

El *compromiso* del diseño, de los diseñadores, y de nosotros como docentes

Teresa Camacho; Natalia Stegel
teresa.camacho@anahuac.mx
natalia.setengel53@anahuac.mx
Universidad Anáhuac Querétaro, México

RESUMEN

El texto se corresponde con la participación de la autora en el VI Symposium *grafica* 2020. Su conferencia fue una invitación expresa del Dr. Jesús del Hoyo para colaborar reflexionando sobre el compromiso del diseño, de los diseñadores, desde la práctica y experiencia de la autora. El texto habla pues, del compromiso que los diseñadores tienen como diseñadores, así como el del diseño y del docente de esta disciplina.

PALABRAS CLAVE

Diseño; compromiso; diseñadores; docencia

The design commitment, of the designers, and of us as teachers

ABSTRACT

The text corresponds to the participation of the author in the VI Symposium *grafica* 2020. Her conference was an express invitation from Dr. Jesús del Hoyo to collaborate reflecting on the commitment of design, of designers, from the practice and experience of the author. The text therefore speaks of the commitment that designers have as designers, as well as that of the design and the teaching of this discipline.

KEYWORDS

Design; commitment; designers; teaching

Quiero dejar en claro que esta participación está basada en una reflexión que hicimos la Mtra. Natalia Stengel, socióloga, y yo. Normalmente trabajamos juntas. Esta experiencia ha enriquecido la visión de algunas ONGs sobre el diseño; a nosotros como escuela nos ha permitido fomentar en los alumnos la preocupación a los problemas sociales así como su intervención con soluciones desde el área del diseño gráfico.

Inicio con la definición básica; para mí, el compromiso es una obligación que se contrae por voluntad propia; los motivos que te impulsan a realizarlo tienen diversos orígenes y van de la mano con la educación y el entorno social que nos rodea.

A lo largo de la vida uno va adquiriendo obligaciones: cuando eres niño te puedes comprometer a cuidar de tu mascota, a obtener buenas notas en el colegio, a ir con los amigos de ocio y regresar a una hora determinada o llamar para decir a tus padres que vas a llegar mas tarde; etc. En la medida que uno crece, adquiere más compromisos, muchos de ellos estipulados por la sociedad, como el tener un grado universitario, un coche, irte a vivir solo y dejar de depender de los padres, tener una pareja, entre otros. También te comprometes con actividades sociales de acuerdo a tus intereses o preferencias. Todas estas decisiones contribuyen a ir creando una personalidad que te hace un ser único e irrepetible.

La mayoría de los que estamos aquí es porque tenemos un interés en común, estamos comprometidos con el diseño de alguna manera. Puede ser como profesionales, docentes, investigadores u otra. También muchos podemos coincidir en la preocupación por los problemas sociales, obviamente incluyo los del medio ambiente.

Así que, como profesionales del diseño, tratamos de cumplir los compromisos adquiridos de acuerdo a nuestros valores y principios. Hace años conocí a un gran diseñador, Josef Müller-Brockmann y a su esposa Shisuko Yoshikawua; conversando con ellos de manera informal, recibí en unas horas varias lecciones que me han dejado huella. Primero, que cuando tienes el interés por hacer algo, lo haces. A Josef no lo aceptaron en la escuela por que no había lugares y él insistió en que quería estudiar, la respuesta era la misma: No hay un lugar para ti, las mesas, pupitres ya están todos ocupados. Entoces él fue a buscar uno y lo llevó al salón, así que ya no lo pudieron rechazar. Otra de estas lecciones fue cuando él trabajaba para Philip Morris International y, al leer una nota del periódico, que mencionaba la posibilidad de que fumar podría ser una causante de cáncer, en ese momento cogió el teléfono y llamó para decirles que no trabajaría más para ellos.

