





# DISEÑADOR

CADA VEZ QUE HACES  
UN TRABAJO SIN COBRAR

*o cobrando poco...*

Te condenas a seguir cobrando poco **siempre**, a que los clientes crean que tu trabajo no tiene valor y a que las horas de desvelo detrás de la computadora las aprovechen otros.

---

**ERES MUY VALIOSO**

PARA LA SOCIEDAD

PODRÍA DECIRSE QUE ERES

**NECESARIO**

TU CREATIVIDAD Y PROFESIONALISMO  
DEBEN SER VALORADOS Y RECOMPENSADOS  
COMO EN CUALQUIER PAIS

---



Compilación dedicada a mis amigos:

Spike, Sander, Ydray, Jitosa, Andy, Senpai, Amet, Kekin, Emengger, MocoZón, Jubaby, El Gran mago, Totote, Max Pauer Z, Lonely, Orozco, Dalín, Héctor, Escobar, Fury, Martinillo, Sharmely, Kiskas, Jitosa, Edson, Psicosis, Felix, Herminia, Juan Canal y muchos otros más, quienes siempre trabajamos con la imagen y la semiótica... en cosas propias del diseño gráfico.

**COMPILADO POR RADXAGIEL  
PROHÍBASE SU VENTA  
USO EXCLUSIVO PARA FINES  
EDUCATIVOS Y CIENTÍFICOS**

(4)

8,000 =  
△

10

JUAN ACHA  
**Elementos  
para una  
teoría del**

**DISEÑO**

- Gráfico
- Industrial
- Arquitectural
- Urbano



cuaderno

**1**



**Elementos para una teoría del  
diseño** Gráfico, Industrial, Arquitectural y Urbano  
© **Juan Acha**

Compilación:  
Instituto de Investigación **PERSPECTIVA**

Edición:  
Escuela Académico Profesional de Comunicación  
Social - Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Auspician:  
Instituto de Derecho y Comunicación **DEYCO**  
Agencia de Prensa **ALTER**

Octubre, 1988 - Lima, Perú.

## Presentación

*Nuestra sociedad es un sistema social con diversas formas integradas, que se unen a través de interacciones de las que el hombre participa a nivel individual y colectivo. Estas interacciones son el objeto de la ciencia de la comunicación.*

*En los quince años precedentes, la demanda por comunicadores especializados es cada vez mayor. Esta demanda es requerida por todos los sectores de la sociedad. La Universidad de San Marcos y su Escuela Académico Profesional definen en su Estatuto que la Nación "nos encarga crear y difundir conocimiento, cultura, ciencia y tecnología", fines que hace suyo este proyecto editorial.*

*La Universidad, para lograr sus fines académicos, con el esfuerzo de sus estamentos trata en lo posible de responder a las exigencias de la hora presente.*

*Mediante la participación activa de estudiantes y docentes se logró, en tres jornadas curriculares, un proyecto curricular*

*diseñado para convertir la Escuela Académico Profesional de San Marcos, en una de las mejores de América Latina.*

*El nuevo organigrama contempla la implementación de cinco talleres de creación y producción: Prensa, Edición y Montaje, Fotografía, Audio y Sonido y Televisión y Cine.*

*El curriculum para 1988, considera en el sexto ciclo la implementación del Taller de Prensa y Diagramación; en el séptimo ciclo el Taller de Prensa y Diseño Gráfico; y en el octavo ciclo el Taller de Edición, en la especialidad de prensa.*

*La demanda social requiere que la Universidad, venciendo todas las limitaciones, se ponga a tono con el avance tecnológico y la demanda de mercado. Se requiere, por tanto, una formación integral del comunicador social.*

*En ésta perspectiva, la implementación de los Talleres de Creación y Producción, cobran capital importancia. Debido a su*

*carácter interdisciplinario, los Talleres de Edición y Diseño Gráfico, han sido considerados en forma prioritaria en el nuevo Plan Curricular. Incluso existe la consulta, del Departamento Académico de la Agencia de Prensa ALTER, para considerar una segunda especialización con mención en Diseño de Medios y Edición Periodística.*

*Para la implementación de los mencionados talleres, existen muchas limitaciones de orden material, entre otras la falta de material pedagógico y textos académicos.*

*Un grupo de estudiantes de la Escuela Académico Profesional de Comunicación, decidieron organizarse en un Instituto de Investigación denominado PERSPECTIVA, para contribuir a la implementación del nuevo Plan Curricular.*

*Como una primera muestra del trabajo que se proponen realizar, han compilado una serie de trabajos sobre DISEÑO de un excelente profesional y compatriota nuestro, radicado en México, Juan Acha.*

*Debido a la importancia del material, la Dirección de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, considera importante editar dicho material.*

*Nuestro reconocimiento al trabajo de todos los miembros del Instituto de Investigación PERSPECTIVA, así como nuestro agradecimiento al Instituto Derecho y Comunicación, DEYCO, y al servicio editorial de la agencia de prensa ALTER, por auspiciar la presente publicación.*

*Gabriel Niezen Matos*

*Director Académico de la E.A.P. UNMSM*

## Introducción

La fotografía constituye el procedimiento tecnológico que ha hecho cambiar el curso de las **artes tradicionales**, que ha servido de base a las imágenes audiovisuales del cine y la TV y que predomina, junto con sus derivados, en nuestro **ámbito visual**, modelando y nutriendo la mente y sensibilidad del hombre actual. Necesitamos penetrar en su estética renacentista, en sus múltiples usos sociales y en la relación **realidad/imagen** para poder comprender la sociología y la estética de la fotografía en lo referente a la representación fiel de la realidad visible y a las posibilidades de **manipular las imágenes** en favor de ideologías dominantes. Estamos ante la **información** y el **esparcimiento** como armas de **poder** que atraen y entretienen, persuaden y reprimen.

Con los procedimientos fotográficos y los de la imprenta, que permitieron el desarrollo del periodismo, vino la

consolidación de la tecnología de las informaciones. Vino después de haber sido iniciada por la imprenta y por la imagen impresa en épocas pre-fotográficas. La consolidación de esta tecnología presupone, desde luego, **la aparición del diseño gráfico**, que es la racionalización de las operaciones de organización, transformación y significación del espacio **icónico-verbal** dentro de los límites biológicos con que el hombre ordena los signos en una superficie plana y los combina con imágenes, sean éstas gráficas o fotográficas. Este **diseño** no sólo ordena textos en el espacio tipográfico de la información, sino que también concibe imágenes y las transforma en el espacio gráfico del periodismo, y cuando la industria y el comercio requieren sus servicios, crea un espacio identificador y publicitario.

En el **espacio publicitario** es donde el diseñador identifica objetos o servicios, es decir, otorga una identidad gráfica a los



productos industriales mediante etiquetas, envolturas, logotipos. Pero cuanto más interviene el hombre en esta identificación, mayores son los peligros de que el productor manipule la información, no importa si de manera consciente o inconsciente. Por estar dirigido a amplios públicos y tener que adecuarse a los hábitos colectivos, las **innovaciones del diseño gráfico** son contemporizadoras, pues sus efectos son directos y notorios. Es el precio que paga por su popularidad. Otra cosa sucede con las artes cultas, que cambian radicalmente y sólo repercuten en reducidos círculos demográficos.

Entre los espacios gráficos, el **afiche cultural** es hoy aceptado sin discusión como artístico. Lo aceptamos porque se diferencia del afiche que anuncia una mercancía trivial y porque se iguala a una pintura. Se iguala en cuanto ésta tuvo que conservar una información religiosa, mientras que el **diseño gráfico** lidia con hechos culturales, productos también de la imaginación: pieza teatral, concierto, filme, conferencia, función de circo, etcétera. El afiche cultural informa, comunica y educa sensitiva y visualmente.



Pronto la tecnología de la información cayó en la cuenta de que no podía aspirar a la popularidad sin introducir en el **espacio gráfico** de la información pasatiempos tales como los crucigramas, las tiras cómicas o las telenovelas. Aparece, entonces, la tecnología de los **esparcimientos icónico-verbales** que luego se extenderá a los audiovisuales. Esta tecnología utiliza las posibilidades narrativas y comunicativas de combinación **palabra-imagen** con el objeto de entretener y difundir ideologías. Y si las tiras cómicas emplean la imagen gráfica por adecuarse mejor a la ficción y a las aventuras de seres imaginados, la imagen fotográfica es preferida por las telenovelas para sus acostumbradas narraciones de temas amorosos y románticos.

Al seguir recorriendo los productos artístico-visuales y enfocar los cuerpo-objetos, volvemos a toparnos con las artes cultas, las artesanías y los **diseños** como los integrantes de nuestra realidad artística.

Sus productos tridimensionales materializan **discursos espaciales**, de igual modo que las superficies pictóricas objetivan discursos sobre el espacio. Para

conocer la sociología de los cuerpo-objetos será necesario penetrar en los problemas teóricos y prácticos del espacio físico; problemas que se concretan en los modos como nuestra sociedad organiza, transforma y significa los espacios. De solucionar estos problemas se ocupa la tecnología con sus **diseños** (el industrial, el arquitectural y el urbano). Del espacio percibimos sólo distancias y direcciones a través de los espacios que son los objetos. Pero más que lo físico, percibimos las significaciones sociales que tiene todo espacio cultural o artístico, es decir, el espacio es también una realidad social, por eso toda organización social se refleja en la organización de sus espacios.

Damos una utilización biológica al espacio cuando lo transitamos y lo habitamos, pero esta utilización no existe sin el uso protocolar de las distancias interhumanas (la proxémica), que son sociales, y menos aún sin las significaciones que tiene cada espacio o recinto y su accesibilidad en nuestra colectividad. Y es que existe toda una topología cultural basada en oposiciones espaciales: espacio sagrado/profano, artístico/cotidiano,

natural/cultural. El antagonismo y la complementariedad, el acceso a cada uno y el pasaje de unos a otros depende de las significaciones sociales de sus respectivas identidades y usos.

Los **diseños** son actividades proyectuales, pues estructuran modelos de productos utilitarios imprimiendo a cada uno de éstos aquella ambivalencia que permite conjugar los objetos en dos tiempos estructurales: el artístico y el práctico-utilitario. Desde un punto de vista más general, diríamos que constituyen retóricas y tropologías que median entre la producción y el consumo y que persuaden.

El **diseño industrial** abdica de los ornamentos, tan apreciados por las artesanías, y crea el concepto de belleza funcional. El valor funcional y el artístico se fusionan. De esta manera se igualan artísticamente el utensilio y el objeto artístico (o pequeña estructura). La tecnología, después de todo, necesita humanizar o embellecer sus productos con el fin de contrarrestar las actitudes anti-maquinistas del romanticismo. En épocas de ascenso, el **diseño industrial** es mirado con optimismo por los artistas y éstos cooperan,



mientras que cunden el pesimismo y el repudio cuando se pone al servicio de la sociedad de consumo. Propiamente, este **diseño** —al igual que todos— no se difunde a fuerza de obras, pues sigue siendo mero proyecto que no se constriñe al consumo minoritario. Más bien propaga ideas e ideales favorables a la belleza funcional y, sobre todo, activa la simbolización del status social. Porque el **diseño no sólo agrega el valor artístico al funcional**, sino que mayoritariamente significa o imprime valores simbólicos a los utensilios.

El **diseño** arquitectural encuéntrase, en cambio, muy ligado al hombre, ya que nadie puede prescindir de un techo. De allí que en nuestras sociedades veamos cómo la arquitectura va de la obra espontánea de la cultura de la pobreza a la obra única y suntuaria, pasando por lo artesanal y por los conjuntos habitacionales.

Apoyándonos en los **diseños** que conocemos cabe preguntarse si podemos hablar de **diseño icónico-verbal** y del **audiovisual** como continuaciones artísticas de la tecnología de la información y de los entretenimientos, porque existen actividades directorales en la prensa,

espectáculos, cine y TV que se ocupan de manejar las imágenes con fines prácticos y con medios artísticos. Por otra parte, cada **producción tecnológica posee su diseño**: la imprenta, el gráfico; la producción motorizada, el diseño industrial; los procedimientos manuales y mecánicos de construir, el arquitectural y el urbano. ¿Por qué no entonces el cine, la TV, la información y los entretenimientos tecnológicos?

En realidad existen como **diseños**. No importa si se les cubre con la denominación de **publicidad**, información o pedagogía.

Lo evidente es que existen actividades directorales que razonan los recursos icónico-verbales y los audiovisuales de los entretenimientos que ocupan nuestro tiempo libre y de las informaciones que manipulan nuestra mente y sensibilidad. Y estos recursos son **diseñísticos de facto**.

**Juan Acha**



Real. Juan Acha



# El producto artístico-visual

Veamos qué similitudes y qué diferencias existen entre los productos culturales: los artísticos, los científicos y los tecnológicos. Al compararlos entre sí, nos encontramos con que no todos son tangibles, imposibilitándose toda diferenciación a partir de sus características externas estables.

Los productos científicos todos constituyen conocimientos de la realidad (natural, humana y social) y obviamente son intangibles. Y esto no es privativo de las ciencias. Las artes y la tecnología producen también procedimientos, además de objetos. Pero estos procedimientos y los conocimientos requieren un soporte material (la palabra hablada o escrita) para ser producidos, registrados y comunicados. Algunas artes están en la misma situación: el teatro y la música, la danza y la literatura, por ejemplo, todas las cuales necesitan un texto y, con excepción de la última, todas pre-

cisan de un intérprete.

En casos contrarios hallan-se los productos materiales de la tecnología, que pueden ser medios de consumo o medios de producción, igual que sus procedimientos. Están también los productos artísticos de la escultura, pintura, grabado, arquitectura y dibujo, por ejemplo. Todas estas obras se bastan a sí mismas para existir como tales, comunicar y ser percibidas y consumidas.

Imposible, pues, establecer diferencias a partir de atributos externos y estables de los productos. Lo específico será, entonces, algo interno, es decir, estará en el interior de los objetos, ya que éstos propiamente son soportes materiales de lo artístico que se fusionan con dicha categoría en distinto grado hasta llegar a veces a la indisolubilidad. El idioma nos enseña a denominar artísticas ciertas obras y científicas o tecnológicas a otras. Sin embargo, lo artístico, cien-

tífico o tecnológico nunca está solo, pues el soporte material de los objetos implica de suyo intervención de lo tecnológico y científico, mientras que la organización de los materiales de dicho soporte siempre refleja la sensibilidad. No existen, por lo tanto, los objetos puramente artísticos ni científicos o tecnológicos. Abundan, en cambio, los objetos que evidencian la coexistencia de los tres elementos culturales, aunque siempre predomine uno de ellos sobre los otros dos.

Uno de estos objetos sería, nada menos, que el libro como el que el lector tiene en sus manos. El libro en sí es un producto de la tecnología, que puede contener conocimientos científicos o procedimientos tecnológicos, o bien ser un producto artístico (novela o grabado). Dicho de otra manera en su interior puede haber una o varias de estas estructuras que denominaremos interiores: la científica, la tecnológica o la artística.

Como objeto, el libro posee una realidad objetiva con sus propiedades materiales, cuyo conjunto designaremos estructura material. Al percibir esta estructura, reconozco el libro. Lo reconozco automáticamente por experiencia y por haber aprendido, junto con mi idioma, su nombre como objeto. No lo gesto en mi mente: el libro existe objetivamente, o sea, existe independientemente de mi presencia, existencia y percepción.

Pero lo que percibo del libro no es idéntico a toda su estructura material objetiva, ni siquiera a todo lo humanamente perceptible de ella. No me refiero a sus propiedades, ya que como ser humano existen limitaciones perceptuales y sensoriales. Mis cinco sentidos están biológicamente limitados y no pueden percibir todas las propiedades de una estructura material, puesto que las que me es posible percibir difieren de las percibidas por muchas especies animales que la ciencia conoce. Hay, pues, diferencias entre la estructura material objetiva y la humanamente perceptible. El libro, por lo demás, fue producido de acuerdo con estas limitaciones y tam-

bién con arreglo a las limitaciones humanas de la transformación de materiales.

Las limitaciones no terminan aquí: es imposible percibir todo lo humanamente perceptible porque condiciones sociales y culturales concretas le trazan fronteras a mi percepción, imponiéndole las partes por percibir y las maneras de hacerlo. En cada momento histórico y dentro de una misma sociedad cambian las partes y maneras; además varían de acuerdo con los intereses circunstanciales del sujeto.

Pero tengamos cuidado. No es que la estructura material cambie. Cambia el sujeto y, consiguientemente, la relación objeto-sujeto, de tal suerte que el sujeto reestructura o rejerarquiza los componentes de dicha estructura y sus significaciones. Esta relación cambia, sobre todo, en las obras de arte, porque éstas reflejan todos los estratos humanos, aunque predominen los sensitivos. Como es obvio, para el hombre práctico sólo existe la realidad que captan sus sentidos.

Al reconocer el libro no

recorro tan sólo a la denominación y concepto "libro", ni únicamente me detengo en su estructura material: consciente o inconscientemente, significo y valoro el objeto. Mi percepción no solamente consiste en identificar, o sea, en establecer lo que es el objeto: un volumen rectangular que consta de páginas tipografiadas, sujetas entre dos tapas de tal o cual color y material, con un título impreso en la pasta frontal y en el lomo. También respondo a preguntas tales como ¿para qué sirve? ¿qué significa? Y me digo: el libro sirve para leer, transmitir cultura, por ejemplo. Si deseo enterarme de qué clase de libro es, para conocer sus posibles contenidos leo su título o lo hojeo (lo cual demanda conocer el idioma), o bien reconozco los signos matemáticos, el formato de unos versos, el de unos diálogos o las ilustraciones que pudiera haber. Al hacerlo establezco si es científico, tecnológico o artístico o bien me cercioro de la clase de ciencia, tecnología o arte al que pertenece el texto. Me encuentro ante el objeto y únicamente estoy reconociendo su estructura material, como también la estructura

científica, tecnológica o artística que contiene. Decimos esto porque consumir el producto significa penetrar en el interior de su estructura específica para apropiarnos de ella mediante su lectura o la visión de sus imágenes, si el libro es de grabados artísticos.

Lo dicho nos lleva a poner atención en las diferencias que hay entre la estructura material del producto y la estructura artística, tecnológica o científica que éste contiene. Naturalmente, las diferencias dependen de nuestros conceptos de estructura y arte, ya que éstos rigen el comportamiento del receptor y determinan si éste se limita a reconocer la estructura material, vivencia la estructura interna o la estudia, como en nuestro caso. Las diferencias, por lo demás, nos permitirán explicar mejor las transformaciones experimentadas por las artes plásticas en lo que va de este siglo y nos ayudarán a enfocar con mayor amplitud de criterio la posición real que hoy tienen estas artes en nuestro proceso social y cultural, así como la importancia que nuestra época adjudica a dichas artes.

El hombre, por lo general,



*Al reconocer el libro no recurro tan sólo a la denominación y concepto "libro", ni únicamente me detengo en su estructura material: consciente o inconscientemente, significo y valoro el objeto.*

desconoce las diferencias entre la estructura material del objeto, la humanamente percible y la que percibe; menos aún sabe de la significación que él asigna automáticamente al objeto. Padece de objetivismo, esto es, toma al objeto por el inmutable y eterno portador de todo lo que él le atribuye. En realidad, el hombre ve el objeto concreto y lo denomina idiomáticamente, vale decir, no se preocupa por la calidad ni por las relaciones que anteceden a dicho objeto y las que lo siguen. Generaliza nominal e idiomáticamente, pero no conceptualmente. Todo esto ha originado malentendidos y reduccionismos fatales que hoy nos toca desenmascarar, sobre todo en lo concerniente al hecho habitual de identificar, definir y dominar fenómenos socioculturales como son la ciencia, el arte y la tecnología considerando exclusivamente el formato del producto, quizá por ser lo más material y, por ende, lo más perceptible de tales fenómenos.

