

FREE FOR ALL

Penelope Dean

Si en los inicios del siglo XX el concepto “diseño” hacía referencia a las actividades, objetos, imágenes y espacios interiores producidos por las disciplinas y profesiones del diseño moderno –arquitectónico, gráfico, industrial y de interiores- hoy día alude a esto y mucho más. Nuevos tipos de diseño han surgido en, entre y en combinación con las especialidades tradicionales para traer a presencia un paisaje de diseños emergente: diseño empresarial, instruccional, social, de redes, de experiencia de usuario, climático, de sonido, de negocios, aplicado, verde, universal, de mercado, por nombrar unos cuantos. Casi como por mutación genética, el diseño ha ampliado su campo de acción más allá de los límites de las disciplinas estéticas para abarcar técnicas no-estéticas, servicios, organizaciones de otras profesiones y prácticas cotidianas. Ya radicado en los dominios de las especialidades existentes y en los espacios entre ellos, el diseño ha llegado a definir un contexto donde cada una de sus dimensiones está determinada por un uso regulado. Hoy, esto se entiende como una situación generalizada, un hecho natural, más que un campo construido. Desde los objetos a las ciudades, de los paisajes a la identidad nacional, el diseño simplemente ya no es lo que solía ser.

Para muchos críticos de la cultura y teóricos de la historia, esta disolución de la naturaleza del diseño, de la manera en que un río se divide en varios brazos formando un delta en su desembocadura, representa claramente un declive cultural. La expansión de las actividades, valores, discursos, identidades y profesionales del diseño ha sido, usualmente, interpretada como una caída en desgracia en cuanto le ha hecho perder claridad y propósito al diseño a comienzos del siglo XX: desde la fabricación sistemática de formas hasta el modelado de superficies; desde prácticas maestras hasta aquellas carentes de pericia; desde lo utilitario hasta lo poco práctico; desde objetos hasta servicios y experiencias. Estos discursos críticos pintan un panorama en el que la expansión termina en confusión y pérdida de distingos: entre el diseño y el arte, el diseño y la arquitectura, el diseño y la política, el diseño y los individuos. Pero, desde otra perspectiva, la difusión del diseño ofrece posibilidades emocionantes. En un mundo donde el diseño se ha transformado radicalmente, donde se han incluido las prácticas del diseño moderno existente y se han adoptado nuevos y numerosos valores a menudo contrarios a los dogmas heredados, se pone en duda la validez de las creencias fundamentales. Está en juego no la pérdida de distingos entre campos profesionales, sino la necesidad de reinventar aquello que los dicta. En resumen, toda esta situación da la oportunidad de reevaluar las concepciones que se tienen acerca del diseño y valorar su expansión a través de una re-conceptualización de sus límites.

Fuera de los Límites

Las líneas de pensamiento crítico asumen que los límites vienen dados a priori y que es posible e incluso deseable salvaguardar estas limitaciones preexistentes. Pero la situación actual revela que los límites en realidad no “existen”; son, de hecho, diseñados. Ciertamente son el diseño. La demanda de definiciones fijas y delimitaciones es un llamamiento sin sentido en el nuevo mundo del diseño. No caben árbitros en un todos contra todos, sino solo participantes activos en la ideación de nuevos espacios para el intercambio.

En lugar de retroceder prudentemente a las definiciones originarias de las disciplinas y asignarles los campos de acción que les corresponden en la actualidad, primero nos debemos referir a cómo la reciente expansión del diseño le ha transmitido nuevos rasgos a aquello que podría constituir su marco. Los siguientes seis puntos ofrecen un esbozo esquemático que apunta a desvelar cómo surgen los límites en los campos de acción del diseño, lo que provocan y el modo en que se comportan

