

L

A ESTÉTICA DEL TRAZO. EL DISEÑO EN EL DISEÑO

1. En nuestro contexto cultural, durante la década anterior, el trazo invadió la estética del diseño gráfico. Logotipos, símbolos, señales, carteles, folletos. En todos ellos aparece el trazo como uno de los signos distintivos de los tiempos.

2. El auge de la estética del trazo se produjo en el momento en el que el diseño se convirtió en moda social. El diseño se transformó en el elemento simbólico de la cultura, y el trazo en una de las señales que nos han permitido reconocerla.

3. El trazo es una forma gráfica, pero no toda forma gráfica es un trazo. El trazo es una forma gráfica que puede funcionar como icono, que puede funcionar como símbolo; pero que, en cuanto trazo, es, fundamentalmente, un índice.

4. El trazo se utiliza como un icono cuando representa una figura, cuando sirve, mediante algún principio de semejanza, por simple que sea, para aludir a un objeto del mundo. No siempre a los trazos se les otorga esta función; en ocasiones aparecen como formas puramente abstractas.

5. El trazo funciona como un símbolo cuando, por medio de la forma, del color, de la textura, de la composición..., alude, de una manera más o menos convencional, a valores culturales.

6. Lo que hace de una forma gráfica un trazo es su carácter de índice. A través del índice la representación se realiza por medio de la implicación. El trazo es una huella que implica el acto de su producción: el gesto.

7. El trazo es un índice del gesto.

8. El trazo es un índice del gesto de la producción gráfica.

9. De la misma manera que la huella de un pie en la arena es un icono del pie, pues reproduce su forma y su tamaño, el trazo es también un icono del gesto, pues presenta algunas de sus características: su direccionalidad, su amplitud, su intensidad...

10. El trazo, como índice, remite al gesto gráfico, a la producción realizada en el marco de la actividad diseñística. El trazo pone el diseño en primer plano. Es un producto del diseño que habla sobre el propio diseño. La enunciación en el enunciado. El género en el texto. El diseño en el diseño.

11. A través del trazo el diseño se convierte en autorreferencial, alude a sí mismo. Cuando el diseño está de moda, incluso sus productos deben hablar del diseño y del hacer-diseño.

12. Detrás del trazo hay un discurso sobre la actividad diseñística, un discurso polémico a través del cual se plantea, implícitamente, una concepción específica de dicha actividad.

13. Pensar las características del trazo y del gesto que lo produce, supone pensar los valores que sobre el diseño, el diseño mismo vehicula.

14. El trazo es signo del gesto, y el gesto es propio del hombre frente a la máquina. El trazo remite a lo humano frente a lo mecánico.

15. El trazo es signo del gesto, y el gesto es personal, propio de un sujeto concreto. El elemento constituyente esencial de toda firma es el gesto-trazo. El trazo remite a lo individual frente a lo colectivo.

16. El trazo es signo del gesto, y el gesto es más corporal que mental. El cuerpo se mueve y el gesto se produce. La estética del trazo privilegia al cuerpo sobre la mente, a la acción sobre la reflexión, a lo pasional sobre lo racional, al impulso romántico sobre la medida clásica.

17. El trazo supone un cierto grado de libertad en el instante de la realización y en el resultado final. En la producción del trazo, si el sujeto no la ha automatizado por la repetición, se pone en juego la valentía del autor. No hay un control absoluto sobre el proceso y la conclusión. Es como un saltar al vacío a partir de una decisión y de un impulso. Un salto que puede salir bien o mal. Es posible determinar el punto de partida, el punto de llegada y la dirección que hay que seguir para llegar de uno a otro. Pero el recorrido se ejecuta en caída libre. El ejercicio de la libertad va siempre ligado al riesgo y a la incertidumbre.

18. El trazo, como resultado, posee un cierto grado de imprevisibilidad. Habitualmente supone una sorpresa incluso para el sujeto que lo acaba de realizar. Por ello, el trazo privilegia la información sobre la redundancia.

19. Frente a las formas geométricas o geometrizadas, y frente a las formas figurativas consolidadas, cualquier trazo posee una apariencia peculiar y siempre diversa. Así, el trazo remite a lo singular, a lo original y a lo diferente, frente a lo repetitivo, lo idéntico y lo ya sabido.

20. El trazo es consecuencia del gesto instantáneo, es irreplicable, el gesto desarrollado en un aquí/ahora que se convierte después en un allá/entonces mítico. Por ello el trazo, al igual que toda pieza artística, posee el aura propia de la obra única.

21. El trazo acentúa la importancia del espacio plástico, del espacio de la producción gráfica, del espacio material sobre el que se realiza el gesto y se inscriben la forma, el color y la textura. Así, en un segundo plano queda el espacio icónico, el espacio de lo representado, aquel posible espacio figurativo en el que se ubican simulaciones de objetos de mundos reales o posibles.