Causas principales de este reduccionismo son dos desconocimientos: el de la relación "objeto/sujeto", que automáticamente genera to-

da percepción y el de las dos subjetividades que la atenzan y la condicionan: la estructura material del producto y el "ser social" (también material, en cuanto económico). Estos desconocimientos, al condicionar la percepción condicionan el consumo del sujeto. En buena medida, el hombre común y corriente ignora la dialéctica del conocimiento, cuyos mecanismos básicos son los mismos que los de la percepción, del reconocimiento y del consumo de los objetos. Pero esta ignorada dialéctica "objeto-sujeto" nos explica precisamente por qué el producto artístico es también susceptible de ser sometido a los procesos intelectuales de la investigación artística o por qué los materiales de estos productos pueden ser objeto de análisis químicos, pongamos por caso. Queremos decir con esto que todo objeto se instituye en realidad y, como tal puede ser mirado desde cualquiera de los sistemas de producción cultural y desde cualquiera de los sistemas de significaciones que existen en la sociedad y que posee el receptor. Es decir, los receptores no nos atenemos a lo específico del producto u objeto:

tenemos la posibilidad de darle otro curso de acuerdo con lo que el objeto contenga como complemento.

Si llevamos todo esto al terreno del pensamiento moderno, diremos que toda obra o acto humano comunica. La razón es sencilla y palmaria: toda obra o acto adquiere su razón de ser cuando se relaciona con un sujeto y éste lo percibe según sus intereses y los códigos culturales. Así resultará que todos los objetos son iguales para nuestros mecanismos perceptuales, ya que comunican. Inexorablemente todos poseen una estructura material (o percible), cuyos componentes nos estimulan y suscitan sensaciones, dentro de la dialéctica "objeto/ sujeto". El productor, además, ha estructurado el material del objeto con el fin de comunicar algo. Percibir un objeto significará, por lo tanto, recibir, reconocer y significar los estímulos que éste emite.

No por nada, el fenómeno de la comunicación es hoy exaltado por el pensamiento moderno al considerar todos los fenómenos y cosas como sistema de signos o de relaciones. La comunicación los iguala,

quedando las diferencias reducidas a particularidades comunicacionales y significativas. La actual necesidad de igualar y diferenciar, con el propósito de cubrir mayor cantidad de relaciones de estudio de un fenómeno, ha generado el auge de la semiología, la informática y el estructuralismo, disciplinas o métodos que atribuyen mayor participación al sujeto y que estudian respectivamente los mecanismos comunicativos y significativos de las estructuras, sus cantidades de información y las leyes estructurales ocultas.

Volviendo al libro, debemos aceptar su estructura interna y como elemento muy útil para orientarnos en la vida diaria y encauzar nuestros sistemas de clasificar y de reconocer morfológicamente los objetos y significarlos. Porque de acuerdo con sus formatos, materiales y características, reconocemos los objetos y los diferenciamos entre sí. Sus denominaciones establecidas, que son de naturaleza idiomática, en tanto que el idioma y el pensamiento están unidos, suelen también denotar aspectos específicos y funcionales de lo denominado. La denominación también sig-

nifica y valora.

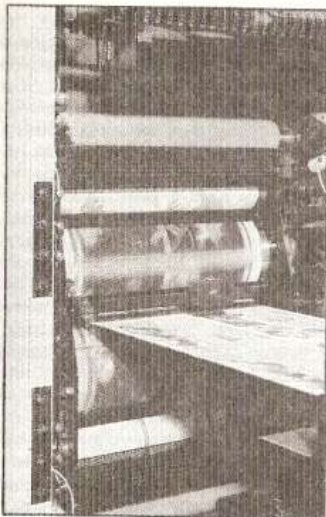
Lo mismo sucede con el reconocimiento de la estructura científica del texto que es lógico/cuantitativa, la tecnológica que es práctico/utilitaria, y la artística que es sensitiva y cuyas características y alcances tratamos aquí de señalar. Es decir, antes de reconocer sus respectivos productos y denominarlos, ya estamos en posesión de algunas ideas sobre los fines de las ciencias, las artes y la tecnología como sistemas "profesionales" de producción. Incluso, todos realizamos actividades elementales que son producto de estos sistemas y que pertenecen a las distintas facultades humanas.

Esto de la facultad humana nos conduce a la tan ignorada necesidad de diferenciar entre el arte como denominación cotidiana que califica a los objetos (los artísticos entre ellos), el arte como facultad humana que produce consumo espontáneamente y el arte como sistema "profesional" de producir objetos.

Con el propósito de establecer las posibles relaciones de la estructura material con las estructuras

internas, veamos las posibilidades artísticas del libro, porque como objeto o producto tecnológico, el libro también puede ser materia de consumo artístico cuando el color, las proporciones y la tactilidad de su volumen o bien la tipografía y la diagramación de sus páginas nos suscitan una vivencia artística. Es posible, pues, la existencia de una estructura artística en su volumen y otra en sus páginas, cada una de las cuales será percibida y vivenciada por sujetos interesados en ella y conocedores del código respectivo. Una estructura artística pertenece al diseño industrial y la otra al gráfico; ambas son sensitivas y elementales y están emparentadas con el abstraccionismo artístico/visual.

La estructura material del libro científico será, entonces, soporte o continente de las siguientes estructuras internas: tecnológica, artística y científica. La tecnológica de su fabricación como objeto y que es responsable de la estructura material. Las estructuras artísticas pueden ser tres: la de su volumen, la de la diagramación y tipografía de sus páginas (en ninguna de las cuales interviene el



*El libro ha sido impreso con una finalidad determinada: difundir conocimientos científicos. Pero también posee otras finalidades.*

autor del texto) y la del texto, en cuanto es ameno y llega a lo artístico en el uso del idioma; aparte de esto también puede ser muy didáctico, virtud que exige un sentido entre tecnológico y artístico. Por último, la estructura científica: lo que dice el texto, pudiendo ser éste una creación científica actual o la enseñanza o difusión de alguna ciencia del pasado o del presente. El texto es escrito por un conocedor de la ciencia, quien no necesariamente tiene que ser un científico y, menos aún, un creador de conocimientos científicos.

La estructura material del libro tiene, pues, varias versiones, percepciones, procesos significativos o como quiera denominarse sus posibles lecturas. El libro ha sido impreso con una finalidad determinada: difundir conocimientos científicos. Pero también posee otras finalidades, puesto que todo objeto refleja de alguna manera al hombre y sus diferentes estratos e intereses. Esto quiere decir que coexisten varias funciones en todo objeto y, por ende, en todo hombre, aunque prime una de ellas y coexistan sin que se lo haya propuesto el pro-

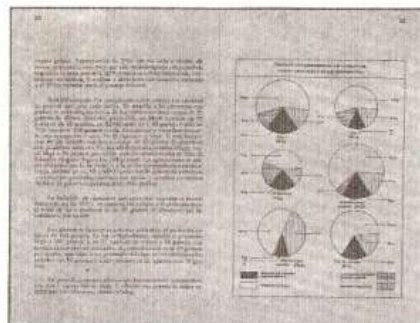
ductor. Además, en la actualidad se tiende a producir los objetos con el concurso de varios profesionales.

#### **Estructura 1**

El libro-cosa es resultado de transformaciones materiales reunidas en un volumen de pastas y páginas impresas de utilidad práctica; volumen que constituye su estructura tecnológica y también su estructura material. Los materiales tangibles son activos, suficientes y principales en el cumplimiento de su utilidad práctica; volumen que constituye su estructura artística que también comprende transformaciones materiales, sobre todo la producción plástica, en que intervienen operaciones manuales específicas (o técnicas), cuyas transformaciones materiales, al contrario de las tecnológicas, son primordiales, pero no principales; son indispensables, pero no suficientes.

#### **Estructura 2**

Los materiales tangibles de la estructura tecnológica tienen propiedades secundarias percibibles, como colores, dimensiones y texturas. Tales propiedades serán, en consecuencia, susceptibles de un ordena-



miento artístico, convirtiéndose los materiales tangibles y activos del volumen en una estructura artística. El responsable del ordenamiento tecnológico puede poseer un sentido artístico o bien seguir las instrucciones de un diseñador industrial, cuya actividad es hoy considerada artística, en cuanto se combina belleza con utilidad práctica, estructuras tecnológicas con artísticas.

La estructura del libro-cosa, será volumétrica y, por ende, emitirá sensaciones táctiles y visuales. Con-

sistirá en un ordenamiento de los efectos sensitivos basado en la manualidad del libro, esto es, en la realidad biológica del hombre como usuario, con sus límites y posibilidades perceptuales y sensitivos. No en vano todo acto u obra humana puede contener estructuras artísticas. La estructura artística del volumen será eminentemente sensitiva —no racional ni práctica como la tecnológica—, y su elementalidad artística se hallará muy cercana a la base biológica o psicofisiológica de la percepción humana y

*La estructura artística de las páginas impresas la integrarán los formatos de los signos utilizados y su distribución en la superficie, más ornamentaciones o ilustraciones en algunos de los casos.*

de sus preferencias formales o materiales.

### Estructura 3

La estructura artística de las páginas impresas la integrarán los formatos de los signos utilizados y su distribución en la superficie, más ornamentaciones o ilustraciones en algunos de los casos. Aquí la materialidad activa es la tinta de los signos idiomáticos y el eventual color y textura de las páginas; lo tangible de éstas pasará a ser mero soporte. Esta estructura artística es visual y cons-

tituye una ampliación de la exigencia de no sólo facilitar la lectura de los signos, sino de hacerla agradable. El impresor pudo haberla creado, pero en nuestros días se suele valer de la diagramación que realiza el diseñador gráfico, hoy considerado un profesional del arte.

Dijimos que esta estructura y la anterior son elementales por su proximidad a la base biológica del hombre, que también es la del arte. Esta base tiene que ver con nuestra realidad somática, con nuestras posibilidades perceptuales y, en especial, con las preferencias formales que, en nuestra sensibilidad, imprimen la realidad natural y la social, preferencias que se traducen en proporciones, simetrías y ritmos espaciales y de tiempo. Es decir, el tamaño del libro se debe adaptar a nuestras posibilidades manuales, así como la tipografía debe ser legible con facilidad y agradable en lo posible. Hay íntima relación entre la estructura tecnológica y esas dos estructuras artísticas que pertenecen a las artes visuales, relación que será otra, por cierto, en las demás artes.

La estructura material fusiona dos satisfacciones: la de las necesidades prácticas de subsistencia humana que son biológicas (en este caso las de ver y entender) y la de las necesidades de llevar las biológicas a lo agradable y a lo artístico. En lo profundo de todo acto u obra humana palpita siempre la base biológica que materializa la tecnología.

Propiamente enfrentamos aquí uno de los umbrales inferiores del arte, en su calidad de prolongación de ciertas estructuras prácticas que tienen por finalidad facilitar el manejo de las cosas y su percepción, liberando así a nuestros órganos sensoriales de trabajos inútiles y fatigosos, contribuyendo a su conservación y promoviendo un sano equilibrio entre ellos. Estas prolongaciones son sensitivamente placenteras e involucran a nuestra sensibilidad. Es así como al leer el texto científico, apropiamos de su estructura específica y transformamos nuestros conocimientos, captamos inconscientemente las estructuras artísticas del libro, y la frecuencia con que las captamos irá reforzando o corrigiendo nuestros hábitos y prefe-

rencias formales y sensoriales.

Esto de referirse a la elementalidad artística es importante para nosotros. Al fin y al cabo, el arte moderno (el abstraccionismo especialmente) y los análisis de las estructuras artísticas de las obras del pasado (psicología de las formas) se remiten a la buena forma y a la Gestalt como las configuraciones que mejor satisfacen las preferencias humanas en cuanto a proporciones, simetrías, ritmos. Tales preferencias parten de los límites y posibilidades de la percepción y se apoyan en ellos. Pero al contrario de lo que sostiene el hedonismo, la satisfacción dista mucho de constituir el punto terminal del arte. Porque si bien el placer es síntoma de la vivencia estética, ésta se proyecta siempre sobre el resto de los componentes sociales y culturales del consumidor. Y es que la relación dialéctica sujeto-objeto está inexorablemente unida a muchos otros pares dialécticos del sistema de producción del objeto y de las condiciones sociales, ya que tal sistema y estas condiciones inciden en el productor y en el sujeto.

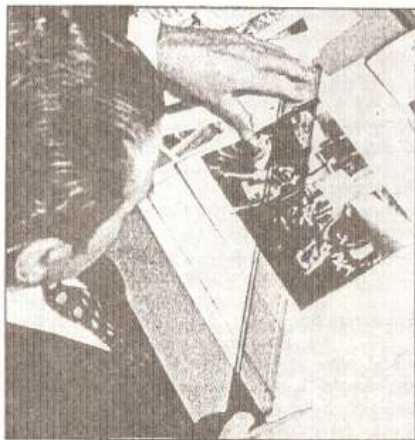
#### Estructura 4

El uso artístico del idioma en el libro científico genera la cuarta estructura artística, que se apoya en los sonidos virtuales y en la sucesión de las palabras (o en la sintaxis de sus significados generales y aislados) sin comprometerse con los significados científicos de éstas. La materialidad

sonora y la sintáctica existen independientemente de las estructuras anteriores (la tecnológica, la artística del volumen y la de la **diagramación**), en tanto que los materiales tangibles, la tinta y el **formato de los signos** pasan a ser soportes. Si la estructura tecnológica y la artística del volumen dependen de la materialidad tangible,

la **diagramación** será más en función de la materialidad visual que la artística del idioma. Estamos ante el uso artístico de un sistema de signos de lectura irreversible, por corresponder a un arte de tiempo o literario, en tanto de la estructura artística del volumen y de la **diagramación** son reversibles o, cuando menos, no tan irreversibles como la artística del idioma, por ser espaciales, esto es, por pertenecer a las artes visuales o plásticas.

Si la estructura literaria involucra directamente el idioma, la artística del volumen y la **diagramación** comprometen, por analogía, a los lenguajes visuales, y como tales pueden también poseer una semántica y una pragmática, además de la sintáctica que a las claras tienen. Se trata de ordenamientos diferentes, pero ordenamientos de signos que implican procesos de significar, tanto en el productor como en el consumidor. Por analogía, pues, cabe aplicar al producto de las artes visuales conceptos de crítica literaria, como las funciones sintagmáticas y sugestivas del significante "libro", o sea del libro/volumen



*Si la estructura tecnológica y la artística del volumen dependen de la materialidad tangible, la diagramación será más en función de la materialidad visual que la artística del idioma*



*La estructura pedagógica media entre la tecnología y el arte, englobando la presentación clara y la sucesión ordenada de los conceptos, como una estrategia para facilitar al lector la apropiación de los conocimientos científicos contenidos en el texto.*

y de las páginas del libro, así como las sintagmáticas y sugestivas de los significados que tienen las formas, volúmenes, colores y distribución de signos para el hombre en su calidad de producto social.

En todos estos casos tendremos el signo por lo que vale en su materialidad sensible (el significante), pero no por la realidad que él significa, la cual, por lo contrario, sí interviene decididamente en el texto científico. Visto desde la órbita del consumidor, tendremos las sensaciones producidas por las propiedades de la materia, las que como estímulos y convertidas en signos demandan poner atención en lo sensible, para significarlas. En la diagramación y en la estructura literaria tenemos las propiedades materiales o sensibles de los signos idiomáticos, mientras que en la estructura científica importa lo inteligible de ellos.

#### Estructura 5

La estructura pedagógica media entre la tecnología y el arte, englobando la presentación clara y la sucesión ordenada de los conceptos, como una estrategia para facilitar al

lector la apropiación de los conocimientos científicos contenidos en el texto. Si bien puede haber un placer, no estará ligado a la materialidad, sino a la base intelectual de la recepción y memorización de los conceptos. Téngase en cuenta que en un libro de enseñanza pública será importante esta estructura pedagógica; por lo menos más que en un libro científico para conocedores.

#### Estructura 6

Penetremos ahora en el texto del libro con el fin de apropiarnos de su estructura científica, la que obviamente consta de los significados de las palabras. Estos sólo dependen de la materialidad de los signos, como del soporte físico, y son independientes de su sistema mismo. Porque los conocimientos serían los mismos en inglés, francés o castellano (no así la lectura de estructura literaria) si se impartiesen mediante la palabra *hablada* en vivo por radio, TV o cinematográficamente. Y es que en el texto científico los signos idiomáticos tienden a constreñirse a la univocidad, en el sentido de que importan sus denota-

ciones, pero no sus connotaciones, además, por supuesto, de ser racional todo conocimiento científico y de exigimos todo un proceso intelectual y no sensitivo como los signos artísticos.

Lo más importante del libro será por definición la estructura científica del texto y luego la pedagógica. La tecnológica será la inherente a todo objeto y la pasamos por alto, no obstante ser indispensable, primordial. Las artísticas, a su turno, pasarán a segundo plano, pues son complementos y productos de otras actividades: diseño industrial, diseño gráfico y literatura. Demás está subrayar que para penetrar en la estructura científica —como en cualquier producto cultural— es menester conocer el idioma y tener conocimientos científicos. Se trata, después de todo, de un producto cultural.

#### Estructura 6A

Con el fin de concretar y ajustar más las diferencias y similitudes entre el producto artístico, el científico y el tecnológico, supongamos que tenemos un procedimiento tecnológico en lugar de uno científico. Entonces enfocaremos la difusión de

la utilidad práctica y comprobable de tal procedimiento mediante conceptos de suyo unívocos y lógicos. Por lo tanto, echaremos mano de procedimientos intelectivos.

#### Estructura 6B

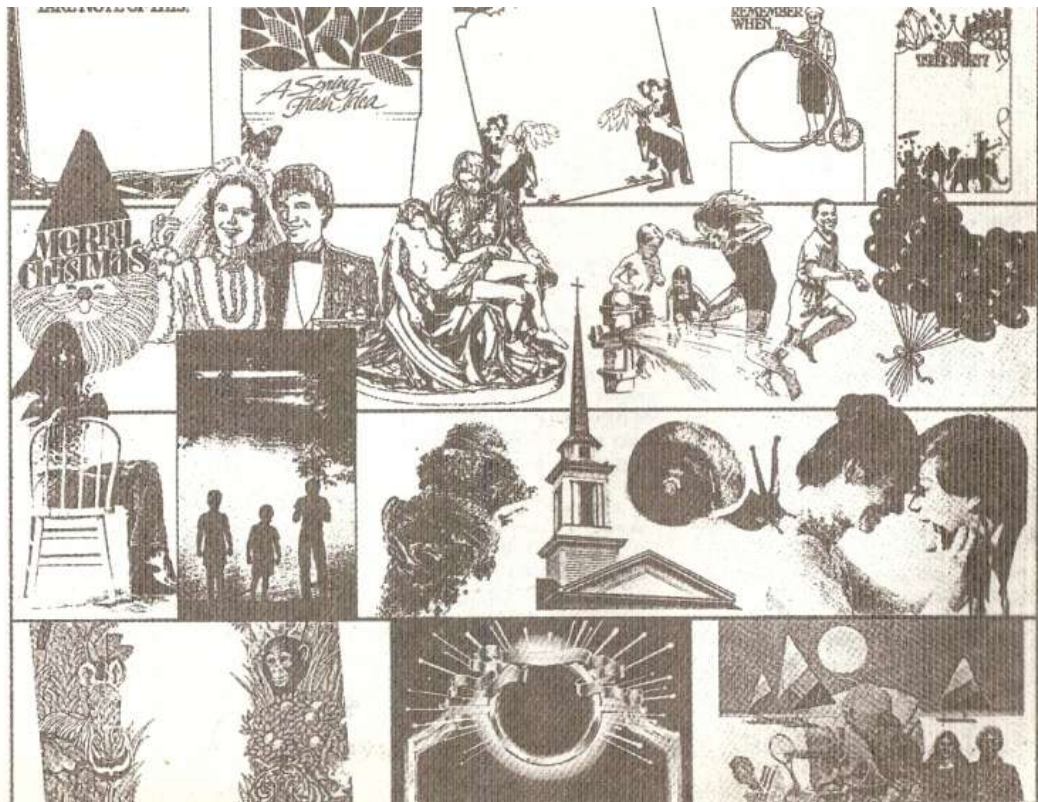
Si el texto es de una novela nos encontraremos directamente con la estructura idiomática, más la artística de los significados. Su lectura implicará imaginar una realidad verosímil que consta de una sucesión de personajes y acontecimientos, lugares y tiempos. Leo e imagino lo descrito. Pero la manera como se describe no sólo me produce satisfacción idiomática, sino que también me lleva lo sensitivo de lo trágico, bello, cómico o típico del acontecimiento descrito, produciendo sensaciones estéticas que amplían la información racional o discursiva de lo descrito.

