

haver d'actuar en un ambient desregulat en el qual tot-hom s'ha d'espavilar a trobar el seu camí. La qüestió canvia si volem introduir altres dimensions ideològiques, ètiques o polítiques al lliure funcionament del mercat. Aquesta és una gran qüestió que no poden resoldre els professionals del disseny tots sols, però sí que poden fer aportacions importants a un hipotètic debat social que s'hauria d'engegar a partir d'ara.

Encara hi hauria una altra reflexió important per fer. Un país com Catalunya no té altra riquesa que la capacitat de treball i d'innovació dels seus ciutadans. Ja ha passat el temps de la gran indústria manufacturera. Avui els països desenvolupats basen llur riquesa en la capacitat tècnica de les seves indústries i del valor afegit que puguin incorporar als productes que fabriquen. Precisament, el disseny és un instrument molt important en aquest aspecte. No podem competir amb altres països pel que fa als costos industrials, però sí que ho podem fer incorporant-hi les qualitats que els pot proporcionar un bon disseny. En el món hi ha espai per a produccions tecnològicament avançades i que tinguin, a més, el valor afegit de les bones formes apreciades pels consumidors selectes. Aquest és, doncs, un aspecte estratègic que caldria desenvolupar i que implica un compromís més estret que el que hi ha hagut fins ara del sistema productiu amb el disseny.

Tinc la plena consciència que no he fet sinó plantejar preguntes que resten sense resposta. D'això es tractava en principi. En el fons no hem fet una altra cosa que fer una crida a tots els qui estan compromesos amb el disseny: professionals, teòrics, ensenyants per un cantó, i empresaris i polítics, per altre, a plantejar-se el conjunt de problemes denunciats. Si no ho fem, correm el perill de restar en la marginalitat, la qual cosa constitueix una de les presons més corrents en el món actual.

## El diseño en la época de la desaparición de los grandes metarelatos

Jordi Berrio

Doctor en Filosofía por la Universitat Autònoma de Barcelona. Profesor en la Universitat Autònoma de Barcelona.

Durante los años 60 y 70, en Barcelona, cuando se hablaba de diseño, las minorías que lo hacían sabían a que se referían. Después, a finales de los 70, las cosas empezaron a complicarse, a oscurecerse y, actualmente, yo diría que hemos progresado bastante en el camino de la confusión. No sabemos si nos referimos a arte, o a ingeniería, o a comunicación, o a marketing, o a *merchandising*; no sabemos si de lo que se trata es de participar, de una forma u otra, en la producción de artefactos, de mensajes, de espacios, como siempre se había hecho, o si también tenemos que incluir nuestras preocupaciones y minutas, los servicios, las estrategias comerciales; tampoco sabemos si la iniciativa sobre las cuestiones económicas, ecológicas, psicológicas y de todo tipo corresponden al promotor o al profesional del diseño; desconocemos si es la sociedad la que tiene la iniciativa ideológica y ética en el momento de proporcionar determinadas dimensiones a los productos fabricados, o si éstos son problemas que también afectan a los diseñadores. En primer lugar, parecería razonable sospechar que todas las actividades y finalidades citadas forman parte de la definición actual de diseño y diseñador. Si esto fuera así, querría decir que, en realidad, no tenemos definición alguna, nos hemos limitado a sustituir la que empleábamos en el inicio por un ir tirando irreflexivo. En resumidas cuentas, desconocemos de qué se trata eso que llevan a cabo en la sociedad los profesionales que denominamos diseñadores. Algo harán, porque son muchos los que se ganan la vida, y algunos de ellos muy bien.

Las dudas expuestas podrían ser concretadas con una serie de preguntas enunciadas de la siguiente forma: ¿estamos en condiciones de saber si el diseño es algo más o menos concreto en el momento actual? ¿Hay por tanto una definición canónica? ¿O es que quizás tendríamos que concluir diciendo que el diseño es lo que realizan los profesionales a los que llamamos diseñadores? ¿O es que lo que nos ha de servir de guía es la

percepción que tiene la sociedad de aquello que se denomina diseño? Probablemente, si fuéramos capaces de responder debidamente a las anteriores cuestiones, introduciríamos un cierto orden<sup>1</sup> en el opaco panorama actual.

Antes, hacia los años 60, cuando empezábamos a levantar la cabeza tras la masacre física y moral que había representado el nacionalcatholicismo (hay muchas maneras de dar nombre a la inhumanidad y a la intolerancia), los pocos que conocían la Bauhaus, la Escuela de Ulm o nuestro GATCPAC, en lo tocante al diseño, se entendían perfectamente, o casi. Se pensaba en un conjunto de temas, problemas y funciones. Pensaban en la necesidad de dar forma a los nuevos productos que la industria incorporaba al repertorio de las cosas útiles y las no tan útiles; consideraban que era necesario encontrar las formas más adecuadas para que el artefacto o aquello que fuera a ser diseñado proporcionara satisfacción a las necesidades<sup>2</sup> que se querían satisfacer; les parecía esencial, además, que todo esto se llevara a cabo de una forma complaciente, de acuerdo con las expectativas estético-culturales de los posibles usuarios.

