

Todo es diseño

By Nelson Meléndez

El desafío para los diseñadores es mucho más grande de lo que se suele creer.

Decía Paul Rand: «*diseño es todo, todo*». El afamado diseñador y profesor de la Universidad de Yale en Nueva York, no se equivocaba. Una sentencia definitiva sobre una verdad absoluta, a la que pudiera encontrarse un lado flaco, pero un ejercicio de acuciosa observación bastaría para confirmarla. Todo lo que es «creado» por el hombre pasa o ha pasado por un proceso de diseño. Sencillo, elemental tal vez, pero todo cuanto utilizamos para hacernos la vida más fácil, para vivir, fue en pocas palabras, diseñado.

Ahora bien, es necesario para despejar ciertas dudas, establecer un concepto —que no una definición— de la palabra diseño. Uno que parece acercarse a esta postura es Reinaldo Leiro, quien en su libro *¿De qué diseño hablamos?*, nos dice: «cuando hablamos de diseño, hablamos de aquellos proyectos que recorrieron el camino que va desde la idea hasta el producto instalado en la sociedad». Esta apreciación abre una esfera de posibilidades en la que cabría desde una aguja hasta *Cien años de Soledad* la novela de Gabriel García Márquez.

Aunque Leiro se refiere claramente a la idea del proceso de creación del diseño, esta idea es aplicable a cualquier cosa, inclusive a aquellas juzgadas como invenciones de cualquier índole y no como piezas de diseño, pero vale la pena pensar que aquello que usamos, de lo que disponemos para vivir, que no ha sido creado o modificado por el hombre, es el resultado de la «creación de la naturaleza»; por lo tanto, el resto de las cosas, las de inventiva humana son «diseñadas». No creamos la naranja; pero envasamos su jugo, no creamos el árbol; pero lo convertimos en silla, no creamos el sexo; pero si los juguetes eróticos. El universo de las cosas creadas por el hombre es tan basto, que en la simple cotidianidad no nos percatamos de la existencia de ese alguien que pensó tal o cual objeto, que imaginó la solución de un problema; ese que consiguió la forma de subsanar una necesidad, con una aguja o una novela.

Esta idea podría incomodar a aquellos que con elevadas pretensiones aspiran exaltar el diseño a la condición de arte, creyendo así darle a la profesión o a la expresión del diseñador una connotación ennoblecida y magnificando su presencia en la sociedad, sin percatarse que hasta el arte es diseño.

En el caso del arte por ejemplo, la historia ha sido muy injusta, pues aquellas piezas que en principio fueron generadas para cumplir una función ritual o pedagógica terminaron teniendo un valor meramente estético, dispuesto por una serie de tecnócratas del arte que decidieron darle ese valor, más producto de esnobismos intelectuales que de las reales razones y condiciones por las que fueron creadas. Son piezas cuyo carácter se atribuye al tiempo o a la civilización a la que pertenecieron, porque son vestigios de culturas desaparecidas o por esa otra necesidad humana, la de guardar recuerdos. Pero su uso

original, el motivo real por el cual son parte de la historia, se ha desleído. Realmente la vasijas de aceite, que son sublimes en sí, fueron creadas y dotadas de simbolismo mágico y su función, la de contener aceite, no es la del contenedor de aceite contemporáneo, sino la de contener el aceite de los dioses; la Capilla Sixtina, uno de los icono más importante del arte universal de todos los tiempos, fue concebida para mostrar la grandeza de Dios y todo cuanto ocurre alrededor de la creación.

No quiero con esto desmerecer del arte, en todo caso es necesario reconocer la razón por la cual las cosas son creadas, reconocer inclusive que la apasionante y hermosa Capilla Sixtina es entre otras cosas un gran «cartel o poster» del poder de Dios y de la Iglesia. Theodor W. Adorno es citado por Enric Satué en su libro Historia del diseño. Adorno un filosofo de la estética, promulgaba que existían algunas piezas de arte cuyo origen no es tan elevado como se supone, «una cierta investigación las haría parecer algo bastardas»; inclusive a la hora de estudiar el diseño gráfico Satué nos habla de la necesidad de revisar auténticamente más allá de lo formal y diamantino de algunas ciencias que estudian la historia.