No olvidemos que todo es cuestión de grado. Porque si delante mío tengo el texto de una poesía, será mayor la información sensitiva que en la novela, mientras que en un texto de un ensayo lo predominante será racional. En el texto de una pieza de teatro, me encontraré con el guión de un es-

pectáculo, el cual requiere otras estructuras artísticas como el histrionismo, la dirección, la escenografía, la iluminación, el vestuario, etc. La lectura me exigirá conocimiento del teatro y mayor fantasía, por faltarme la información que me deben dar los intérpretes. Mi vivencia será la de un consumidor del producto del dramaturgo, que es la base del espectáculo.

#### Estructura 6C

Si en vez de un texto, el libro contiene grabados, tendré los significados y el ordenamiento de las figuras, cuya semántica se apoya en las "semejanzas" con la realidad representada. El grabado abstraccionista, en cambio, tendrá similitudes con la estructura artística de la diagramación, y el color y las formas me ofrecerán señales y analogías con la realidad susceptibles de tornarse en signos. Dicho al margen, si el grabado es una ilustración científica, interesará la realidad: no la sensible de los signos, como en el grabado artístico, sino sus denotaciones, esto es, la realidad representada.



## Las nuevas superficies gráficas

Estas superficies son producto del diseño gráfico, una de las actividades (o diseños) que aparecen en nuestro siglo como nuevas divisiones técnicas del trabajo artístico, encaminadas a insertar una estructura artística en objetos de funciones práctico/utilitarias o tecnológicas. Dicha estructura es susceptible de ser diferenciada y aislada, no obstante estar entrecruzada o fusionada con estructuras (o funciones) tecnológicas. Por estas razones, y con el fin de distinguir tales manifestaciones del diseño puramente tecnológico o ingenieril, las denominaremos artísticas. El gráfico se ocupa de las superficies tipográficas (con ilustraciones o sin ellas), entre las que encontramos el afiche, cuya naturaleza artística ya ha dejado de ser materia de discusiones y amerita mención aparte. A nuestro juicio, el diseño gráfico también atiende a las superficies icónico-verbales, que constituyen entretenimiento con

finés comerciales y/o doctrinarios, esto es, práctico/utilitarios.

Entre los diseños artísticos, hállase el industrial (considerado el más importante), la escultura y la artesanía. Estos diseños incluyen asimismo al arquitectural y al urbano, que son afines a la escenografía, la decoración de interiores y a la iluminación. Los tradicionalistas prefieren seguir tomando a la arquitectura como uno de los géneros de las artes visuales y al urbanismo como uno derivado de las mismas. Nosotros, en cambio, pondremos nuestra atención sobre lo que separa a la arquitectura de las otras artes visuales, a saber: la coexistencia de la estructura artística con la práctico/utilitaria. Por añadidura, la arquitectura ya no produce tantas obras únicas como en el pasado. Por consiguiente, la vemos más próxima al diseño industrial que a la pintura y la escultura tradicionales.

Para muchos, el diseño

artístico sigue perteneciendo a las artes aplicadas y de ninguna manera merece ser considerado como arte. Tienen razón si nos atenemos al arte tradicional, hoy tan cuestionado en sus bases y tan venido a menos en su prestigio y autoridad, pues el diseño lo contraviene y los mismos diseñadores se resisten a ser llamados artistas, al igual que se resisten muchos artistas no-objetualistas. Es muy cierto también que el diseño pertenece a las artes aplicadas, pero sólo en sentido estricto, vale decir, en cuanto que el arte tradicional fue una aplicación y aún lo es en muchas de sus manifestaciones. No nos referimos, pues, al arte aplicado como un concepto complementario de las ideas tradicionales de arte, a cuya mistificación contribuía el menosprecio hacia el aplicado, al tiempo que coadyuvaba al mito del artista durante su ascenso social.

Lo evidente es que el di-

seño artístico se diferencia de las artes visuales tradicionales. En primer lugar, porque las actividades del diseño no poseen el mismo grado de libertad relativa de las artes tradicionales. Luego porque el diseño no produce objetos, como dichas artes, sino que organiza (o estructura) espacios y volúmenes que se tornan en imágenes, o bien produce imágenes de la realidad visible y reconocible que, ayudadas por la palabra, transmiten una información (el afiche) u ofrece entretenimientos icono-verbales. Por último, la estructura artística del diseño coexiste con la tecnología, mientras que las obras de arte tradicionales combinan siempre la estructura artística con estructuras de otras ideologías (o áreas de la superestructura), tales como las religiosas y las políticas.

Consecuentemente, el enemigo de la tradición parece ser la utilidad práctica, que hoy precisamente buscan muchas de las nuevas manifestaciones artísticas. En ningún caso ocurre el hecho (en verdad inexistente) de que en toda obra de arte tradicional existe una sola estructura



*Resulta fácil que el afiche cultural o político sea aceptado como arte, igual que el grabado o la pintura religiosa que propagaba ideologías dominantes*



artística. Por eso resulta fácil que el afiche cultural o político sea aceptado como arte, igual que el grabado o la pintura religiosa que propagaba ideologías dominantes. No hay función práctico/utilitaria en el afiche. Las diferencias, pues, distan de ser sustanciales. Son algo así como de especímenes artísticos o de especificidad. El

diseño, después de todo, es afín a las artes visuales tradicionales; por lo menos está más próximo a ellas que a las ciencias o a la tecnología, en la medida en que las actividades del diseño son sensitivas y están dirigidas obviamente a la sensibilidad, pese a exigir más conocimientos y razonamientos que el arte tradicional.

El diseño concilia dos funciones: la artística y la tecnológica. La pintura igual, con la diferencia de que en ésta la segunda función fue religiosa en el pasado y es política en muchas obras de la actualidad. Es decir, el diseño y la pintura estetizan otras estructuras. Y si al diseño no se le reconoce como artístico, es por conveniencia "social", no por arbitrariedad ni por diferencias sustanciales u objetivas.

Explicuémonos. Con la estetización nos acercamos al nudo del problema, pues para bien o para mal, el diseño estetiza los diferentes productos de la tecnología. Más exactamente, los socioestetiza, en cuanto confirma o halaga la subjetividad estética dominante en una sociedad con el propósito de lograr mejor sus fines

no - artísticos: los práctico/utilitarios. Nada nuevo sucede con esto: en épocas tempranas del hombre, la tecnología y el arte estuvieron fusionados porque la utilidad práctica y los sentimientos de belleza eran lo mismo. Más tarde se ornamentan los objetos manufacturados y las páginas de los libros. En consecuencia, el diseño resulta una nueva versión de la unión, inherentemente humana, de la utilidad con el arte, con la diferencia —eso sí— de que los derivados actuales de la pintura, en lugar de idealizar la realidad como en el pasado, la critican, arremetiendo contra la socio/estetización de los productos tecnológicos al contraponerle sucesivas desestetizaciones.

El problema de no legitimar los diseños como arte —decíamos— no reside en diferencias objetivas ni constituye una arbitrariedad de las fuerzas socioeconómicas dominantes. Simplemente, es una conveniencia de dichas fuerzas instituida en necesidad "social" y luego en convención cultural. En otras palabras, la sociedad tecnocratizada se ve obligada a generar el diseño como una nueva división

técnica del trabajo artístico para ponerlo al servicio de sus intereses, estetizando sus productos industriales: las informaciones y entretenimientos, los utensilios y la habitación, así como los lugares públicos de la ciudad.

Aparece, entonces, el diseñador como un asalariado, muy próximo al artesano por ser un productor ligado directamente a la realidad económica. Recuérdese que el artista-pintor pasó por esta misma situación antes de ser alineado de dicha realidad, haciéndosele creer que no era un productor de mercancías, sino un creador de significados y realidades. Tal denominación de creador, que no se ha generalizado entre los científicos ni entre los productores de tecnología, generalmente es rechazada por los diseñadores. Ahora se comprenderá porqué al comienzo denominamos comerciales los fines de las tiras cómicas y demás entretenimientos icónicos. Comoquiera que sea, los intereses industriales necesitan al diseñador como un asalariado muy ligado a la producción material, como también precisan del mito del arte para enaltecer tangencialmente la estética



*Cualquier reproche al diseño depende del optimismo o pesimismo con que veamos la tecnología y los sistemas político-sociales que la manejan o pueden manejarla*

industrial, sin comprometer la dependencia material e ideológica a que está sometido el diseñador.

Tenemos presente que cualquier reproche al diseño depende del optimismo o pesimismo con que veamos la tecnología y los sistemas político-sociales que la manejan o pueden manejarla. Porque como ya vimos, hubo épocas en que se le veía como la salvación del hombre, con mayor razón si eran estetizados o humanizados sus productos, como sucedió en la época de la Deutsche Werkbund, la Bauhaus y los comienzos de la Unión Soviética, cuyas prácticas y teorías consolidaron el diseño. Hoy la situación es completamente diferente, y el pesimismo puede impulsarnos a ver a los diseñadores como cómplices solamente de las transnacionales y del imperialismo. Sin embargo, injustos seríamos al verlos así, pues ellos son utilizados al igual que los científicos, tecnólogos, campesinos y obreros, todos indispensables para cualquier sistema sociopolítico.

La mayoría de los ataques vienen de los artistas libres, por suponerse extraordinarios y, por ende,

exentos de toda complicidad con el sistema en que viven y por el cual son utilizados. Comprendemos la necesidad de señalar, con criterio crítico, las ideologías que nutren el diseño y le ocultan su realidad en beneficio del sistema sociopolítico constituido, sea cual fuere su laya o pelaje. Pero no aceptamos los reproches personales de los políticos de izquierda que luchan por el poder, a cuyo servicio también estará el diseño.

En buena cuenta, la cuestión no radica en personas, profesiones o instituciones. Está en las relaciones sociopolíticas de la producción cultural y en las ideologías que es necesario conocer y "concientizar", y no sólo en los diseñadores. En especial, nos referimos a las ideologías inherentes al diseño, que —excepto diferencias de grado— se repiten en el capitalismo y en el socialismo: crear que el diseño estetiza el consumo sin producir falsa conciencia ni tener que ver con la producción industrial o estatal; adoptar el funcionalismo, coartada de la estetización, que se presenta como trabajo neutro y especializado y que postula el cumplimiento

de la función utilitaria como el camino indefectible a la mejor y más pura solución artística de sus formas, por lo general geométricas; suponer que un buen diseño generalizado es la solución de los problemas artísticos de la colectividad, cuando que sólo reprogramaría –por hábitos– el gusto colectivo hacia el buen o mal gusto, sino de crítica y corrección del existente, pues todo gusto se deteriora con el tiempo de tanto ser manipulado por el poder. Desde una perspectiva socio-cultural, el diseño nos interesa como mediador entre el arte y la producción material, ya que los productos industriales, a su vez, imponen el actual imperio de la relación hombre/objetos (propia de la sociedad de consumo), en lugar de las relaciones interhumanas. Además, modelan la sensibilidad y mente del hombre actual a través de hábitos y la alternancia y combinación de halagos y modernizaciones, al tiempo que difunden ideologías favorables a la permanencia y a la acumulación de capital o poder.

Aparte de esto, el diseño aprovecha las innovaciones que las



artes visuales producen, por tener más posibilidades de lograrlas. Pero a su turno y a través de los productos industriales, que tienen mayor radio de acción demográfica, el diseño incide en el arte culto, obligándolo a adaptarse a la sensibilidad y mente actuales y a tomar nuevos rumbos. En suma: el sistema sociopolítico dominante condiciona al hombre a través de la gran variedad de objetos o pro-

*En suma: el sistema sociopolítico dominante condiciona al hombre a través de la gran variedad de objetos o productos tecnológicos.*

ductos tecnológicos.

Para finalizar, es innegable que el diseño ha devenido importante e indispensable para lograr mejoras en la organización de la vida diaria, tanto la pública como la privada, así como en el manejo de utensilios y en la circulación y recepción de informaciones y entretenimientos icónico-verbales.

**Catela**

El último round

**CABINETE en la LONA**

E. Lau Chun S.A.  
— su mejor compra

**modulor 34**

La estrategia de la gráfica

"Ananta" Lakshmi Anon  
Elaboración del desarrollo  
de la obra

**CONQUISTANDO**

**oiga**

WING LING  
HONG KONG  
ESTEREA

"MASACRE"  
DE CAYARA,  
ACCION  
SICOLOGICA DE  
SENDERO

**MCEBIUS**

# El diseño gráfico

En cualquier mercado de frutas, kiosko de revistas o supermercado nos es dable encontrar la manera más elemental de organizar las mercaderías para su exhibición y venta. Los mejores especímenes van por delante, atraen la vista y promueven la compra. Esta manera ingenua y corriente del *display*, que se repite con pequeñas variantes, es sustancialmente la misma que hasta hoy utilizaba el impresor y la que ahora emplea el diseñador gráfico para distribuir de manera racional y con mayores y calculadas variantes las informaciones textuales o icónicas en el soporte plano del papel; informaciones que pueden ser textos fijos, como en los libros, transformables o combinables, como en las páginas de los diarios, o bien concebidas totalmente por el diseñador, como en las envolturas, marbetes, portadas, señales, tiras cómicas y afiches.

Queremos recalcar con es-

to la existencia de un cimiento biológico que se repite y que formalmente varía en cada diseño. También deseamos subrayar la doble ocupación del diseñador gráfico: distribuir artísticamente las informaciones en el papel y concebir imágenes y textos publicitarios. Sus actividades varían, pues, y van de lo más primario de la sintaxis visual a lo complejo de imaginar los componentes gráficos más artísticos y, a la par, más eficaces en efectos informativos y persuasivos o publicitarios. Porque la concepción ha de ajustarse a objetivos prácticos determinados.

Ya anteriormente nos hemos referido a la base práctica que debe tener todo texto o imagen: ser perceptible visualmente y ser legible la información o conjunto de significados que contenga. Porque la visión y el entendimiento humanos tienen sus límites biológicos que todo signo o comunicación está forzado a respetar,

sea cual fuere la variante cultural, social o individual de la información. Asimismo hemos aludido a ciertas constantes sintácticas que en términos de simetría, proporciones y ritmos operan como ejes de nuestras preferencias sensitivo-visuales, por ser éstas y las constantes, reflejos de la naturaleza que nos circunda y de nuestra realidad somática. De allí que no obstante haber cambiado la sintaxis artístico-visual, ésta sigue mostrando constantes que nos permiten apreciar las obras de otras culturas y épocas. Cabe aceptar, por consiguiente, la existencia de un principio de orden psicobiológico (o psicofisiológico) como fundamento de todo ordenamiento sensitivo-visual que cambia con el tiempo y con la cultura; principio de orden que podemos denominar antropológico en tanto somos producto de los procesos milenarios de trabajo y prácticas sociales.

El diseño gráfico reitera,



**De cómo viajar sin saber por qué**

**V**...

Ante el texto por imprimirse, el diseñador elige la tipografía y determina la longitud y cantidad de líneas por página

No. 17 2.027 Lima, Viernes 11 de Mayo de 1984  
Tercer suplemento de "D.J.O."

**REORGANIZAN UNIDAD DE SALUD DE ANCASH**

**Roboran hasta prendas íntimas**

**A PUNTA DE BALAZOS CAE BANDA DE QUITACALZONES**

**Compañía peruana QUEDA INVALIDO POR HACER UN CLAVADO**

**Se venían matando en Caracas grupos neonazistas violaban los derechos**

**Viequesa fue a comprar pan PUEBLO MAYA A MUJER DE PEDRADA EN LA CABEZA**

Todo se lo puede permitir el diseñador, menos cambiar el texto u obstaculizar la visibilidad y legibilidad del mismo.

precisamente, esta elementalidad sintáctica cuando organiza las páginas de un libro, como su tarea más rudimentaria. Ante el texto por imprimirse, el diseñador elige la tipografía (clase y tamaño de los signos ideomáticos) y determina la longitud y cantidad de líneas por página. O sea, estipula los espacios vacíos y, si procede, el color y la textura del papel. También se vale de los títulos y subtítulos para romper la uniformidad tipográfica. Todo se lo puede permitir el diseñador, menos cambiar el texto u obstaculizar la visibilidad y legibilidad del mismo. Todo lo contrario ocurre en lo que a esto último respecta: su cometido está en lograr una lectura agradable, hasta llegar a lo artístico del ordenamiento de los vacíos y signos.

Lo artístico reside ahora en lo estrictamente organizativo de las formas, las que, como tales, en nada comprometen el contenido del texto. Es más: el diseñador se abstiene de influir subjetivamente en lo formal y se limita a organizar un espacio tipográfico para que aparezca lo más tipográfico posible, ajustándose a los hábitos colectivos. La organización vi-

sual o espacial del texto repercute tan sólo en la actividad del lector, es decir, la sensibilización de los signos y de los espacios estetiza no la información, sino la lectura de la información, texto o espacio tipográfico.

Nos encontramos ante la más simple y elemental de las actividades productivas del arte: la composición de los elementos; composición que resulta con mayor libertad en el abstraccionismo geométrico, mediante formas vacías. Y es que la composición hállase en la base de toda superficie, volumen, objeto y espectáculo, artístico o no. El conceptualismo de Bernar Venet, por ejemplo, presenta justamente la ampliación fotográfica de una página de libro que casi siempre muestra una rica variedad tipográfica de espacios, subtítulos y gráficos, variedad que, por cierto, no constituye lo sustancial de su proposición artística. Contrapone así la menospreciada elementalidad artística de la composición con lo conceptual de textos unívocos. Dicho sea de paso, la organización esquemática de las formas es materia de los cursos de educación visual y de la psicología o

análisis de la forma que, desde la Bauhaus, se imparten en los centros superiores de enseñanza artística.

Pero esta organización primaria de los signos tipográficos que comienza aspirando a lograr una lectura agradable de los libros y que es menospreciada por su elementalidad y neutralidad, pronto se las ingenia para influir en el contenido del texto, dándole un sesgo interesado y convirtiendo el espacio tipográfico en gráfico o publicitario. Y es que lo artístico de estos dos últimos espacios abarca más que lo artístico del tipográfico, siendo mayores los peligros para el receptor.

En la estructuración de los elementos dentro de las páginas de un diario o revista, la actividad del diseñador es más libre, ya que cada una de ellas constituye un espectáculo que goza de independencia temática. Porque el diario está destinado a varios públicos, y quien lo adquiere casi nunca lee todo lo impreso. Cada página o sección responde a intereses e ideologías distintas: es política o cultural, policial o deportiva, de finanzas o de espectáculos. La unidad



*La organización primaria de los signos tipográficos que comienza aspirando a lograr una lectura agradable de los libros y que es menospreciada por su elementalidad y neutralidad, pronto se las ingenia para influir en el contenido del texto*

temática exige, entonces, diversidad gráfica, pues cada página ha de ser visualmente dinámica para instituirse en un espacio gráfico atractivo y de interés. El espacio gráfico resulta más variado, mientras que el publicitario tiende a la simplificación.