Los límites manan desde dentro. Si nada hay fuera del diseño, parafraseando la famosa observación de Jean Baudrillard: “todo le pertenece al diseño” (Baudrillard 1981: 200), entonces, resulta más práctico aproximarse al diseño mirándolo como un cúmulo de cualidades particulares cuidadosamente identificadas, que desde una definición general impuesta desde fuera. El número siempre creciente de géneros, prácticas, objetos, actividades e instituciones del diseño, sigue manifestándose en diversos contextos –corporativo, gubernamental, institucional, académico, doméstico-, son creados por diferentes personas –civiles y expertos-, e ideados, producidos, empaquetados y distribuidos con distintos objetivos –beneficio económico, utilidad pública, consumo masivo, placer personal. Varias prácticas y modos de diseñar compiten hombro con hombro sin una jerarquía; pocos logran aventajarse a los demás y aún menos logran mantener esta primacía en el tiempo. Ciertamente, el diseño es tan diverso en su naturaleza como en sus propósitos; existen enfoques eficientes (comerciales); enfoques puros (disciplinares); y enfoques poco sofisticados como la cultura del “hágalo usted mismo” o DIY (do-it-yourself) en inglés. El repertorio de términos aplicados al diseño, “etiquetas de identificación” como Reyner Banham expresó en otro momento (1955a: 355) –“informativo”, “participativo”, “crítico”, “adaptativo”, “aplicado”, “social”, etc.- no solo evidencian una diferenciación interna, sino que, y más importante aún, revelan los intentos por crear límites a partir del acto de etiquetar. Las etiquetas son para la cultura del diseño lo que las imágenes son para la psicología de la Gestalt: intentos por articular figuras nítidas a partir de antecedentes poco precisos. Las etiquetas brindan legibilidad y especificidad en una situación donde todo es diseño.

Los límites se extrapolan. La alineación de la cultura del diseño con la cultura de mercado (entendida como la cultura de la competencia entre organizaciones y/o particulares por conseguir clientes) muestra una estructuración similar en ambos campos: el fuerte grado de especialización que ordena la cultura del diseño casi reproduce el nivel de diferenciación alcanzado en los nichos de la cultura de mercado. Esta asociación entre campos anteriormente opuestos, a través de características organizacionales, da cuenta de la obsolescencia de aquellas relaciones conflictivas de larga data entre las formas superiores del diseño y “el resto”. Entonces, la permanente iniciativa de los historiadores del arte y de la arquitectura de establecer límites claros, definidos, siguiendo el antiguo lineamiento divisorio entre cultura y mercado, de enfrentar las actividades del diseño comercial a las artes, a la arquitectura o, incluso, al diseño moderno, ha perdido sentido por completo. Los valores del diseño no siempre se oponen a los estándares comerciales; la cultura del diseño no se halla secuestrada en un bosquecillo fuera del alcance de los mercados; y la práctica del diseño no está exclusivamente a cargo de los expertos (ver Edgar Kaufmann Jr. 1954). De la misma manera, los estándares comerciales en sí dejaron de existir de un modo totalizador. No es que simplemente o sobre todo el diseño exista “en” el mercado, sino que los mercados hoy en día han sido ellos mismos diseñados, o están constituidos por el diseño. En circunstancias en que la fusión supera la separación, los límites del diseño no pueden imponerse a priori sobre la base de antiguos valores, sino que deben obtenerse a posteriori para expresar especificidades diferenciadas, tomando prestado un término de la historiadora del arte Rosalind Krauss (2000), a partir de criterios aplicados caso a caso.

Casi como por mutacion geética, el diseño ha ampliado su campo de acción ma’s allá de los límites de las disciplinas estéticas para abarcar técnicas no estéticas, servicios, organizaciones de otras profesiones y prácticas cotidianas.

En un mundo donde el diseño se ha transformado radicalmente, donde se han incluido las prácticas del diseño moderno existente y se han adoptado nuevos y numerosos valores a menudo contrarios a los dogmas heredados, se pone en duda la validez de las creencias fundamentales

La situación actual revela que los límites en realidad no "existen"; son, de hecho, diseñados. Ciertamente son el diseño.

La reciente expansión del diseño le ha transmitido nuevos rasgos a aquello que podría constituir su marco.

El repertorio de términos aplicados al diseño, "etiquetas de identificación" como Reyner Banham expresó en otro momento-"informativo", "participativo", "crítico", "adaptativo", "aplicado", "social", etc.- no solo evidencian una diferenciación interna, sino que, y más importante aún, revelan los intentos por crear límites a partir del acto de etiquetar.

