

**RUEDI BAUR** Dissenyador suís, cofundador de l'estudi de disseny Integral concept, creador i director de l'Institut de Recerca Design2Context a la Hochschule für Kunst und Design de Zurich. Ensenya regularment a institucions d'Europa, Canadà i Àsia. Entre els seus projectes es poden esmentar la identitat visual i la senyalització del Centre Pompidou o l'aeroport de Colònia.

# Autosatisfacció visual gairebé generalitzada

EN LA SEVA BASE EL DISSENY REPRESENTA INTERESSOS RADICALMENT DIFERENTS ALS QUE ACTUALMENT DICTA EL MERCAT. I PRECISAMENT PER AQUEST FET EL DISSENY POT SER UNA ALTERNATIVA CIVIL PER COL·LOCAR DE NOU L'INTERÈS REAL DE LES PERSONES DAVANT DELS INTERESSOS FINANCERS D'UNS QUANTS. ES TRACTA DE DESCOBRIR ALHORA LA RESPONSABILITAT I LES POSSIBILITATS D'AQUESTA DISCIPLINA. ES TRACTA D'UNA REPOLITITZACIÓ DEL DISSENY QUE PASSA EN PRIMER LLOC PER QÜESTIONAR-SE L'ENCÀRREC I EN EL MILLOR DELS CASOS PER FER-LO EVOLUCIONAR CAP A LA RESOLUCIÓ DE PROBLEMES VERITABLES.

"Escriu-me un text sobre el disseny i la política". Aquesta petició em recordà aquella que feia *El Petit Príncep*: "Dibuixa'm un elefant empassat per una serp". Em vaig posar, doncs a escriure i a representar *allò que els adults ja no aconsegueixen distingir*. Jo descrivia un planeta estrany en el qual unes màquines produïen, en quantitats astronòmiques, objectes idèntics. Com que aquests objectes no es podien acumular en un mateix lloc, varen ser distribuïts per tota la superfície del planeta. Al cap d'un temps, quan el repartiment ja havia tingut lloc, uns éssers completament vestits de negre varen intentar fer-ne evolucionar la forma. Concebien aquells nous objectes sota el ferm control de certs agents encarregats de l'estratègia de difusió del producte. Si els primers s'afanyaven a fer-los

cada cop més interessants i més útils, els segons només s'encarregaven de difondre'ls per tot arreu. Semblava que estiguessin en guerra amb altres estratègies lligats a d'altres màquines. Val a dir que en general l'afer semblava funcionar. Amb cada nova transformació, fins i tot superficial, es tenia la sensació que els habitants del planeta havien oblidat allò que ja tenien per llençar-se damunt de la novetat. Mirat de més a prop, es podia, però constatar que aquesta tàctica no era tan natural com semblava. Per a persuadir l'habitant del planeta, ara anomenat consumidor, unes quantitats de diners cada cop més gegantesques es gastaven en propaganda. Uns senyals repetitius multiplicats a l'infinit i difosos per tot el món a través dels més diversos mitjans de comunicació perseguïen cada un

dels habitants per tal d'incitar-lo a adquirir el nou objecte. Hom es podria preguntar si els habitants d'aquell planeta eren realment feliços. Semblaven, en principi, trobar un cert plaer en comprar aquells nous objectes però aquella alegria durava tan sols un instant. S'endevinava que ben aviat una nova necessitat es faria palesa i que aquella successió de plaers i de desitjos no aportava realment la felicitat. També cal dir, per tal d'establir un retrat objectiu del planeta, que no tothom tenia accés a aquells objectes. Curiosament, en una certa part del globus semblava que es tenia la possibilitat de posseir una sobreabundància de bells objectes mentre que en d'altres els consumidors es trobaven totalment mancats de tot. Aquests darrers intentaven, per altra banda, anar a casa dels primers però se'n trobaven brutalment expulsats. Contràriament, els primers es consideraven totalment autoritzats per anar a relaxar-se o a bronzejar-se a casa dels altres. Com n'és d'injusta aquesta societat neo-liberal! Però aquesta situació no semblava incomodar gairebé ningú. El consumidor continuava comprant egoïstament els productes més inútils sense preocupar-se ni pels seus desgraciats veïns ni per les generacions futures. Quina terra tan estranya...! No tiraré endavant aquesta història, em dedicaré més directament a la relació entre aquesta disciplina anomenada *disseny* i la cosa política.