El diseño era una actividad estrechamente ligada a la industria, al progreso y a la modernidad. El profesional de esta disciplina planificaba las formas, paralelamente al ingeniero y al técnico para que los productos se pudieran fabricar en serie. Se querían distinguir netamente de sus antecesores, los artesanos. Se quería superar la rutina inconsciente de la artesanía tradicional, conservando, sin embargo, la articulación sustancial entre arte y oficio, utilidad y buen gusto. En la era industrial no se podía esperar el tiempo necesario para que los objetos tomaran la forma más adecuada, tal y como se llevaba a cabo tradicionalmente. La industria pedía soluciones inmediatas. Y ésta era la gloria y también la miseria de la tarea que llevaban a término los profesionales del diseño: podían situar sus objetos y formas de modo ubicuo en toda la sociedad, pero se convertían en instrumentos de una racionalidad estratégica que acabaría diluyendo las intenciones éticas del movimiento moderno.

Los que se consideraban diseñadores también querían diferenciarse netamente de los artistas y lo hacían con valentía y, todo hay que decirlo, con una cierta arrogancia, porque consideraban que el diseño era la actividad del momento, la actividad de la sociedad moderna secularizada; una marca de cosmopolitismo; un camino para distanciarse de la Piel de Toro y acercarse a Europa (Al Norte, donde dicen que la gente es

limpia noble y culta, rica, libre, despierta y feliz). El arte, entendido de una manera convencional, era y es una tarea puramente formal que, en el mundo moderno, no tiene otra finalidad que la de producir unos efectos que podríamos calificar globalmente de placer estético. Esto no impide que pueda tener y que tenga en realidad otras finalidades. Por ejemplo, la existencia de un comercio alrededor de los productos artísticos. Pero este hecho no es definitorio. En el campo del arte tradicional, puede haber pinturas, esculturas, cerámicas, que ni se compran ni se venden, y no por ello pierden su condición básica otorgada por la propuesta estética que siempre ofrecen. Ni siquiera la dimensión comunicativa es esencial en la obra artística porque, según una opinión muy defendida, la dimensión fundamental del artista es la autosatisfacción. Resulta evidente entonces considerar que los diseños no cumplieran sus funciones básicas en lo referente a su dimensión estética, aun estando de acuerdo en su importancia, y que era necesario unir a todo eso las funciones relacionadas con la operatividad material o primaria de los productos y de las formas. Las letras deben leerse, las sillas sirven para sentarse y los cubiertos, para comer, y los edificios para permanecer en ellos. Incluso existía una teoría bastante dominante que unía la belleza a la funcionalidad, si bien todo el mundo tenía más o menos claro que se trataba de una actitud frente al diseño, y que podían existir otras, el racionalismo, por ejemplo. En relación con el funcionalismo y el racionalismo, y un poco más allá de la periferia de los aspectos que podemos considerar como fundamentales y definitorios, se daba la problemática de los materiales en relación con las formas. En el campo del diseño industrial, así como en arquitectura e interiorismo, se consideraba que los materiales tenían mucho que ver con las formas y que el diseñador tenía que conocer su *lenguaje*.<sup>3</sup> Se podía ser funcionalista o no, racionalista o romántico, pero lo que quedaba claro es que la dimen-

<sup>1</sup> Soy perfectamente consciente de que la noción de orden se considera una antigualla, pero ello no la hace menos necesaria actualmente, cuando ya no tienen vigencia los metadisursos, del mismo modo que había sido necesaria antes y que lo será siempre.

<sup>2</sup> Utilizo el vocablo *necesidad* de forma ingenua, sin querer introducirme en la complejidad del tema, sobre el que hay mucha literatura que proviene no sólo del terreno del diseño, sino del conjunto de las ciencias sociales.

<sup>3</sup> Pedimos perdón por la deformación semiótica, pero es que durante el periodo al que los referimos, los años 60 y 70, el estructuralismo estuvo de moda y, con él, la semiótica o semiología.

sión funcional no podía faltar junto a la dimensión estética. El prurito de proporcionar una dimensión social progresista a la actividad que nos ocupa era un lugar común.

La función social del diseño es otro de los temas, que entonces se consideraba definitorio y de acuerdo con esto, despertaba una gran unanimidad. A partir de William Morris el diseño se vinculó a las virtudes humanizadoras del trabajo artesanal y posteriormente a las democráticas que la buena forma contenía. El consumidor de objetos industriales tenía la oportunidad, a través del diseño, de introducir en su casa una serie de nuevos objetos de una gran dignidad formal y de disfrutar de sus ofertas funcionales. Se había roto la supuesta ingenuidad de los productos artesanales y su oposición a los artísticos, que eran el monopolio de las clases dirigentes. El diseño se había convertido en un instrumento democrático, y por tanto, dignificador de igualdades de los ciudadanos en los dominios formales. Incluso se llegó a un *desideratum* ideológico, a la creencia de que se podía estimular el cambio social a través del urbanismo y la arquitectura, el diseño industrial y el grafismo.