Los límites son temporales. Como sucede con las culturas de mercado, las culturas del diseño escogen un público objetivo –usuarios, consumidores, instituciones, corporaciones, clientes, críticos y titulares- por medio del filtro que prestan los discursos, gustos y prácticas, en un determinado tiempo y espacio. El diseño ahora sale al encuentro del potencial consumidor –“usted”-, se anticipa a sus necesidades mucho antes de que usted sepa que las tiene. Este modelo de captación-por-selección es exactamente lo que los críticos optimistas –Reyner Banham, Peter y Alison Smithson, y Paul Reilly, entre otros- reconocieron en el “British Pop Movement” durante los años 50 y 60. Como Reilly, quien era entonces director del “British Council of Industrial Design” (Consejo Británico de Diseño Industrial), dijo retroactivamente: “un diseño puede ser válido en un momento específico, para un fin determinado y para cierto grupo de personas en circunstancias definidas, pero fuera de eso pierde toda validez; y así mismo pueden existir diferentes soluciones contemporáneas que cuentan con el apoyo de grupos diversos (Reilly 1967: 256). Tornando una actitud de desacuerdo en una de aceptación Reilly, no sin oponer cierta resistencia, rechazó los antiguos principios universales del diseño dictados por los arquitectos modernos al modo de un marco para el diseño industrial, en favor de valores temporales, más libres y populares (ibid.: 256). Así, de una sola vez, los valores del diseño se dejaron de asumir como algo dado y pasaron a concebirse como algo que se produce y se manipula; los límites del diseño ya no estaban impuestos de manera definitiva, sino desarraigados temporalmente. Desde un punto de vista diagramático, los límites pasaron de ser recuadros fijos y contiguos a ser diagramas de Venn susceptibles de cambio. Los límites son actos de (re-)diseño

Los límites evolucionan desde una base común. En su ensayo “La Superficie del Diseño” (título de un capítulo de la obra “El Destino de las Imágenes”) el filósofo francés Jacques Rancière revela diferencias entre las cosas a partir de aquello que tienen en común (Rancière 2009: 91-107). Yuxtapone al arquitecto, diseñador e ingeniero alemán Peter Behrens y al poeta francés Stéphane Mallarmé, para afirmar que ambos comparten la idea de “forma” en sus trabajos, aun reconociendo que uno diseña para el comercio y el otro para el arte: Behrens, a través del lenguaje formal del objeto industrial; Mallarmé, a través del lenguaje gráfico de la tipografía. Queda así declarada su común dedicación a la “forma” en el anhelo compartido por esbozar ciertos órdenes físicos comunitarios: Behrens, una nueva vida en comunidad expresada a través de los objetos; Mallarmé, un domicilio donde la persona se “sienta como en casa” expresado a través del abecedario. El punto al que quiere llegar Rancière es que ambos, Behrens y Mallarmé, proponen ciertas maneras de habitar el mundo, pero consiguen sus objetivos por medio de expresiones materiales diferentes (ibid.: 95-7). La línea que separa sus prácticas se origina en un anhelo común –esto es, proyectar nuevas formas de vivir. Desde este punto inicial divergen las actividades mediante sus respectivas técnicas productivas. Los límites nacen, evolucionan y diferencian las actividades del diseño desde la base de la uniformidad y no por la acción de distingos impuestos (cuyo destino final es converger). Los límites son el resultado de anhelos compartidos o, en palabras de Rancière, de equivalencias (ibid.: 99).

