseny a la Universitat de Barcelona. És autora del llibre *La formació del pensament de William Morris*, 1992.



1

Les categories estètiques que serveixen per al disseny actual són moltes, ja que la majoria de referents estètics i culturals existents han quedat degudament incorporats en tant que factors significatius al món cultural actual, i tots es troben en situació d'igualtat quant a la seva consideració cultural, i per tant, social. D'una banda la lògica dels «revivals» dels darrers anys, i per l'altra la reconsideració de totes les formes possibles de cultura actuals han trencat les antigues fronteres entre una cultura culta i una cultura de masses, entre la cultura imposada per una indústria i la cultura espontània i popular. No crec que el problema d'ara sigui precisament el de trobar nous referents en allò que ja existeix si no que, més aviat, cal començar a buscar-ne de completament nous. El que probablement seria més desitjable, però, seria defugir en aquesta recerca la lògica de l'avantguarda i sortir del sistema que imposa en tot àmbit creatiu, car és l'única manera de disposar d'instruments de validació i de comprovació dels nous referents a nivell genèric. De fet, la innovació ja no depèn de la incomprensió del públic ni tampoc de la mera originalitat. En el cas del disseny, això ha quedat suficientment palès en l'evolució del disseny italià dels anys vuitanta. Convertint el sector del moble en un laboratori experimental –cosa lloable en ella– i recuperant dimensions habitualment marginades en la creació d'objectes de disseny, els italians han aconseguit revitalitzar i, d'alguna manera, refundar l'activitat de dissenyar; però quan han hagut de vindicar la personalitat creativa del dissenyador només han pogut fer avantguarda i han quedat entrampats en la seva lògica, la del discurs artístic i més subjectivista.

Ara bé, de l'enunciat de la pregunta es desprèn una segona qüestió important. Segons afirma, els referents estètics són requerits no tant per qualsevol dissenyador si no per aquell que es veu necessàriament abocat a adaptar-se a les noves tecnologies, els quals són, presumiblement, la immensa majoria dels dissenyadors actuals. En aquest cas, penso que la pregunta parteix d'una assumpció que no sempre ha estat fecunda en el món del disseny: el fet que una novetat tècnica es recolza sempre sobre solucions pròpies de les antigues tecnologies i sorgides d'elles, les quals esdevenen, per la seva pròpia evolució, referents estètics. És evident que aquesta ha estat una constant històrica. Tot nou avenç s'assemblava en el primer moment al seu antecessor més proper, respecte del qual havia aparegut aquest canvi. Després, a mesura que una simple innovació tècnica o un canvi d'univers tecnològic s'anava imposant, alguns objectes modificaven substancialment la seva fesomia, d'altres mantenien els seus caràcters estructurals per variar només el seu aspecte exterior i, finalment, també n'apareixien de nous –la desaparició dels objectes moguts per maneta gràcies a l'electricitat és un exemple del primer grup, la pervivència del teclat horit-

zontal en molts objectes ho és del segon, els llums o el simple clip de paper ho són del tercer—. Ara bé, només quan es canvia d'univers tecnològic apareix un canvi substancial en els referents estètics i n'apareixen de nous; és més, calen nous criteris estètics a l'hora d'afrontar la valoració dels objectes sorgits en el nou univers. L'exemple més clar en són els canvis ocorreguts en la forma de les lletres en passar de la cal·ligrafia a la tipografia, fins que es començaren a crear uns tipus que explotaven al màxim les possibilitats formals de la fundició de plom.

Pel que sembla, les noves tecnologies es plantegen com un canvi d'univers tècnic i, si realment ho són, és possible que apareguin objectes i imatges completament noves. Costa de creure, aleshores, que calgui recórrer a referents estètics antics quan cal dissenyar coses noves amb una tecnologia que ofereix possibilitats inusitades. De fet, tot el treball que ha estat necessari per millorar la resolució de monitors i perifèrics per tal d'aconseguir la definició formal dels tipus tipogràfics ha suposat un enorme esforç dirigit únicament a millorar les prestacions d'una tècnica per substituir, imitant-la, a una altra quan potser hauria estat més senzill dissenyar tipus adequats a la tecnologia nova —com han intentat algunes marques d'ordinadors—. Es pot objectar que aquesta és una manera molt superficial de tractar la qüestió, i de fet ho és, atès que aquestes noves tecnologies cada vegada són més misterioses. Però de vegades, l'exemple històric no és menyspreable. *Quin era si no el problema que es plantejaren molts autors a mitjan segle passat? Dels molts ensenyaments presents en les idees de Ruskin està precisament el de no voler imitar, i menys substituir, suplantant-les, tècniques i resultats desfasats per la seva pròpia evolució.*

2

Si s'accepta la definició antropològica tan habitual del disseny, és evident que aquest té una incidència directa i clara en el medi ambient; una incidència tan clara com la que s'assigna a l'univers de la tècnica i al món de la producció amb els quals comparteix la responsabilitat en la condició en què es troba el medi ara i adès. En aquest sentit, es pot perfectament parlar de disseny emprant totes les paraules habituals en el discurs dels ecologistes. Si el disseny participa en la construcció de l'hàbitat donant-li forma i conferint-li significació mitjançant la transformació dels recursos naturals en mercaderies per al consum per mitjà de la utilització de processos industrials i amb el conseqüent consum d'energia, és evident que també participa de l'espoliació dels recursos naturals i de la malversació d'energia, de la creació de residus industrials i de deixalles consumides, de la inflació demogràfica de les escombraries i de la modificació del paisatge més proper. Gairebé totes les

activitats industrials ho fan i el disseny n'és una. Ara bé, quina activitat humana no té una incidència en el medi ambient?

No sé fins a quin punt es pot afirmar ara i adès que el paper real del disseny en el medi ambient és preventiu, proteccionista o superador. La realitat és, més aviat, que les escombraries de qualsevol ciutat de tot el món estan plenes de dissenys, sencers, estripats o a miques, esdevinguts deixalles, rampoines o brossa, i tant si són escombraries domèstiques com residus industrials, cada vegada és més difícil de desfer-se'n. Una altra cosa és preguntar-se si realment el disseny pot accomplir un paper preventiu quant a la degradació del medi ambient, un paper proteccionista pel que fa a la seva conservació, o superador de la situació actual, si hauria de ser-ho i quan caldria que es posés a la tasca. La possibilitat de pensar-ho i emprendre mesures hi és, almenys en la teoria; la cultura del disseny ho ha estat advertint des de fa uns vint anys ben bons. Ara bé, del que s'ha dit abans sembla difícil plantejar-se la qüestió, una qüestió global, només en relació al paper que pot accomplir el disseny com a activitat autònoma i aïllada. Cal tenir en compte, a més, que el disseny és una activitat i una professió immersa en un complex entramat d'activitats econòmiques, i que sense aquesta participació en la vida econòmica no pot existir com a tal, queda convertit en un mer experiment creatiu. En qualsevol cas, el disseny té elements i instruments per a plantejar la qüestió dins l'activitat econòmica que exerceix i aquest és un dels seus grans reptes.