Los textos de cada página son producto de periodistas y llevan consigo la obligada y típica redacción ágil y concisa de una actualidad o noticia. Pero el diseñador adecúa los títulos, ubica los textos y les intercala anuncios e ilustraciones, al mismo tiempo que varía tamaños, distancias y emplazamientos que jerarquizan, pese a su aparente neutralidad. Como en cualquier otra superficie artística, en la gráfica influye el arriba y el abajo, la derecha y la izquierda. En última instancia, aquí también interviene la base biológica de toda organización visual, en cuanto se atribuye más importancia a lo legible y de mayor dimensión. El tamaño jerárquico de Giotto encuentra aquí su aplicación moderna.

La organización gráfica del periodismo es más libre que la tipográfica de los libros, pero más peli-



*El espacio gráfico del diario no sólo informa ni es tan inofensivo como parece. También forma y deforma.*

grosa, porque al estetizar la superficie, la información y la lectura, mueve con más facilidad las ideologías dominantes en el lector. Si el emplazamiento de los signos en los libros es capaz de suscitar reacciones hedonistas, el espacio gráfico en los diarios nos incita a resemantizar el texto. El ordenamiento gráfico diseñístico es función, desde luego, de la interdependencia que hay entre la producción y el consumo, en la medida en que debe halagar el gusto imperante en la colectividad y, a la vez, pro-

pender a la modernización dentro del gusto que se haya oficializado como bueno y reputado como inherente a la clase dominante. Es así como a través de los diarios, el diseño gráfico hábitua (o educa) a determinadas organizaciones formales. No en vano nos cuesta trabajo adecuarnos a un nuevo periódico. Pero también propaga la ideología dominante y manipula la opinión pública. Es decir, el espacio gráfico del diario no sólo informa ni es tan inofensivo como parece. También forma y deforma.

Como sabemos el ordenamiento del espacio gráfico varía un tanto en revistas, dado que en ellas intervienen el color y mayor cantidad de imágenes fotográficas. Si la revista es especializada, pasa a la condición de libro y tendremos el espacio tipográfico.

Mecanismos distintos intervienen en el diseño de envolturas, etiquetas, logotipos, portadas y señales públicas. Todavía más dispares son los mecanismos del diseño de afiches y tiras cómicas, que crean el espacio publicitario. La organización de los elementos tipográficos y gráficos genera en las envolturas o etiquetas el espacio que llamaremos de identificación gráfica: aquél dirigido a crear una imagen señalizadora (o emblematizadora) del producto; señalización que, como tal, sintetiza las ventajas o el prestigio de éste y que es de lectura rápida. Mientras el artista libre apunta hacia una obra que refleje e influya en la subjetividad del receptor, el diseñador de portadas o de etiquetas tiene como blanco no su obra, sino la señalización del producto que en ella aparece, señalización que debe llegar

a una imagen identificatoria que simbolice la necesidad que el producto satisface. Dar una identidad gráfica a un producto o servicio es lo mismo que crear una señal pública.

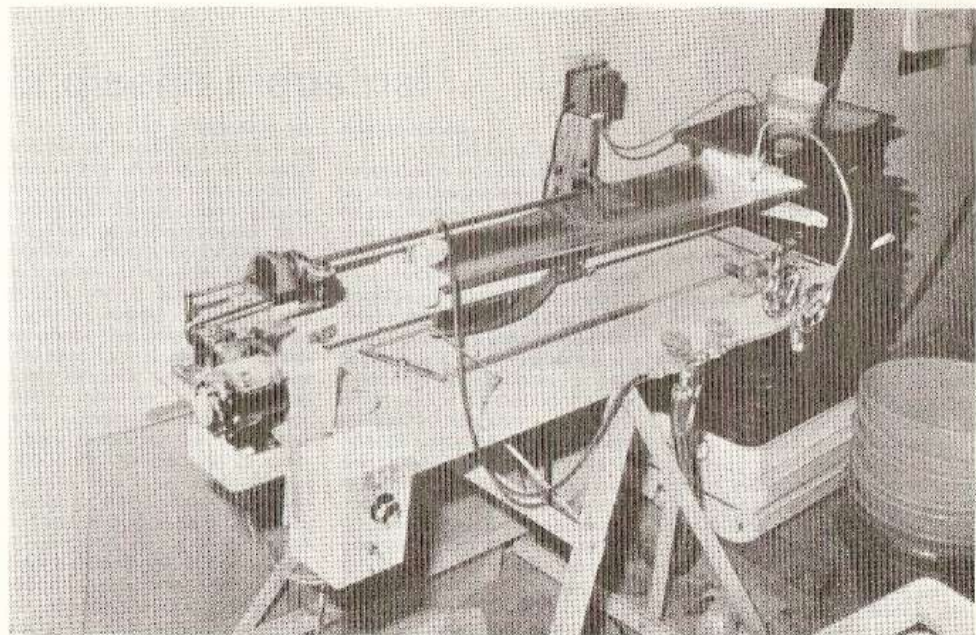
En la concepción del espacio de identificación gráfica interviene un mayor número de elementos (color y texturas, imágenes y textos), pero dicho espacio se materializa con el menor número posible de ellos. Así se logra la mejor identificación visual de la imagen y es más rápida y sumaria su lectura. La imagen predomina y la palabra se reduce al mínimo. El diseñador concibe todos y cada uno de los componentes, pero sometiéndose a la finalidad práctica de crear una identificación que sea elíptica e inconfundible, así como capaz de imprimirle prestigio al producto.

El diseñador del espacio de identificación gráfica concibe la imagen emblematizadora del producto o servicio, pero sin preocuparle la revelación de sus sentimientos o subjetividad. De allí que resulte difícil descubrir el estilo personal del diseñador. No es que lo subjetivo y lo sensitivo estén ausentes, sucede simplemente

que al diseñador le preocupa más la subjetividad colectiva que le sirve de apoyo y de la cual es partícipe. Por eso resulta fácil señalar el estilo que corresponde al momento histórico y al país cuando los diseños son viejos (los del siglo pasado, por ejemplo). Tengamos presente, por último, que el espacio de identificación gráfica obedece a todo un estudio de mercadotecnia, que auxiliado por la psicología social busca el más eficaz aprovechamiento del doble juego sensitivo-visual: halagar y a la par modernizar el gusto dominante en la colectividad.

La importancia de este rápido recorrido por los distintos diseños, que tal vez venga resultando reiterativo y tedioso, reside en ver cómo la tecnología de la información se va desarrollando, cubre todos los aspectos de la comunicación (los buenos y los malos) y es utilizada por la industria, según los intereses económicos de ésta y de las ideologías del sistema sociopolítico que la sostiene y nutre.





## El diseño industrial

Cuando a lo largo de lo que llevamos de nuestro estudio tuvimos necesidad de referirnos a los diseños, los definimos como la unión de la estructura artística con la tecnológica o, lo que es igual, como la inserción de la estructura artística en los productos de la tecnología industrial. Sin embargo, esta unión o inserción daña mucho de ser sencilla y de involucrar a estructuras conocidas y de diferente naturaleza. La realidad nos dice que el diseño industrial —igual que los otros diseños— tiene por finalidad algo así como transmutar en artística la estructura tecnológica de los objetos hechos por una máquina. La transmutación tiene lugar cuando los elementos materiales y formales son reducidos a lo indispensable que, según el diseñador, demanda la función práctico-utilitaria del objeto, o bien cuando los elementos mencionados son cubiertos con un caparazón geoméricamente simple y atractivo por

estar motorizado.

No se trata, pues, de la transmutación de unos materiales en algo conocido o predefinido. Habremos de enfrentarnos más bien con estructuras que son capaces de suscitar nuevas relaciones artísticas, pese a estar sujetas a la función puramente tecnológica de un objeto. Pero estas nuevas relaciones presuponen la formación de nuevos conceptos de arte y de tecnología, al mismo tiempo que constituyen contribuciones a dicha formación o la promueven. En otras palabras, la tecnología y el arte desarrollan conjuntamente y por separado nuevos modos de ver el arte y de conceptualarlo. Y es gracias a estos modos que tomamos por pureza lo indispensable de los elementos requeridos por la función práctico-utilitaria del objeto, pureza a la que luego adjudicamos virtudes artísticas. Y estos nuevos modos de ver y conceptualar el arte no hacen sino recurrir a los

umbrales inferiores de las actividades transformadoras (o productivo-objetuales) del hombre, en cuya elementalidad o primordialidad biológica se confunden lo sensitivo y lo conceptual, la belleza y la utilidad práctica, la cultura y la naturaleza.

Tampoco se trata de que la estructura tecnológica sea transmutada en artística, en el sentido de transustanciación, con lo cual es posible confundirla. La estructura tecnológica no se convierte en otra distinta, no se convierte en artística. Propiamente, la estructura material del objeto adquiere una ambivalencia y, por ende, puede ser conjugada, por decirlo así, en dos tiempos estructurales o funcionales distintos: el tecnológico y el artístico; tiempos que son los de nuestra contemporaneidad. En el logro de esta ambivalencia interviene, desde luego, la razón al lado de la sensibilidad. Por un lado, la sensibilidad del diseñador comanda la

reducción a lo fundamentalmente indispensable de los materiales y de las formas, puesto que la función tecnológica carece de solución única y resulta imposible elegir, mediante la lógica, la más artística entre las múltiples y posibles soluciones formales. Por otro lado, la razón abre camino a la sensibilidad entre las prioridades que la imponen no sólo la función práctica del objeto, sino también las condiciones técnicas de su producción, las socioeconómicas del mercado a que está destinado. La intervención de la razón en los diseños es mayor, con todo, que en las artes tradicionales. Como veremos más adelante, esta mayor intervención de la razón ha dado pábulo para que se hable de una proyección científica y lógica del diseño.

De lo que acabamos de decir se desprende que lo nuevo y específico del diseño industrial se cifra en la manera singular de unir la tecnología con el arte y no en el mero hecho de unirlos. Porque existen varios modos viejos de unirlos pues desde tiempos remotos la artesanía mantuvo fusionadas en sus productos la

utilidad práctica y la belleza formal o bien insertada en el objeto la estructura artística de los ornamentos (las artes decorativas o aplicadas y la ornamentación). Además, siempre hubo artifices que proyectaron o diseñaron objetos. Pero los proyectaban bajo el influjo de las artes cultas o áulicas, y no como una actividad de fuerte carga racional que es la propia de los diseños y la que influye en el curso de las artes visuales.

Así como la tecnología de la información y la del entretenimiento icónico-verbal crearon y desarrollaron el diseño gráfico, así también la tecnología material y maquinista generó el diseño industrial, al razonar o sistematizar la fusión de la estructura tecnológica con la artística. Por lo general, limitamos el diseño industrial a los medios de consumo y a los medios de producción (herramientas) que son producidos por máquinas y en serie masiva. Pero también se extiende a los ámbitos del trabajo fabril, la señalística, los empaques y los entretenimientos audiovisuales confundidos con el diseño gráfico y con el arquitectural. Además, para

nosotros el diseño comprende asimismo las obras individuales y las total o parcialmente manuales. Pero lo específico del diseño industrial está en su actividad de proyectar, antes que todo. Si bien existen arquetipos en cada diseño, sus fronteras desaparecen en la práctica, como desaparecen entre los diseños artísticos y los técnicos o ingenieriles.

Uno de los problemas de la teoría del arte consiste, justamente, en establecer los comunes denominadores de cada diseño artístico para separar, a renglón seguido, los específicos por un lado y los históricos y transitorios por el otro. Pero en toda nueva manifestación cultural resulta muy difícil separarlas. (Recordemos la fotografía, el cine y la TV.) Sabemos —eso sí— que ambas clases de comunes denominadores integran el estilo con que nace el diseño industrial. Sabemos igualmente que la gran mayoría de los comunes denominadores es histórica o social y no conatural a la unión del arte con la tecnología: unión cuyas operaciones racionales caracterizan a los diseños y los diferencian de las artesanías y de las artes tra-

dicionales que denominamos cultas.

La manera singular con que el diseño industrial comenzó a unir el arte con la tecnología constituyó precisamente el estilo que conquistó el entusiasmo y el optimismo de las fuerzas progresivas del arte y la tecnología, tanto en Occidente como en la recién nacida Unión Soviética. Fue después cuando el diseño industrial quedó completamente subyugado por los intereses de lucro de quienes manejan la producción tecnológica. Al diseño industrial se le impuso, entonces, el *styling* y se le incapacitó para poder luchar contra el *kitsch* imperante en todas partes, causando frustraciones y desengaños en las fuerzas progresistas. Con todo, siguen menudeando las sobrevaloraciones de que es objeto el diseño industrial. Y es que entre los diseñadores aún subsisten las deformaciones profesionales y otros espejismos aislacionistas que omiten la realidad relacional del diseño. Sin embargo, basta alinear el diseño industrial en el panorama general del fenómeno sociocultural del arte, para cerciorarnos de que se complementa

*El diseño industrial es el que viene a unir el arte con la tecnología y constituyó precisamente el estilo que conquistó el entusiasmo y el optimismo de las fuerzas progresivas del arte y la tecnología, tanto en Occidente como en la recién nacida Unión Soviética.*



con los otros diseños y con las diferentes manifestaciones artísticas y artesanales, y para advertir que su historia y sociología, su estética e ideologías prácticas y presuposiciones desembocan en un fracaso, después de un engañoso e inevitable inicio progresista.

En primer término, su historia no es otra que la del subyugamiento ejercido por los intereses de lucro sobre una manifestación cultural que despierta inicialmente muchas esperanzas y que decae sin siquiera haberse realizado, pues sigue siendo un proyecto. No vamos a repetir aquí los pormenores y hechos de la conocida trayectoria histórica del diseño industrial, que comienza con la revalidación finisecular de la artesanía (o trabajo manual) postulada por *Arts and Crafts* como un antídoto contra la industrialización (W. Morris), y con el renunciamiento al ornamento de la arquitectura (A. Loos). Luego va hacia la libertad formal del *art nouveau* (Van der Velde) y al *productivismo* de la Deutsche Werkbund (1907-1914), del *Stijl*, de la *Bauhaus*, de la incipiente Unión Soviética (el nuevo objeto de Lissitzky y el

funcionalismo de Gan) y de Henry Ford, terminado en Ulm, cuya escuela es clausurada por incomodar al Estado. (*La historia de Tomás Maldonado es la más sucinta y la más a la mano para los lectores de habla castellana. Ver El Diseño Industrial. Reconsiderado, G. Gil, 1977, p 18*).

Lo importante para nosotros reside en la doble superación que presupone el diseño industrial: la del anti-maquinismo romántico y la del expresionismo, enemigo mortal de todo racionalismo en el arte. Por su negatividad son igualmente importantes los actuales desmanes que el racionalismo de los intereses de lucro ha impuesto al diseño industrial. En las superaciones y desmanes han intervenido presiones del pasado y del presente, de la permanencia y del cambio, de ideas socialistas o de individualismos en pugna, pudiendo diferenciarse una fase en ascenso (superaciones) y otra de descenso (desmanes).

El ascenso se caracteriza por instituir y consolidar el concepto de arte objetual o belleza funcional, esto es, la idea de objeto que como tal

y por su pureza práctico-funcional puede ser bello o, lo que es igual, puede poseer virtudes artísticas cercanas a la *Gestalt*, totalidad o buena forma de una estructura abstraccionista. Siempre hubo, sin duda, objetos cuya materialidad, colores, hechura, adornos e imágenes produjeron placer sensitivo o estético. En épocas teocráticas, por ejemplo, los objetos religiosos y los áulicos eran bellos. Pero lo eran por sus adornos y otros alicamientos, aparte de lo simbólico; lo sacro venía aparejado con lo bello o decorativo. Los utensilios cotidianos y populares, en cambio, carecían de adornos y consecuentemente no eran considerados artísticos. Y esto pese a que para nosotros sus volúmenes elementales y funcionales son bellos. Es decir, *de facto* hubo siempre objetos artísticos, pero no se les reconocía como tales. El diseño industrial es el que viene a instituir la belleza objetual o funcional, al renunciar al ornamento, siguiendo el ejemplo de la arquitectura, y al ser apoyado por algunas manifestaciones de las artes visuales tradicionales. Su belleza es pues producto histórico, igual que

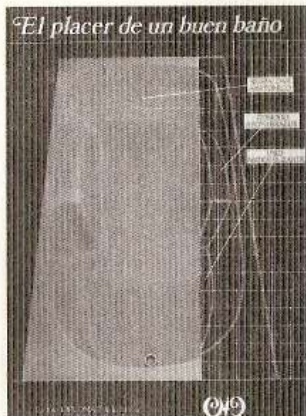
toda modalidad artística.

El arte y la tecnología entran, así, en el proceso de consolidar y propagar las nociones de belleza del objeto útil por sus formas elementales, casi siempre geométricas. Con sus productos la tecnología difunde las formas geométricas, mientras que los abstraccionismos geométristas de las artes visuales crean el prestigio cultural de tales formas, prestigio en parte hedonista y en parte espiritualista. Pero esto no fue suficiente para que triunfara el funcionalismo y el utensilio ingresara al reino del arte. Fue menester que los geometrismos artísticos generasen el formalismo que, apoyado por el prestigio hedonista y espiritualista de las formas, entrara en correlación con el objetualismo, propio de la sociedad de consumo, esto es, con la sobrevaloración del objeto que hoy por desgracia rige las relaciones humanas.

En nuestra opinión, las ideologías tecnocráticas —entre ellas el objetualismo—, propias del desarrollo acelerado de la tecnología y de los intereses de lucro de quienes las manejan, son las que obligan a las artes

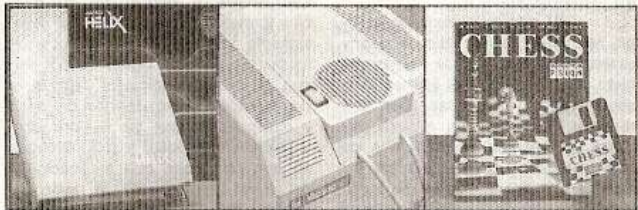
tradicionales a instituir las preferencias formalistas y a contribuir al objetualismo con el fin de favorecer el funcionalismo tecnológico. Es por eso que la pintura tradicional llega a la pintura-objeto como ideal del progreso y como paradigma de nuestra contemporaneidad: ideal y progreso que no son otra cosa que mitificaciones del objeto. En realidad, la unión del arte con la utilidad práctica es, en sí, progresista, pero la utilizan en su provecho las fuerzas conservadoras y reaccionarias. Y quíerase o no, la sobrevaloración del objeto contribuye también a la aparición del *ready-made*, no obstante haberlo utilizado M. Duchamp con intenciones conceptualistas. Todo esto nos comprueba una vez más que el arte es una convención social, que a la corta o a la larga termina favoreciendo a la ideología políticamente dominante.

En principio, la tecnología existe sólo para producir, transformar y organizar los utensilios. Pero también los significa. Su fuerza actual llega incluso a resultados mayores: nos crea necesidades prácticas que son artificiales, superfluas. ¿Por qué en-



*La tecnología existe sólo para producir, transformar y organizar los utensilios. Pero también los significa*

*Lo decisivo de los utensilios, aparatos, artefactos, informaciones y bienes de consumo no está en su valor de uso o utilidad práctica.*



tonces no podemos crear necesidades artísticas? En su vertiginosa marcha, la tecnología se dio cuenta de que le era indispensable cambiar las condiciones sociales de su producción y de sus productos, dado que el romanticismo seguía oponiéndose a la máquina y la demonizaba, tildándola de deshumanizante y fea. Es así como la tecnología se aboca también a significar artística y socialmente sus productos, vale decir, comenzó a convertir las formas funcionales del producto en belleza que persuade y halaga los sentidos, pero que igualmente simboliza *status*; simbolización que constituye el verdadero problema sociocultural del diseño.