Pero el tiempo transcurre y los cambios económicos dan empuje mientras que los culturales justifican. La sociedad postindustrial contenía los gérmenes que dinamitarían desde sus bases los elementos ideológicos que sustentaban las posiciones hasta ahora descritas. En el plano económico, se tendría que hablar de poscapitalismo o de un capitalismo que ha sido capaz de adaptarse a los cambios que se experimentaron tras la Segunda Guerra Mundial. De una economía regida por los capitales pasamos a otra donde el núcleo central del sistema radica en el conocimiento; de una estructura de clases nos dirigimos hacia otra donde el eje es el individuo unido corporativamente. Una gran sociedad que integraba grupos diferentes y que atenuaba los deseos de cambio sustituyó a la anterior, más injusta pero que contenía esperanzas utópicas de futuro. Estos cambios se producían durante la década de los 60 en Estados Unidos y en Europa. En cambio, en Cataluña y en España aquello que no queda atrasado se ve enmascarado por la persistencia de la dictadura. Por ello las grandes contradicciones ideológicas propias de la sociedad industrial se mantuvieron hasta la década de los 80, mientras que en los otros países se iniciaba una etapa neoliberal.

Cuando empieza nuestra historia todavía funcionaba, entre otros, un gran metarrelato que sustentaba las posiciones progresistas y que daba sentido al papel que cada uno realizaba en la colectividad: nos referi-

mos al movimiento moderno. A pesar de las imperfecciones del presente, había un proyecto de futuro. Dentro de este contexto, los modelos socialistas de planificación centralizada y de capitalismo de Estado se mantenían como contrapunto al capitalismo dominante. Todo eso se acabó. El denominado socialismo real era un espejismo. Ya no existe, pero de hecho y en el fondo nunca existió. Ni las socialdemocracias europeas, empeñadas en moderar desigualdades, pasan por su mejor momento. El neoliberalismo pretende una desregularización amplia de los mecanismos económicos; quiere que la libre competencia sea la lógica dominante del sistema, de mala gana respecto a las diferencias que ello pueda originar. El papel intervencionista y redistribuidor de la riqueza del estado social europeo es discutido pero no negado radicalmente.

En cuanto han fallado las estructuras colectivas, por paradójico que pueda parecer, se ha generado un doble movimiento: una apertura hacia la globalidad y una regresión individualista. Las relaciones comunicativas han experimentado cambios revolucionarios. Las redes telemáticas, junto con las facilidades de transporte de mercancías y de personas, han propiciado una economía de alcance mundial. Las formas de vida tienden a igualarse entre culturas que hasta el momento habían sido muy diferentes. Se ha dicho recientemente que las sociedades contemporáneas se configuraban cada vez más siguiendo una estructura de red. Pero al lado de este proceso, que puede ser considerado como una apertura, existe el fenómeno contrario, de cierre: tanto grupos como colectividades llevan a cabo un viaje hacia el interior con la intención de volver a encontrar las identidades diluidas en la etapa de la modernidad. En el plano político, los ciudadanos se hallan cada vez más lejos de las instituciones que intentan representarlos de acuerdo con un orden democrático; contrariamente, dan salida a sus aspiraciones a través de mecanismos e instituciones que no pertenecen al orden político regular. La democracia sufre un proceso de degradación preocupante. El crecimiento de la insumisión y la proliferación de las organizaciones no gubernamentales son síntomas de los males que padece nuestro sistema de representación y también son una muestra de la inoperancia de las instituciones democráticas utilizadas para canalizar las inquietudes de la sociedad.

Dentro de este contexto, el panorama del diseño ha cambiado paralelamente a como lo ha hecho la con-

ciencia social. En lugar de las utopías colectivas, predomina la salida individual. Cada diseñador busca su propio camino. Es cierto que no se lo inventan. Lo que hacen es seguir uno de los caminos que se presentan abiertos. El resultado es una diversidad no crítica, multiforme y mosaica. Citas del pasado que no son historicistas porque se utilizan de forma descontextualizada; elementos del presente que son utilizados, digan lo que digan, siempre que causen impacto; en busca de lo sorprendente y de lo inesperado en lugar del equilibrio alcanzado a base de articular función y forma<sup>4</sup>.

Si repasamos el consenso que había hace unos treinta años hacia el fenómeno del diseño y lo comparamos con la situación actual, tendremos claro que es imprescindible una tarea de clarificación. En este sentido, lo primero que tenemos que constatar es que hay una gran confusión sobre cuáles son los ámbitos y los límites que queremos que alcance esta actividad. Tradicionalmente el diseño se movía en los ámbitos del grafismo, del interiorismo, del diseño industrial y, si queréis, en el ámbito de la arquitectura; ahora se han añadido otros. Hoy en día se habla de ecodiseño, de diseño de servicios o de punto de venta. Este fenómeno no es exclusivo de la disciplina que nos atañe. El mundo se ha abierto y las disciplinas han estallado. Todo ello, naturalmente, proporciona libertad. Frente a esta situación, nace la reflexión al preguntarse por qué nos hemos de limitar a los ámbitos tradicionales. Parece más razonable pensar que tenemos que propagarnos y ocupar territorios antes de que otros lleven a cabo esa misma acción. Pero hay que ser prudente, ya que la libertad es beneficiosa para quien la sabe administrar, pero resulta fatal para el necio, pues cuantas más posibilidades tiene de actuación mayor es el riesgo de equivocarse.