En una posició més aviat optimista es podria dir que el disseny pot accomplir —o hauria d'accomplir— tots aquests papers. Sembla ser que només cal introduir arguments i condicionants relatius a la vida dels objectes, al comportament ecològic dels diversos processos industrials adoptats, o de la quantitat d'energia necessària en l'ús i el funcionament d'un objecte, en l'obtenció d'una matèria prima o en el procés de transformació aplicat posteriorment. També pot incidir des de les característiques dels objectes que crea en el comportament dels usuaris i en els costums d'ús. Tot això tan sols implica que la competència tècnica del dissenyador quant a processos de fabricació i procediments tècnics sigui molt més àmplia i aprofundida. Ja no són recurrents els arguments més immediats. Així per exemple en els anys setanta semblava preferible utilitzar sempre materials naturals per evitar la contaminació una vegada es llençaven —és el cas de les bosses de paper versus les de plàstic—; actualment, quan s'empra paper, fusta o d'altres matèries naturals és difícil no pensar en els arbres tallats.

De fet, prevenció, proteccionisme o superació no són actuacions necessàriament alternatives entre sí i totes elles són igualment importants. De totes, però, la més difícil de dur a terme és la superadora, car, què és el que cal superar? Aquí inevitablement hom topa amb les difi-

cultats de fons i es veu abocat a un discurs globalitzador on queda implicat tot el sistema de viure i d'actuar de la cultura actual. Sense voler caure per això en els grans dilemes, tan cars i temptadors –conservació del medi versus progrés, conservació de recursos versus nivells de confort assolits– hom es troba pensant si la veritable superació no requereix alguna cosa més que renunciar a la lògica de l'*usar y tirar*, a l'estètica del «kleenex» i de l'efímer i començar a revisar realment la noció de mercaderia, i amb ella la del disseny. És més, hom se sent temptat de pensar fins a quin punt una veritable superació no implica la desaparició del disseny, com a professió, especialment si es té en compte que el llegat de la revolta ocorreguda en el món del disseny al llarg dels anys setanta ha estat precisament la reivindicació de l'indole material i matèrica dels objectes de disseny.

Sense recórrer al sofert argument del funcionament del sistema dominant, és difícil imaginar quin pot ser el paper d'una activitat com el disseny, la missió històrica de la qual és configura mercaderies, les quals neixen condemnades a morir més tard o més d'hora, en una societat on, a més, ja no és rentable un ofici com el de recollir, classificar i revendre la brossa. M'és difícil imaginar com es pot parar l'augment d'escombraries, o com es pot evitar l'espoliació de recursos naturals, sense renunciar a la fabricació de mercaderies i, sobretot, al complicat sistema d'envasat i etiquetat que, sovint seguint normatives sanitàries lloables, serveix per protegir, conservar, transportar, distribuir i presentar les mercaderies, i que, tot just arribar a casa, va directe a la paperera.

D'altra banda, si per tal de superar la degradació assolida del medi ambient cal renunciar a la fabricació de mercaderies –cosa complicada en una cultura acostumada a resoldre tots els seus problemes amb un objecte nou, amb una mercaderia dirigida al gran públic–, no seria estrany que calgués també renunciar al disseny, o almenys a la mena de disseny propi de l'època de la indústria, el que ens hem acostumat a entendre amb la denominació de disseny, però això implicaria també entrar en una època postindustrial, la qual si bé ha estat desitjada o imaginada, no sembla que, de moment, s'estiguin modificant els fonaments del sistema econòmic actual. Mentrestant, la voluntat superadora del disseny, d'un disseny cada cop més particularitzat, ocupat en resoldre petits problemes concrets, s'hauria d'expressar incorporant el discurs verd en el procés de disseny tot col·laborant activament amb d'altres activitats científiques, tècniques i econòmiques.

3

Durant molts anys, volíem creure que sí, que el disseny era faedor de nous mons i sobretot d'un món nou, i així ho hem creure. Ens semblava que el disseny era una

activitat que portava implícita la utopia simplement perquè operava mitjançant un projecte i això l'abocava indefectiblement vers el futur, i en aquest ésser per al futur es resolva la seva capacitat per transformar el món. També havíem après a pensar el disseny com una de les instàncies civilitzadores més importants d'una humanitat que progressava i s'anava civilitzant a mesura que treballava en la construcció de l'hàbitat per fer-se'l a la seva mida. Si bé ja sabíem que la cultura era més coses que la mera cultura material, reservàvem per al disseny aquest camp d'actuació específic, l'adequació de la cultura material, cosa que li infonia una gran responsabilitat social.

A poc a poc, l'exercici de la professió va anar demostrant que el disseny es limitava a la intervenció parcial, a executar petites reformes en l'entorn que ens envolta dirigides a unes persones molt concretes i ja prou civilitzades, les quals, la majoria de vegades, no tenien cap intenció de variar la seva manera de ser ni de pensar. L'amplitud dels objectius contrastava amb la petitesa de les actuacions i es feia cada cop més difícil veure aquestes actuacions com a mediacions d'un gran projecte civilitzador, que cada vegada més, quedava en un rerafons inevitable però més llunyà. Alhora, també es feia més evident que la responsabilitat del projecte es limitava a una qüestió de tipus tècnic i doctrinal –el disseny podia anar fent món a base de petits dissenys però, ara, la complexitat més gran estava precisament en el fet de dissenyar– i la màxima responsabilitat social d'un disseny era la de ser un bon disseny, més o menys ben educat o afectuós, discret o fatxenda, innovador o tradicional, satisfactori o confortable, elegant o graciós; les opcions possibles, a més a més, eren cada vegada més.

Ara, a l'actualitat, hem après a valorar en tota la seva complexitat les petites coses i a interessar-nos més per les parces on el disseny intervé directament: la casa i el carrer, el supermercat i el gran magatzem, l'àmbit de treball i les eines, els mitjans de transport, i les galledes d'escombraries. Si bé ara sabem que, amb dissenyador o sense, el disseny és arreu, també hem après que la seva intervenció és limitada a les petites coses, i que la seva capacitat per construir una civilització ha quedat convertida en la possibilitat de participar en molts petits mons ja existents. Uns mons petits i diferents, sovint simples, independents i autònoms en ells mateixos, però tots ells reals i igualment importants, ens què el disseny per ell mateix pot aspirar, a tot estirar, a participar en la definició d'una bona escenografia per a cadascun. Tota una sèrie de mons coincidents en el temps i l'espai però incomunicats entre sí, com a màxim connectats, i contaminant-se uns als altres, en diversos punts d'una immensa xarxa. Així per exemple, en un sol pirulí del centre de la ciutat poden coincidir els mons de l'Òpera, de l'avantguarda artística més o menys massificada, de l'avantguarda Pop i del concert dels folklòrics, de la

música «heavy» i del musical autòcton, i, també, de la lluita sindical i les reivindicacions de la gent del barri.