### **Apoliticisme i cadascú al què és seu**

A primera vista, i tal com ho entenen la majoria de revistes i molts dels meus col·legues, la noció de disseny es troba a les antípodes de la mínima noció política. "És possible imaginar una activitat més apolítica que la que consisteix en crear la forma ideal, en concebre l'objecte original i funcional, l'espai agradable i contemporani, el vestit ben tallat i atractiu, el senyal seductor i reconeixedor, el material d'alta tecnologia flexible i intel·ligent, el sistema interactiu ergonòmic i evolutiu...?" Corro el risc de passar per un esgarriacries, però em sembla obligat relativitzar aquestes proclamacions d'innocència en el propi interès de la disciplina. Sóc conscient que criticar aquesta postura pot semblar difícil. La nostra societat, basada en un egoïsmo neo-liberal, cultiva brillantment la malfiança envers tota cosa pública i encara més intensament envers totes les

formes de crítica social, política i fins i tot ecològica. Cadascú desenvolupa per la seva banda i amb tota innocència la seva particular activitat. La suma de totes aquestes individualitats escalfa, per exemple i de manera perillosa i irremeiable, la temperatura del planeta, dilapida les energies que mancaran als nostres descendents, contribueix a certes injustícies socials cada cop més escandaloses i també a l'estaborniment de la societat. Malgrat això, ningú no se'n fa responsable. Tot marxa perfectament en el millor dels móns, deixeu-nos en pau i a més a més *si existeix alguna activitat capaç de crear felicitat, no és altra que el disseny*. Per a desmuntar aquest cúmul de certeses i aquest confort intel·lectual alguns aclariments es fan necessaris. Es tracta d'aclarir alhora la responsabilitat i les possibilitats d'aquesta disciplina.

### **Disseny i transformació**

El primer aclariment és sobre la definició mateixa del terme *disseny*. No cal recordar que aquesta paraula prové indirectament de l'italià antic. Abans del segle XVII *dissegno* significava alhora disseny i propòsit. La representació, la creació, es troben en aquest mot lligades a la intenció, al projecte i a l'anticipació d'un resultat basat en la identificació d'una problemàtica que cal resoldre. És en aquest sentit que podem definir el projecte de disseny per la seva relació sistemàtica amb una intenció de transformació. "No hi ha disseny sense transformació" i la qualitat del disseny hauria de ser avaluada independentment de l'anàlisi de la qualitat de la transformació que comporta. De la mateixa manera, el matemàtic que va concebre la bomba atòmica podria certament qualificar-se d'*apolític*. Els seus càlculs no tenien per sí mateixos cap intenció bel·licista però el resultat de les recerques i les transformacions que van provocar foren profundament polítiques. Els debats polítics entre els científics per a determinar la responsabilitat dels diferents inventors d'aquesta tecnologia nefasta i perillosa no van faltar. Continuen encara avui en dia en molts altres àmbits en els quals l'ètica i els interessos dels éssers humans s'oposen a l'evolució de la ciència. En un grau, certament menys sensible, el disseny participa activament en una societat i té la responsabilitat dels efectes directes i indirectes

de les transformacions que genera la seva activitat. Per donar un senzill exemple podem dir que es fa difícil dissociar la compaginació d'un llibre o d'un cartell del seu contingut. Una maqueta preciosa no pot ser excusa per a un missatge dubtós. Les conseqüències ecològiques i socials dels objectes concebuts depenen naturalment de la responsabilitat, compartida lògicament, de l'autor del concepte. El dissenyador italià Enzo Mari evoca sovint la responsabilitat del dissenyador en relació amb l'ètica social de la fabricació de l'objecte concebut. Una sabatilla esportiva amb el millor dels dissenys tindrà un tuf macabre quan es sàpiga que ha estat fabricada per obreres indonèsies sobreexplotades o fins i tot per nens menors. Personalment jo aniria encara més lluny i recordaria la responsabilitat semàntica del dissenyador.