121

22. La espontaneidad y libertad en la realización del trazo, y el carácter de su naturaleza plástica, aluden a un acto en el que no existen objetivos que vayan más allá del puro juego estético. La ejecución del trazo se instituye, así, como un acto gratuito.

23. El trazo, en resumen, es el artificio gráfico que condensa los valores semánticos que componen el estereotipo social más extendido sobre lo artístico: lo humano, lo gestual, lo original, lo creativo, lo imprevisible, lo impulsivo, lo único, lo irrepetible, lo plástico, lo lúdico, lo gratuito...

24. La estética del trazo supone para el diseño gráfico, la instauración de su artificio simbólica.

25. La moda no ha sido del diseño, no ha sido del trazo; la moda ha sido del diseño-trazo, del diseño artificado.

26. El diseño-trazo se presenta como un compromiso entre el arte y el diseño. Un poco de aquí y un poco de allá. Un encuentro a medio camino.

27. El diseño presupone una radicalidad en la separación temporal entre la proyección y la producción.

28. Idear una forma mientras se produce. (No diseñar. Arte-acción). Idear-proyectar una forma y después producirla tal como se ha ideado-proyectado. (Diseñar en sentido fuerte. El diseño-fuerte). Idear-proyectar, más o menos, una forma, y después producirla en función, más o menos, de lo que se ha ideado-proyectado. (Diseñar en sentido débil. El diseño-débil).

29. El trazo es un símbolo del diseño débil. El diseño débil, como el pensamiento débil, pertenece al ámbito de la, ya pasada de moda, moda de la Postmodernidad. Pero el diseño débil, como el pensamiento débil, se inscribe también en ese ciclo, de más largo alcance, que es la crisis de la Modernidad.

30. El diseño débil, el diseño-trazo, que promete una artificio del diseño, aparece como un compendio del arte y el diseño.

31. Pero el diseño débil, no realiza la artificio del diseño a través de una mezcla de medidas equivalentes, o casi equivalentes, de arte y de diseño. Por el contrario, la artificio del diseño se produce por medio de un proceso de representación.

32. No se trata del diseño que se combina con el arte, sino del diseño que simula ser arte.

33. Finalmente, el trazo diseñístico es un trazo representado, y, por tanto, a través del trazo, la artificio del diseño es también una artificio representada. Una simulación compartida.

34. Cualquier resultado de un gesto gráfico no parece realmente un trazo. No siempre ese resultado corresponde a nuestro modelo cultural de lo que es, evidentemente, un trazo. La forma producida puede parecer, finalmente, poco es-

pontánea; o puede resultar excesivamente geométrica; o puede dar pie, por casualidad, a ser interpretada, exclusivamente, como una representación intencionada y precisa de un objeto del mundo.

35. El trazo del diseño no tiene por qué ser el resultado de un gesto gráfico, no tiene por qué ser realmente un trazo. Simplemente, y con independencia de como haya sido realizado, el trazo de diseño sólo debe parecerlo. Ese es el principio del juego de la representación.

36. Hay múltiples formas de representar un trazo. Cójase un lápiz y dibújese con cuidado una silueta a partir de nuestro modelo cognitivo-perceptivo de lo que es un trazo; rellénese la superficie interior, de un extremo a otro, con algún color, introduciendo, a ser posible, una gradación en el tono o en la textura. Ahí obtendremos un trazo incontestable.

37. Incluso en el contexto planteado, la ejecución de un gesto gráfico debe ser entendido como una manera más de representar un trazo, no utilizada por ser la más auténtica, sino sólo por ser, en algunos casos, la más afectiva. A veces se repite el gesto, tanteando una y otra vez hasta que finalmente surge el trazo que se buscaba, aquel que, paradójicamente, debe parecer fruto de un gesto único, decidido y definitivo.

38. En ocasiones un trazo-trazo puede resultar bastante dudoso como trazo. No necesariamente lo verdadero es lo más verosímil.

39. Lo significativo es siempre el modelo cultural, no el objeto real.

40. El trazo de diseño lo es, no porque originariamente sea producto de un gesto, sino porque representa serlo. Es un trazo representado que permite, también, a un gesto representado.

41. Podemos decir: vamos a representar un perro, vamos a representar un árbol, vamos a representar una casa, vamos a representar una rueda, vamos a representar un trazo.

42. Así, en la representación del trazo, los supuestos valores de libertad, creatividad, originalidad y singularidad, se pliegan a las restricciones que impone la manifestación de un modelo cultural, modelo que, previamente establecido, debe ser, con posterioridad, claramente reconocible.