D'altra banda, a mesura que han anat multiplicant-se la quantitat de mons reals existents, també s'ha desintegrat la noció unificada del disseny. Ara, també hi ha moltes maneres de fer disseny, moltes menes d'objectes de disseny, alguns de visibles, d'altres d'amagats a la visió del públic, moltes diverses actituds davant la manera de dissenyar i molts motius pels quals dissenyar. Al llarg d'aquest procés s'ha guanyat en clarificació. En conjunt, el disseny com a professió i com a disciplina ha anat refermant el caràcter de servei que venia tenint des que se n'articularen les primeres definicions. En aquest sentit, i responent a la pregunta formulada, no crec que el disseny sigui realment un element faedor de nous mons, i el que és més important, tampoc no trobo bo que ho sigui. En canvi, sí pot ajudar que els nous mons siguin una mica millors, ja que, si han d'estar dissenyats, com sembla que ho han d'estar per tenir una existència matèrica i tangible, més val que estiguin *ben dissenyats*, i aquí utilitzo l'adjectiu *ben* amb tota la seva ambigüïtat de manera que tothom se l'imagini a la seva manera i al seu gust.

ANNA CASANOVAS

Doctora en Història de l'Art i
professora a l'Escola Elisava,
autora de diversos articles i
llibres, l'últim dels quals:
Cineuropa.



Des que al 1969 Enrico Fulchignoni va publicar el seu llibre *La civilització de la imatge*, el títol ha estat utilitzat fins a la sacietat per designar una època caracteritzada pel predomini de la comunicació visual sobre l'escripta. Però la frase no es refereix únicament al ja conegut fenomen d'intensa circulació d'imatges en la nostra societat, sinó que al·ludeix a un problema de fons molt més complex com és el desplaçament de «l'Era de la Tipografia» per «l'Era de l'Audiovisual».

Aquest canvi va comportar l'alteració del contingut i del significat del denominat discurs públic (educació, política, religió, etc.), donat que dos mitjans tan summament diferents no podien donar lloc a les mateixes idees. Els mitjans de comunicació de què disposa una cultura tenen una influència predominant en la formació de les seves preocupacions socials i intel·lectuals. Ja a mitjans del segle XVIII Herder va destacar que el sistema lingüístic emprat per un poble configura la visió del món dels seus membres. Aproximadament dos segles després, McLuhan va analitzar com una cultura és la creació dels llenguatges utilitzats, i explicà les mutacions de pensament i de conductes que les noves tecnologies provoquen als seus destinataris. Cada nou mitjan de comunicació fa possible un nou discurs i proporciona una nova orientació al món de les idees i la sensibilitat.

El conegut aforisme de McLuhan «el mitjan és el missatge» conté la idea que la cultura es veu re-creada per cada nou mitjan de comunicació, tal com va succeir amb l'aparició de la pintura, el jeroglífic i l'alfabet en èpoques remotes, i ha succeït amb l'aparició dels mitjans audiovisuals (MAV) al nostre segle.

La incidència de la revolució electrònica en la producció de les imatges dels últims anys ha provocat un canvi tan important en la representació visual que per arribar a la seva anàlisi i comprensió caldrà fer una certa revisió dels paràmetres habituals utilitzats fins al moment. La novetat de les imatges produïdes pels MAV en relació amb les ja existents rau en el seu procediment de creació, és a dir, en les característiques del mitjan que les ha fet possibles. Diferenciant-se del suport fotoquímic del cinema (on les imatges guarden una relació analògica amb la realitat), les imatges realitzades amb suport electromagnètic són susceptibles d'una gran manipulació. Les fragmentacions, les combinacions, les adulteracions dels colors i altres procediments, poden arribar a crear a partir de la realitat una imatge summament «artificial». A més a més, la progressiva incorporació de la imatge sintetitzada per ordinador (infografia) a la TV i el video (per ara al cinema s'utilitza únicament per als efectes especials), forçarà l'espectador a donar més amplitud als seus sentits per «entendre» unes imatges que no provenen del món natural sinó de combinacions matemàtiques i de les capacitats imaginatives i artístiques dels seus creadors.

És interessant constatar que tornem a reviuire uns moments de «reconciliació» entre l'art i la tecnologia no

71

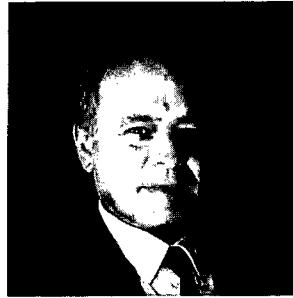
repetits des que, al Quattrocento, els coneixements de geometria i òptica donaren lloc a la representació en perspectiva que ha arribat fins els nostres dies.

Per una altra banda, a aquest canvi apuntat de representació ha de correspondre una percepció renovada i que vagi una mica més enllà d'allò que veiem a les pantalles. Si no es representa com abans de la introducció de les noves tecnologies, tampoc no es pot «veure» com abans. De la mateixa manera que ja no es pot compondre música sense tenir en compte les possibilitats electròniques, ni escoltar-la com abans.

Fa ja bastants anys que el citat McLuhan va al·ludir a les tecnologies com a processos actius capaços de transformar l'ambient humà. Però si volem trobar el SENTIT de la nova significació i renovar el PLAER en la fruïció de les imatges, cal formular una anàlisi que sigui sensible a la gran quantitat de diferents imatges (de les més icòniques a les més sintètiques) així com a la riquesa dels seus innombrables matisos.

NORBERTO CHAVES

Professor, conferencista i articulista. Autor de *La Imagen Corporativa*.



Antes de referirme a los temas propuestos me resulta indispensable realizar unos comentarios sobre una característica de la encuesta, que encuentro notable y sorprendente. El modo de formulación de las tres preguntas hace evidente que al oficio del diseño se le ha asignado a priori, o al menos se le sospecha, una jerarquía sociocultural desmesurada. Así, en las propias preguntas queda tácita pero activa una distorsión de la propia identidad de la disciplina.

El diseño, la profesión de diseñar, no se sitúa en el terreno donde se deciden asuntos tan graves como los planteados por la encuesta. Los itinerarios estéticos, los procesos ecológicos y las transformaciones de fondo de la sociedad, los deciden o bien las grandes estrategias del desarrollo social, económico o cultural o bien las grandes tendencias espontáneas o catástrofes, ni planeadas ni previstas por la sociedad, ni necesariamente negativas. Se puede tener una estrategia para el uso del diseño, pero resulta ingenuo suponer que desde el diseño se puedan definir estrategias sociales o culturales, pues los instrumentos teóricos y técnicos para tales tareas son ajenos a la disciplina del diseño.

El diseño, *stricto sensu*, es una fase de un proceso productivo complejo en el cual intervienen múltiples factores condicionantes de los resultados finales. Como tal fase, carece por completo de autonomía programática. El diseño no tiene capacidad de decisión sobre el sentido y la finalidad de sus productos. Salvo en casos excepcionales, puede jactarse de decidir un modo de incidencia sobre las tendencias estéticas o el medio ambiente. Y ni qué decir tiene que la sola duda sobre si es o no un «hacedor de nuevos mundos» contiene una auténtica presunción de omnipotencia. Omnipotencia que —todo ha de decirse— resulta fácil de comprender a partir del rol que la sociedad del espectáculo ha asignado interesadamente a ciertas manifestaciones marginales y minoritarias del diseño y del modo en que se ha manipulado a sus actores, en más de un caso víctimas inocentes de un prestigio que se les ha asignado desde afuera y en función de valores que nada tienen que ver con su talento.

Conociendo a los organizadores de la encuesta, entiendo que las distorsiones que estoy criticando no provienen de un error de concepción sino de una intencionada e inteligente provocación destinada a los encuestados. Que, por mi parte, acepto entusiasmado, pues da pie a una polémica urgente, aún por inaugurarse en la «capital meridional del diseño».