Tornem abans que res a l'especificitat del disseny en relació amb d'altres disciplines enfrontades a les qüestions de transformació. És ben sabut que el disseny intervé en diversos àmbits i molt variats. Objectes, senyals, imatges, llenguatges visuals, materials, espais, processos, esdeveniments, i perquè no àpats i talls de cabell, poden estar relacionats amb el disseny. Ningú no ignora que la importància de les transformacions realitzades i les seves conseqüències en la societat divergeixen radicalment. Allò que uneix, malgrat tot aquestes activitats i que constitueix el fonament de l'actitud específica de la disciplina és, molt clarament, la relació existent entre el projecte i l'usuari, i anant més lluny el conjunt de persones implicades en aquest procés de transformació. En elaborar el seu projecte, el dissenyador pretén qualificar la interacció entre la persona i allò no-humà que desenvolupa. Contràriament als publicistes i demés estratègies del màrqueting, el dissenyador no pretén influenciar l'individu, jugar amb el seu inconscient o uniformitzar els seus hàbits culturals per tal de vendre millor els seus productes. Tot al contrari, ell té la vista posada en l'optimització del seu projecte i respectarà automàticament la persona susceptible de tenir-lo en compte, la considerarà conscient i responsable i per tant capaç d'apreciar la seva proposta durant molt de temps. El dissenyador es troba sentimentalment lligat a la seva creació i no té més remei que felicitar-se per l'adhesió de l'usuari que ell voldrà potenciar i no rebaixar. En aquest terreny,

el menyspreu envers el destinatari no pot dur més que a la mediocritat. Quan més pròxim se senti de la persona a la qual s'adreça el seu projecte, millor podrà ignorar les generalitzacions i la lògica desoladora del denominador comú. Quan més pugui individualitzar el seu projecte, contextualitzar-lo, més interessant serà aquest. En principi i amb una forma gens servil, el disseny representa, doncs, uns interessos radicalment diferents dels del màrqueting tal com es practica avui en dia fins i tot en l'àmbit públic. Tal i com jo l'entenc, el disseny constitueix fins i tot una molt digna alternativa civil en la que l'interès real de la persona i de la societat es troba desplaçat prioritàriament en relació amb els interessos financers d'alguns.

### **Disseny i insatisfacció**

Un segon aclariment em sembla aquí necessari per aprofundir aquest punt. Té a veure amb l'origen de l'activitat anomenada disseny. Sovint s'associa aquesta disciplina al desenvolupament de l'era industrial i a la qüestió de la concepció i de la difusió massiva d'uns objectes fabricats industrialment. Aquesta visió modernista em sembla massa parcial i excessivament centrada en la cultura judeo-cristiana. Si la professió de dissenyador com a realitzador autònom va sorgir probablement en aquesta època preindustrial, el disseny el precedeix notablement. El disseny existeix en tot tipus de societat. No és ni un estil, ni la conseqüència d'un tipus de societat. Cada societat ha desenvolupat el seu disseny en funció de la seva cultura, dels seus ritus i de les seves necessitats. La societat de consum en un estadi avançat associa el disseny a la seva subsistència econòmica. El disseny hi té una gran importància sovint artificial. El procés natural, consistent en determinar una problemàtica i després plantejar una transformació susceptible de resoldre-la, de donar-li forma, es troba molt sovint capgirada en la nostra societat. La constant necessitat de noves formes per a dinamitzar la venda posa el procés de transformació cada cop més lluny de les problemàtiques del nostre planeta i dels seus habitants.

Però, tornem als orígens. Com en Vilém Flusser, jo prefereixo fixar el del disseny en el moment en què els nostres

avantpassats varen adquirir la facultat excepcional de transformar les eines que necessitaven per a optimitzar-les. Tractem de pensar en el moment en què l'home sapiens, insatisfet de la qualitat de les pedres que la natura li oferia, va decidir intervenir. Al llarg de molts mil·lennis, com qualssevol altre animal, es proveïa d'una pedra cada cop que la necessitava. Una primera evolució consistirà en conservar la pedra òptima un cop feta servir. Però l'evolució fonamental que simbolitza el principi del disseny tindrà lloc quan l'home haurà adquirit la capacitat d'anticipar les conseqüències de les formes que elabora sobre el futur ús de l'objecte. Aquesta capacitat neix d'una profunda insatisfacció d'un estat donat al què succeeix l'anàlisi de la problemàtica i la recerca de la solució. Aquesta insatisfacció envers allò que existeix és el motor necessari del disseny i, de manera més general, de la creació i del progrés. Es podria dir que aquest és encara el motor d'aquest disseny totalment dominat pel màrqueting? De vegades ho dubto. No ens trobem més aviat en una espècie d'autosatisfacció generalitzada en la qual la persona és completament oblidada en benefici de certes estratègies complexes sense massa interès real si no és el financer? La principal insatisfacció, motiu i motor de transformació sembla, avui dia, dependre únicament de la qüestió pecuniària. Això és suficient per a constituir una societat suportable?