Entre los campos supuestamente nuevos que se abren en nuestra disciplina, el de la ecología no presenta ninguna dificultad especial más que la preparación técnica de los profesionales, por otro lado nada fácil dada la gran cantidad de conocimientos técnicos que están a nuestra disposición y la complejidad que éstos presentan. Salvada esta dificultad, que no es menor, nada sustancial cambia en los quehaceres de la disciplina. Todo se reduce y no es poco, a conocer los materiales que utilizarán<sup>5</sup>, cómo se reciclarán cuando agoten su vida funcional; de qué manera se pueden ahorrar las materias no renovables, como el plástico, fabricado a partir del petróleo; qué tiene que hacer el profesional para proponer a la industria soluciones que sean poco

costosas en energía y en materiales; y diría, especialmente, cómo los profesionales llevarían a término los encargos provenientes de una sociedad sensibilizada en los retos ecológicos que tiene planteados. Todo esto puede hacerse a través de los procedimientos de proyección convencionales. Desde el punto de vista lógico del proceso de diseño, todo sigue igual; lo que cambia, y muy profundamente, es el bagaje de conocimientos técnicos que son necesarios al profesional para poder realizar el proyecto solicitado. Lo que se tendría que especificar es si la iniciativa de proyectar ecológicamente corresponde a los profesionales o bien a los promotores, es decir a los industriales, a los políticos y al conjunto de la sociedad.

Lo que acabamos de precisar se redicaliza cuando hablamos del diseño en el ámbito de los servicios. En este caso nada de lo que sabe un diseñador convencional, salvo su habilidad creativa, le sirve para encarar los problemas que se le presentan en el momento de *diseñar un servicio*. Pongamos el caso de proporcionar ofertas de turismo. En este ejemplo, en lugar de conocer materiales, colores, formas, funciones, espacios, dibujos, lo que ha de aprender es el oficio de los técnicos turísticos. Lo único que podrá aprovechar de sus conocimientos nuestro diseñador convencional será su capacidad de resolver problemas en abstracto. Es decir: de qué manera a partir de las necesidades de viajar, de hacer vacaciones o de organizar el tiempo libre del que dispone su cliente, pueden ofrecer propuestas atractivas. Es lo que llevan a cabo los técnicos turísticos. Si se toma el término de diseño en su sentido más abstracto, estos profesionales son diseñadores. En lugar de ampliar nuestro campo de acción, lo que hemos hecho realmente es irrumpir en una actividad que ya funciona actualmente. Cuando los profesionales del turismo se percaten del imperialismo que practicamos, reaccionarán como colectivo. Nuestra invasión se convertirá en una lucha corporativa. La cuestión cambia si se trata de ámbitos nuevos que se pueden beneficiar de las capacidades creativas de los diseñadores, quizás

<sup>4</sup> Hay quien pensará que esta terminología está pasada de moda. Tanto da. ¿Se me entiende, verdad? Pues adelante.

<sup>5</sup> El conocimiento de los materiales, de su naturaleza y posibilidades es una doctrina que forma parte de la práctica del diseño desde sus orígenes. Antes, no obstante, se trataba de conocer la madera, el hierro, el vidrio, la piedra, la cerámica y otros del mismo estilo. Ahora el tema es sustancialmente distinto porque se trata de plásticos u otros de nueva aparición. Hoy se trata más de materiales en el sentido tradicional de estructuras formales que funcionan.

compitiendo con otros profesionales que también se puedan adaptar a las nuevas situaciones.

Hay que ir con tiento respecto a la amplitud lógica que tienen nociones como las de diseño y comunicación, y otras relacionadas con el lenguaje y sus funciones. Al estar instalados en una época de relativismo cultural, incluso en el campo de las ciencias de la naturaleza, tal y como lo demuestran las filosofías científicas de Thomas S. Kuhn o de Paul K. Feyerabend, parece que todas las distinciones que habíamos confeccionado entre las disciplinas del saber sean inútiles, y aun tenemos tendencia a verlas como elementos constreñidores del libre ejercicio de nuestra creatividad; como además se pretende dar una salida individualista y libertaria en todos los aspectos de la vida social, las precisiones científicas se tratan erróneamente como argumentos de autoridad. Todo apunta a que éste es un fenómeno con recodos que no es momento de escudriñar. Sólo querría hacer manifiesta la ruptura que hay en los límites de las disciplinas, los oficios y las artes. Como ejemplo, citaremos un razonamiento típico de nuestra época: todas las cosas que se dicen a otro tienen como finalidad procurar influirle de alguna manera. La consecuencia de esta afirmación, llevada *ad libitum*, es que sólo hay un discurso, el persuasivo, y que la retórica se puede aplicar tanto a los discursos informativos como a los emotivos; a los científicos y a los literarios. Con esta postura, en lugar de aclarar la naturaleza del conocimiento humano lo que hacemos es confundir distinciones que pueden ser muy útiles.