1

Dicho lo anterior, queda claro que el diseño —que no es ni posee una estética aunque puede inventar cuantas le apetezca— ha de recurrir a los referentes estéticos más adecuados a cada programa en particular. La propuesta

de un referente a una práctica que en sí carece de objeto pues, como se dijo hasta el hartazgo, tanto puede definir la forma de una ciudad como la de una cuchara, es obviamente inaplicable. El tipo de estética es una función del programa y no de la plataforma doctrinaria de la disciplina. Es una decisión que se toma antes de diseñar, en función del conjunto de condicionamientos del caso... si es de diseño de lo que estamos hablando y no de alguna forma renegada del arte.

En cuanto al verse «necesariamente obligado a adaptarse a las nuevas tecnologías» (¿por qué no las llamamos de una vez por todas «las tecnologías»?), no veo ninguna incidencia particularmente restrictiva de parte de tal obligación en lo que a la estética concierne. La tecnología (nueva o vieja) es, ha sido y será, un componente más del *input* general del diseño; y si las tecnologías actuales algo han permitido es, precisamente, una ampliación inusitada de las posibilidades de lenguajes formales.

Ni del lado de la tecnología ni del lado de la cultura existen impedimentos para recurrir a cualquier referente estético. Las bellas artes tradicionales, la «cultura de masas», las nuevas estéticas de cualquier origen, el kitch, la tecnoestética, el historicismo..., todo es ya factible y legítimo. Definitivamente, vivimos una sociedad sin estilo.

El diseño, en tanto tal, no tiene nada que decir al respecto; deberá, simplemente, escoger el referente estético, o incluso crear el lenguaje formal pertinente al caso que tenga entre manos, con la mayor profesionalidad posible y resolver así el problema de su cliente satisfaciendo al máximo los objetivos de éste. Y es eso, efectivamente, lo que los diseñadores suelen hacer cada día. Al menos los buenos.

Ahora bien, si no es de diseño de lo que estamos hablando sino de tendencias culturales, manifiestos ideológicos, éticas del consumo o utopías estéticas, entonces es otro cantar. Se trata de asuntos de un nivel muy superior al de la problemática del diseño que condicionan e incluyen al mismo.

Y si lo que está latente en la pregunta es el reclamo de la posición personal de los encuestados al respecto, tendría que formular mi manifiesto estético. No es muy extenso: me aburre la estupidez, la banalidad, la cursilería y el amaneramiento; estoy a favor de los valores trascendentales en todos los órdenes de la cultura y, por lo tanto, entiendo la estética no como una pura gesticulación exterior del sujeto sino como la experiencia más profunda y completa de apropiación del mundo por parte del ser humano.

Y este principio no me vale sólo para las formas más excelsas del arte sino para el universo completo de los comportamientos humanos y, por lo tanto, para el diseño de todo tipo de cosas.

Me consta que la expresión «valores trascendentales» carece hoy de universalidad; que para importantes secto-

res de la población su sentido es nulo y poco claro. Y creo saber por qué. En fin...

2

Todo lo que haga el ser humano tiene una incidencia clara sobre el medio ambiente. Y ya no se trata de *qué* haga sino de *cuánto* haga. Los seres humanos no contaminan por ser demasiado «guarros» sino, simplemente, por ser demasiados. Ante esta cruda realidad, ¿qué puede hacer el diseño? Me temo que nada.

¿Podríamos pedirle al diseño que, para actuar a favor del medio ambiente, reduzca la cantidad de basura que los ciudadanos «desarrollados» arrojamos sobre el planeta (preferiblemente en su parte de «abajo»), gran parte de la cual son productos del diseño?

¿Podemos pedir una reconversión de la fuerza del diseño que la retire del servicio al opio del individuo-masa (cliente predilecto del poder político y del poder económico) y la reoriente hacia el servicio de la comunidad civilizada? ¿Podemos pedirle al diseño que se concentre en desarrollar y perfeccionar lo indispensable e interrumpa su dedicación a lo superfluo?

No, no se lo podemos pedir. Sólo se lo podemos pedir a quienes pueden decidir qué se debe pedir. Y, de momento, programas como éste o similares no parecen resultar económicamente rentables a los poderes económicos ni políticamente rentables a los poderes políticos. Y la masa compradora y votante no parece disconforme con la «próspera» política de hamburguesas y circo que viene arrinconando la cultura en los microespacios de la vida íntima.

En síntesis, si no se altera la ecuación entre poder y protección del medio ambiente, al diseño sólo se le seguirán encargando chapucillas que lo único que conseguirán es desplazar el problema y multiplicarlo en otros campos.

El diseño, que no es en este orden de cosas nada distinto de cualquier forma de planificación racional de las conductas, puede efectivamente colaborar en tareas preventivas, proteccionistas y superadoras. Basta que se lo encarguen.

3

Para contestar esta pregunta quizá habría que nutrirse previamente en alguna conferencia de «Nueva Acrópolis». El famoso demiurgo hacedor de mundos es una deidad clásica. Y yo de religión no sé nada. He leído en una reciente tesis de concurso docente universitario que la etimología de la palabra «diseño» es «segno di Dio in noi». Reconozco que evaluar a aquel postulante me planteó serios problemas de conciencia.

No obstante estos límites míos, para no dejar la tarea a medias, intentaré contestar la pregunta cambiando el tiempo del verbo: ¿El diseño ha hecho un nuevo mundo? ¿Está haciendo un nuevo mundo?

Y contesto: en absoluto. Si hay un nuevo mundo, éste ha sido hecho por unas fuerzas sociales que se han apoyado esencialmente en el poder económico y han desarrollado y operativizado espectacularmente los medios tecnológicos. Y la tecnología, a su vez, ha ampliado el poder económico, político y militar de las mismas fuerzas sociales que la han usufructuado.

En este contexto, el diseño no ha sido sino un empleado más. Y nada hace suponer que haya de subir en el escalafón.

Las épocas en que cada pequeño gremio inflaba su ego y erigía a su profesión en salvadora de la sociedad hace tiempo que han tocado a su fin. La utopía social es una práctica irrenunciable, es uno de los indicadores de la talla ética de una sociedad y, tarde o temprano, volverá a ocupar su lugar en la orientación de las conductas humanas. Pero las utopías profesionales ya han quedado relegadas al baúl de las antiguallas. Hoy no representan más que un mero síntoma tardío de la alienación profesional y de la imposibilidad de acceder a visiones de la sociedad más amplias que las que brinda el propio oficio.

Para concluir valdría recordar que el diseño es un trabajo cualificador de la producción. Como tal resulta inexcusable en toda economía mínimamente evolucionada. Sus virtudes técnicas son tan contundentes que aburriría explicarlas. No se trata en absoluto de una «eina de futur» sino de un instrumento que lleva varios siglos produciendo éxitos. Que haya sectores de esta sociedad que viven en la prehistoria no le otorga a la disciplina ningún lugar especial entre las vanguardias tecnológicas o culturales.