### **Disseny i credibilitat**

Tornem a les nostres pedres de sílex, símbol dels orígens del disseny i a aquesta insatisfacció per tot allò que ens ofereix la natura. Suposa un cert agosament el fet de decidir millorar el què els déus han produït. Cal molta energia per no acostentar-se més amb les coves que havien procurat tan benestar a tantes generacions i construir-se nous refugis, concebre'ls, anticipar la seva presència mitjançant el projecte. També idear altres estris per prolongar de manera eficaç les mans, recipients transportables que permeten posar-hi contenidors, signes per comunicar, vestits per protegir-se. La visita als museus arqueològics ens mostra que l'autosatisfacció no s'instal·la un cop tallada la primera pedra sílex. Es veu l'objecte constantment treballat, afinat,

millorat, embellit. Permanentment insatisfet, obsessiu, obsesionat per un desig de millorar més i més l'objecte i el seu ús, l'artesà dissenyador intenta cada cop més ultrapassar l'impossible i substituir el déu.

Cal que constatem que, a mesura que els seus invents avancen, la societat reacciona. Gairebé sistemàticament i fins i tot quan trigava un cert temps, l'objecte nou prenia el lloc d'allò que existia anteriorment. L'element abandonat semblava fins i tot caduc, passat de moda, mancat d'estètica i incapaç de funcionar per més temps. En aquest sentit el disseny constitueix una eina formidable de credibilitat i incredibilitat. L'invent d'una comunitat es troba envejat per les altres que, forçades pels progressos dels seus veïns i per no desaparèixer sota la seva força i els seus atractius, es veuen obligades a reaccionar. O bé ara inventen ells un element més eficaç encara, o bé adapten la nova tècnica i per no semblar que copien l'integren a la seva cultura de signes. La lectura de la història en funció d'aquestes perilloses competicions entre diferents cultures, tant pel què fa als progressos tècnics com a les realitzacions i als sistemes de signes que permeten transcriure-les, obre un codi de lectura molt important sobre el paper del disseny en la nostra societat de l'espectacle i de la imatge. Aquest factor de credibilitat és sovint molt menyspreat.

### **Disseny i societat**

El paper del disseny, tal com l'hem descrit, ocupa un lloc essencial en certes èpoques de la història i ben poc important en d'altres. La seva importància també és diferent segons els països. Algunes comunitats aïllades es donen per satisfetes des de fa mil·lennis amb un mateix nivell de desenvolupament. Els seus artesans no emprenen cap transformació, s'acostenten amb reproduir idènticament el què ha estat inventat des de fa temps. No cal, doncs, dissenyar en aquest cas. Contràriament, altres societats, principalment sota la influència judeo-cristiana, es troben en una constant recerca de desenvolupament. El contacte amb altres cultures, amb una forta competència entre elles i mirant d'enriquir-se i de desenvolupar la seva potència a través de l'intercanvi i

de la guerra, fa que aquestes societats cultivin la qualitat d'aquesta interacció entre persones i coses per raons lligades a la guerra, a la representació de poders, a la cultura o simplement al benestar de tota o una part de la població. A vegades, tot i sent motor d'una evolució al més alt nivell de creativitat, han d'integrar les evolucions exteriors i adaptar-les. *El meu nom és Roig*, el llibre de l'autor turc Orhan Pamuk, ens mostra molt pertinentment la importància de les comunitats d'artistes i d'artesans-dissenyadors i els desplaçaments d'un país a un altre, segons les necessitats de les diferents societats.

Hom podria dir que, en certes èpoques, un diàleg o, millor dit, una simbiosi s'estableix entre la comunitat de dissenyadors i la societat. Aquests períodes es poden caracteritzar per ser progressistes, humanistes i ambiciosos. Les exigències de qualitat, l'anar més enllà d'allò simplement utilitari, el respecte i el desig de transformació dels uns es troben amb interacció amb els objectius de la comunitat. Al contrari, la insatisfacció del dissenyador augmentarà i sobrepassarà l'àmbit de l'acte creatiu quan senti que la societat on intenta actuar no es preocupa més que per la seguretat, la guerra econòmica, l'exclusió, la regulació, la policia i el benefici. Es desesperarà quan senti que la maledicència, el racisme, la mesquinesa, la burocràcia, la censura i l'autoritarisme dominen els objectius dels governants. Ja no aconseguirà donar el millor d'ell mateix quan senti que la qualitat del seu treball ja no s'aprecia en el què val, que l'exigència ja no és fonamental i que només està obligat a determinar els objectius. Se sentirà ben sol quan compregui que l'empresari refusa participar en els riscos de la novetat, que no desitja invertir ni en els mitjans ni a llarg termini, que actua amb egoisme per estratègies personals que res tenen a veure amb el projecte, que oblidia els interessos dels usuaris i dels altres ciutadans implicats, que no busca res més que la transformació superficial per guanyar credibilitat o millorar els seus beneficis. El dissenyador es rebel·larà o bé se sotmetrà en silenci, pensant en la seva subsistència, quan el disseny esdevindrà un simple subterfugi mediàtic, un engany...