Que la belleza de las formas

posee un valor artístico, lo sabemos. Pero se trata de un valor elemental que como tal resulta insuficiente para satisfacer la totalidad de las necesidades artísticas del individuo, mayormente las de la colectividad; ni siquiera es capaz de satisfacer las apelencias estéticas más importantes, como tampoco las necesidades de cambio de la sensibilidad más urgentes. Lamentablemente, no viene sola la belleza formal: la acompañan siempre connotaciones de privilegio social y de "nobleza" humana que reprimen, e igual sucede con los otros diseños y con los productos de la tecnología de la información y de los esparcimientos, así como las artes y artesanías. Es decir, lo decisivo de los

utensilios, aparatos, artefactos, informaciones y bienes de consumo no está en su valor de uso o utilidad práctica. Hállase en las significaciones sociales (o ideologías prácticas) que despierta y favorece el sistema de dominación. "Una verdadera teoría de los objetos y del consumo se fundará, no sobre la teorías de las necesidades y de su satisfacción, sino sobre una teoría de la prestación social y de la significación", nos dice J. Baudrillard con realismo certero.

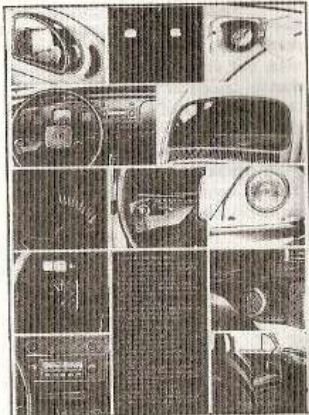
Esto de que los bienes materiales de todos los días funcionen también como bienes artísticos o espirituales tuvo que producir entusiasmo en espíritus preocupados por los beneficios colectivos. Pero pronto el

entusiasmo generó sobrevaloraciones mitificadoras del objeto en hombres que pensaban que la producción industrial barata traería indefectiblemente la popularización de los utensilios o de la cultura material; hombres que aún identificaban el arte con productos destinados a los dioses y a los superhombres. Se piensa entonces que con el embellecimiento de los utensilios ya socializados y popularizados el diseño industrial difundiría el buen gusto y el "verdadero" arte en las mayorías demográficas. Así, este diseño mejoraría la subsistencia humana, al mismo tiempo que elevaría la sensibilidad artística del hombre común y corriente. Del convencimiento de que los objetos diseñados satisfacen necesidades tanto materiales como espirituales nace el mito del diseño industrial: "que los objetos, y sólo ellos, son capaces de cambiar el mundo". Estamos ante la mayor conquista lograda por los intereses tecnocráticos en cuanto a cambiar las condiciones sociales de sus productos hasta llegar a su máxima mitificación.

Sin lugar a dudas, el diseño

industrial viene a rescatar la unión del arte con la utilidad práctica, desde el momento en que ésta es instituida en belleza funcional. Pero su eficacia o el rescate práctico depende de los otros diseños, las artes y las artesanías, si nos remitimos a la forzosa complementariedad social y humana de los diversos productos culturales que inciden en la subjetividad estética colectiva, esto es, en las relaciones sensitivas que mantenemos con la realidad. Por otro lado, es evidente que a instancias de las ideologías consumistas y tecnocráticas los objetos han devenido centro de las preocupaciones humanas, por lo que, consecuentemente, la mejor manera de influir en la sensibilidad del hombre actual es a través de dichos objetos. Sin embargo, y como ya hemos dicho, la belleza formal de los objetos es insuficiente en el complejo y amplio sistema de necesidades artísticas que surgen en toda colectividad.

También es innegable que el diseño industrial imprime al objeto un valor formal y otro funcional. Pero lo malo está en querer ignorar el valor



*El diseño industrial imprime al objeto un valor formal y otro funcional*

simbólico, ya que las formas artísticas suelen ser vehículos de las ideologías dominantes. Nadie discute, por lo demás, que en un principio el diseño industrial brinda la posibilidad de difundir el buen gusto y el arte en la colectividad, mediante la buena forma de los bienes materiales. Sin embargo, en la práctica esta difusión no es tan positiva como parece, pues los objetos habituarán siempre al hombre actual a nuevas formas, esto es, le programarán su sensibilidad dentro de un buen gusto que no es inexistente en términos absolutos o duraderos y según un arte que dista mucho de ser "el verdadero". Y una programación tal niega de plano el arte como un consumo sensitivo que radica en la elección de modelos correctivo-renovadores, los que como tales contravienen los establecidos. Es que el arte no existe sin un no-arte que lo niegue, ni la belleza sin la fealdad, como tampoco el diseño sin el anti-diseño. Sobre todo, el diseño no existe sin contexto ambiental concreto. De aquí la importancia teórica, práctica y pedagógica de un diseño ambiental que habrá de ser promovido y compren-

derará la demoeología, además del diseño industrial, el arquitectural y el urbano como actividades especializadas y exentas de especialismos.

Muchos diseñadores industriales dan la espalda a los efectos y a las posibilidades socioculturales de su profesión y se limitan a exaltar las virtudes de su actividad proyectual. Es cuando insisten en la racionalidad, la interdisciplinariedad y el consecuente trabajo en equipo que como características del diseño industrial vendrían a curarnos de los intuicionismos e individualismos que hoy lastran las actividades artísticas libres. Los diseñadores que así piensan se apoyan inconscientemente en la idea de producción artística como privilegio humano, cuya mitificación pretende justificar la omisión de los efectos sociales de toda actividad cultural.

Abundan los esfuerzos para demostrar que es científica y lógica la naturaleza de la actividad proyectual del diseño industrial; esfuerzos casi siempre proclives a exacerbar el racionalismo optimista. No nos concierne aquí entrar en los pormenores de la naturaleza de las operaciones produc-

tivas del diseño industrial. Nos interesa más bien situar el diseño industrial en su realidad sociocultural actual y verlo en su calidad de complemento de los demás diseños, de las artes y de las artesanías, productos todos que inciden en la subjetividad estética colectiva, la protagonista del fenómeno sociocultural del arte.

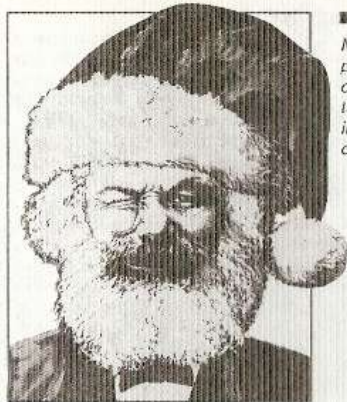
Sabemos —claro está— que entre las actividades artísticas, las diseñísticas son las más cargadas de racionalidad, sin dejar de ser inventivas o imaginativas. El diseño de tipo industrial pone en actividad una hermenéutica (o interpretación) de las prioridades mercadotécnicas y de las condiciones de producción tecnológica. Pero la lógica y la cuantificación matemática no agotan esta interpretación, aparte de que lo matematizable de la actividad proyectual varía de producto a producto: es más necesario y mayor en los productos complicados que en los sencillos como un tenedor.

Sabemos asimismo que el diseñador ha de preocuparse tanto de los alcances ideológicos o simbólicos de sus productos como de los forma-

les y de los funcionales. Sabemos finalmente que así como el diseño posee mucho arte, así también todas las artes tienen algo de diseño, ya que no todo en arte es arte, por lo que el arte une a lo artístico con lo no-artístico, vale decir, con utilidades que no son prácticas.

En realidad, el diseño industrial debe "mediar dialécticamente entre necesidades y objetos, entre producción y consumo". En otras palabras, constituye un medio de distribución de otros medios, puesto que sus elementos artístico-formales sirven de atractivo para persuadir al consumidor. En buena cuenta, el diseño industrial recalca que el arte es un medio, exalta los medios y nos sitúa ante el intrincado problema de la relatividad de la producción, distribución y consumo como actividades básicas que se confunden, se interactúan y son suscitadas por un mismo objeto o por diferentes. Además, dicha relatividad acentúa la importancia del consumidor hasta ahora negada en el terreno del arte.

*En Introducción general a la crítica de la economía política (1857),*



Marx nos habla que la producción y el consumo se confunden en tanto que en la primera intervienen momentos de consumo y viceversa. Lo mismo ocurre en cuanto a la intervención de la distribución, en la producción y consumo, al determinar el acceso a los medios materiales de producción y a los medios intelectuales de consumo, respectivamente. La tecnología, como

*Marx nos habla de que la producción y el consumo se confunden en tanto que en la primera intervienen momentos de consumo y viceversa*

sabemos, produce medios (u objetos) de transporte, información, comunicación, esparcimiento, subsistencia, producción, percepción, etc. Produce también procedimientos de producción, distribución y consumo. De tal suerte que existe una tecnología de producción, otra de distribución y otra de consumo. Es así como la fotografía, el cine y la televisión, procedi-

mientos técnicos de producir imágenes, actúan con igual eficacia como medios de producción, de distribución o de consumo artísticos (de consumo en cuanto son objetos artísticos). Con el diseño industrial sucederá lo mismo. Todo depende si lo vemos como medio de producción artística (o ideológica), de distribución o de consumo. El diseño deviene incluso medio de competencia en el mercado. Es más: el valor funcional suele confundirse con el formal, como en el caso del diseño textil, si no lo consideramos parte del diseño gráfico.

Como quiera que sea, la situación actual del diseño industrial dista mucho de ser satisfactoria. En los grandes almacenes de los principales centros urbanos del mundo, por ejemplo, abundan los objetos fabricados sin la intervención del diseño industrial. En consecuencia, predomina el *kitsch*, que insiste en la ornamentación grandilocuente o que limita preferencias aristocráticas del pasado o mesocráticas de hoy. El buen diseño se ha recluso en *boutiques* exclusivistas y prefiere la serie corta y la calidad de consumo

minoritario y elitista.

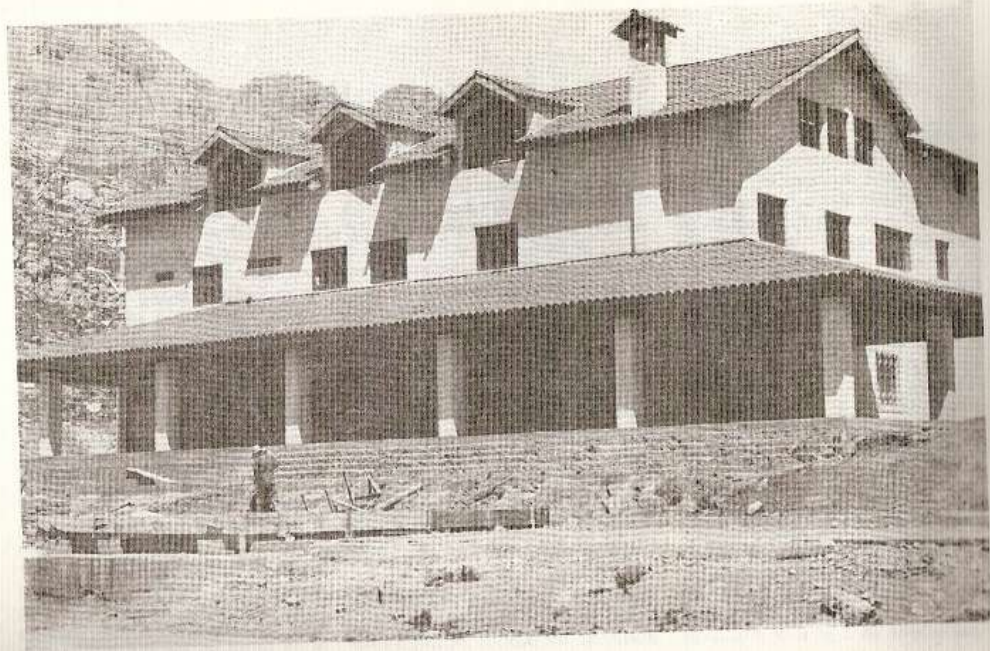
La mayoría de productos del diseño industrial, mientras tanto, adolece de la falta de aquella severidad inicial que obedeció a justificadas actitudes contra-ornamentales. No sólo esto, el diseño industrial, en su gran mayoría, desiste actualmente de la utilidad práctica como valor social que debe prevalecer sobre el valor formal y el simbólico. El ansia de lucro de los industriales impone al diseño el *styling*, relegando la utilidad a un segundo plano. Ahora el objeto es más importante como ornamento que como utilidad y duración. El objeto se torna autopublicidad, gracias al esteticismo de un geometrismo aparatosamente aerodinámico u ortogonal. Si se prefiere, el utensilio deviene suntuario, símbolo-*status* y el vehículo de ideologías represivas.

En nuestro Tercer Mundo, el diseño industrial se reduce a la importación de modelos que nos impone nuestra dependencia tecnológica, resultando sobreestructural: "El diseño industrial depende de la existencia de dos tecnologías: una tecnología de producción, más precisamente de una

industria manufacturera, y una tecnología de distribución. Sin esta base, el diseño industrial queda condenado a un mero juego sobreestructural". No producimos tecnología: la reproducimos solamente. Lo mismo acontece, fatalmente, con el diseño industrial. Cabe adaptar a nuestra realidad local los diseños importados. Pero nuestro problema real es más tecnológico que estético, o sea pertenece más al diseño ingenieril que al artístico, si es que deseamos contrarrestar en algo la importación indiscriminada de tecnología.

En síntesis, y para terminar, el diseño industrial representa una parte del fenómeno del arte. Su problema principal consiste en evitar sobrestimaciones y aislacionismos. Propiamente consiste en una actividad que sirve a la función práctico-utilitaria de los productos industriales, en tanto éstos se adecúan a lo ambiental. Con el diseño industrial sucede lo que con la escenografía teatral: debe ayudar al texto y no imponersele.





## El diseño arquitectural

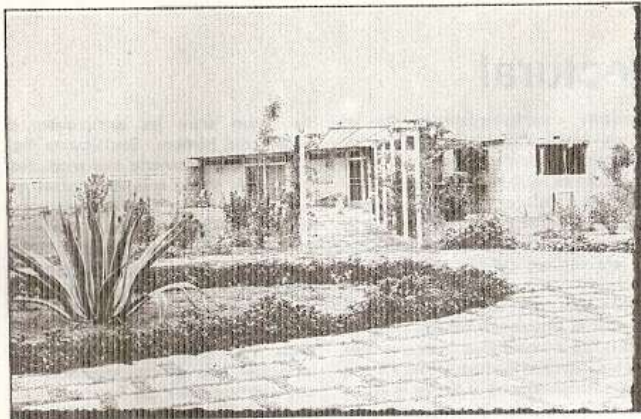
Las actividades dirigidas a estructurar espacios en forma artística y con el fin de albergar objetos y ser habitados o transitados por hombres, fueron siempre reunidas con la designación de arquitectura. Sin embargo, nosotros preferimos decir que pertenecen al diseño arquitectural y que constituyen uno de los tantos sistemas de la producción material del arte. Preferimos la denominación "diseño arquitectural" para llamar la atención sobre la utilidad práctica de sus espacios y exaltar indirectamente su compromiso con la colectividad; compromiso ineludible que invalida, de hecho, la obra única como la exclusiva finalidad de la arquitectura, puesto que hoy ni siquiera se materializa el mejor de sus objetivos.

Por otro lado, si decimos que el diseño arquitectural constituye uno de los tantos sistemas de producción artística, es porque de esta manera situamos sus productos en la

evidente complementariedad de las artes, contradiciendo de paso la importancia que les atribuyen muchos de los autores, quienes las creen capaces de satisfacer todas las necesidades artísticas del hombre o, por lo menos, las mejores. En realidad, ni siquiera reciben de la colectividad el reconocimiento de la importancia artística que hoy les debería corresponder si estuviesen satisfaciendo de veras las necesidades habitacionales de las mayorías demográficas. Pesa a sus particularidades, y desde el punto de vista artístico, los productos del diseño arquitectural son, pues, unos productos más entre los muchos de las artes visuales, de suyo alejadas del consumo mayoritario al instituirse en crítica social, artística y de los diseños.

Teóricamente, el diseño arquitectural está encaminado a satisfacer las necesidades habitacionales de la sociedad, las que por naturaleza

se hallan entre las primordiales o vitales del hombre. Socialmente hablando, esto convierte sus productos materiales en los más importantes de las artes (o de los diseños); importancia que dio pie a múltiples sobrestimaciones, cuya gran mayoría surge con intenciones de ocultar la realidad concreta de la arquitectura, esto es, la social. Porque al enfocar su realidad actual, comprobaremos que se aleja cada vez más la posibilidad de satisfacer con decoro las necesidades habitacionales del Tercer Mundo, como el nuestro, en explosión demográfica, violenta urbanización y condiciones socioeconómicas subdesarrollantes. Una vez comprobado esto, caerán por tierra los conceptos tradicionales de arquitectura, como el limitado a postular que todo producto arquitectural debe satisfacer necesidades habitacionales, sin importarle si las necesidades son de una minoría dominante o de amplias ma-



*El diseño arquitectural está encaminado a satisfacer las necesidades habitacionales de la sociedad, las que por naturaleza se hallan entre las vitales del hombre*

yorías dominadas.

En definitiva, nos interesa conocer la situación actual del diseño arquitectural, lo que equivale a establecer sus problemas y posibilidades, tanto artísticos como sociales, dentro del panorama general de las artes, artesanías y diseños. Al fin y al cabo, la arquitectura interviene en to-

das las manifestaciones artísticas e incluso aparece en la cultura de la pobreza y deviene un problema tecnológico en el proceso explosivo de la urbanización de nuestro Tercer Mundo. Es muy posible, por lo demás, que las particularidades del producto arquitectural nos conduzcan hacia aspectos artísticos insospechados y nos afiancen verdades apenas presentidas en el arte.

Viéndolo bien, el producto arquitectural opera como un continente de objetos y a la par como objeto (o contenido) urbano. Encuéntrase, pues, íntimamente ligado a los productos del diseño industrial y a las actividades del diseño urbano. Cada uno de los espacios es privado, pero su totalidad es pública, en tanto ocupa un espacio urbano. Sus particularidades son muchas si reparamos en su cercanía a la base material de la sociedad (su tecnología y su economía), a la base biológica de sus usuarios y a las condiciones del medio (las naturales y urbanas), resultando por estas últimas ligado al pasado o a la tradición local.

La cercanía aludida es, por

cierto, comparativa, y por lo tanto es mayor que la mostrada por cualquiera de los productos de las artes y los diseños. No sólo por cuestiones de naturaleza varía la lejanía de cada arte con respecto a la base material de la sociedad, sino que varía con el tiempo y con la cultura. En buena cuenta, son mayores que en otras artes los vínculos de la arquitectura con la realidad concreta y material, sin dejar por eso de pertenecer a la superestructura ideológica y, por consiguiente, ser objeto de significaciones de toda índole, las que por lo general desempeñan un papel importante en nuestras decisiones. La arquitectura, en fin, es simultáneamente arte y tecnología, belleza y utilidad, artesanía y *diseño*, ideología y materialidad.