En cuanto a las ulterioridades culturales, éticas o ideológicas del diseño, éstas caen fuera de su dominio. Se trata de responsabilidades de la sociedad que encarga y consume diseño. En ese sentido debe dejarse de molestar al profesional con estas demandas de roles mesiánicos y dirigir la mirada a los amos de la sociedad, a los que deciden el qué y el para qué de lo que en esta sociedad se produce y se consume; a los que fijan, por lo tanto, las prioridades y los contenidos programáticos.

Y es hora de que superemos esta actitud provinciana consistente en mirar el diseño como una excitante novedad del '92, como a un providencial Mr. Marshall que arrancará a las comarcas del sur de su subdesarrollo, o como un euforizante más en el patético empeño por disimular la astenia primaveral.

Es hora de que abandonemos las actitudes que han fetichizado ese noble oficio, arrancándolo del sereno y responsable espacio del trabajo para ponerlo en el grotesco puesto de los milagreros o los saltimbanquis. Que para nuestra progresista sociedad los bares y las discote-

cas «de diseño» hayan pasado a constituir un modelo cultural «de vanguardia» que puede servir de referente al reciclaje del monasterio románico de San Pere de Rodes, es algo de lo cual debemos avergonzarnos.

Si de verdad nos preocupan las responsabilidades estéticas del diseño, su posible aportación ecológica o su papel en el cambio social, pasemos con urgencia a investigar y poner en crisis las condiciones que realmente determinan tales incidencias.

Resulta tramposo y reaccionario concentrar la conflictividad y los grandes dilemas en los estadios intermedios, instrumentales, y mantener fuera de mira a los auténticos centros de conflictos: los poderes dominantes y sus estrategias.

Correspondería entonces reformular las preguntas y poner la importancia de los temas a la escala de los medios.

1. ¿Podrá nuestra sociedad recuperar la estética como un plano esencial al desarrollo de su cultura?

2. ¿Podrá nuestra sociedad asumir globalmente una conducta favorable del medio ambiente creando una cultura ambiental que oriente todas las actividades de producción y consumo?

3. ¿Podrá nuestra sociedad superar su actual cultura de supervivencia y salvación inmediata e individual y recuperar la capacidad de soñar con un mundo mejor (¡a quién le importa si es nuevo!) creando los medios para avanzar en la construcción de ese sueño?

Si alguna persona sabia pudiese contestarme estas preguntas satisfactoriamente me crearía las condiciones para retomar las tres preguntas de la encuesta y decir exactamente qué se puede esperar del diseño en cada caso.

Puedo adelantar que si las contestaciones fueran satisfactorias habría una tarea inmensa e infinitamente más digna para todos.

β

MIQUEL MALLOL

Llicenciat en Filosofia i
professor de l'Escola Elisava.



1

Amb l'excepció de les primeres propostes metodològiques més processualistes, fins ara els dissenyadors i dissenyadores hem fet servir uns referents que descriuen aspectes estructurals i estilístics que, tot sintetitzant propostes superadores, havien de donar sentit a la finalitat del nostre treball.

Avui, si bé els ho reconeixem i n'enyorem aquell valor tant engrescador, se'ns mostra amb massa cruesa la perversió ètica i estètica en què aquests referents han caigut i per això aixequem sistemàticament un mur de sospita a qualsevol proposició objectual.

És per això que el referent actual és, més aviat, una actitud de cautela que es mou entre els marges de la investigació teòrica i la construcció i perfeccionament dels procediments de treball. Uns procediments que lluiten, una vegada més, per dotar d'un espai i d'un temps a la tasca del dissenyar dins dels processos productius i comercials, sense que quedi afeblit el batec ètic i estètic que, sense concessions, significa el mateix disseny.

Però aquesta actitud porta incorporats també els perills de la seva corrupció. La cautela justifica una ironia que es converteix sovint en simple sarcasme i el rigor investigador esdevé de vegades esterilitat i misèria academicista.

2

El disseny té una incidència clara en el medi ambient. El seu paper hauria de ser proteccionista per allò que representa cada disseny concret i cooperar, per allò que representa globalment, en l'ajuda per la superació de la recta que ens porta al desastre del planeta.

Tanmateix el problema del medi ambient, tot i la seva extremada gravetat, que exigeix accions urgents, no és l'única preocupació greu que s'ha de plantejar el disseny com a activitat que assumeix en la seva mateixa constitució una responsabilitat ètica i cultural total. No és un problema de jardineria, a allò que cal fer front, sinó ideològic.

3

El disseny és per pròpia constitució una responsabilitat més de la nostra cultura. Abocat a la inexcusable recerca permanent de l'harmonia i la coherència perdudes en el projecte modern i a la vegada encoratjat per ell mateix, esperem del disseny l'expressió d'unes guies ètiques que ajudin a retrobar la unitat que hauria de caracteritzar la relació entre l'experiència material quotidiana i tot el que, potser amb arrogància, creiem saber i poder.

Si això és possible, el disseny intervindrà, junt amb

moltes d'altres activitats, en la construcció d'un nou àmbit global de circumstàncies o món. Si això és possible.

Per saber si ho és, l'experiència del disseny no permet avui construir hipòtesis de superació que puguin ser ara i aquí exposades. En primer lloc hem d'aprendre qué vol dir que la nostra tasca quotidiana tingui sentit i no confondre-ho amb l'eficàcia d'un discurs comercial. Els mateixos dissenyadors i dissenyadores hem fet malbé tantes hipòtesis de sentit durament construïdes per altres que més val que ara, en primer lloc, aprenguem a respectar-les i a no fer-les servir com una eina per persuadir el client.

Però si queden encara dues coses fonamentals per continuar intentant la seva possibilitat: la crítica, que ens permet la consciència que el disseny continua essent una condemna de responsabilitat; i l'actitud utòpica, una mena de vigor per aquesta aventura professional quotidiana.

JOSEP PUIG

Dissenyador Industrial. Professor a l'Escola Elisava. Membre fundador del grup de disseny experimental Transatlàntic. Medalla ADI, 1981, Primer Premi BIMO (Bilbao), Selecció Premi Delta ADI FAD, 1988, entre d'altres.



1

Les noves tecnologies, ja sigui pel que fa referència als sistemes de producció, als materials i els seus processos com a les eines que s'apliquen com a ajuda projectual, no condueixen, de per sí, a recórrer a uns referents estètics determinats.

Com se'ns demostra històricament, l'aplicació de noves tècniques i nous materials ha suposat la creació d'uns llenguatges inherents a les seves condicions i propietats. Llenguatges formals, tècnics i constructius com el del plàstic envers el metall i la fusta o el del formigó envers la pedra i el ferro.

La constant aparició de nous materials, o síntesis dels ja coneguts, així com la sofisticació de les tècniques per a processar-los, tant aquests com els tradicionals, obre nous horitzonts a les possibilitats expressives de les formes.

Les eines emprades per a la tasca projectual (bàsicament dins l'àmbit de la informàtica) han suposat un contudent alleugerament dels feixucs processos de definir i verificar la concepció de les formes contribuint, en general, a enriquir la tasca de prendre decisions oferint un ventall molt més ampli de possibilitats.

