

Pablo Tesone | pablotestone@gmail.com

Taller de Diseño en Comunicación Visual 4A.
Facultad de Artes, Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Recibido: 19/3/2021

Aceptado: 29/6/2021

RESUMEN

Estas líneas buscarán esbozar algunas ideas en torno a una pregunta tan controversial como necesaria: ¿el diseño es arte? La bibliografía clásica y más frecuentada dentro de la disciplina ha resultado tajante en ese sentido y parece haber logrado el objetivo de hegemonizar su pensamiento. Sin embargo, ¿no hay visiones alternativas? Hay temas caros al arte que tocan al diseño y lo atraviesan sin esquivos. Este artículo tratará de ponerlos sobre la superficie y promover debates dentro de nuestra profesión.

PALABRAS CLAVE

Diseño; arte; educación

ABSTRACT

These lines will seek to outline some ideas around a question as controversial as it is necessary: is design art? The classic and most frequented disciplinary bibliography has been blunt in that sense and seems to have achieved the objective of hegemonizing its thought. However, are there no alternative points of view? There are core matters to art that touch design and go through it without elusions. This article will try to bring them to the surface and to promote debates within our profession.

KEYWORDS

Design; art; education

La pregunta del diseño

The Design Question

01

ARTÍCULO

El desequilibrio en la balanza sobre la que se encuentra la producción teórica respecto a la pertenencia epistemológica del diseño es evidente. Basta explorar una parte de la bibliografía que ahonda en el tema para suponer que el diseño no es arte. El encargo —o el trabajo para alguien más que no-es-uno—, la no-subjetividad o la funcionalidad son solo algunos de los aspectos que suelen citarse para hacer del diseño una disciplina ajena al arte o, más aún, perteneciente al campo de la comunicación. Como si el arte no comunicara o no pudiese una obra surgir a partir de un encargo —piénsese en alguien que trabaja en la escenografía, el diseño de vestuario o la composición de música para publicidades—, o como si las producciones partieran únicamente de la expresión personal de cada artista.

Estas y otras inquietudes relativas al arte tocan al diseño y lo atraviesan sin esquivos. Muchas de ellas han sido ya expuestas y discutidas en diferentes ámbitos. A lo largo de este artículo trataré de repasarlas con la mayor honestidad intelectual posible y el deseo de que estas palabras sirvan para debates que enriquezcan nuestra profesión.

DEFINICIONES

Para hacer un recorrido del todo a la parte, parece una buena idea comenzar con algunas definiciones del arte que acerquen el foco al tema que nos compete.

Al repasar un conjunto de enunciados vinculados al asunto encontramos expresiones que argumentan:

[...] en la actualidad se reconoce que el arte es un campo de conocimiento, productor de imágenes ficcionales y metafóricas, que porta diversos

sentidos sociales y culturales que se manifiestan a través de los procesos de realización y transmisión de sus producciones (Ministerio de Educación de la Nación, 2011, p. 7).

Aquí aparecen dos primeras cuestiones: la *ficción* y la *metáfora*. De la primera puede decirse que es uno de los ejes sobre los que gira la producción artística. En palabras de Mariel Ciafardo (2020), «producir una obra de arte consiste en organizar un mundo ficcional proponiendo un nuevo orden de naturaleza poética, esencialmente ambiguo» (p. 24). En otro trayecto de su reciente libro, *La enseñanza del lenguaje visual: bases para la construcción de una propuesta alternativa* (Ciafardo, 2020), la autora expone:

[...] el arte construye universos posibles. A salvo de las leyes de la física, el espacio del arte propone nuevas imágenes (visuales, sonoras, audiovisuales, corporales) del mundo, múltiples concepciones de lo visible, atravesadas por los contextos culturales, por las dimensiones simbólicas, políticas, económicas, religiosas, científicas, ideológicas (p. 161).