Esta misma forma de razonar aplicada a la comunicación y al diseño nos puede llevar a conclusiones que tienen la virtud de satisfacer el ego de muchos, pero que son inoperantes tanto desde el punto de vista conceptual como desde el punto de vista práctico. Hay quien argumenta de la siguiente manera: como todas las relaciones humanas están basadas de una manera u otra en la comunicación, los modelos de esta disciplina son los únicos que pueden fundamentar las ciencias sociales, o más modestamente: la historia, las ciencias políticas, la sociología, tendrían que basarse en la prensa y en otros medios como fuentes de conocimientos sobre la actuación individual y colectiva; o también a la inversa: desde los estudios de comunicación se pueden comprender mejor los acontecimientos históricos, políticos y sociales. En el campo del diseño esta falacia toma la siguiente forma: el diseñador es un profesional capaz de armonizar de la mejor manera instrumentos y objetivos; sabe crear formas útiles —aquí

la noción de forma se interpreta en un sentido amplio: las formas son espacios, cuerpos, ideas, representaciones, etc.—con la finalidad de satisfacer cualquier problema que se le presente. De esta apreciación parcialmente cierta sobre sus cualidades se desprende abusivamente que su habilidad puede ser utilizada en cualquier ámbito de la actividad humana donde tenga que llegarse a una síntesis creativa que adecúe necesidades, instrumentos, deseos y sentimientos. A partir de aquí, los que defienden este imperialismo doctrinario consideran que entran legítimamente dentro de los dominios de los profesionales diseñadores todos los ámbitos de la creatividad humana. Ya se ve, desde hace tiempo, que tales pretensiones no pueden funcionar ni en el aspecto teórico ni en el práctico.

Otro campo interesante lo tenemos en las diferencias que se establecen entre arte y diseño, sobre las cuales nos referíamos como uno de los aspectos de la doctrina primigenia del diseño. Hoy los diseñadores, incluidos los arquitectos, a menudo subordinan el uso material de las formas a la dimensión estética o a la simple elucubración formal<sup>6</sup>. No tienen ningún inconveniente en que se los considere artistas; aún más, lo desean y por ello han propiciado que se fuera extendiendo por la sociedad una confusión entre ambas actividades que la doctrina tradicional se afanaba por diferenciar. Esto se evidencia en las crónicas periodísticas, en las que, de forma ingenua y aprovechándose de la confusión reinante, se establece una equivalencia práctica entre arte y diseño y siempre se valoran las capacidades creativas en el aspecto formal, sin hacer ninguna referencia a otra funcionalidad que no sea la estética.

Esta situación refleja la crisis que existe en el campo del arte considerado tradicionalmente. Actualmente, el arte como investigación autónoma en el ámbito de la sensibilidad experimenta una profunda crisis. Existen las artes plásticas, la música y todas las artes tradicionales, pero las experiencias estéticas más importantes ya no tienen cabida. Las industrias culturales, y con ellas el diseño, son las que mejor conectan con las sensibilidades del público actual. En cierto modo hemos vuelto a lo que tradicionalmente se entendía como artes aplicadas, lo que justifica parcialmente la confusión

<sup>6</sup> Antes habríamos hablado de funciones primarias y secundarias, y todo el mundo habría comprendido qué queríamos decir. Pero esta distinción práctica ahora se considera baldía y, por tanto, los que quieren estar al día no se permiten su empleo.

que denunciábamos entre el arte y el diseño; una confusión que no es conveniente, pues el diseño, a pesar de los cambios que ha experimentado nuestra sociedad, continúa teniendo unas dimensiones que van más allá de las puramente estéticas. Debemos tener bien presente este razonamiento si queremos mantener los ámbitos que habíamos conquistado. No sea que por invadir espacios nuevos perdamos los que son nuestros por naturaleza y definición.

Es evidente que la dimensión estética es fundamental para cualquier producto que uno esté dispuesto a elaborar, sobre todo si se trata de productos de gran consumo. Eso quiere decir que cuando se dispone a fabricar un objeto de amplio consumo, el profesional debe tener en cuenta todas las funciones que el proyecto reclama, y entre las más importantes se encuentran las estético-culturales. De la misma manera que si de lo que se trata es de diseñar cualquier grafismo, ya sea en el campo de la publicidad, de la rotulación, o para la industria gráfica, las funciones comunicativas y las estéticas tienen que estar perfectamente equilibradas. Algo parecido diríamos en los dominios de la arquitectura o del interiorismo. No obstante, hay ámbitos del consumo restringido en los que los aspectos estéticos tienen que estar rigurosamente subordinados al resto de las funciones del producto o la forma. Por ejemplo, al diseñar una máquina para uso industrial o para el transporte, la adecuación a los usos, a la tecnología y a los materiales es el primer imperativo. Siguiendo este razonamiento, a un libro científico lo que primero se le exige es la legibilidad. Si los profesionales del diseño no son capaces de distinguir disciplinadamente lo principal de lo secundario, se corre el riesgo de que, frente a la necesidad de crear determinados artefactos, se prefiera a los ingenieros, a los profesionales de las artes gráficas, y no a los diseñadores industriales, gráficos o a los arquitectos.