Potser, quan s'estudiïn amb més perspectiva les creacions dels nostres dies, es podrà parlar d'una segona o tercera era de la màquina –fent referència al llibre de Reyner Banham– perquè és cert que hi ha signes, en l'àmbit de la gràfica i de l'objecte, que evidencien, per exemple, la utilització de processos informàtics: la infografia i el control numèric en són responsables entre d'altres.

Si utilitzar referents estètics identificables pot ser el resultat d'una acció intencionada, adoptada en creacions encara molt recents (genèricament classificables dins d'un concepte post-modern ambigu), no és menys cert que cercar l'obtenció de les màximes possibilitats expressives del mitjà que s'està utilitzant, és una actitud que caracteritza la nostra cultura projectual.

Penso, doncs, que els referents a què fa al·lusió la pregunta, es destil·len en cada moment, i no es prenen com a recurs per homologar les creacions fruit d'utilitzar, donat aquest cas, les noves tecnologies. Menció apart mereix el tema que fa referència a la «realitat virtual», ja que a partir d'aquí entrem en una dimensió que encara no ha començat a definir la seva pròpia teoria.

2

En contraposició a opinions que s'expressen sobre la importància del disseny envers el respecte i conservació del medi ambient, opino que aquest no té cap incidència si no s'analitza en funció de la actitud en què s'aplica i alhora no s'emmarca dintre d'un context més globalitzador.

En el procés de gestació de nous productes la parcel·la de decisió que correspon al dissenyador pot no ser decisiva per tal que el resultat sigui respetuós vers la natura o, com més s'està popularitzant avui en dia, esdevingui un «producte ecològic».

La decisió de projectar objectes que contemplin una variable «ecològica» no correspon en últim extrem, i en general, al dissenyador. Naturalment, hi ha excepcions referides a certs tipus d'intervenció, però crec que cal desmitificar aquesta pretesa responsabilitat i posicionar-la en el seu valor just, quasi d'una excepció dins del procés normal de decisions del projecte de disseny.

No és exactament així pel que fa referència a la producció teòrica, a la reflexió del dissenyador, a la presa de posicions i per tant el que sí pot fer, d'una forma decidida, és adoptar una postura d'objecció, una actitud crítica, a l'hora d'afrontar segons quins tipus de projectes i en conseqüència no implicar-s'hi, o en un sentit més positiu, actuar com a assessor sobre aquestes qüestions, suggerir alternatives que impliquin solucions més properes a aquesta finalitat desitjada, etc.

Hi ha un exemple, publicat a la premsa, que il·lustra el que vull dir. És el d'una famosa empresa alemanya de mobiliari d'oficina que ha presentat recentment una cadira absolutament reciclable que, a més a més, té un disseny excel·lent. El disseny en aquest cas no és, de per sí, més ecològic que el d'altres cadires, els que si són susceptibles de ser-ho són els materials, sempre que, una vegada acabada la seva vida útil, es canalitzin mitjançant processos adequats. En aquest cas doncs, qui decideix els materials?

3

Cada vegada més, cal implicar el dissenyador perquè intervingui en processos i en àmbits on fins ara la seva participació ha estat minoritària. És per exemple el cas del sector que produeix les ajudes tècniques per a disminuïts físics. Un exemple entre d'altres que es podrien citar. Aquesta problemàtica és universal i és així com també es pot entendre, segons el meu punt de vista, el sentit de la pregunta. Des de plantejaments d'aquesta naturalesa és quan es pot dir que el disseny és una eina de futur: quan participa en iniciatives que han de contribuir a configurar un món millor.

ANDRÉ RICARD

Dissenyador Industrial. Sots-president de la comissió permanent del BCD (Barcelona). Ha rebut molts premis, entre ells: 11 Delta, 4 Eurostars, Premio Nacional de Diseño 1987 (Espanya), etc. És autor dels llibres: *Diseño ¿por qué?*, 1982; *Diseño y calidad de vida*, 1985 i *Hablando de Diseño*, 1987.



1

No crec que es pugui contestar aquesta pregunta d'una manera taxativa. El component estètic en el disseny sorgeix com una conseqüència de múltiples factors que no sempre es poden detectar a nivell conscient. Les noves tecnologies que el dissenyador es veu forçat a adoptar no crec que hagin alterat, en aquest sentit, el procés creatiu. Des de sempre, els dispositius funcionals han estat uns dels factors que han incidit en la resultant estètica. La funció útil –tant si és propiciada per mecanismes elementals o per sofisticada tecnologia– posseeix unes formes peculiars que són una referència obligada que sempre incidirà en el resultat final. Fins i tot, a vegades, aquest component funcional posseeix tanta força expressiva que, per ella mateixa, ja marca una pauta estètica que el dissenyador cal que sàpiga respectar i que, *per se*, genera una nova estètica espontània.

Però si la presència del factor «funció» és important com a referència a l'hora de crear un objecte, no és menys cert que el dissenyador es veu influït per molts altres factors que observa en el seu entorn social i cultural. Tot el que passa, escolta i veu, és captat, valorat i classificat –a vegades a un nivell subliminal– i, d'alguna manera, quedarà reflectit a l'obra.

Potser el problema que existeix avui és que molts creatius estan més atents al que passa en aquest moment que no pas a saber sobre el passat. Això és conseqüència que la societat actual produeix un al·luvió tan immens d'informacions, manifestacions, notícies, tendències, modes, espectacles... que ja no queda temps per, a més, aprendre coses del que ens ha precedit. El «cutre» s'explica com una manifestació expressiva que pren com a úniques referències estètiques la realitat instantània que ens envolta, amb tota la seva cruesa. Perquè una obra o una idea tingui futur, no es pot haver generat ignorant tot el saber passat. Proust ja ho va dir: «Anomenem futur l'ombra de sí mateix que el nostre passat projecta davant nostre» («Nous appelons avenir l'ombre de lui-même que notre passé projette devant nous»).

2

No es pot dir que tingui una incidència clara, malgrat que tot el que fem o deixem de fer, finalment, incideix en el nostre entorn. El medi ambient és un ecosistema en el qual les coses materials, els objectes i els productes –que és el que depèn directament del disseny– només en són una mínima part. No obstant, per molt petita que sigui, és important que les coses que fem servir ens ajudin a millorar la nostra qualitat de vida i que no contribueixin a empitjorar el caos i la pol·lució en la qual vivim.

Dels tres adjectius de la segona pregunta, prefereixo

el darrer: «superador». Crec que, d'alguna manera, aquest ja implica els altres dos.

3

Potser sigui pretensió, o fins i tot idealista, pretendre de confiar-li al disseny un paper més destacat en la marxa del món. Però, si entenem que el disseny no és altra cosa *que una manera de projectar amb seny*, és evident que podria tenir una incidència clara en molts projectes de més gran envergadura i no només amb els relacionats amb la creació d'objectes.

Malgrat tot, en un món cada vegada més tecnificat, el rol del disseny ha de ser, ben clarament, el de contribuir a humanitzar aquesta inexorable tecnologia. Una tecnologia que, per la seva mateixa essència «auxiliadora», margina cada vegada més un Home perdut en l'univers artificial que el mareja. Com ho subratlla Hans Jonas, les activitats tècniques també són subjectes –com totes les accions de l'ésser humà– d'un judici moral, i molt més pel fet que els seus efectes negatius són, sovint, indissociables dels positius. En aquest sentit, la tasca del disseny no s'hauria de limitar a «dissenyar» les coses, sinó que, reprenent els principis inicials que van donar naixement al que avui anomenen «disseny», hauria d'aconseguir ser la consciència moral d'una societat industrial que sembla haver-la perdut.