Como es sabido, el avance tecnológico del siglo pasado permitió a la arquitectura llevar a cabo los cambios materiales y formales que iba exigiendo la formación urbana de centros industriales y comerciales. El hierro, el acero, el vidrio aligeran, abaratan y abrevian las construcciones, sin faltar después las construcciones del *art nouveau*. Por otro lado, el concreto ar-

mado hace posible la construcción de rascacielos y multifamiliares. En realidad, la arquitectura sigue la estética de la máquina: suprime el ornamento y luego busca la belleza del objeto, reduciéndose a las formas geométricas más simples e indispensables para el cumplimiento de su específica función práctica. El desarrollo de nuevos materiales, procedimientos y herramientas genera nuevos estilos. Así la tecnología transforma la arquitectura y ésta a su turno se convierte en monumento a la tecnología, contribuyendo eficazmente a la estetización de la misma. En la práctica, la diversidad de materiales y de estilos aprofunda las diferencias entre las arquitecturas que corresponden a las disponibilidades económicas de las distintas clases sociales.

La economía actúa como factor y como modo de producción material (capitalismo, socialismo y Tercer Mundo). Como factor se traduce en la inversión económica que requiere la arquitectura y que es mayor comparándola con las otras artes. También se traduce en negocio, originando la explotación de la escasez

en alquileres de espacios insalubres y deteriorados por el tiempo. Como modo de producción determina que la arquitectura profesional sea encargada, en los países capitalistas avanzados, por las empresas industriales y comerciales, por el Estado como propietario y como intermediario de las habitaciones destinadas a trabajadores y empleados, y por los miembros de las clases dominantes. En los países socialistas, cuenta sólo el Estado como propietario, mientras que en el Tercer Mundo subsiste todavía la arquitectura artesanal (rural y provincial) al lado de la artística que busca obras únicas, del diseño arquitectural propiamente dicho que apunta a las construcciones en serie y de la arquitectura creada con desperdicios tecnológicos por la cultura de la pobreza en los "Pueblos Jóvenes" metropolitanos.

Como vemos, de país a país, de sistema a sistema político-económico, varían las instituciones y las personas que deciden la construcción de obras de arquitectura. Sin embargo, en todas partes se ejercen las mismas presiones para imponerle al

arquitecto condiciones políticas, económicas y burocráticas. Además, en todas partes destaca el Estado como el mayor y el más importante constructor, cuyas obras mantendrán siempre viva la profesión del arquitecto al garantizar trabajo y ofrecer obras de gran envergadura que permiten conquistar fama.

La proximidad a la base biológica del usuario es corporizada por la función práctico-utilitaria de la arquitectura, a saber: satisfacer las necesidades vitales y familiares del hombre, tales como dormir y asearse, cocinar y comer, reunirse y recibir visitas, etcétera. Son tan vitales estas necesidades, que nadie puede prescindir de las habitaciones privadas y familiares que le satisfagan, aunque no todo hombre o familia disponga en la práctica de suficiente espacio, aire y sol. Sustancialmente no han cambiado dichas necesidades. Sin embargo, han variado mucho los modos de satisfacerlas y siguen variando de acuerdo con la clase social del usuario. Varían porque el valor de uso de los espacios existe tan solo a través de modos o hábitos sociales y cultura-

les que quieren hacerse pasar por naturales.

Por otro lado, si la estructuración especial de la arquitectura ha cambiado en tamaños, proporciones, combinaciones, materiales y formas, es a causa de la aparición de objetos tecnológicos que reformulan la satisfacción de nuestras necesidades básicas y que nos despiertan necesidades artificiales o nos las imponen. Es más: a las necesidades biológicas les antepone, casi siempre, las de ascenso o prestigio social, y éstas influyen poderosamente sobre la elección (o construcción) de nuestros recintos familiares o bien determinan el modo de escenificarlos con objetos.

Entendámonos: nos referimos a la casa familiar como una de las tantas funciones arquitecturales. Porque precisamente la arquitectura nos comprueba que en un mismo arte pueden coexistir varias manifestaciones, cada una con distinta lejanía respecto de la base biológica del usuario y encaminada, por tanto, a diferente función práctica. Después de todo, no es lo mismo la casa de familia que la arquitectura destinada al trabajo (fá-

bricas y oficinas), a los servicios públicos (bancos, iglesias, escuelas, almacenes, ministerios) o a los esparcimientos (cines, teatros, estadios, etcétera). Es de la arquitectura familiar de la que nos resulta imposible prescindir, aunque las otras arquitecturas sean socialmente necesarias (no indispensables) y todas reúnan similares exigencias mínimas de salubridad en la organización de espacios, aire y luz natural. Y es que la arquitectura familiar es la que mayormente influye en la sensibilidad, mente y salud del usuario, al menos en teoría.

Prácticamente no existe la casa vacía; ni siquiera en teoría existen espacios arquitecturales que por vacíos sean "puros", pues la arquitectura los concibe y objetiva como continentes, o sea, para ser poblados por objetos y gente, y los entrega con las paredes pintadas. (No olvidemos las imágenes televisuales que invaden los espacios familiares). Son los espacios amueblados los que percibimos, ya sea en forma corporal, visual o visivo-táctil siendo sus efectos práctico-utilitarios, artísticos o de ambas

*La arquitectura deviene arte que exige ser popularizado. Pero popularizado mediante la justicia social y la consiguiente existencia de suficientes oportunidades de trabajo. Porque no basta construir viviendas para consumir dicha justicia.*



clases a la vez. Inconscientemente nuestra sensibilidad recibe la impronta de la totalidad de cada recinto, pero por lo general tomamos conciencia del objeto a través de un objeto que des-cuello y que utilizamos como señal identificadora (sinécdoque). No sólo esto: el usuario transforma y singulariza siempre los espacios, los que de suyo se repiten en su vaciedad. Para ello se vale de pintura y de objetos que lo escenifiquen (o decoren) y hasta los corrijan, encauzando sus efectos.

Como es obvio, los espacios no deben obstaculizar las actividades domésticas. Al contrario: han de facilitar el curso, adaptándose a nuestras posibilidades somáticas y modos de vida habituales. Su utilización práctica ha de ser incluso agradable y en lo posible artística. Todo arte tiene en su base elementos biológicos que aquí se identifican con una función práctica y que muchas veces se confunden con los artísticos. (Ya vimos que la superficie o diseño gráfico no sólo debe facilitar la lectura del texto sino hacerla agradable y, en lo posible, artística.)

Los espacios en que trans-



*Lo práctico o lo funcional de los espacios de una casa es corporal e influye sobre el curso de nuestras actividades hogareñas.*

curre la vida familiar inciden, sin duda, en los primeros años del niño, que son los formativos del sentido del espacio. Pero este sentido desaparece si no es continuamente confirmado por experiencias espaciales de toda índole. Sólo así este sentido podrá objetivarse en nuestros hábitos y preferencias espaciales como individuos; preferencias y hábitos que, dicho sea de paso, contienen rasgos colectivos. (Otra prueba más de la complementariedad de las artes y de las consiguientes experiencias artísticas.) La formación de nuestro sentido del espacio, como ya dijimos, es inconsciente, va unida a los objetos, involucra la totalidad del recinto y se reduce a los efectos corporales de éste, aunque interviene la percepción visual, la visivo-táctil y la corporal. La formación presupone, además, que todas las manifestaciones de la sociedad estén regidas por un sentido colectivo del espacio.

Por lo antedicho, y agregando la capacidad de los objetos para transformar los espacios y encauzar los efectos sensitivos y mentales de éstos, más la capacidad del hombre para adaptarse a los espacios

y el hecho de que pasamos pocas horas entre la familia o en privado, habremos de admitir que para el hombre en general y el adulto en particular son débiles y relativos los efectos sensitivos y sociales de la arquitectura familiar. Necesitan la confirmación de las otras arquitecturas y de las otras artes. Por otro lado, son corporalmente inconscientes y sólo a través de nuestra visión tomamos conciencia de los efectos espaciales.

Han sido poco estudiados los efectos de los espacios arquitecturales que, pasando por la percepción corporal o táctil, actúan sobre nuestros patrones espaciales, los cuales intervienen en las actividades de nuestra sensibilidad, andan mezclados con las ideologías prácticas (o falsa conciencia) y participan en nuestra subjetividad estética. Lo práctico o lo funcional de los espacios de una casa es corporal e influye sobre el curso de nuestras actividades hogareñas, por lo que con facilidad sabemos cuándo son favorables o adversos a nuestra salud y cuándo nos incomodan. Lo cierto es que nos adap-

tamos homeostáticamente, por lo que permanecen en la oscuridad los efectos mentales y sensitivos del espacio. Resumiendo, la percepción y los efectos de tipo corporal existen, actúan en nosotros sin que lo advierta nuestra conciencia y subyacen a nuestros hábitos y preferencias espaciales. Aquí tendríamos lo estético del espacio, vale decir, lo que corresponde a lo más profundo de nuestra subjetividad estética.

Cosa muy distinta sucede con la percepción visual y visivo-táctil de los espacios mediante los objetos y las distancias de éstos, obviamente. Es decir, los efectos sensitivos de los espacios a través de la visión son conocidos. Siglos de primacía de la pintura, con sus representaciones del espacio, nos han impuesto modos visuales de percibir el espacio real. Y si bien hay mucho trecho entre ver los espacios y usarlos, predomina lo visual en el uso también. Aparte de que los efectos visuales son conscientes, resulta evidente su apareamiento con las ideologías teóricas (o ideas sobre arte).

En buena cuenta, estamos

ante las dimensiones artísticas de los espacios arquitecturales y de la totalidad de éstos como edificio o volumen exterior. Aquí, las ideas y creencias sobre arte operan como justificaciones o valoraciones de la utilidad práctica de los espacios y encauzan los efectos sensitivos de los mismos. Pero también operan las ideologías prácticas y las significaciones que damos a los espacios por separado y a su totalidad, las que puedan estar en contra o en favor de la ideología dominante. Al enfocar el espacio en general (al estudiar la escultura), vimos que era transformado, organizado y significado. En otras palabras, la obra arquitectural tiene aspectos significativos y comunicativos, aparte de los espaciales, visuales y ambientales o urbanos.

En realidad, lo significativo y lo comunicacional vienen a ser los efectos más importantes del producto arquitectural. Porque en la práctica nos interesa más lo que la vivienda informa hacia afuera, a los otros. No sólo la totalidad como entidad urbana sino también lo que informa a otras personas extrañas a ese recinto se-

mipúblico que es la estancia de la casa. La vivienda cuenta, pues, con espacios privados, los familiares y los semipúblicos, instituyéndose estos últimos más que los otros en símbolos *status*. En cualquier caso, lo significativo y lo comunicacional son aquí eminentemente visuales. No se trata, por cierto, de interpretaciones arbitrarias ni subjetivas. Las significaciones que atribuimos a las obras de arquitectura son productos sociales. Por lo demás, muy pocas personas tienen acceso a los espacios privados y familiares para vivirlos y apreciar sus soluciones funcionales. De allí la importancia de lo visual de la totalidad de la obra arquitectural para los habitantes de la ciudad en particular y para los miembros de la sociedad en general. (Esto explica también la ya mencionada imposibilidad de una crítica masiva de arquitectura que enfoque lo espacial y lo funcional.)

No cabe duda: desde el punto de vista de los efectos colectivos de la arquitectura, resulta más importante la visión del volumen total de la obra; lo espacial interior y lo funcional son exclusivos de los usuarios y es-



*La obra pública es la que más llama la atención a la gente cuando descuella en el medio urbano, por la singularidad de sus volúmenes.*

pecialistas. Como resultado cabe tomar en cuenta la unicidad del volumen total de la obra o bien verla como un elemento urbano. En este último caso, tendremos lo ambiental de la obra, que veremos después por pertenecer al diseño urbano. Las obras son ambas

cosas a la vez: continente y contenido, pero habitualmente el público las aísla y juzga por su unicidad o su calidad de continente. Algunas veces, claro está, nos encontramos con varios volúmenes (conjuntos de arquitectura, como los centros comerciales) que crean espacios semipúblicos y transitables, los que también pertenecen al diseño urbano.

Sabido es que la obra pública de arquitectura es la que más llama la atención a la gente y la que más huella deja en nuestra sensibilidad, cuando descuella en el medio urbano por el tamaño, belleza o singularidad de sus volúmenes. También sabemos que el Estado es el responsable de tales edificios y por lo regular los utiliza para infundir y difundir el culto al mismo, despertar localismos o alimentar orgullos nacionales. El edificio se constituye en monumento y en un medio autodefinidor del Estado. En el capitalismo son las transnacionales las que construyen edificios, cuyas articulaciones plásticas devienen verdaderos cantos a la tecnología o persiguen la consagración de su marca o firma

(también en el Tercer Mundo es menester estetizar la tecnología). La situación es clara: el edificio público es el que más incide en la sensibilidad, por eso resulta forzoso hacer de su tamaño, belleza o singularidad el más eficaz vehículo de la ideología dominante. La importancia está en que el edificio resalte visualmente, aun cuando armonice con el contexto urbano.

Resulta evidente hasta la obviedad, la importancia de las condiciones ambientales en la producción arquitectural. Sobre todo, las condiciones naturales, ya que el clima, materiales y procedimientos y herramientas locales y, por ende, a la mano, han generado en todas partes y en todos los tiempos una arquitectura con rasgos particulares. Durante la época colonial de nuestra América vemos desarrollarse una arquitectura que se ajusta a la realidad del medio en que se inserta. Es con la República cuando la arquitectura de nuestros países comienza a tomar por un anacronismo atribuir importancia a las condiciones ambientales. La obligan presiones externas y nuestra endémica y colonial proclividad a buscar a toda costa la

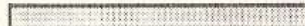
actualización, esto es, lo que están haciendo países desarrollados (esta ideología dominante es hoy rotulada como desarrollismo). Resultado: transcurre a saltos, igual que el resto de nuestras artes visuales. Aparecen en tonces los academicismos y luego sus contrincantes que van siendo importados, tales como los modernismos, vanguardismos, funcionalismos, racionalismos y rescates localistas. A fuerza de ideologías desarrollistas, nuestra arquitectura se desliga de la realidad ambiental.

Como corolario de una arquitectura ajustada a la realidad local, tuvimos un medio urbano uniforme y armónico, en el que pronto cunden la disarmonía y las contradicciones como testimonios de nuestros saltos arquitecturales y nuestra dependencia, que van destruyendo tradiciones. Luego viene la explosión urbana y surge la arquitectura de la cultura, de la pobreza, al lado de la artística, la artesanal y el diseño arquitectural. Así se complementan en nuestras ciudades las proyecciones de nuestras incongruencias múltiples.

Naturalmente, productos tec-

nológicos nuevos y elevado costo de los terrenos urbanos liberan a la arquitectura de ajustarse a las condiciones climáticas y de seguir fielmente la tradición. En su lugar, la arquitectura asume la realidad social concreta, según la cual tiene que ser diseño ingenieril más que artístico (lo mismo que vimos en el diseño industrial). La utilidad social está ante todo y sobre todo, sería la consigna, quedando de hecho superados los formalismos esteticistas y también los del funcionalismo.

Dado su inevitable consumo directo, la arquitectura deviene arte que exige ser popularizado. Pero popularizado mediante la justicia social y la consiguiente existencia de suficientes oportunidades de trabajo. Porque no basta construir viviendas para consumir dicha justicia. Dentro de los problemas del diseño arquitectural, habrá que señalar la disfunción de recursos intelectuales y sensitivos para asumir con sentido crítico las ideologías represivas que propagan inadvertidamente los edificios públicos.





## El diseño urbano

Al ocuparse de la organización y crecimiento de las ciudades, el urbanismo utiliza medios eminentemente técnicos o ingenieriles y busca finalidades puramente utilitarias. El arte urbano, mientras tanto, embellece los espacios públicos y abiertos mediante sus obras. El diseño urbano, entonces, vendría a fusionar estas dos ocupaciones. Es decir, asume compromisos con la utilidad práctica, al mismo tiempo que acentúa el embellecimiento y el empleo en serie de elementos tales como calles, señales, muebles, inmuebles, espacios libres, etcétera: embellecimiento que el urbanismo presupone en la arquitectura y que solo cifra en parques, plazas y monumentos. El diseño urbano tendría, por consiguiente, dos tareas generales muy conocidas: proyectar elementos que fusionen la utilidad práctica con la artística y encargar obras de arte para incorporarlas a los espacios urbanos.

Pese a las apariencias y sin anular las generalidades antedichas, no son tan sencillos los actuales conceptos de ciudad y de diseño urbano como para darlos por sentados. Es más: andan en trance de ser elaborados. Las ciudades han cambiado tanto y continúan transformándose en un grado tan radical que resultan inoperantes los conceptos y las concepciones tradicionales al uso. A nuestro juicio, aquí tenemos un buen ejemplo de la conversión dialéctica de la cantidad en calidad, dado que el aumento de elementos, en comparación con todo lo que se diseña, excede la capacidad de percepción y toda actividad proyectual de abarcar y manejar la totalidad de la urbe.

Comoquiera que sea, este diseño es nuevo, por lo que sigue pendiente señalar sus ocupaciones específicas y trazar su situación en el actual panorama de las artes, artesanías y diseños. Pero tal señala-

miento y trazo seguirán pendientes mientras no definamos lo que debemos entender por ciudad; definición que exige realismo y actualidad si es que deseamos establecer los verdaderos problemas y posibilidades del diseño urbano. Sin embargo, al decidir definir la ciudad en su forma actual de metrópoli corremos el riesgo de limitarnos a lo que vemos, identificándola automática y exclusivamente con nuestra ecología o ámbito social y a una parte tan sólo de la ciudad.

Podemos adelantar que la urbe constituye un producto de la historia y de la colectividad en proceso dinámico e imprevisible. Por consiguiente, escapa a toda programación, sea de profesionales individuales o en equipo. El diseño en cuestión será, entonces, urbano por el campo en que actúa, no por lo que maneja, pues tiene que ver parcialmente con la ciudad y en ningún caso con la totalidad de la misma. Existe, por cierto, un urbanis-

mo en el sentido de la urbanología con su sociología, tecnología, ecología y estética de la ciudad. Si se ocupa del arte, será del arte en la ciudad y no de la ciudad. En consecuencia, no puede haber un diseño urbano que modele prácticamente la ciudad como un todo, igual que no podemos tener un diseño social que proyecte la sociedad entera, aunque exista la sociología como ciencia y se conciban *in abstracto* doctrinas políticas.

La ecología objetual existe y nos presenta palmaria su complejidad, como obvia aparece su naturaleza cultural y artificial por estar integrada por objetos, hechuras del hombre. Después de todo, la ciudad consta de arquitectura y de calles, avenidas y plazas, parques y monumentos, así como también de muebles y vitrinas, vehículos y el mundo gráfico de las señales, anuncios y carteles. Es decir, cabe conceptualarla como un sistema de objetos y de espacios que proviene de las diversas artes, artesanías, diseños y tecnologías y, por ende, tiene que ver mucho con nuestro estudio.

No olvidemos que muchas

de las artes visuales, diseños y artesanías tienen la obra pública por un ideal que se ajusta al espíritu socializante de nuestra época. En otras palabras, muchas obras artísticas (monumentos y murales), artesanales (folklore festivo) y diseñísticas (anuncios y edificios) poseen también dimensiones urbanas. Como resultado, tendríamos que todos estos productos son controlados por el diseño urbano, vale decir, que éste se constituye en el organizador, transformador y significador de los espacios y objetos urbanos. Pero sólo en teoría, como veremos. Porque en la práctica el verdadero controlador es el Estado.