Todas estas actitudes conceptuales son consecuencia del cajón de sastre al que nos ha conducido la época actual, donde ya no hay grandes metadisursos orientativos o mejor dicho, donde existen muchos situados al mismo nivel. Una época en la que la cultura gira en torno al modo de obrar de las industrias culturales. Los temas que crean y difunden los medios de comunicación no tienen barreras ni vedados. Las referencias culturales que utilizan, tampoco. En el momento de proponer, por ejemplo, narraciones de ficción, todos los temas y las obras de cualquier época y origen son reelaborados y propuestos según las formas que toman

al ser fabricados mediante las técnicas industriales al uso. No hay límites. Con esto, las antiguas barreras culturales que había entre los niveles bajos y altos, populares y cultos de la literatura y del arte, quedan sumidas en unos productos que la mayoría de veces no son más que hijos ilegítimos, bastardos que no pagan derechos de autor.

Las grandes ideologías del pasado han sido, si no sustituidas, sí superadas por las exigencias del mercado. Como consecuencia, los profesionales ya no consideran que tengan responsabilidades individuales en el buen funcionamiento de la sociedad, y aún menos en su transformación. Un individualismo de tendencia anglosajona ha invadido las conciencias de los miembros de las sociedades occidentales. Esta actitud ideológica, porque también es ideológica, presenta riesgos evidentes. La desvalorización de la conciencia colectiva y el aislamiento de los ciudadanos en su individualidad es un fenómeno fácilmente constatable, no sólo en los diseñadores sino también en el conjunto de los ciudadanos. Todo el mundo se siente obsesionado en la búsqueda de su identidad y en el desarrollo de la personalidad propia. El diseñador, que es un miembro más de la colectividad, además de perseguir como todos su identidad, quiere establecer un espacio en el mercado como profesional, y lo hace a través de fórmulas que supone que pueden ser exitosas. Para conseguir este objetivo, no duda en utilizar cualquier recurso que le pueda ofrecer todo el bagaje cultural que está a su disposición. Por eso no se adscribe a ninguna corriente coherente, sino que elabora un menú de soluciones a la carta.

El mundo del futuro inmediato será, con permiso de los ecologistas más románticos, trabajado culturalmente, esto es diseñado. Las formas y las estructuras de la naturaleza tal y como las hemos encontrado cada vez nos son menos útiles para organizar nuestra vida en el planeta. Puesto que seguimos un proceso de aprendizaje progresivo, hemos de suponer que cada vez habrá más parcelas de la vida que dependerán de nuestra responsabilidad. Alguien ha pensado que en un futuro no muy lejano quizás hará falta pensar en el diseño de estructuras vivas creadas en laboratorios. De la misma manera que actualmente existe el diseño de instrumentos y artefactos de todo tipo, no es ningún disparate pensar en ello, pues es probable que se inaugure una especie de diseño relacionado con la ingeniería genética. Otros campos que pueden concretarse en los próximos años son los relacionados con los viajes espa-

ciales y con la instalación de colonias humanas en la luna o en alguno de los planetas del sistema solar. Ahora ya existen cápsulas espaciales, aunque todavía son muy rudimentarias. En cuanto se puedan enviar cápsulas más grandes que permitan estancias más largas fuera de la Tierra, se tendrá que diseñar su interior, así como los instrumentos y los utensilios que acompañarán a los colonizadores del espacio. Un campo importantísimo, que ya existe pero que suponemos que tendrá un devenir imprevisible, es el grafismo especializado en redes informáticas. Es evidente, por ejemplo, que las páginas *web* deben presentarse con coherencia comunicativa y ser perceptivamente agradables.

El panorama que se puede establecer actualmente, de forma razonable, sobre el futuro inmediato, es muy favorable a una recuperación del diseño tal y como fue definido en su momento. Una vida humana progresivamente culturizada con el continuado y actual proceso de creación de formas y espacios útiles a las necesidades humanas, rectificando las que nos hemos encontrado en el planeta y en el sistema solar, abre un inmenso campo para el diseñador tradicional. En definitiva, el entorno en el cual se encontrarán los seres humanos será cada vez más diseñado, esto es cultural, artificial.

Es evidente que la definición de las formas de vida futuras planteará problemas ecológicos. Hará falta un nuevo ecologismo activo que proporcione soluciones para la utilización racional de los recursos naturales. En lugar de cerrarse en actitudes preservacionistas, el nuevo ecologismo deberá ser capaz de proporcionar respuestas a las necesidades que tienen las sociedades de un mañana inmediato. Esto quiere decir que en lugar de respetar lo que hemos encontrado, hemos de adquirir el compromiso de administrarlo. En todos estos casos es indudable que los diseñadores desempeñarán un papel importante si son capaces de proporcionar soluciones útiles para cada momento y situación.