Así que como diseñadores también tenemos compromisos y, como docentes, más. Desde hace siete años estoy trabajando en la Universidad Anáhuac Querétaro, lo que significa que empecé a dar clases cuando tenía 43 años; a pesar que me propusieron dar clases, en la Universidad al año de haber terminado mis estudios. La decisión de no dar clases, en ese momento, fue porque yo no me sentía preparada para asumir la responsabilidad de estar frente a 25 o 30 alumnos y hablar de algo que todavía no conocía. Y hasta la fecha cada vez que inicio el semestre me pregunto si lo haré bien, si en verdad le estoy aportando algo a esos jóvenes que están frente a mí. Ser profesor es un gran compromiso porque los alumnos confían en ti, y te piden consejos de todo tipo. Tengo un querido amigo que es rector de la Escuela de Diseño de Altos de Chavón. Su nombre es Stephen Kaplan. Una vez le pregunté como podía con tanta responsabilidad, porque los alumnos se quedaban en la escuela toda la semana y los fines de semana normalmente iban a comprar materiales o a ver sus familias. Su respuesta fue: Teresa, yo duermo como un bebé, me despierto cada tres horas llorando, y me vuelvo a dormir.

Estoy convencida que todos los que estamos en esta plática nos pasa algo similar, porque si no fuera así no estarían participando en este Simposium Gráfica, buscado aportar más al diseño y al conocimiento de éste.

Es nuestro deber como profesionales inculcar en nuestros alumnos el compromiso del diseño, tanto Natalia Stengel como yo si creemos que el diseño puede cambiar o mejorar el mundo y más desde nuestra trinchera que es la educación.

La oferta de la universidad se ha diversificado, de las primeras universidades del mundo, empezando con Bolonia en el siglo XII que sólo ofrecía derecho, leyes, matemáticas, filosofía, astronomía, medicina y farmacia, a las de reciente creación, la multiplicidad de disciplinas se ha incrementado en más de un 400%. Sin embargo, el objetivo sigue siendo el mismo: discutir y difundir el saber, promover las oportunidades para escribir, leer, indagar, escuchar y discernir, por lo menos idealmente. Frente a esto existe una noción de dividir el que-hacer entre técnico y teórico y, pareciera, que el técnico no requeriría de un sustento conceptual, sin embargo la historia ha probado lo contrario, en el caso del diseño Gropius, a partir del trabajo realizado en la Bauhaus afirmó:

La teoría no es una receta para manufacturar el trabajo del arte, sino que es el elemento más esencial de la construcción colectiva; lo provee de una base común en la cual los individuos

pueden crear en equipo la unidad superior del trabajo; la teoría no es el logro de los individuos sino de las generaciones (1992).

La cita anterior plantea de forma precisa aquello sobre lo que quiero hacer énfasis: el compromiso del diseño como disciplina de estudio en las universidades y del diseño que responde responsablemente a las necesidades sociales y contextuales. La enseñanza de la técnica es fundamental, para saber cómo se define la calidad, mientras que la enseñanza del para qué, el cómo y el por qué justifican la existencia o el desarrollo de proyectos de diseño y, al mismo tiempo, brindan una identidad distintiva a las universidades, de forma que se puede identificar la formación de los diseñadores de acuerdo al contenido de su trabajo.

La interpretación de la palabra diseño es muy amplia y como dice John Walker:

puede referirse a un proceso (la práctica, o el acto de diseñar); o el resultado de dicho proceso (un diseño, boceto, plan o modelo); o a los productos fabricados mediante un diseño (bienes de diseño); o a la apariencia o patrón general de un producto (“me gusta el diseño de ese vestido”). (Walker 1989: 23).

Cuando nos referimos al proceso, al quehacer del diseñador, es a la acción de concebir, planificar, proyectar y realizar soluciones para satisfacer necesidades sociales mediante aspectos formales, funcionales y estéticos. Estas soluciones se atienden desde sus principales áreas, entre las que se encuentra la arquitectura, el diseño de objetos, el diseño gráfico y el diseño de indumentaria.

El diseño, en cuanto a productos o servicios diseñados, está en todas partes y si está bien realizado, no podemos percatarnos de que existe. A diario convivimos con él, lo portamos, está en nuestras casas, está en nuestras oficinas, está en nuestras escuelas, está en nuestras mentes.

Es muy fácil que se asocie al diseño con el consumismo debido a que fomenta la producción y venta de diferentes productos o servicios en exceso, lo que corresponde en nuestra definición anterior a los objetos de diseño, que son relacionados muchas veces con lujo. Y de esto nos planteamos dos preguntas ¿El consumismo es la única relación del diseño con la sociedad? No. ¿El diseño puede generar un impacto más profundo en la sociedad, que no sea el comercial? Sí.