Claro está que la idea podría resultar simplista, reduccionista: «todo es diseño». A partir de esto podrían generarse discusiones interminables, porque un novelista no se ve a sí mismo como un diseñador, un poeta tampoco lo haría, un músico mucho menos; pero lo son y lo son en la medida en que el proceso creativo está en función de generar algo que en principio comunique. Valdría la pena por ejemplo discutir el cómo se llega al concepto de una pieza, un tango quizás, qué quería decir o transmitir el autor, dónde estaban sus motivaciones; si lo hizo por gusto propio o se lo encargaron; si es argentino, uruguayo o venezolano.

O sea, creamos cosas y con ellas nos relacionamos, pues ellas significan; todo lo creado por el hombre significa, la nada tiene sentido, por lo tanto significa. Alejándonos de formalismos académicos diremos que el proceso de diseño tiene como objetivo generar un producto, si este proceso no es óptimo, el resultado tampoco. Por ejemplo: el proceso que se siguió para crear una cucharilla dio como resultado un tenedor, cualquier persona ve en el objeto algo que se parece a un tenedor, sigue —por eso de «parecer»— significando, aún cuando el proceso no sea válido, es un diseño; pero no lo es. Es aquí donde está el verdadero dilema. El ser o no ser diseño va a depender de la postura, la de la verdad absoluta de Paul Rand en cuanto a que todo objeto pasa por un espacio mínimo de pensamiento y raciocinio para cumplir su función y la otra que implica el haber sido realizado por un técnico que posee todos los conocimientos y que siguió cabalmente todos los pasos del proceso de diseño.

Para los contemporáneos el diseño debe transmitir un mensaje, cumplir una función, satisfacer una necesidad; es por eso que existe la profesión del diseñador, cuando alguno de estos tres parámetros no es cumplido, el diseño cojeará de una pata. Sin embargo, siguen saliendo al mercado electrodomésticos que hay que adivinar cómo utilizarlos, ropa que es difícil imaginar que alguien se la ponga, maquinarias inservibles, que solucionan problemas inexistentes; esos a los que Jordi Llovet denomina «objetos de invención gratuita».

El reto en todo caso de los diseñadores, no es competir ni valorar los objetos ya existentes, todos con un asidero lógico y elemental en el diseño; los diseñadores tendrán que meter todos y cada uno de los objetos inventados, creados y proporcionados en su maletín creativo, mejorarlos no solamente como soluciones, en el sentido práctico de la necesidad satisfecha, sino también de los materiales y de la economía de tiempo, del medio ambiente, entre otros.

No existe objeto alguno creado por el hombre que no pueda someterse al agudo y acucioso ojo de un diseñador. Todo lo hecho por el hombre es en sí mejorable, y todos tenemos la oportunidad de ofrecer nuestra solución. Porque ya el hecho de tener la idea implica diseñar «dar señas», y todo lo humano ha pasado por esa sutil experiencia.

Gabriel García Márquez diseñó una serie de personajes en un pueblo llamado Macondo, y por ello se ganó el premio Nobel de Literatura; Sumito Estévez diseña platos exquisitos, por eso hasta tiene un programa de televisión. Los diseñadores, es decir los de la profesión del diseño deben percatarse de esta verdad. Paul Rand tenía razón, «todo es diseño»; por eso la palabra se aplica cotidianamente a un sinnúmero de actividades. Pero el diseñador sueña con su objeto de diseño —elevado, perfectamente pensado—, sin comprender o comprendiendo el hecho de que por común, y a veces por transparente, su labor resulta más riesgosa y más comprometida. Si todo es diseño, si el mundo creado por el hombre es todo de verdad diseño, entonces el diseñador es el «*re-creador del mundo*». Pequeña aventura esta que le ha tocado.

Published on 07/09/2011



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/todo-es-diseno>

