

El engañoso diseño a imagen y semejanza

Por Javier Alexander Calderón Rivas

Los peligros de abrazar metodológicamente la búsqueda de referentes estilísticos pre-existentes como única garantía de éxito comunicacional.

En los procesos pedagógicos del diseño siempre se ha procurado lograr un buen método que estimule al estudiante a la realización de productos singulares y creativos. Dentro de las muchas problemáticas encontradas, tanto en los procesos de creación como en la enseñanza misma del diseño, existe una variable significativa: la motivación respecto del uso y visualización de imágenes de referencia como supuesta parte fundamental del proceso de diseño.

Desde la perspectiva académica, es un problema sin discusión aparente que muchos docentes justifiquen en sus métodos de enseñanza una especie de indagación visual que involucra autores, obras, historia del arte y productos en general, buscando delimitar en el estudiante una frontera estilística y de tendencias gráficas actuales para la generación de productos «innovadores», alejados de las llamadas coincidencias creativas o plagios. De esta manera, la indagación visual de referentes adquiere una nueva dimensión, más relacionada a una especie de «estado del arte» de las imágenes, que busca inscribir al producto dentro de nuevas líneas y estilos del tiempo presente, como si de entrada fuera obligatorio relacionar una propuesta dentro de nuevos sistemas y códigos visuales aceptados como tendencias.

Aquí se hace evidente uno de los problemas más críticos del referente estilístico pre-existente. En medio de la «licencia abierta» que se otorga a los estudiantes para evaluar no solo lo creado, sino también lo exitoso y aceptable en términos estéticos, funcionales y formales, lo que se genera es una especie de sistema valorativo en el que la mirada del sujeto se condiciona a seleccionar aquellos rasgos estructurales significativos o provechosos de otras propuestas, para transformarlas en algo aparentemente diferente, lejano de las referencias y que no pueda tipificarse como reproducción directa.

Aunque la intención de la indagación visual por parte de los docentes esta cargada de buenas intenciones y respeto hacia la obra de otros, la iniciativa se derrumba ante la falta de una búsqueda concienzuda y profunda que vaya más allá de la observación técnica, formal, estética y funcional. El diseñador adiestrado para buscar referentes siempre estará, de forma consciente o inconsciente, evaluando aquello que para otros y para sí mismo sea considerado exitoso y aceptable dentro del mundo del diseño. De una u otra forma esa percepción modifica y condiciona su acto creativo, llevándolo a tomar decisiones desde aquello que ya existe, que funciona y que además puede garantizar el éxito dentro del ámbito académico y/o profesional.

El principio del referente estilístico es básico: «modificar algo ya creado». Otros prefieren

llamarlo «tener una base creativa». Sea cual sea la forma de justificarlo, su base formal es la construcción a partir de la selección de elementos compositivos presentes en otras propuestas, como una especie de cadáver exquisito construido con fragmentos ajenos que fusionados deben cumplir un propósito. Entonces, ¿dónde queda la propuesta individual? Lo más importante dentro de las consideraciones es el hecho evidente de que la labor del diseñador en este tipo de procesos queda relegada a un punto en el que el sujeto más «creativo» sería aquel que realice una mejor mezcla de referencias en la búsqueda de una identidad que no es más suya que de otros. Si la creatividad se asume como la capacidad necesaria para encontrar diferentes soluciones frente a un mismo problema, si el diseñador debe ser el actor principal en la persecución de alternativas, se hace complicado esclarecer cómo clasifica la búsqueda de otras soluciones —referentes— en la resolución de problemas. Más aún cuando la tarea del diseñador es asumir una postura incomparable para cada ejercicio o problema de diseño.

El referente se constituye como una herramienta, con un innegable aporte reflexivo en el aula. Esa información, aunque valiosa como ejemplo de solución específica, no debería ser involucrada de manera tan estrecha con los procesos de creación independiente. El taller de diseño, desde sus primeras etapas, debería cultivar en los estudiantes una mirada singular de aquello que experimenta como individuo y la forma en la que esas manifestaciones subjetivas pueden potenciarse en las etapas de creación.

Una primera base teórica es el trabajo desarrollado por Humberto Maturana, con un ambicioso proyecto que lo ha llevado a replantear los fundamentos del conocimiento y una nueva base para el método científico, al trazar una mirada alejada de lo objetivo, mas relacionada a la experiencia del individuo. Maturana desarrolló una biología del conocimiento en la que el objeto externo pierde toda validación para el conocimiento.

«Las explicaciones científicas no explican un mundo independiente, explican la experiencia del observador».

Humberto Maturana

Su principio teórico ha ayudado a concebir de forma radical un sinnúmero de interpretaciones sobre las esferas de la sociedad y sus problemas, observando desde otra perspectiva una cantidad significativa de ideas que considerábamos verdaderas. Uno de los conceptos más radicales de Maturana es el de la «autopoiesis», que en un sentido estrictamente biológico se define como «la capacidad de los sistemas de producirse a si mismos». Pero aun siendo un fenómeno de índole orgánico, puede replicarse en diferentes sistemas y, por ende, en fenómenos de carácter social. Maturana afirma que los seres vivos son sistemas determinados por su estructura; es decir, «todo lo que ocurre en nosotros ocurre en la forma de cambios estructurales determinados en nuestra ordenación, ya sean cambios propios o acontecidos en nuestras interacciones en el medio, pero no determinados por este».

Si trasladamos estas interpretaciones al campo de la creación, estamos asumiendo que en el área de producción del diseño no deberíamos tomar preceptos formales sobre un solución específica. Por el contrario, todo es posible de ser creado desde la visión singular del objeto de indagación, y desde la exploración de todo un mundo referencial, desde la experiencia misma del sujeto y el resultado de su interacción con el medio. Este es el principio básico de

la experiencia estética del sujeto como promotor de su mirada hacia lo que crea y lo que construye.

Bajo este precepto, la experiencia estética como fenómeno autotélico y de percepción desde la dimensión cognitiva, podría ser el principio para plantear un método de enseñanza que reconozca la utilidad y el beneficio de una implicación personal, que dependa estrictamente de las vivencias y los intereses individuales hacia la búsqueda de un estilo personal y una propuesta singular, siempre respetando el terreno de la función comunicativa del mensaje. Estos modos de encuentro con el mundo son la génesis de la teoría de Maturana: sus primeras indagaciones vienen apoyadas desde las investigaciones de Luhmann, en cuya propuesta el sujeto es un receptor activo que acoge mediante esquemas de distinción que ha incorporado autorreferencialmente, y que le permiten incorporar datos diferenciales. Observador y observado quedan integrados de manera armónica en el acto creativo del conocimiento y el saber.

Publicado el 09/04/2014



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-enganoso-diseno-a-imagen-y- semejanza>