El diseño desde sus primeros años, como disciplina, ha tenido una aportación social. Como antecedente, en 1440 Gutenberg propició una revolución definitiva para la cultura: los tipos mó-

viles y el desarrollo de la impresión. A finales del siglo XIX, con el movimiento Arts and Crafts, se pretendía enaltecer nuevamente el trabajo del artesano, en este caso el sistema de producción fue económicamente más elevado. Hacia mediados de la segunda década del siglo pasado, el Constructivismo Ruso fue una herramienta política muy importante para la Revolución de 1917 y su consolidación. Los ideales de la Bauhaus eran hacer diseño accesible para la mayoría. El diseño también ayudó a varios países durante y después de las dos guerras mundiales.

Los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial se centraron en activar las economías de los países y fomentar el consumismo, donde el papel del diseño fue crucial; pero en los sesenta e inicios de los setenta se empezó a hacer un replanteamiento sobre la necesidad de atender los problemas sociales que conlleva este sistema económico. Los diseñadores tenían otra oportunidad de abordar temas más apremiantes para la sociedad, y por eso surgen varios textos, entre los que estaban Félix Beltrán con *Desde el Diseño* (1970), Victor Papanek con su libro *Diseñar para un mundo real* (1971), Gui Bonsiepe con *Diseño en transición al socialismo* (1974) y *El diseño de la periferia* (1985), Jorge Frascara con *Diseño gráfico para la gente* (1980), Olt Aisher con *Un mundo como proyecto* (1991), entre otros.

Suponer que el diseño consiste sólo en la formación de objetos visuales que decoran una ciudad lejos está de la verdadera potencialidad del diseño: capaz de transformar para bien, o para mal, a la sociedad. Esto se vuelve patente al estudiar y analizar la historia del diseño, una de las mayores responsabilidades que deben cumplir las universidades que ofrecen la licenciatura dado que, como afirma Conway:

Todo objeto diseñado tiene historias, una razón de ser y un contexto social, político e histórico que fundamentan y justifican su existencia, a pesar de esto el estudio de la historia del diseño es muy reciente y es hasta la última década que se ha convertido formalmente en una disciplina (Conway ed, 2005, s/p);

El estudio de la disciplina como una diacrónica permite una comprensión de su evolución, de lo acertado y lo errado; sin embargo no se trata solamente de enlistar cronológicamente los aportes más relevantes. Es necesario contar con una mirada crítica y con objetivos claros que permitan guiar el aprendizaje para fomentar una escuela de diseño, lo ideal, dado lo que señalan Lipovetsky y Serroy en *La estetización del mundo* (2015) es

uno que se proponga, de forma transversal, como socialmente responsable considerando que hoy, todo tiene diseño, a todo le exigimos no sólo funcionalidad sino una imagen que luzca bien.

Si, tomando como antecedente el caso del Reino Unido, la relación entre la dinámica social y el impacto del diseño queda claro. En los noventa, el gobierno inglés cuestionó la relevancia del diseño, entendiéndolo como una disciplina dedicada a la decoración y pensando en asignarla a escuelas meramente técnicas. En el momento en el que esto comenzó como rumores la comunidad de diseñadores brincaron y justificaron el quehacer del diseño y su relevancia social, a partir de la propia historia de la disciplina:

El diseño ha tenido una larga historia de compromiso social para lograr atender problemas ambientales. Esto incluye: los movimientos de diseño del siglo XIX que buscó mejorar las condiciones sociales para los artesanos; los diseñadores críticos de la sociedad del consumo en 1970s y 80s quienes propusieron soluciones alternativas a los problemas del mundo real; los aportes guiados hacia el mercado que emergieron en los 80s y 90s como el diseño ecológico; y los programas recientes como Diseño contra el Crimen en el Reino Unido... (AA. VV., 2007)

Lo que probó el caso inglés es que, dependiendo la situación en la que se encuentre un lugar, surgirá el diseño y, aquel que toma en cuenta las problemáticas y el contexto en el que se inserta logra, de alguna manera, la permanencia ya sea física o en la memoria como referente eterno. Debemos de comprender la importancia de generar, un diseño socialmente responsable que reaccione a la situación que estamos viviendo, el impulsar este tipo de diseño generará un mayor impacto de nuestro trabajo, brindará una justificación inmanente al producto de diseño y promoverá el desarrollo humano.