Y aquí se abre otro camino en el que se equipara la ficción con la mentira. Nada más alejado. Daniel Belinche (2019) nos dice que, «de algún modo, la ficción se ubica por encima de lo real [...]. La esencia de la imagen es *hacer ver*. La metáfora captura esa propiedad» (p. 19). Por su parte, y si trazamos un paralelismo entre la ficción y lo imaginado, Lev Vygotsky (2000) aclara el panorama al decir que «suele entenderse por imaginación o fantasía a lo irreal, a lo que no se ajusta a la realidad y que, por lo tanto, carece de un valor práctico serio» (p. 3). Y continúa:

[...] toda elucubración se compone siempre de elementos tomados de la realidad extraídos de la experiencia anterior del hombre. Sería un milagro que la imaginación pudiese crear algo de la nada, o dispusiera de otras fuentes de conocimiento distinta de la experiencia pasada (Vygotsky, 2000, p. 5).

Sobre la segunda cuestión, la metáfora, puede decirse que es el proceso mediante el cual se sustituye una cosa por otra y que se encuentra presente en todas las producciones artísticas, de las que el diseño parece no poder escapar. En *Formas breves* (2000), Ricardo Piglia plantea que en el arte siempre hay algo profundo en aquello que no se deja ver. En su caso, elige como ejemplo una nota en un cuaderno de Anton Chéjov: «Un hombre, en Montecarlo, va al Casino, gana un millón, vuelve a su casa, se suicida». La forma clásica del cuento está condensada en el núcleo de ese relato futuro y no escrito» (Piglia, 2000, p. 105).¹ Podría traspolarse a cualquier caso de diseño. Qué se dice, qué se deja librado a la interpretación de otra persona, qué se oculta. Belinche, en *Diez*

1. Prosigue Piglia (2000): «Contra lo previsible y convencional (jugar-perder-suicidarse) la intriga se plantea como una paradoja. La anécdota tiende a desvincular la historia del juego y la historia del suicidio. Esa decisión es clave para definir el carácter doble de la forma del cuento» (p. 105).

formas de arruinar una clase (2019), sostiene que toda producción artística posee una doble cadena de causalidades, por medio de la cual «conjuga su visibilidad con sus zonas omitidas y tiende a desautomatizar y desnaturalizar la percepción volviéndola lenta, materializando rasgos de lo humano en un eje espacio temporal propio que suspende el entorno físico» (p. 35).

Propongo pensar en cualquier proyecto de identidad institucional. Hay un nombre. Este puede ser *de fantasía* y no vincularse directamente con un apellido o con la denominación de una entidad estatal. El elemento nominal y el hecho mismo de definirlo son, en sí, una metáfora —en el sentido amplio— o una metonimia —en un sentido más estricto— en la medida que sustituye a una entidad o un tipo de entidad por un nombre que la distingue de otras similares. Supongamos el caso de una ONG dedicada al rescate y la salvaguarda de animales: *SalvaFauna*.

Pasemos a la manera en que se hace pública esa entidad. Al modo en que se visualiza y se deja ver ante el resto de la sociedad. Algunas decisiones que componen esa respuesta de diseño hacen evidentes rasgos característicos de esa ONG. Otras suspenden el *aquí* y *ahora* informativo y desautomatizan la percepción, extendiendo esa imagen ficcional en la mente de las personas destinatarias.

Más aún, si se considera que actualmente existe un área de desarrollo profesional denominada *narrativa de marca*, nos hallaremos ante la presencia de —léase con ironía— *la forma pura ficcional del diseño*. El relato que se compone en la respuesta disciplinar es una ficción. No es una mentira ni una traición al buen entendimiento y predisposición de las personas a las que se dirige esa ONG. Recordemos a Vygotsky (2000).

Ese relato —concepto hartamente denostado entre la *opinión pública*— supone la exposición de aspectos que diferencian a esta ONG y le otorgan distinción, la sitúan dentro de un mercado de ONG dedicadas al rescate y a la salvaguarda de animales.² Le da un *rostro*, una *personalidad*, una *vestimenta*. La hace identificable para las personas, a la vez que esas personas pueden verse identificadas, reflejadas en ella. Como ejercicio, puede reemplazarse esta supuesta ONG con cualquier caso de diseño. Con cualquier producción más allá de su tamaño o complejidad.