Si bien seguimos percibiendo cada una de las partes de la metrópoli, hoy nos resulta imposible formarnos una imagen de la totalidad de la urbe en que vivimos y tampoco podemos identificarla con su centro único, como antes. Ha desaparecido este centro y hoy nos reducimos a nuestra habitación, calle o barrio, ya que la totalidad se nos escapa al poseer varios centros y haberse extendido descomunalmente. Por otro lado, y empleando un poco de realismo

y de actualidad, solemos tomar la ciudad por una red de vías de comunicación, ya que el hombre actual anda preocupado por el tránsito entre su hogar y los lugares de trabajo, esparcimiento, compras y educación. Le preocupa, porque la ciudad tiende a ser cada día más un conjunto de pistas para automóviles, con perjuicio de los peatones. Es así como el ciudadano comienza a desistir de centrarse en los objetos, para poner su atención en la dinámica de la ciudad, lo más real y actual de ella. No en vano la metrópoli es la obra más "cinética" del hombre.

Urbe y ecología objetual son lo mismo. Pero la urbe es mucho más que esto y entraña varios procesos, pugnas y correlaciones que nos es menester conocer con el fin de poder tasar mejor las posibilidades que actualmente tiene el diseño urbano en el fenómeno sociocultural del arte de nuestro tiempo. Y como es de suponer, estos procesos, pugnas y correlaciones tienen lugar a través únicamente de los hombres, esto es, de los habitantes de la ciudad. El hombre también corporiza pues es parte de la ciudad; parte importante si consi-



*La ciudad como habitat es el conjunto de relaciones entre los sujetos y los objetos que contiene, y sería limitado definirla sólo por una de estas variantes*

deramos que simultáneamente es padre e hijo, autor y destino de la misma. Al fin y al cabo, no existe ecología objetiva sin su correspondiente demoeología ni sin la subjetividad estética de ésta, destinataria ella de lo artístico que contienen los componentes de la metrópoli, sobre todo los más útiles y cotidianos. "La ciudad como *habitat* es el conjunto de relaciones entre los sujetos y los objetos que contiene, y sería limitado definirla sólo por una de estas variantes".

La ciudad moldea nuestra sensibilidad sin que lo advirtamos y determina sus necesidades y sus rasgos colectivos, los que vienen a sumarse a los elementos comunes del legado subjetivo-cultural o idiosincrasia grupal o nacional. Por otro lado, las necesidades sensitivas que nos determina la ciudad son satisfechas por esta misma a medida que crece, evoluciona o se deteriora; a veces fuerzas independientes nos ofrecen oportunidades para corregir, ampliar o renovar radicalmente nuestros patrones sensitivos o estéticos. Podemos hablar, por tanto, de una ecostética urbana como parte de una socioes-



namente y en forma fugaz ofrecen oportunidades correctivo-renovadoras a nuestra sensibilidad. Empero, estas oportunidades solamente son recogidas por los miembros de los grupos progresistas, ya que la mayoría demográfica sigue sumisa al Estado, a fuerza de halagos y represiones. Las oportunidades, como dijimos, son fugaces, porque a la corta o a la larga todo producto cultural termina beneficiando al Estado. Y mal si el Estado y el pueblo no son idénticos.

Lo que ya manifestamos sobre el diseño arquitectural es aplicable al urbano. Nos referimos a que el Estado busca prestigio o autodeificación en los elementos de la ciudad, es el organismo más importante política y culturalmente de su país. Pero su retórica no obedece a un mero esteticismo. Busca articular la ciudad con el fin de difundir mejor las ideologías dominantes. Y es que aun en el caso de una descentralización política, la metrópoli desempeña un papel culturalmente rector e impone al resto del país patrones sensitivos y mentales, normas y costumbres.

No es tan sencilla, sin em-

bargo, la dinámica arte-estética en la metrópoli; menos aún lo será la de ésta como totalidad. Porque la ciudad, en sentido general, es el producto cultural que con más fuerza evidencia la compleja relación del arte con la sociedad. En especial, nos corrobora la complementariedad de las artes, al revelarnos con claridad cuán limitados o pobres son los efectos colectivos y estéticos de una obra; tendencia o arte aislado. Sólo la totalidad de los múltiples y diversos objetos y espacios que integran la ciudad cuenta como responsable de la existencia de rasgos sensitivos comunes o, lo que es lo mismo, de la subjetividad estética colectiva, aunque únicamente las obras aisladas cuentan en el consumo artístico, si es que —como debe ser— diferenciamos lo artístico de lo estético, como la parte del todo y lo consciente de lo inadvertido.

Las obras aisladas cuentan como objetos, desde luego. Y es que son muy pocos los que perciben lo ambiental o espacial de la totalidad urbana, no obstante que todos recibimos en forma inconsciente la impronta de sus efectos. El consumo

artístico implica, en cambio, una movilización consciente de la subjetividad estética y de las nociones o ideas de arte, productos todos del ámbito urbano. Sin faltar, por cierto, las ideologías prácticas subyacentes en esta subjetividad y en estas ideas.

Si una obra aislada no cambia mayormente a la ciudad, menos puede alterar sustancial y permanentemente a un hombre, mayor aún será su impotencia para incidir en la colectividad. Con todo, las obras aisladas son indispensables en la complementariedad de las artes (otra vez las partes y el todo) y también lo son como única posibilidad de la producción del individuo en la mayoría de las artes. Toda ciudad es susceptible de ser embellecida mediante objetos y espacios artísticos aislados. Pero el embellecimiento requiere cambios en la subjetividad estética colectiva (psicología social), puesto que ésta y la ciudad se interactúan. Por tanto, presupone mejoras en los procesos, pugnas y correlaciones propios de la urbe, más el mejoramiento de sus migraciones internas y externas. Mejor si detrás del embellecimiento hay acti-

tudes progresistas que "superen" nuestra dependencia, momento histórico y efectos del modo de producción en la base de nuestra sociedad.

Bien, ¿qué puede hacer el diseño urbano en cuanto al embellecimiento real de la ciudad? Porque hasta ahora sólo hemos hablado de las posibilidades de los espacios y objetos, así como del control que prácticamente ejerce el Estado, y no hemos aludido para nada a la organización o articulación de tales espacios y objetos, tarea específica del diseño urbano.

Inquestionablemente, el diseño urbano no puede obviar las presiones del Estado, de la misma manera que no le es posible criticar a su sociedad ni al poder político. Es el precio que ha de pagar por ser diseño y estar consecuentemente más cerca de la base material de la sociedad y de lo biológico de los usuarios. El arte de la pintura, pongamos el caso, hállese capacitado para lanzar discursos contra la sociedad, pero no el diseño urbano, cuyas obras en sí constituyen discursos sociales o de la misma sociedad, si nos remitimos a la utilidad

práctica de los espacios y objetos urbanos. En definitiva, el diseño tendrá que ser realista y atenerse a los progresos relativos que le permitan las prioridades económicas, clasistas y políticas que le impone el Estado.

La pregunta nos lleva también a la utopía de todo diseño: a la aspiración de embellecer completamente el *habitat* junto con su contenido y hacer que las preferencias y hábitos de la subjetividad estética colectiva sean enteramente artísticos y de los mejores del hombre. En buena cuenta, el diseño pretende reprogramar la sensibilidad colectiva, uniformándola y construyéndola a lo festivo, esto es, negándole lo vital de las actividades correctivo-renovadoras. Sin embargo, como advierte claramente Ch. Alexander, "un buen medio ambiente no es aquel que satisface las necesidades humanas, sino el que permite que el hombre las satisfaga" aunque preferimos pensar en el principio hegeliano de que "la contradicción es lo que hace avanzar".

Nuestra posición en contra de la utopía del diseño choca, por supuesto, con el hecho de que sólo

ciertas clases sociales tienen acceso a lo que permite satisfacer necesidades y a lo fructífero de las contradicciones dialécticas. Sabemos que es menester una educación artística apropiada para poder difundir los recursos intelectuales y sensitivos que requiere el consumo artístico, en especial el de las obras recién nacidas. Pero sabemos igualmente que el problema está más bien en crear recursos que capaciten al consumidor a cambiar el signo de las ideologías dominantes que portan las obras de arte, ya que el Estado realiza iguales cambios para poner en su favor todo producto cultural nuevo. Comoquiera que sea, el totalitarismo que presupone la utopía del diseño será invalidado por el cambio constante del medio que para la ciudad es la sociedad misma, porque el desarrollo de las fuerzas productivas obliga a la ciudad a cambiar.

La interdependencia de los elementos, que es una de las características consustanciales de la urbe como sistema, dista de ser estática. Es dinámica y por tanto implica proceso y transformaciones, tanto de las partes como del todo, así externos

tudes progresistas que "superen" nuestra dependencia, momento histórico y efectos del modo de producción en la base de nuestra sociedad.

Bien, ¿qué puede hacer el diseño urbano en cuanto al embellecimiento real de la ciudad? Porque hasta ahora sólo hemos hablado de las posibilidades de los espacios y objetos, así como del control que prácticamente ejerce el Estado, y no hemos aludido para nada a la organización o articulación de tales espacios y objetos, tarea específica del diseño urbano.

Incuestionablemente, el diseño urbano no puede obviar las presiones del Estado, de la misma manera que no le es posible criticar a su sociedad ni al poder político. Es el precio que ha de pagar por ser diseño y estar consecuentemente más cerca de la base material de la sociedad y de lo biológico de los usuarios. El arte de la pintura, pongamos el caso, hállase capacitado para lanzar discursos contra la sociedad, pero no el diseño urbano, cuyas obras en sí constituyen discursos sociales o de la misma sociedad, si nos remitimos a la utilidad

práctica de los espacios y objetos urbanos. En definitiva, el diseño tendrá que ser realista y atenerse a los progresos relativos que le permitan las prioridades económicas, clasistas y políticas que le impone el Estado.

La pregunta nos lleva también a la utopía de todo diseño: a la aspiración de embellecer completamente el *habitat* junto con su contenido y hacer que las preferencias y hábitos de la subjetividad estética colectiva sean enteramente artísticos y de los mejores del hombre. En buena cuenta, el diseño pretende reprogramar la sensibilidad colectiva, uniformándola y constriniéndola a lo festivo, esto es, negándole lo vital de las actividades correctivo-renovadoras. Sin embargo, como advierte claramente Ch. Alexander, "un buen medio ambiente no es aquel que satisface las necesidades humanas, sino el que permite que el hombre las satisfaga" aunque preferimos pensar en el principio hegeliano de que "la contradicción es lo que hace avanzar".

Nuestra posición en contra de la utopía del diseño choca, por supuesto, con el hecho de que sólo

ciertas clases sociales tienen acceso a lo que permite satisfacer necesidades y a lo fructífero de las contradicciones dialécticas. Sabemos que es menester una educación artística apropiada para poder difundir los recursos intelectuales y sensitivos que requiere el consumo artístico, en especial el de las obras recién nacidas. Pero sabemos igualmente que el problema está más bien en crear recursos que capaciten al consumidor a cambiar el signo de las ideologías dominantes que portan las obras de arte, ya que el Estado realiza iguales cambios para poner en su favor todo producto cultural nuevo. Comoquiera que sea, el totalitarismo que presupone la utopía del diseño será invalidado por el cambio constante del medio que para la ciudad es la sociedad misma, porque el desarrollo de las fuerzas productivas obliga a la ciudad a cambiar.

La interdependencia de los elementos, que es una de las características consustanciales de la urbe como sistema, dista de ser estática. Es dinámica y por tanto implica proceso y transformaciones, tanto de las partes como del todo, así externos



*Los movimientos demográficos provocan la explosión urbana y los cinturones de miseria, más la consecuente ruralización de la metrópoli y la urbanización de la cultura nacional.*

como internos, todos regulados por la dinámica socioeconómica de la sociedad a la que pertenece la metrópoli en cuestión. Las migraciones serían un buen síntoma y ejemplo de estas transportaciones. Como tales designamos, en primer término, los movimientos demográficos que van desde el campo a la ciudad, provocando la explosión urbana y los cinturones de miseria, más la consecuente ruralización de la metrópoli y la urbanización de la cultura nacional. Como ya dijimos, aquí la cultura popular urbana

enfrenta a la cultura hegemónica y la transforma; la enfrenta como adoptando una nueva versión de la lucha de clases.

Luego tenemos las migraciones internas que se suscitan cuando, al ir a ocupar zonas residenciales en la periferia, las clases dirigentes abandonan el centro y los otros sectores de la ciudad, los que, un tanto deteriorados, pasan por una mesocratización y una posterior tugurización. Es así como por cada barrio van pasando los distintos estratos sociales y de barrio a barrio se establecen diferencias sociojerárquicas.

La dinámica metropolitana continúa en los equilibrios que se rompen y restablecen (son cambiantes) y que existen entre los diferentes espacios urbanos; los privados y los públicos, los de esparcimiento y educación, de información y deporte, de circulación peatonal y automovilística, de juego y comercio, etcétera. A estos equilibrios habría que añadir los de los objetos o diferentes muebles (o servicios), tales como casetas de teléfono, buzones postales, depósitos de basura, anuncios, vitrinas, alumbrado,

grifos contra incendio, transporte colectivo, etcétera, sin olvidar las diferentes ocupaciones propias de la calle. Todos estos equilibrios determinan los medios que "permiten satisfacer necesidades prácticas", expresan lo artístico y suelen servir de pautas para aquilatar la operatividad de una ciudad. En la dinámica de los espacios culturales habrá que considerar la participación real de la colectividad, la cual determina el movimiento de las multitudes; participación que depende del acceso que tiene cada clase social, por ser función, en última instancia, de la dinámica socioeconómica de la sociedad.

Pues bien, todos los espacios y objetos urbanos constituyen también lenguajes. Los habitantes de la ciudad, después de todo, significan los objetos y los espacios según códigos no escritos de aceptación general. Dicho en otras palabras, en cada país y colectividad los objetos son sometidos a determinadas relaciones sociales. Por eso cualquier error o abuso no será culpa de los objetos, sino de las relaciones que con ellos mantienen los hombres a instancias

de las ideologías dominantes. Estamos ante el proceso de significar o de generar significaciones que hoy se denomina semiosis, fenómeno social del cual se ocupa la semiología o semiótica y en el que las formas adquieren más importancia que la función práctica misma, como ya vimos en el caso del diseño industrial y del arquitectural. Los objetos no sólo existen físicamente; también existen socialmente y esto cuenta más para el hombre.

Al mirar el diseño urbano al trasluz de nuestras metrópolis y de la realidad social a que corresponden, no nos queda otra cosa sino admitir que este diseño tiene y debe tener entre nosotros mayor importancia como actividad tecnológica, utilitaria e ingenieril que como manifestación artística. (Lo mismo vimos en el diseño industrial y en el arquitectural.) Habrá que admitir también que la mayoría de las protestas contra la vida metropolitana proviene de la resistencia del hombre actual a compartir los espacios públicos con multitudes. Se habla mucho de contaminación ambiental, pero los miembros de las clases do-

minantes suelen ver igual o peor contaminación en la ruralización de la demoeología urbana, esto es, en el hecho de que la miseria circule también en las calles, plazas y otros lugares públicos.

El factor humano es decisivo, no cabe duda. Sea victimario o víctima, el hombre con su psicología social o idiosincrasia nacional desempeña un rol importante en la formulación y solución de los problemas urbanos. El embellecimiento de la ciudad no incumbe solamente a los objetos y espacios; concierne igualmente a los comportamientos humanos o dinámica demoeológica, función directa de la estructuración justa o injusta de la sociedad.

Resumiendo, en los objetos y espacios públicos de la ciudad confluyen muchas artes, todos los diseños y algunas artesanías. De este modo la metrópoli resulta la mayor concentración de los productos materiales de la cultura, los que como medios de consumo y medios de producción —son las dos cosas a la vez— determinan una mayor producción cultural y una más intensa circulación



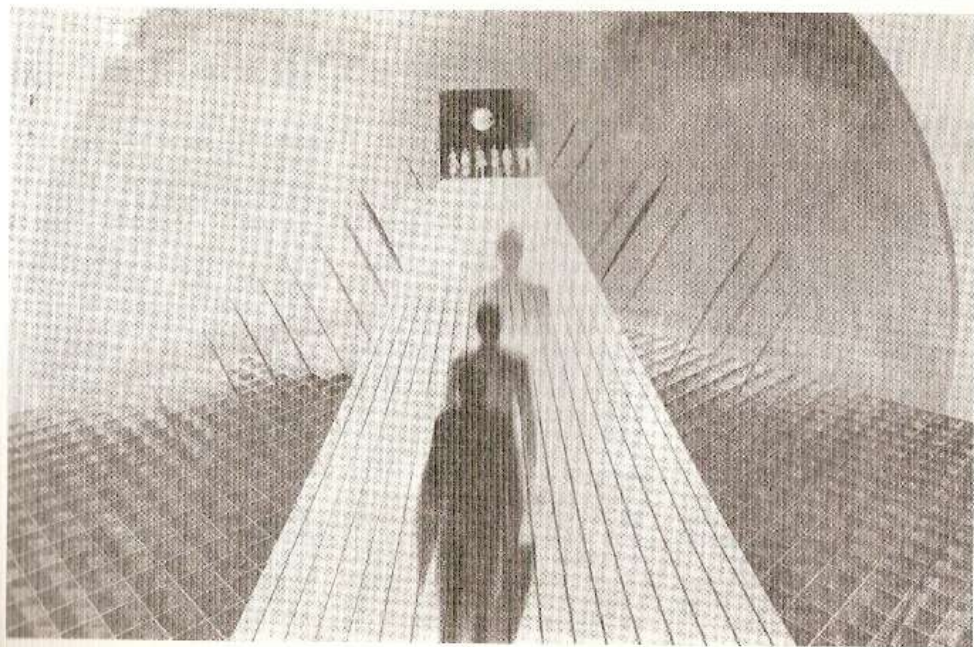
*El artista que pretenda salvar la ciudad con su obra, comete el mismo error que los urbanistas que se figuran capacitados para manejarla artísticamente*

de ideas nuevas. Los lugares públicos moldean la subjetividad estética de sus habitantes y los semipúblicos ofrecen obras de arte (museos y galerías). Pero no hay que exagerar la importancia de la ciudad en la vida sensitiva del hombre actual. Porque dentro de la complementariedad de las artes, habrá que considerar lo decisivo de lo artístico de las narraciones del cine y de la novela en la mente, sensibilidad y afectividad del hombre de hoy. Estas narraciones tienen mayor alcance demográfico y más efectos artísticos que las artes visuales tradicionales. En el espacio privado se dan la lectura y la televisión, mientras que en el semipúblico encontramos el cine y la música.

Es posible que se nos reproche habernos despreocupado de lo puramente artístico de los diseños. Pero resulta que más nos interesa saber cómo se forma lo artístico y qué fuerzas lo determinan. El arte está en todas partes, y todo depende de las ideas que nos lleven a él y las que genere en nosotros. Nos preocupa en suma, la sociología del producto de las artes visuales, en especial, y de la

estructura artística, en general.

En conclusión, tenemos un diseño urbano como actividad proyectual de partes de la metrópoli. Es callejero, de plazas o barrios, pero no de la ciudad entera. Ninguna persona ni equipo puede manejarla, embellecerla, prever su curso o percibirla como totalidad. De allí que el artista que pretenda salvar la ciudad (o la sociedad) con su obra, comete el mismo error que los urbanistas que se figuran capacitados para manejarla artísticamente. No existe una estructura artística de la totalidad de la urbe. La ciudad es vida y como tal entraña contradicciones múltiples. Por eso existen obras artísticas de valía en ciudades feas, así como en sociedades injustas. Es la metrópoli en donde las artes, las artesanías y los diseños van dejando lo bueno y lo malo de sus actividades. Como totalidad hállase muy cerca de la base material de la sociedad y de su tecnología. Por eso decíamos que el diseño urbano es cuestión de tecnología más que de arte en nuestra América.