En el caso de nuestro país hay que preguntarnos ¿cuál es la relevancia social del diseño en México? y frente a esto surgen múltiples respuestas. La primera, y la que aparece como más evidente, es que tenemos una desigualdad social brutal; incluso al interior de una sola ciudad, la Ciudad de México, se localizan colonias con un Índice de Desarrollo Humano (IDH) similar al de los países de primer mundo y otras con IDH propio de países en condiciones de guerra. Por esto la sociología ha procurado identificar las causas de esta desigualdad, las condiciones que llevan a una determinada población a superar los obstáculos y las que impiden la superación de estos mismos obstáculos; sin

embargo, mucho de lo que se genera en sociología pareciera inaccesible para los que usualmente son sus sujetos de estudio (crítica cotidiana aplicada a esta disciplina). Frente a esto, el diseño es el complemento ideal al proponer la síntesis y traducción de ideas a un sistema simple de lectura y apreciación; es decir, tesis complejas respecto a problemas sociales quedan sistematizadas en carteles, isotipos, infografías y otros productos de comunicación visual por lo que, la primer respuesta es que el diseño puede acercar de forma accesible análisis que permitirían generar un cambio social. La segunda tiene que ver con la mano de obra y la capacidad creativa de nuestro país; si bien tenemos zonas ricas en recursos, no hay suficiente espacio para ofrecer empleos relacionados con la industria primaria a esto hay que sumarle las zonas que han sido clausuradas debido a los altos índices de violencia; según el Índice Global de la Paz (Institute for Economics & Peace, 2016), México ocupa el segundo lugar más bajo de América, sólo después de Venezuela. Uno de los problemas más graves que trae consigo la violencia es la falta de confianza y esperanza que termina resultando en gente sin iniciativa y con miedo. La idea generalizada de que somos un país dinámico y creativo parece diluirse en nuestro contexto social y económico actual. Sin embargo, casos como los de Japón resultan ejemplares sobre hacia dónde se puede ir. Después de las detonaciones de las bombas atómicas, el país estaba atónito y desesperanzado, dudaron hacia dónde debían ir para recuperarse y descubrieron que su fuerza social estaba en la gente y en su creatividad, por lo que impulsaron el diseño, tanto gráfico como industrial, y son, hoy en día, una de las potencias más importantes en diversas industrias, por esto Issey Miyake dice:

“si hay alguna esperanza para una nación que ha perdido su confianza, debe venir de la creatividad o en esa mágica palabra de seis letras: diseño” (2003).

Todo esto se puede resumir en lo siguiente: el diseño puede posicionarse como la fuente de esperanza para impulsar el desarrollo del país. Esta misma idea la trabaja Ezio Manzini en su libro *Cuando todos diseñan*:

un número cada vez mayor de personas en todo el mundo abandonan esta tendencia dominante que consiste en hábitos pasivos e individualistas y avanza hacia formas más activas y colaborativas de vida y de trabajo, basadas en la simple pero revolucionaria idea de que la gente puede considerarse (también) un activo (2015: 125).

Como docentes, podemos trabajar en la concientización a los estudiantes para que ellos generen trabajos de conciencia. Tenemos que brindar las herramientas suficientes para que los alumnos realicen un juicio crítico que pueda impactar en el diseño, considerando como advertencia lo que señala Foucault en *Los Intelectuales y el Poder* (2013: 433-442): cuando la universidad promueve ideas incuestionables con las que los alumnos han de comprometerse sin cuestionamiento alguno entonces se trata de un adoctrinamiento, no de una enseñanza y, por tanto, la pobreza de la discusión termina en la pérdida de la verdad. Por esto, en todo momento debemos dar la libertad a los alumnos de investigar, indagar y cuestionar los contenidos para que, al realizar su propuesta, estén realmente convencidos de lo que están promoviendo. Es muy importante que crean en lo que hacen, pues consideramos que es la única manera de hacer diseño con un sustento ético. En el libro referido de Manzini, el autor explica una dinámica para propiciar este tipo de diseño se debe generar un “debate social”, lo que incluye seminarios, talleres, conferencias, libros y películas que acerquen al diseñador al contexto del mundo real para, posteriormente, generar sugerencias de debate que lleven al diseñador a cuestionarse sobre esto y llegar a una solución gráfica (2015: 171). Por supuesto que esto es algo que debemos fomentar en las escuelas.