«Esto nos daría tres criterios de lo contemporáneo», dice Alain Badiou (2013), «la posibilidad de la repetición, de la reproducción y de la serie, la posibilidad del anonimato (resumiéndose, así, todo

2. Para esta cuestión puede resultar útil citar a Adolfo Colombres, quien en *Sobre la cultura y el arte popular* (2007) expone una definición del diseño y su papel actual en las industrias culturales: «El diseño es una vía para llevar las marcas de una identidad al conjunto de los bienes industriales [...]. El diseño es otro punto en el que el arte se cruza con la economía, para imponer un estilo propio a los objetos de la vida cotidiana, contribuyendo así a su estetización desde la identidad» (p. 175).

lo que atañe a la figura del artista) y, en tercer lugar, la crítica de la eternidad y la voluntad de compartir la finitud» (p. 2). Esa definición acerca de los rasgos característicos de lo contemporáneo es aplicable al diseño. Si bien el tercer criterio apunta a un aspecto más filosófico, los dos primeros son fácilmente identificables en la práctica profesional del diseño y dan por tierra algunos de los argumentos que suelen esgrimirse.

En otro pasaje, el autor habla de la dificultad de trazar fronteras entre disciplinas, lenguajes artísticos y géneros. En línea con esta reflexión, las posibilidades que tiene el diseño para insertarse en el mundo actual, combinando su trabajo con otras profesiones en distintos medios y dispositivos, nos sitúan en un lugar privilegiado dentro de la cultura.

PROBLEMAS Y SOLUCIONES

Hace un tiempo, en un artículo denominado «Un recorrido por el taller» (Tesone, 2017) hice el intento de llevar a cabo un pormenorizado análisis de mi papel docente dentro de una cátedra, a la par de algunas reflexiones sobre esa materia. Comencé con los contenidos y concluí con cuestiones metodológicas. Hasta ahora, nada nuevo bajo el sol. Si se hiciese *zoom* a cada uno de los apartados se podrían comenzar a identificar una serie de problemas. ¿El *diseño de información* es un contenido o un ámbito de inserción disciplinar? La misma pregunta podría dirigirse a la *gráfica aplicada*, la *señalización* y la *generación de códigos visuales y de paneles de información*, presentes en los contenidos mínimos del plan de estudios actual de la carrera Diseño en Comunicación Visual de la Facultad de Artes (FDA) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Algo similar ocurre con el *orden* y la *sistematicidad* enumerados en el artículo. El listado podría continuar con la *jerarquización*, la *secuenciación* y otros puntos que también son señalados.

El problema parece estar en el momento en que el equipo docente se ve en la posición de evaluar lo que se enseña. Parece algo habitual. ¿Qué se enseña en torno al *orden*? ¿Y respecto a la *sistematicidad*? ¿Qué sucede con el *diseño de información* si «se evalúa a partir de su resultado en términos de satisfacción del usuario ante la tarea cumplida y no solo como producto del diseño» (Tesone, 2017, p. 89) cuando eso es algo que no puede replicarse a una escala de producción que lo permita?

Quien haya presenciado una clase de diseño ha notado que la evaluación y, por ende, las correcciones que se realizan sobre

las producciones de los estudiantes giran en torno a contenidos que hasta aquí no se nombraron: *¿Cómo funciona el color en esta instancia?; ¿con qué materialidad se trabajará?; ¿por qué?; estas piezas, ¿tienen un contraste que permita leerlas?; ¿cómo se adecúa su escala al contexto?* Ejemplos sobran. El docente autor del artículo seguramente se encontró en la situación antedicha. Probablemente también la haya naturalizado.

Sin embargo, ¿no representa el color —o el modo en el que se aplica a la resolución de problemas del diseño— un contenido de las materias troncales de la carrera? ¿No lo es el espacio y el ordenamiento de los elementos que se encuentran en él? ¿No se trata, al mismo tiempo, de un ámbito con posibilidades poéticas? Acaso la *secuenciación*, ¿no se establece como un problema de orden temporal? ¿Qué hay de la escala o de las relaciones entre figura y fondo?, ¿y de la *sistematicidad* en términos de identidad y diferencia?