Aquí es planteja la qüestió sobre la capacitat del disseny per augmentar el nivell de la comanda sense per això arribar a una ruptura amb el fabricant. Potser els dissenyadors tenen els mitjans de canviar-la per tal que respongui millor a les vertaderes problemàtiques presents? No podem ignorar les pressions que reben els dissenyadors per part dels empresaris que desitjarien sotmetre el disseny i considerar-lo un simple servei. Per tot això, el fet de qüestionar la comanda em sembla un mínim acte de resistència. Si es realitza de manera constructiva, permetrà fer aparèixer clarament els objectius reals de la comanda i, amb sort, fer-la evolucionar cap a la veritable problemàtica. De totes maneres, el principi d'un procés de disseny hauria sempre de passar per un qüestionament semblant i per la comprensió de tots els elements que presenta. Una resposta sense interrogants sobre les intencions de la comanda constitueix, al meu entendre, el començament d'una actitud de submissió a la que em nego totalment. I això no pas, perquè no accepti doblegar-me, sinó perquè aquesta posició resulta tan perjudicial pel projecte com pel disseny en general.

Algú podria pensar que la qüestió política és abordada ben tard. Deu confondre resistència i política. En intentar demostrar la interacció entre la societat i el disseny i la seva responsabilitat, crec haver tractat fonamentalment de política. La qüestió de la resistència, o altrament dit, l'actitud que consisteix en situar-se com un autor responsable pel què fa a la problemàtica em sembla lògicament essencial. Però voldria, abans d'acabar aquest capítol, deixar clar que no vull donar la impressió de menystenir els empresaris. Ben al contrari, considero essencial el paper de l'empresari, tant al començament, per preparar el procés de transformació com durant el procés, treballant amb el dissenyador, com al final, per garantir l'acceptació i la durada del projecte i protegir-lo de possibles agressions externes o internes. A cada transformació li cal un moment per acomodar-se. Un bon empresari sap tenir en compte aquest difícil moment. Molts ho fan i n'he conegut de molt bons. També de molt negatius. En certs moments tinc la sensació que la societat, bloquejada per la por, es mostra incapaç de cultivar aquest moment difícil i d'obrir-se simplement a la contemporaneïtat i al progrés.

## Disseny i context

Una gran part del text que precedeix es dedica a mostrar la dimensió política del disseny en relació amb l'evolució de la societat. Ha arribat el moment de tractar sobre l'actitud política del dissenyador. Com gairebé tots els ciutadans, el dissenyador té una opinió, conrea una sensibilitat, s'ofusca en certes circumstàncies i reacciona davant de certes injustícies. Fóra un error pensar que aquesta dimensió humana no hauria d'ésser present en un procés de creació. Al contrari, si volem treure el disseny d'aquesta estètica, intercanviable i sense personalitat que el domina, cal tornar a donar al disseny caràcter, contingut i diferència.

A través de la confrontació, crítica i compromesa, amb l'especificitat de la problemàtica, el dissenyador entrarà en un procés de creació que valora les diferències reals de la situació. Dues malalties greus amenacen permanentment el dissenyador: Voler resoldre la generalitat dels problemes a través d'aquell amb qui s'ha d'enfrontar i considerar-se un autor genial que es veu obligat a adaptar la seva obra a les circumstàncies de la comanda. Totes dues actituds àmpliament desenvolupades constitueixen, al cap i a la fi, quelcom d'intercanviable o de no-contextual. Em sembla urgent que, en relació amb la nostra societat, el disseny conreï l'especificitat de les diverses situacions. Aquesta diferència naixerà cada cop menys com a conseqüència de les particularitats econòmiques, jurídiques, geològiques, climàtiques, socials o culturals. Copiar fóra una solució massa fàcil. Especificar-se exigeix molt d'esforç. Com ser específic sense que els demés puguin imitar aquesta especificitat? En el futur, el disseny pot jugar el paper de motor. Treballar en la transformació contextual em sembla una necessitat urgent per a la nostra disciplina. Aquesta actitud no posa discuteix la globalització, però s'enfronta a la qüestió essencial de la qualitat d'aquesta societat global que haurà de passar per una relació constructiva entre allò que ve de fora, que és uniforme i global, i allò que constitueix la particularitat real d'aquí i d'ara. La recerca de qualitats locals específiques, gens egoistes, no tancades en elles mateixes, sabent expressar la diferència tot i contribuint a la supervivència del planeta em sembla un objectiu important pel disseny del segle XXI.