Una de las cuestiones de las que no hemos tratado se refiere a la dimensión teórica en el proceso del diseño. De hecho, es éste un aspecto del cual hace muchos años que no se habla. Más aún, la dimensión teórica racional ha tenido que dejar paso a la intuición, a las actitudes vitales y en definitiva a los procesos de diseño al estilo de la caja negra. En principio, no hay nada que decir sobre el hecho de que muchos diseñadores hayan arrinconado su interés por los procesos racionales de determinación formal. Lo que sí es preocupante es que se haya abandonado la búsqueda de los

aspectos teóricos, e incluso que haya un rechazo más o menos explícito a todo este tipo de temas. Pues bien, en un futuro inmediato se tendrán que retomar estos temas porque todo parece indicar que ganarán una nueva actualidad. Bastará con un ejemplo que es representativo. Frente a la complejidad de la sociedad actual, una complejidad motivada parcialmente por el hecho de que somos capaces de tener en cuenta muchas más variables de la realidad y además tenemos capacidad volitiva, esta situación ha llevado a las ciencias sociales a fijar su atención en otros ámbitos teóricos. Efectivamente, la teoría de sistemas provenientes de la biología y de la lógica ha sido aplicada a la teoría social en el funcionalismo sistemático de Niklas Luhmann. Por otra parte, las teorías del azar y la indeterminación procedentes de la física y de las matemáticas empiezan a aplicarse con la intención de captar la complejidad social con mecanismos conceptuales diferentes de los que hasta el momento se habían utilizado. En el ámbito del diseño no parece que hasta ahora se hayan hecho grandes esfuerzos en este campo, pero seguro que las perspectivas teóricas citadas pueden dar nuevas posibilidades a la racionalización de los procesos del diseño. Los recursos conceptuales que nos proporcionan los enfoques indeterministas podrían ser altamente productivos para afrontar procesos de diseño en los que se quisiera tener en cuenta un número más importante de variables de las que se consideraban según los procedimientos tradicionales. Lo que sería deseable es que los procesos de caja negra fueran uno de los caminos por seguir en el momento de solventar problemas de determinación formal, pero que paralelamente hubieran otros que optasen por una explicitación de las fases divisorias de todo proyecto y por la aplicación en cada una de ellas de procedimientos conceptuales con justificación lógica. Esta amplitud de miras estaría de acuerdo con la cultura y las necesidades actuales y haría más eficaz la labor de los profesionales.

Los temas apuntados hasta ahora llevan a una incógnita final que se nos revelan como capital: ¿cómo confeccionar los nuevos entornos de espacios, objetos e imágenes que pasaran a constituir el medio ambiente cultural en el que se moverán los humanos en el futuro? ¿Cómo hacerlo respetando su condición de ciudadanos y las expectativas vitales propias de su tiempo? Y finalmente, ¿cómo llevar a cabo esta tarea después de los grandes metarrelatos en un mundo de apariencia caótica? Naturalmente, es imposible que la respuesta a tales preguntas sea definitiva –afortunada-

mente, la época de las ortodoxias totalitarias ya ha pasado— y es muy difícil que sea operativa a causa del caos que hemos calificado de aparente, pero puede ser razonada y razonable porque ésta es una exigencia insoslayable en cualquier trabajo de crítica.

Antes que nada, debemos hacer un balance crítico utilizando el sentido común de todo aquello bueno y malo que nos aportó la modernidad. Hasta ahora ha habido mayoritariamente reacciones en contra, al mismo tiempo que se han dado, sin embargo, continuaciones más o menos tímidas y limitadas a los elementos estilísticos, dejando de lado las dimensiones de compromiso ético y programático que contenían. Probablemente, ahora, ya pasada la época de crisis de la posmodernidad, estemos en condiciones de empezar a valorar con una necesaria neutralidad las aportaciones de Adolf Loos, de Mies van der Rohe, de Walter Gropius o de Peter Behrens y de los que participaron en el movimiento del GATCPAC (Grupo de Artistas y Técnicos Catalanes para el Progreso de la Arquitectura Contemporánea). Si se expresan manifestaciones en favor o en contra, ya no nos sentiremos afectados personalmente. Todas estas figuras y movimientos están en camino de convertirse en modelos históricos. Si el movimiento moderno se propuso encontrar las formas, el uso de los materiales y de los productos propios de la sociedad industrial, el cometido actual, si siguiéramos con la misma actitud, sería la de replantearnos la disciplina en la era de la microelectrónica en la sociedad red.

El final de la modernidad nos ha dejado una gran cuestión sin resolver: ¿tiene el diseño una dimensión ética? Es evidente que el diseño proporciona un conjunto de procedimientos para la creación de formas útiles; también tiene una dimensión estética y cultural evidente. Pero la gran cuestión que tendríamos que contestar es si también tiene una dimensión ética intrínseca a la disciplina. La práctica actual nos llevaría a responder negativamente, pero no parece que esta problemática esté resuelta definitivamente.