Los límites se correlacionan de manera horizontal. Rancière procede a sugerir que los límites emergen de una dinámica de intercambios laterales o, en sus propias palabras, “cómo dos cosas se asemejan y diferencian la una de la otra” (ibid.: 92). Para Rancière, las “formas” de Mallarmé y Behrens están conectadas por proximidad y por distancia: por una parte, son conceptualmente similares; y por otra, difieren en sus contextos. Es importante destacar que ambas situaciones ocurren de manera simultánea. Los límites se manifiestan en las relaciones colaterales entre las cosas; son espacios de intercambio que dan lugar a sorprendentes contradicciones y asociaciones extrañas; donan conexión y separación. No son niveles que arman una jerarquía. No dictan oposiciones binarias como por ejemplo centro y periferia, diseño y no-diseño, dentro y fuera, porción y total. En cambio, marcan puntos de inflexión, regiones donde un modo de diseñar se equivoca al reconocerse a sí mismo en otro. Esto no equivale a desorden o pérdida de distingos entre las cosas; al contrario, conduce al equilibrio. Los límites del diseño se asocian de manera lateral.

Los límites se regeneran. Los límites no solo articulan modos temporales de diseñar dentro del contexto de la expansión del diseño, sino que también posibilitan esta expansión. Las interacciones entre campos vinculados (como los diseños arquitectónico, gráfico, industrial y de interiores) a lo largo de la historia, han sido superadas actualmente por intercambios entre ámbitos, especialidades, prácticas y objetivos entre los que no se sospechaba relación alguna. Una nueva manera de entender los límites ha arrojado luces sobre aquello que, en el transcurso del tiempo, siempre ha sido cierto acerca de los campos de acción del diseño: la multiplicación exponencial de los límites es, verdaderamente, responsable de la extraordinaria expansión del diseño. Los límites, de manera provisoria, construyen, sostienen, desmantelan y ceden ante la presión. Proliferan. Sus frutos se manifiestan tanto internamente (alimentando modos específicos de expresión) como externamente (alimentando la difusión). Enfocarse en la naturaleza momentánea de las relaciones particulares entre distintos ámbitos –por ejemplo, de cordialidad, simbióticas, volátiles, mal intencionadas, ansiosas, conciliadoras- es un error pues muchas veces el énfasis se pone en las “disputas entre vecinos”. El foco, en cambio, debe ponerse en aquello que los límites dejan permear, no en lo que protegen. Los límites hacen que potenciar el diseño sea una tarea más fácil.

Comportamientos Límite

Para especificar con más detalle la naturaleza operativa de los límites, podemos identificar cuatro técnicas – designación, infusión, emulación y migración- que han contribuido tanto a la expansión del diseño, como al refinamiento de su conformación interna. Estas cuatro formas de intercambio relacional no son absolutas, sino que cada una distingue un acto relacional relevante que, de una forma u otra, aporta a la expansión. Buscan exponer algunas de las maneras en las que el diseño emergió como una continua práctica de selección apreciativa y una situación colectiva al mismo tiempo, y pueden ser mejor comprendidas en términos de la transformación histórica desde el diseño moderno hasta lo que hoy día se puede llamar diseño universal. A partir del siglo XX, no era raro que el diseño no profesional fuera visto al mismo nivel que el diseño profesional; que algunos campos como el diseño de interiores se inspiraran en el diseño arquitectónico; que los arquitectos mejoraran sus obras siguiendo el ejemplo de la producción industrial; y que estos mismos adoptaran planteamientos comerciales para la construcción de la forma.

Reilly (...) rechazó los antiguos principios universales del diseño dictados por los arquitectos modernos al modo de un marco para el diseño industrial, en favor de valores temporales, más libres y populares. Así, (...) los valores del diseño se dejaron de asumir como algo dado y pasaron a concebirse como algo que se produce y se manipula.

Los límites nacen, evolucionan y diferencian las actividades del diseño desde la base de la uniformidad y no por la acción de distingos impuestos (cuyo destino final es converger). Los límites son el resultado de anhelos compartidos o, en palabras de Rancière, de equivalencias.

Los límites se manifiestan en las relaciones colaterales entre las cosas; son espacios de intercambio que dan lugar a sorprendentes contradicciones y asociaciones extrañas; donan conexión y separación. No son niveles que arman una jerarquía. No dictan oposiciones binarias.

Podemos identificar cuatro técnicas - designación, infusión, emulación y migración- que han contribuido tanto a la expansión del diseño, como al refinamiento de su conformación interna. (...) Cada una distingue un acto relacional relevante que, de una manera u otra, aporta a la expansión.