## Disseny i resistència

Per respecte a l'usuari que representa al llarg del procés d'elaboració del seu projecte, el dissenyador no pot lògicament desinteressar-se de la qüestió de la pol·lució material i semàntica així com tampoc de l'excessiu consum d'energia, temes centrals per a la supervivència qualitativa del nostre planeta. També en aquest punt el dissenyador haurà de fer front a la lògica exponencial del màrqueting i a certs interessos egoistes de l'empresari. El seu paper haurà de jugar amb la sensibilitat i la recerca d'alternatives. En molts casos, aquesta actitud que es pot qualificar de conscient o política, facilitarà la consecució del projecte. El fet d'introduir aquesta consideració no simplifica el procés, però si es duu a terme d'una manera constructiva el mètode no pot ser criticat.

És clar que molts altres aspectes tenen a veure amb la política. Sovint es tracta de parts del projecte totalment secundàries, no obstant això el seu correcte tractament està relacionat amb la persona i el què l'envolta. Posarem com exemple per a il·lustrar els ínfims temes polítics presents en el dia a dia del dissenyador: la tria dels idiomes per a l'objecte projectat. La llengua anglesa, per no dir-ne *globish* és un element uniformant, però també representa una solució fàcil. No podem oblidar que les nostres ciutats i els nostres espais públics han de ser considerats actualment espais multiculturals. Les llengües es barregen i aquesta expressió multilingüe ha de trobar la seva visualitat integradora. No li hauria de ser difícil al dissenyador convèncer els seus interlocutors que cal preservar la llengua autòctona ensems amb l'anglès. Li serà més difícil expressar el multilingüisme i la diferència de cultures. És el dissenyador qui ha de proposar la forma convincent que permeti aquesta expressió.

De tot això es desprèn que l'actitud del dissenyador en front dels empresaris poc sensibilitzats per la qüestió ha de consistir en obrir un debat fins i tot corrent el risc que la seva proposta sigui qüestionada; en la majoria de casos això no es produeix. Molt sovint, en el moment de la presentació del

projecte, la reacció és: "Vaja! No hi havíem pensat, doncs sí, la proposta és interessant". La reacció no hauria estat aqueta si la presentació s'hagués limitat a una nota informativa o a un discurs.

Aquest punt em sembla essencial i podria servir de conclusió. El dissenyador té la capacitat de donar una forma creïble a la qüestió política. En una societat on la imatge és un poder essencial, ell té la força de tirar endavant una proposta. El seu principal paper en l'àmbit del seu treball quotidià passa per donar forma dins del seu projecte a totes les intencions humanistes en què creu de manera que la transformació subratlli la interacció entre la persona i la proposta. Això pot irritar certs empresaris, però la majoria apreciarà veure que la qüestió de la forma està en relació amb l'essència de les problemàtiques. Es sentiran satisfets de tenir un col·laborador capaç d'aportar consistència al projecte.

A més a més, i no m'allargaré massa en aquesta part, el dissenyador pot actuar de revelador, mostrant allò que no és visible. La seva sensibilitat visual pot permetre que veiem d'una altra manera el que els nostres ulls amaguen. L'acció de l'organització Metges del Món, que varen regalar tendes de disseny d'alta tecnologia als sense sostre dels carrers de París, em sembla en aquest sentit exemplar. En repetir l'acció, els Fills de Don Quixot varen demostrar l'eficàcia d'aquest treball sobre la visualitat. El disseny pot donar crèdit a paraules mudes, donar forma a unes representacions atractives a allò que no volen veure les actituds conservadores. Ell pot ajudar a expressar-ho en donar a les comunitats que no tenen accés als mitjans de comunicació eines i imatges. Ell, pot finalment militar políticament amb els seus propis mitjans: La força de la imatge.