PERE RIERA

Arquitecte. Professor a la Universitat Politècnica de Catalunya. Autor d'obres com l'Edifici de l'Escola Pública a Montgat, la Nau Comercial per a Autolica-Mercedes Benz a Granollers.



1

Prefereixo englobar els referents estètics dins d'un concepte de comunicació.

Tot disseny neix com a fruit d'una interpretació personal, dins dels paràmetres tècnics i significatius d'una cultura compartida. Ve a ésser una resposta autobiogràfica amb capacitat d'ésser entesa i volguda per altra gent. Capaç, per tant, d'establir-se com a objecte suport d'una comunicació satisfactòria.

Darrera de tot hi ha una actitud personal que manipula les dades objectives del problema fins establir-ne una forma, vehicle i suport de l'intercanvi, que ve filtrat sistemàticament per la lògica del mercat.

En qualsevol cas, els referents bàsics són interns, fruit d'una llarga digestió de tots aquells elements o situacions que han estat capaços de commoure i interessar al dissenyador, que a fi de comptes busca d'alliberar-se dels referents externs i literals, perquè sap que el moment important es produeix quan hom arriba a sorprendre's a si mateix.

En una cultura plural, cal sobretot apostar per la claredat i precisió del discurs, tant per combatre el resultat com per adherir-s'hi. El pitjor és la confusió i el dogma.

2

Sens dubte que la té, però no cal exagerar.

Recordo una dita del maig del 68 «... no hi ha problemes estudiantils, sinó aspectes estudiantils de problemes polítics més generals».

En aquest punt no es poden perdre de vista ni les globalitats ni les jerarquies.

No es pot demanar a ningú la responsabilitat (o frivolidat) d'inventar un món sencer (un llenguatge universal), i per tant no es pot carregar a ningú la responsabilitat (o cinisme) de destruir-lo.

Més enllà, cadascú al seu nivell i dins d'un context determinat, fa la tria pertinent, i cada obra i cada objecte pren una determinada dimensió i explica una actitud, una manera d'entendre la vida, que comporta un compromís intencionat amb la reconstrucció del medi ambient.

3

La pregunta m'espanta i em molesta la connotació heroica que al meu entendre suposa.

Prefereixo respondre amb un conte xinès: «Kung, l'escultor, construí per al joc de campanes d'un monestir, un peu de fusta, que embadali tothom. Al requeriment del marquès de Lou, de qui depenia, sobre el seu secret, Kung respongué: ...jo em dedicava a concentrar totes les meves forces vitals i a recollir-me tot sencer en

el meu cor. Al cap de tres dies, vaig oblidar les lloances i els beneficis que el meu treball em comportaria. Passats cinc dies, ja no esperava l'èxit i no em feia por el fracàs. Set dies després, havent perdut ja la noció del meu cos, havent oblidat vostra Excel·lència i els cortesans, i amb totes les meves facultats concentrades en l'objecte, arribà el moment d'actuar. Quan em vaig trobar totalment penetrat d'aquesta idea, només aleshores vaig iniciar l'obra».

A partir d'aquí tot és imprevisible i fora de l'abast del treball que hom realitza com a dissenyador.

XAVIER RUIZ COLLANTES

Professor titular del Departament de Disseny i Imatge de la Universitat de Barcelona. Autor de *Els cartells del PSUC, les estratègies persuasives en la propaganda electoral*, 1991 i *Las profesiones del diseño*, 1992.



2

El diseñador integrado en la industria no define objetivos, sino que a partir de una serie de requerimientos congruentes con objetivos ya definidos previamente, debe formalizar productos que cubran determinadas funciones.

Si el diseñador no define objetivos, por lo tanto, tampoco define objetivos ecológicos, sólo define medios en un determinado nivel de la configuración de los productos.

Seguramente a medio plazo será imprescindible tomar medidas en torno a la ecología para la conservación de un sistema natural equilibrado en el que, en el sentido más dramático y radical, pueda sobrevivir dignamente la especie humana. Será necesario definir y llevar a efecto proyectos, pero proyectos de políticas económicas, industriales, agrícolas y demográficas, políticas que generen una nueva cultura en torno a la producción y al consumo, en torno a la vida. La convocatoria de la reciente Conferencia de Río de Janeiro sobre Desarrollo y Medio Ambiente parece indicar que existe una cierta conciencia de que es necesario tomar decisiones políticas respecto al problema.

En este contexto, la iniciativa del diseñador es mínima, puesto que su actividad está determinada por la definición de políticas concretas establecidas en otros ámbitos superiores de decisión.

Los conceptos de diseño y de planificación son semejantes. Sin embargo, durante la última década, mientras que el concepto de diseño de productos ha ido adquiriendo prestigio, el concepto de planificación de políticas globales ha caído en una crisis muy profunda. Este hecho hay que entenderlo sobre los parámetros de la lógica del mercado. El establecimiento de planes de políticas globales de intervención supone una presunta transgresión de la lógica del mercado, por el contrario, la proyectación de productos y de estrategias comunicativas forma parte de la propia lógica de un sistema económico, político y cultural de libre iniciativa y competencia. Sin embargo, la propia dinámica del mercado no producirá, por sí misma, una defensa del ecosistema del planeta. Será necesario, seguramente, definir algunos niveles de políticas de intervención global para introducir mecanismos de corrección en las prácticas de producción y consumo dominantes. En este sentido, se está comenzando a considerar que, a medio plazo, la «industria verde» será mucho más rentable, para las naciones, que la industria contaminante.

El diseñador, en su trabajo de proyectación, sólo podrá desarrollar una práctica pro-ecológica, efectiva y no meramente simbólica, si dicho trabajo viene definido por objetivos claramente ecológicos marcados por los gobiernos y por las empresas.

1

Las estéticas que puedan desarrollarse en el futuro dependerán de los valores culturales, de los mitos, de los símbolos y de las utopías que se conviertan en dominantes en el discurso social y cultural de los próximos años.

Consideramos que la opción estética está determinada, fundamentalmente, por la opción semántica. A través de la forma se vehiculan significados. Por lo tanto, en última instancia, la estética del diseño es subsidiaria de la configuración de universos de contenido, y se inserta en prácticas retóricas a través de las cuales se establecen estrategias persuasivas para adjudicar, a los objetos e imágenes, ciertos valores simbólicos.

Por lo tanto, presentar una hipótesis sobre la estética del diseño en el futuro, supone, desde nuestro punto de vista, lanzar hipótesis previas sobre cuáles serán, para los diferentes sectores sociales, los valores culturales fundamentales.

En el horizonte podemos ver algunos temas en torno a los cuales, en el futuro, pueden desarrollarse opciones estéticas.