43. En la imagen de diseño gráfico, el espacio plástico que el trazo privilegia, se convierte finalmente en un espacio icónico, en un espacio figurado en el que el trazo manual se instituye como un objeto simulado a través de los mecanismos de la producción y reproducción gráfica.

44. En ocasiones, en una doble pirueta, se explicita la instauración del trazo como objeto representado (símbolo Barcelona, 92). El trazo aparece aquí como una figura que proyecta su sombra sobre un fondo, generando así la ilusión de un espacio tridimensional.

T HE AESTHETICS OF THE LINE. DESIGN WITHIN DESIGN

45. Todo trazo de diseño está siempre manifestado en un gran número de ejemplares idénticos entre sí. A través de los mecanismos de reproducción gráfica, la obra única se convierte en obra múltiple. El trazo diseñístico supone una representación de lo humano, lo único y lo irrepetible mediante lo mecánico, lo múltiple y lo reproducible.

46. Podemos pensar que el caso del trazo de diseño es similar al de las obras de arte reproducidas en posters o publicaciones. Nada más lejos de la realidad. En el trazo de diseño no existe la obra única referencial, la fuente primigenia de la posterior ubicuidad. En el trazo de diseño sólo hay ubicuidad.

47. El trazo de diseño no es el resultado de un juego estético gratuito, sino un artificio decidido y realizado en el marco de estrategias comunicativas que deben, finalmente, demostrar su rentabilidad.

48. Lo único es representado por lo múltiple; lo original y lo singular por la manifestación del modelo; lo exclusivamente humano por lo predominantemente mecánico; lo arriesgado por lo seguro; lo espontáneo por lo que se elabora a partir de un plan, lo plástico por lo icónico; el juego por el trabajo; lo gratuito por aquello que busca una rentabilidad...

49. La utilización diseñística del trazo supone un ejercicio en el que cada valor es representado por su opuesto. Y ello porque el estereotipo al uso del arte se simula a través del estereotipo al uso del diseño. En esta dialéctica, el diseño-trazo, y, en general, el diseño-débil, se presenta como una síntesis, una síntesis que no es superadora de nada, sino simplemente un juego más en este mundo de banalidades regidas por el mercado.

50. Al igual que el diseño funcionalista se legitimaba con el disfraz de la necesidad derivada de lo útil, el diseño artístico se ha legitimado con el disfraz de la libertad derivada de lo estético.

51. Pero, vístase como se vista, la práctica del diseño no está regida ni por lo estético ni por lo funcional en sentido estricto. La práctica del diseño, vístase como se vista, está regida por lo retórico. Lo retórico entendido no como compendio sistemático de ornamentos, sino como tratado de las estrategias persuasivas.

52. Lo estético y lo funcional, en el diseño, no son más que argumentos de lo persuasivo.

53. El diseño de moda para el mercado ha sido el diseño-trazo, el diseño-débil, el diseño que pone por delante el argumento del maridaje con el arte. Pero no hay mezcla, sólo simulación, porque la práctica artística y la práctica diseñística, en última instancia, poseen dos lógicas distintas.

1. In our cultural context, during the last decade, the line has invaded the aesthetics of graphic design. Logotypes, symbols, signs, posters, leaflets. In all of these the line appears as one of the distinctive marks of the times.

2. The peak in the aesthetics of the line occurred at the moment when design becomes social fashion. Design was transformed in the symbolic element of the culture, and the line in one of the signs which help us to recognize it.

3. The line is a graphic form, but not every graphic form is a line. The line is a graphic form capable of functioning as an icon, which can function as a symbol; but which, as a line, is basically an indication.

4. The line is used as an icon when it represents a figure, when it serves, via some principle of similarity, however simple it may be, as a reference to an object in the world. This function is not always conferred on lines; at times they appear as purely abstract forms.

5. The line functions as a symbol when, by means of form, colour, texture, composition... it alludes in a more or less conventional way to cultural values.

6. What the line does with a graphic form is to give it its indicative character. From this indication, representation is achieved by means of implication. The line is a mark which implies the act of producing it: the gesture.

7. The line is an indication of the gesture.

8. The line is an indication of the gesture of graphic production.

9. Just as a footprint in the sand is an icon of the foot, since it reproduces its shape and size, the line is also an icon of a gesture, since it presents some of its characteristics: its direction, its size, its intensity...

10. The line, as an indication, refers us to the graphic gesture, to the production carried out within the framework of design activity. The line places design in the foreground. It is a product of design which speaks of design itself. The act of stating within what is stated. The article inside the text. The design within the design.

11. By means of the line design becomes self-referring; it alludes to itself. When design is in fashion its very products must speak of design and design-making.

123