## El diseño icónico verbal y el audiovisual

Si con el fin de puntualizar mejor los problemas generales de los diseños, objetivamos sus vínculos tecnológicos —a manera de balance— en el diagrama mostrado, nos saldrá al encuentro —junto con otras conclusiones— la cuestión de ver si ciertos procedimientos proyectuales y directorales ameritan o no la designación de diseños. Pensamos, desde luego, en los procedimientos hoy empleados en la producción de informaciones y esparcimientos, tanto los icónico-verbales de los impresos masivos como los audiovisuales de las imágenes luminicas (transparencias y cine) y las electrónicas (TV). Porque no faltan similitudes sustanciales entre los diseños de aceptación general y estos procedimientos que todavía carecen de nombre propio y que son utilizados por directores de diarios, revistas y programas televisuales, quienes no imaginan que están ni lo aceptarían.

El diseño gráfico consta de

procedimientos proyectuales y hállase al servicio de la producción de impresos. En el caso de los afiches o de los textos literarios, científicos o tecnológicos, bastará dicho diseño, ya que la misma página se repite en cuanto a su ordenamiento interno. Pero será insuficiente en aquellos productos que constituyen conjuntos de páginas diferentes, tales como los periódicos y revistas masivas. Porque estos productos requieren unos procedimientos directorales que regulen las sucesiones y los contenidos de las páginas y que se apoyen en el diseño gráfico. Aquí tiene lugar una especie de diseño icónico-verbal, en la medida en que es realizada la misma tarea de diseño urbano, a saber: la de organizar productos de otros diseños. Por las mismas razones habrá una suerte de diseño audiovisual en las operaciones proyectuales y directorales exigidas por la producción de informaciones y de esparcimientos comerciales que

emplean técnicas cinematográficas, televisuales o las de las transparencias combinadas con grabaciones auditivas.

Los diseños nacen y se desarrollan al servicio de la tecnología, esto es, de la actual producción electromecánica de objetos. No cabe discusión alguna. Sólo el exacerbado "autocentrismo" de los intereses artísticos pueden aseverar lo contrario, como a menudo sucede, aunque las artes tradicionales usaron y siguen usando procedimientos, herramientas y materiales procedentes de los adelantos tecnológicos con el fin de evolucionar o de renovarse. Ya en uno de los capítulos anteriores tuvimos oportunidad de afirmar que el procedimiento entre mecánico y manual que denominamos *grabado* apareció y creció con fines informativos, los que en aquel entonces apuntaban a la exclusiva difusión de lo permanente del tema religioso, de un monumento no-

## El diseño icónico verbal y el audiovisual

Si con el fin de puntualizar mejor los problemas generales de los diseños, objetivamos sus vínculos tecnológicos —a manera de balance— en el diagrama mostrado, nos saldrá al encuentro —junto con otras conclusiones— la cuestión de ver si ciertos procedimientos proyectuales y directorales ameritan o no la designación de diseños. Pensamos, desde luego, en los procedimientos hoy empleados en la producción de informaciones y esparcimientos, tanto los icónico-verbales de los impresos masivos como los audiovisuales de las imágenes luminicas (transparencias y cine) y las electrónicas (TV). Porque no faltan similitudes sustanciales entre los diseños de aceptación general y estos procedimientos que todavía carecen de nombre propio y que son utilizados por directores de diarios, revistas y programas televisuales, quienes no imaginan que están ni lo aceptarían.

El diseño gráfico consta de

procedimientos proyectuales y hállase al servicio de la producción de impresos. En el caso de los afiches o de los textos literarios, científicos o tecnológicos, bastará dicho diseño, ya que la misma página se repite en cuanto a su ordenamiento interno. Pero será insuficiente en aquellos productos que constituyen conjuntos de páginas diferentes, tales como los periódicos y revistas masivas. Porque estos productos requieren unos procedimientos directorales que regulen las sucesiones y los contenidos de las páginas y que se apoyen en el diseño gráfico. Aquí tiene lugar una especie de diseño icónico-verbal, en la medida en que es realizada la misma tarea de diseño urbano, a saber: la de organizar productos de otros diseños. Por las mismas razones habrá una suerte de diseño audiovisual en las operaciones proyectuales y directorales exigidas por la producción de informaciones y de esparcimientos comerciales que

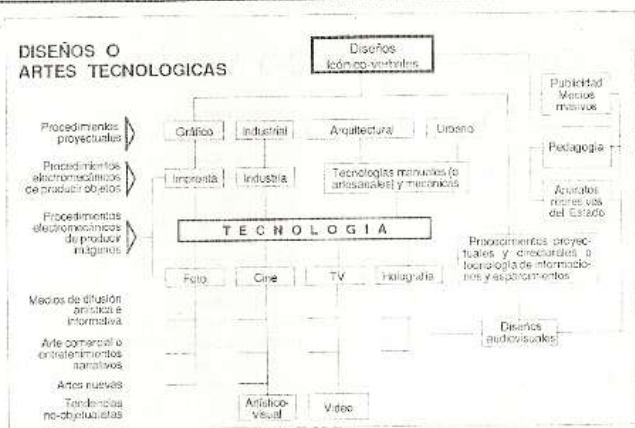
emplean técnicas cinematográficas, televisuales o las de las transparencias combinadas con grabaciones auditivas.

Los diseños nacen y se desarrollan al servicio de la tecnología, esto es, de la actual producción electromecánica de objetos. No cabe discusión alguna. Sólo el exacerbado "autocentrismo" de los intereses artísticos pueden aseverar lo contrario, como a menudo sucede, aunque las artes tradicionales usaron y siguen usando procedimientos, herramientas y materiales procedentes de los adelantos tecnológicos con el fin de evolucionar o de renovarse. Ya en uno de los capítulos anteriores tuvimos oportunidad de afirmar que el procedimiento entre mecánico y manual que denominamos *grabado* apareció y creció con fines informativos, los que en aquel entonces apuntaban a la exclusiva difusión de lo permanente del tema religioso, de un monumento no-

table, de una proeza humana o de una obra de arte admirable. Porque el texto impreso de la noticia, efímera por naturaleza, es de nuestro tiempo.

La tecnología tuvo siempre dos metas: 1) Desarrollar técnicas de registrar, reproducir, difundir y almacenar informaciones verbales e icónicas como obligadas prolongaciones del idioma, tanto de la escritura como del habla; 2) Estetizar sus productos práctico-utilitarios, para lo cual la tecnología de hoy ha creado precisamente los diseños. Las soluciones dependen obviamente del estado de la tecnología: manual, mecánica, electromecánica o electrónica.

Las artesanías (que son tecnologías manuales del pasado) persiguen objetos, ora práctico-utilitarios (artesanías utilitarias), ora no-prácticos (artesanías artísticas). Con los diseños sucede igual, puesto que el industrial, el arquitectural y el urbano tienen que ver con objetos y espacios tendientes a satisfacer necesidades biológicas del usuario, por lo que caminan cerca de la base material de la sociedad, mientras que el diseño gráfico satisface necesidades intelect-



*Los diseños nacen y se desarrollan al servicio de la tecnología, esto es, de la actual producción electromecánica de objetos*

tuales, sensitivas, afectivas o meramente informativas. Si se quiere, fue una tarea legítima tecnológica la de crear y perfeccionar medios mecánicos de producir textos y dibujos permitiendo el registro, la difusión y el almacenamiento de informaciones y obras literarias, científicas o tecnológicas. En esas informaciones y obras bastaba la dosis artística o sensitiva que normal e inadvertidamente deposita el hombre en todas y cada una de sus obras o que esperamos en las obras de los demás.

Lo que acabamos de señalar pertenece a la obligación de la tecnología de prolongar el habla y la escritura, vale decir, de expandir los medios de comunicación interhumana. Sin embargo, la tecnología va mucho más allá y se irroga la obligación de razonar y sistematizar, en forma de diseño, los efectos sensitivos y persuasivos de los productos de la imprenta. Y esto sí nos es extraño, ya que el encauce y el manejo de estos efectos sólo pueden interesar al Estado y a los propietarios de los medios de producción tecnológica.

Porque viéndolo bien, el di-

seño gráfico beneficia directamente a la publicidad, la cual requiere ya unos procedimientos proyectuales y directorales para promover con eficacia la venta de productos, creando prestigios cualitativos. La publicidad, después de todo, es una extensión de la difusión de informaciones que utiliza lo artístico del diseño gráfico, lo convierte en persuasión y le agrega manipulaciones que son capaces de generar unos textos y unas imágenes estratégicamente elegidos y escenificados. La publicidad permite al Estado identificar abusivamente la educación (la pedagogía) con la autodefinición y con las persuasiones y represiones (mediante aparatos represivos) que definen y enraizan la ideología dominante. La publicidad, por último, habilita a los industriales para crearle a la colectividad necesidades artificiales dirigidas al consumismo, al mismo tiempo que le va inculcando la importancia de las significaciones sociales de los utensilios, hasta lograr que el símbolo-*status* del objeto nos interese más que su misma función utilitaria.

Con la afinación de los ca-

nales gráficos de las persuasiones, resultaba más factible instaurar la belleza funcional o el concepto del objeto artístico que buscaba la tecnología para contrarrestar el anti-maquinismo del romanticismo y "humanizar" los productos industriales. Es así como la estructura tecnológica de los elementos indispensables o puros del utensilio se trastoca en estructura artística. En la consolidación y propagación de los esteticismos y formalismos encaminados a sobrevalorar los objetos contribuyen, por cierto, las manifestaciones de las artes visuales tradicionales que prohijan en nombre del vanguardismo los ideales del tecnocratismo.

En principio no hay nada malo ni novedoso en esto de estetizar los utensilios. La tecnología manual del pasado —hoy artesanía— buscó también el embellecimiento de sus productos mediante la inserción de ornamentos, ya que hacía caso omiso de la pureza funcional que justamente la actual tecnología enfatiza. El productor de aquel entonces —igual que el artesano actual— fusionaba las operaciones manuales con los procedi-

mientos proyectuales que vienen in-sitos en la tradición. Lo malo y no vedoso está en que la tecnología desarrolla técnicas mentales y sensitivas para haceros creer que el hombre puede vivir con la belleza únicamente de los objetos.

El desarrollo de las persuasiones icónico-verbales de los impresos pronto es acelerado por los procedimientos mecánicos de producir imágenes que trae la fotografía, cuyas derivaciones aportan más tarde las persuasiones audiovisuales del cine y la televisión (la holografía encuéntrase todavía poco desarrollada). Así, la tecnología perfecciona no sólo el registro, transmisión, reproducción y almacenamiento de las informaciones verbales, sino también las icónicas que captan fiel y directamente la realidad visible. Es más: elabora recursos para producir electrónicamente imágenes sin recurrir a la realidad visible o cámara. Y lo más importante: produce narraciones audiovisuales, las que devienen los entretenimientos mas populares y efectivos de nuestro tiempo.

La foto, el cine y la TV son inquestionablemente procedimientos

mecánicos de producir imágenes. En esto debemos ser claros y categóricos. No constituyen artes, como se supone, de tal suerte que en su calidad de procedimientos pueden tener múltiples aplicaciones, las artísticas incluidas. Decimos esto porque estamos habituados a tomar por artística toda producción manual de imágenes. No sólo por el valor de la *mimesis*, explicable en épocas prefotográficas, sino como expresión del individuo, ya que la manualidad del colorear, dibujar y modelar va dejando huellas de realidades escondidas en la subjetividad del productor, atributos manuales que no escasean en la artesanía. Todo producto humano contiene elementos sensitivos (ó estéticos), pero no todos obedecen a las finalidades artísticas que demanda cada momento histórico y toda colectividad. Es decir, no todos cumplen con la actualidad que debe tener todo contenido artístico, en lo que hace a enfrentar los problemas mayores de la subjetividad estética del hombre de hoy y beneficiar a su colectividad.

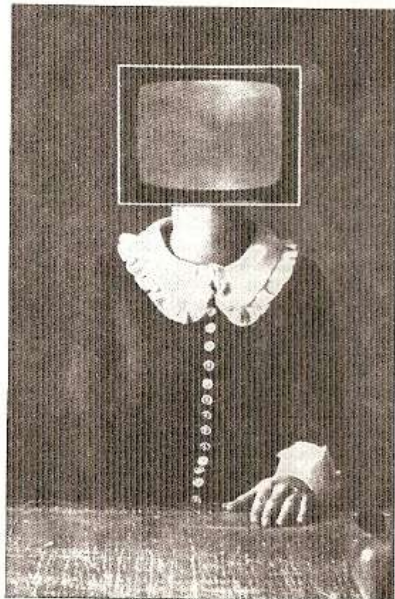
La foto, el cine y la TV como procedimientos tecnológicos tienen di-

ferentes usos sociales y actúan consiguientemente como medios de difusión de informaciones o productos culturales (obras de arte, ciencia y tecnología), como medios de producción artística (*collages* y *happenings*, por ejemplo), como entretenimientos, como artes nuevas (salvo la TV, que todavía no encuentra su especificidad artística) o como manifestaciones no-objetualistas (video y cine artístico-visual). Pues bien, nos resulta fácil diferenciar cada uso sin atribuirles a todos la condición artística, mientras tendemos siempre a ver como artístico todo empleo de los procedimientos manuales de producir imágenes, como la pintura, la escultura y el dibujo. Y es que sea cual fuere su empleo, siempre habrá —como ya hemos dicho— una expresividad que es artística y que todavía oponemos a la impersonalidad de los productos maquinistas de los diseños. ¿Será cuestión del individualismo burgués que iniciara el manierismo y consolidara el romanticismo?

Si bien las técnicas manuales conservan la expresividad como virtud, resultan inoperantes para ser usadas como medios de difusión de

**El uso de los procedimientos proyectuales**

*Creemos justificado rotular de diseños a los procedimientos proyectuales y directorales de las informaciones y esparcimientos icónico-verbales y los audio-visuales de tipo comercial*



informaciones y como entretenimientos, dado que las técnicas electromecánicas las aventajan en todo y con largueza, salvo el dibujo, que retiene interés a través de las tiras cómicas y los dibujos animados. Por lo demás, sólo el arte popular y las manifestaciones conservadoras del arte culto se atienen a las operaciones manuales. Porque las manifestaciones artísticas que van en contra de su pasado y de los medios masivos, como los no-objetualismos, suprimen lo manual y recurren a los procedimientos proyectuales y directorales de los diseños.

Volviendo a nuestra cuestión de los diseños posibles y basándonos en algunas consideraciones presentadas, creemos justificado rotular de diseños a los procedimientos proyectuales y directorales de las informaciones y esparcimientos icónico-verbales y los audio-visuales de tipo comercial. En primer término, porque encontramos que cumplen con las condiciones de producción y con las del mercado, como cualquier diseño. Luego —y esto es lo importante—, porque buscan que las sucesiones



Si bien las técnicas manuales conservan la expresividad como virtud, resultan inoperantes para ser usadas como medios de difusión de informaciones y como entretenimientos, dado que las técnicas electromecánicas las aventajan en todo y con largueza, salvo el dibujo, que retiene interés a través de las tiras cómicas y los dibujos animados

icónico-verbales y audiovisuales sean ambivalentes, vale decir, conjugables en dos tiempos estructurales: el informativo, narrativo o lúdico y el artístico.

Obsérvese que la foto, el cine y la TV, como productos artísticos y a diferencia de los comerciales, están forzados a buscar la supremacía de la estructura artística sobre la narrativa o informativa, que por lo regular se halla enrarecida. Además, se ajustan, no a las condiciones del mercado, sino a las del espacio intelectual: conforme o radio que existe

en toda sociedad. Y se ajustan a este espacio porque van en contra de la tradición artística y de los diseños. Estamos ante el arte como crítica social y artística, que con el desligamiento de toda utilidad práctica y de todo consumo mayoritario aumenta su libertad relativa y deviene radical. Si respeta la tradición, sus hallazgos serán aprovechados por los diseños, mientras el Estado invalida por absorción cualquier posible radicalismo.

Está por demás repetir aquí los beneficios y los beneficiarios de los diseños icónico-verbales y de los

audiovisuales, puesto que son los mismos que señalamos cuando nos referíamos al diseño gráfico. Por otro lado, es muy posible que se nos objete que tales diseños incumben a las artes de los espectáculos y no a las visuales. Sin embargo, y aparte de que los artistas visuales más radicales han hecho suyos los problemas de los espectáculos a través de sus ambientaciones y acciones corporales, nos sentimos obligados a señalar la existencia de todo producto o procedimiento que incida en la subjetividad estética o sensibilidad. Sobre todo, tratándose de manifestaciones tan populares e importantes como la foto, el cine y la TV, cuyos resortes artísticos son soslayados por fuerzas ocultas e interesadas en el manejo de las mentes y sensibilidades.

Al insistir en los diseños, incluyendo los aún anónimos, comprobamos una vez más que no existen objetos artísticos por un lado y tecnológicos por el otro, como muchos asumen. En consecuencia, no procede buscar el arte tan sólo en los primeros, no obstante que en ellos predomine la estructura artística y en los

segundos la tecnológica. Lo cierto es que los diseños unen estructuras no-artísticas con la artística y modelan y nutren la subjetividad estética colectiva. Y en esto último son mucho más efectivos los diseños audiovisuales y los icónico-verbales. Tal vez convenga la denominación de artes tecnológicas, en lugar de la de diseños, pues realmente estas manifestaciones crean y satisfacen las necesidades artísticas de la colectividad, mientras que las artes tradicionales se reducen a criticar tales necesidades y satisfacciones. Para nosotros, éste sería el verdadero panorama del fenómeno sociocultural del arte de nuestro tiempo.

Como resultado también importante habría que mencionar la transformación radical del sistema de producción artístico-visual que llevan a cabo los diseños de las manifestaciones más radicales de las artes tradicionales. Porque en lugar de los milenarios y característicos procedimientos manuales, tenemos los proyectuales y directorales que llegan al extremo de exaltar la mera elección, como en el caso de los *ready-made*. No olvidemos, además, que las ope-

raciones sensitivo-visuales, en especial las sinlécticas, son suprimidas por el arte conceptual. Parecería absurdo que una manifestación que se cree artística suprima lo específico del arte: lo sensitivo. Pero no lo es si conceptuamos el arte como un fenómeno sociocultural, con la sensibilidad colectiva como protagonista, y no como sucesión de obras. Porque las ideas pueden incidir en esta sensibilidad y serartísticas.

Cuando nos topamos con estas cuestiones conceptuales, es menester siempre que en su trasfondo se muevan la realidad objetiva, los conocimientos que tenemos de ella y lo que la sociedad hace de estos conocimientos en beneficio de mayorías o de minorías. Con todo, las operaciones sensitivo-visuales y las teóricas del sistema de producción artístico-visual siguen vigentes en medio de los cambios que le imponen nuestra época y los intereses colectivos, sobre todo en lo relativo a la semántica y a la pragmática de los productos.



## INDICE

Presentación .....	5
Introducción .....	7
El producto artístico visual .....	13
Las nuevas superficies gráficas .....	27
El diseño gráfico .....	35
El diseño industrial .....	43
El diseño arquitectural .....	55
El diseño urbano .....	67
El diseño icónico-verbal y el audiovisual .....	79



curso

1

Elementos para una teoría del diseño, de Juan Acha, es una compilación de artículos referidos a Diseño Gráfico y Diagramación, realizada por el Instituto de Investigación de la Comunicación Social PERSPECTIVA (UNMSM), sistematizando las diferentes publicaciones que sobre el tema ha desarrollado el autor.

La obra de Juan Acha tiene el doble mérito de ser una visión crítica del fenómeno que estudia, a la vez que personal.

Juan Acha, peruano, docente de la UNAM-MEXICO, en su obra sienta las bases para una teoría del diseño. Pocos son los autores sobre diseño, menos aún los que asumen el punto de vista de Juan Acha. Por tanto es una obra de lectura obligada para todos los que transitan por las rutas del diseño.