Quizás la asunción de que estos son los contenidos de las materias troncales puede ayudar a evaluar lo que se enseña, para parafrasear a Belinche (2019). Sobre todo, para no incurrir en el siguiente problema cuya resolución apela a la magia —léase con ironía—:

Una vez concluida esta etapa, la expectativa es que los alumnos se encuentren en condiciones de trasladar todo aquello que analizaron y planearon a un anteproyecto para que comiencen a materializar cuestiones concretas y para que apliquen —de forma más o menos evidente— los contenidos abordados en el año (Belinche, 2019, p. 90).

Si se tuviese que responder acerca del área de incumbencia de la materia en cuestión podría hablarse de *diseño en espacios de uso público*, *diseño en el entorno*, abordaje de *proyectos de diseño de alta complejidad* o, simplemente, *dirección artística*. Sobre este último aspecto querría poner el foco, al menos para destacar un detalle no menor: quienes provienen de carreras de diseño y se dedican profesionalmente a la dirección de arte suelen esgrimir que no son artistas. Qué paradoja. Dirigen el arte, pero no son artistas. El carácter *supraartístico* de esta práctica profesional en manos de diseñadores olvida que tiene por fin la selección y la definición de los elementos del arte en pos del objetivo propuesto, sea este un entorno comercial, turístico o simplemente una instalación en un contexto urbano.

PERO ¿QUÉ ES EL DISEÑO?

Quien haya llegado hasta aquí seguramente notó que las referencias fueron diversas. Más allá de esta cuestión, aún no se logró arribar a una definición del diseño que permita dar un cierre a este texto. Puede aventurarse que la disciplina se dedica a la selección de rasgos formales y simbólicos distintivos, valores característicos de un determinado fenómeno —sea este un producto, servicio, empresa o institución, por citar solo algunos—, y que, por medio de la metáfora y los elementos del lenguaje visual, los da a conocer, los pone en común ante la sociedad y, de ese modo, permite su interpretación y reinterpretación. Para ponerlo en otras palabras, aquello que el diseño hace tiene un vínculo directo con las distintas acepciones del concepto de *identidad*: adquirir carácter de entidad, diferenciarse, generar sentimientos de pertenencia e identificación, entre otras. Más aún si se considera que «al ser un relato que reconstruimos incesantemente, que reconstruimos con los otros, la identidad es también una coproducción» (García Canclini, 1995, p. 114). Nuevamente, en la cita a Néstor García Canclini aparece la cuestión del relato y de su construcción constante y con un otro. Todo esto sin mencionar que el diseño es una profesión que articula y equilibra aspectos funcionales y poéticos, estratégicos y estéticos, en cada contexto en el que intervenga.

¿Cómo se enseña esto? puede ser la pregunta que surja a partir del párrafo anterior. Quizás si se asumiera que los contenidos son los mismos que los del resto de las disciplinas del arte, pero que cada una los aborda de un modo particular, quizás allí tendríamos un primer esbozo para responder la inquietud.

REFERENCIAS

Badiou, A. (mayo de 2013). *Las condiciones del arte contemporáneo*. Disertación presentada en Lectura Mundi. Teatro Tornavías-Campus Miguelete, Universidad Nacional de San Martín, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Belinche, D. (2019). *Diez formas de arruinar una clase*. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Bellas Artes.

Ciafardo, M. (Comp.). (2020). *La enseñanza del lenguaje visual: bases para la construcción de una propuesta alternativa*. La Plata, Argentina: Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Artes.

Colombres, A. (2007). *Sobre la cultura y el arte popular*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Del Sol.

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ciudad de México, México: Grijalbo.

Piglia, R. (2000). *Formas breves*. Barcelona, España: Anagrama.

Ministerio de Educación de la Nación. (2011). *Resolución CFE N.º 111/10 y Anexo. La educación artística en el sistema educativo nacional*. Recuperado de <http://repositorio.educacion.gov.ar:8080/dspace/handle/123456789/110513>

Tesone, P. (2017). Un recorrido por el taller. *Metal*, (3), 86-93. Recuperado de <http://papelcosido.fba.unlp.edu.ar/ojs/index.php/metal/article/view/463>

Vygotsky, L. (2000). *La imaginación y el arte en la infancia*. Madrid, España: Ediciones Alcal.