Una cuestión urgente, que no podemos resolver al margen de la dimensión ética, la plantea el hecho de que tendremos que decidir cómo queremos que sea el entorno en el futuro inmediato. Debemos hacerlo porque las formas naturales seguirán retrocediendo digan lo que digan determinados ideólogos preservacionistas; y debemos hacerlo, en un mundo que cambia muy rápidamente, a partir de decisiones parciales que son, muchas de ellas, contradictorias entre sí. Las deman-

das futuras que recibirán los profesionales del diseño, sea cual fuere su dedicación y naturaleza, serán de orden muy diverso. Frente a este panorama, si queremos hablar todavía de un colectivo de diseñadores y no de un conjunto de individualidades de formación y dedicación varia, se tendrá que buscar algún denominador común, algunos rasgos definitorios que nos permitan saber de qué hablamos cuando nos referimos a la actividad y a sus profesionales. Naturalmente, a causa de las características del mundo actual y de las que supondremos que darán forma al futuro, los denominadores comunes y las definiciones tendrán que ser tan abiertas y operativas que no representen un freno a la resolución de las nuevas demandas sociales, a la creatividad y, sobre todo, a la virtualidad humanizadora que es insoslayable para cualquier actividad cultural.

En la época en la que han desaparecido los grandes metarrelatos, la supuesta libertad de la que hablábamos anteriormente queda relativizada por las exigencias del mundo económico actual. El problema, si es que queremos que exista, reside en la sustitución de lo que denominábamos compromiso social del diseño por la servidumbre a las demandas del mercado, sin ninguna actitud crítica. Es evidente que si creemos, como buenos liberales, que el intercambio sin norma es el gran procedimiento por seguir en la confección de objetos y servicios, no hay ningún problema más allá del que representa tener que actuar en un ambiente sin regulación alguna donde todo el mundo ha de espabilarse en trazar su camino. La cuestión se antoja diferente si queremos introducir otras dimensiones ideológicas, éticas o políticas al libre funcionamiento del mercado. Ésta es una gran cuestión que no pueden resolver los profesionales del diseño solos, pero sí pueden hacer importantes aportaciones a un hipotético debate social que tendría que arrancar de este momento.

Aún quedaría otra importante reflexión que hacer. Un país como Cataluña no tiene más riqueza que la capacidad de trabajo y de innovación de sus ciudadanos. Ya pasó la época de la gran industria manufacturera. En la actualidad, los países desarrollados basan su riqueza en la capacidad técnica de sus industrias y en el valor añadido que puedan incorporar a los productos que fabrican. Precisamente, el diseño es un instrumento muy importante en ese aspecto. No podemos competir con otros países por lo que respecta a costes industriales, pero sí lo podemos hacer incorporando las cualidades que puede proporcionar un buen diseño. En el mundo hay espacio para producciones

tecnológicamente avanzadas y que tengan además el valor añadido de buenas formas apreciadas por los selectos consumidores. Éste es un aspecto estratégico que se tendría que desarrollar y que implica un compromiso más estrecho que el que ha existido hasta el momento entre el sistema productivo y el diseño.

Tengo la plena conciencia de que lo único que he hecho es plantear preguntas que quedan sin respuesta. De eso se trataba en un principio. En el fondo no hemos hecho otra cosa que un llamamiento a todos los que están comprometidos con el diseño, profesionales, teóricos y profesores por un lado, y empresarios y políticos por otro, a plantearse el conjunto de problemas denunciados. Si no lo hacemos, corremos el peligro de quedarnos al margen, lo que constituiría una de las prisiones más corrientes en el mundo actual.

## Design after the disappearance of the great metanarratives

Jordi Berrio

Doctor in Philosophy from the Universitat Autònoma de Barcelona. Professor at the Universitat Autònoma de Barcelona

During the 1960s and 1970s in Barcelona, when we spoke of design, the minorities who carried it out knew what we were referring to. Later, at the end of the 1970s, things began to be complicated and obscure and nowadays I would say it is quite astonishing how far we have gone down the path of confusion. We do not know whether we are referring to art, engineering, communication, marketing, or merchandising; we do not know whether the issue is participation, one way or another, in the production of artifacts, messages, or spaces as we had always done, or if we also have to include in our concerns and drafts services and commercial strategies; we do not know either if initiatives on economic, ecologic, psychological, and other issues correspond to the promoter or the design professional; we do not know if it is society which has the ideological—and even ethical—initiative, when giving manufactured products determined dimensions, or whether these are problems which also affect designers. To begin with, it would seem reasonable to suspect that all these activities and aims we have quoted are part of the current definition of design and designer. If this is so, it would mean that we really do not have a definition because we have substituted an unthinking routine for the one we used to use during the beginnings. Altogether, we have no idea of what sort of things the professionals we call designers do in society. However, they must be doing something, because there are a lot of them making a living from it, and some of them even make a very good living.

The doubts we report can be specified in a succession of questions we could enunciate as follows: are we in a condition to know if design is something more or less specific at this moment? Is there, thus, a canonical definition? Perhaps we ought to conclude that design is what professionals called designers do? Is what ought to guide us the perception society has of design? Probably if we were capable of answering these