El primer universo mítico puede ser el concerniente a la ecología. Una de las preguntas de este cuestionario demuestra que éste es ya un tema central. A partir de este universo puede configurarse una estética que simbolice, retóricamente, una ética en torno a la conciencia de los límites del crecimiento. A partir de aquí pueden desarrollarse estrategias retóricas de tipo metonímico que, por implicación, aluden al mantenimiento del ecosistema natural, y ello mediante el uso de materiales reciclables, de energías poco contaminantes, etc. Pueden desarrollarse también estrategias retóricas de tipo metafórico que, por mímesis, por representación icónica del universo de la naturaleza, aluden a lo ecológico mediante el uso de materiales naturales, de formas y estructuras biomorfas, etc.

Hemos comentado anteriormente las escasas posibilidades de iniciativa que tiene el diseñador sobre los problemas ecológicos, y ello dado el nivel subalterno en el que se sitúan sus decisiones sobre esta cuestión. Pero es posible que desde la lógica del mercado y del beneficio económico a corto plazo, al diseñador se le adjudique la función de configurar una retórica «ecologista» con un objetivo meramente persuasivo en el marco de políticas de marketing.

Un segundo universo mítico para el desarrollo de tendencias estéticas en el diseño del futuro, puede ser el referente a las nuevas tecnologías. Si la estética «ecologista» puede simbolizar la conciencia de los límites de la explotación de los recursos naturales, la estética «tecnologista» puede simbolizar una conciencia, en cierto sentido, opuesta, la de las potencialidades ilimitadas de progreso técnico-científico. La estética de los límites del crecimiento, frente a la estática del crecimiento sin límites.

Creemos que en los últimos años, el eje central de la estética del diseño ha girado en torno a un discurso autorreferencial del diseñador como activista de una práctica creativa, y todo ello dentro de una lógica artística. Es posible que, por el contrario, en el futuro, la estética del diseño aluda, de forma fundamental, a la práctica técnico-científica en un discurso que, como hemos indicado, sirva de contrapeso al universo mítico del ecologismo.

Una tercera referencia que puede dar lugar a nuevas utopías, y que puede incidir en la estética del diseño de los próximos años, será la de la relación entre las diferentes etnias y culturas. Los distintos niveles de los crecimientos demográficos y los movimientos migratorios hacia algunos de los países del centro económico mundial, hacia los países occidentales del norte, están generando ya nuevas realidades sociales.

Entre las diferentes etnias y culturas, en nuestros países, se pueden establecer diferentes tipos de relaciones: segregación o mestizaje, explotación o solidaridad, cohabitación o integración, dominación o igualdad, etc. A partir del tipo de relaciones que efectivamente se establezcan, pueden configurarse, para los distintos sectores sociales, diversos universos míticos en torno a los valores de la identidad y de la diferencia. Estos universos míticos pueden simbolizarse a través de configuraciones estéticas encarnadas en el diseño de objetos e imágenes.

Las nuevas culturas procedentes de las migraciones no sólo incidirán en el diseño por la aportación de formas propias a la estética diseñística originaria de los países occidentales, sino también por la posible integración en el mercado de nuevos sectores sociales con memorias históricas distintas y que, como consumidores y usuarios, pueden plantear nuevas demandas y necesidades simbólicas.

3

El diseñador es un configurador de mundos. Cuando un diseñador define un objeto o una imagen a través de esbozos, planos, ilustraciones, maquetas, etc., establece una estructura de signos y de representaciones que se refieren a un mundo. El diseñador construye textos que describen objetos e imágenes que deben ser posteriormente producidos, al hacerlo define un nuevo mundo que es igual al mundo real presente más la inserción del objeto diseñado y las interacciones sociales que dicho objeto implique. El diseñador, al elaborar el proyecto, define un mundo posible como un mundo real futuro.

Para plantear con qué tipo de mundo se relaciona el trabajo del diseñador y el tipo de relación que establece con este mundo, señalaremos, de forma muy sintética, algunas distinciones conceptuales que sirvan para reflexionar sobre la cuestión.

En primer lugar distinguiremos entre mundo posible

ENRIC SATUÉ

Dissenyador Gràfic. Premio Nacional de Diseño 1988. Autor d'*El llibre dels anuncis* i *Los demiurgos del Diseño Gráfico*.



1

Els referents vénen a ser els de sempre. Canviar els instruments (l'ordinador enlloc del *rotring* i el pinzell) no vol pas dir canviar la mentalitat. Així doncs, el disseny gràfic aplicat a la publicitat segueix trobant-se d'allò més bé en el surrealisme, perquè qualsevol cosa que tingui a veure amb la realitat és pura coincidència.

El disseny gràfic aplicat a la identitat i, sobretot, a la senyalització, tendeix a trobar en el llenguatge de l'informalisme i l'abstracció els referents estètics més adients a un llenguatge sintètic (el logotip dibuixat per Tàpies per a la Universitat Rovira i Virgili en fóra un bon exemple).

El disseny gràfic aplicat a l'edició, en canvi, segueix força fidel al realisme, una tendència en la qual la fotografia i la il·lustració figurativa s'hi troben ben afavorides.

Això és així perquè és així, però el dissenyador gràfic faria bé a recórrer als referents estètics que vegi pel carrer. És al carrer on es belluga l'audiència en tota la seva diversitat, i on ha de cercar-ne les claus expressives més adients.

2

Tornem a estar com abans. En el disseny gràfic aplicat a la publicitat, la incidència en el medi ambient és, en general, negativa: contribueix a degradar els comportaments de la societat civil i a pol·lucionar el paisatge social urbà.

En el disseny gràfic aplicat a la identitat i la senyalització, Déu-n'hi-do el que pol·luciona, però dona un to de civilitat a qui l'aplica. Això sens dubte; entre una furgoneta sense nom i una amb un logotip o senyal d'identitat, la segona proporciona més confiança que la primera; entre un parc natural sense senyals i un altre estratègicament orientat, la tria és també clara.

Malauradament, en el disseny gràfic aplicat a l'edició el paper és cada vegada més secundari, més tendencios i, per tant, més especulatiu.

3

Res de nous mons. El disseny gràfic és fill d'aquest món, vell i prudent. I els dissenys gràfics, en les societats del benestar, tenen i tindran una missió purament instrumental. I ja n'hi ha prou, no cal pas posar-nos transcendents.

En el pitjor dels casos, el disseny esdevé un instrument vulgar de seducció, alineat al costat del consumisme més censurable moralment. Però per regla general, emprat amb intel·ligència i honestat, és un ins-

trument d'una eficàcia indiscutible a l'hora d'orientar, d'identificar i de triar.

En el millor dels casos, i molt de tant en tant, pot esdevenir una eina de coneixement. Un graó que faci pujar la societat civil –tan passiva que aviat caldrà donar-li el menjar a la boca– una mica, vers una expectativa estètica més exigent cada vegada, en un procés creixent que, si la societat fos veritablement dinàmica com a vegades se'ns vol fer creure, fóra d'allò més excitant. Fins al punt de creure que la crítica de Friedrich Schiller, el poeta romàntic per excel·lència, té algun sentit entre nosaltres, disposats com estem a saltar del segle XX al XXI com si aquest no fos el nostre!

«A la llibertat s'hi arriba per la bellesa», va dir Schiller, cada dia amb més raó. En aquest segle s'ha volgut arribar a la llibertat per la força i per l'ètica, amb els resultats que tots hem vist. Ara li toca el torn a l'estètica, i aquí els dissenyadors hi tenim força a dir.