Una de las principales problemáticas para concientizar es lo que describen Beck (1992) y Giddens (1991) y que explica Julier: el nihilismo apocalíptico que consiste en la formulación de riesgos autoinducidos, incidentales e intrínsecos, transmitidos de forma oral como si se tratara de rumores y que contienen una connotación del miedo a las amenazas contemporáneas (contaminación nuclear o química, agentes contaminantes en la comida, enfermedades propias de la civilización, bancarrotas, embargos) escapan por completo a la capacidad humana de percepción directa (118, 2010). Esto es un reto y un área de oportunidad del diseño en sentido de que puede volver perceptible aquello que parece pasar desapercibido.

Para garantizar el apego a la realidad de los diseñadores contemporáneos, recordemos los principios del AIGA considerando lo que especificó Milton Glaser:

Cambiaría la percepción del propósito del diseño como uno profundamente embebido en la educación del diseño. Porque se vincula al arte el diseño es usualmente enseñado como

un medio de expresión propia. Por esto ves a estudiantes, particularmente gente joven, que no tienen idea de que hay una audiencia. La primera cosa que intento enseñar es que uno inicia con la audiencia. Si no sabes a quién le estás hablando, entonces no le puedes hablar a nadie (citado por Paul Nini, 2004).

Es decir, el diseño tiene que considerar desde el inicio a quién se está dirigido y, bajo ninguna circunstancia debería ocasionarles un mal, pero, además, las escuelas deben promover que proque un beneficio en la población.

Las escuelas son el lugar ideal para desarrollar proyectos que tengan como objetivo la concientización, difusión o promoción de una cuestión social, un diseño como el que promueve Guy Julier: en efecto, entre sus tareas está la desalienación de los artículos alienados. Ello significa que median entre la producción y el consumo, como punto de unión entre ellos y el consumidor (2010: 88). Pensando, sobre todo, en que no existe un diseño que no pretenda salir a la luz socialmente, por tanto, todo diseño es social, positiva o negativamente, lo que implica tener un cuidado con los mensajes y las imágenes. Que el camino a la desalienación tome en cuenta en dónde se podría exhibir de forma que no sea ofensivo o racista, y las consecuencias que puede tener aún cuando su uso no esté confirmado.

Mientras más crecen los problemas sociales, más áreas por trabajar tiene el diseño. La sobrepoblación, el hambre, la falta de recursos, el calentamiento global, la discriminación, los derechos humanos, la trata de personas, la salud, el abuso de estupefacientes, los feminicidios entre muchos otros.

El diseño tiene un impacto social muy alto, siempre y cuando los medios elegidos sean los adecuados. Los diseñadores tienen que acercarse a la gente, escuchar sus necesidades, observar las conductas, deben trabajar de manera interdisciplinaria con el propósito de que sus soluciones sean más integrales y tengan un mayor impacto.

Es labor de las escuelas de diseño fomentar que nuestros alumnos desarrollen una conciencia de su entorno y se preocupen y ocupen de los problemas sociales apremiantes, ofreciendo soluciones que puedan ser implementadas.

Mtra. Teresa Camacho
Mtra. Natalia Stegel

Bibliografía

- AA.VV. (2007). Design for the surreal world?: a new model of socially responsible design. In *The Sixth International Conference of the European Academy of Design*.
- FOUCAULT, Michel (2013): "Los intelectuales y el poder" en *Obras esenciales*, Barcelona: Paidós.
- GROPIUS, Walter. (1992). "The Theory and Organization of the Bauhaus (1923)" en *Art in Theory: 1900-1990*.
- MANZINI Ezio (2015): *Cuando todo diseñan*, Trad. Eugenio Vega Pindado. Madrid: Experimenta Theoria.
- MARGOLIN, Victor, ed. (1989). *Design Discourse: History, Theory, Criticism*, Chicago University Press, E.U.A.
- , (2005). *Las políticas de lo artificial*, Editorial Designio, México.
- NINI, Paul (2004). *In Search of Ethics in Graphic Design*, agosto 16, 2004.
- TOM Cubbin, (2016). "Introduction to Problems of Soviet Design and the Production Art of the Future by Karl Kantor" en *Journal of Design History*, Oxford University.
- WALKER, John A (1983). *Art in the Age of Mass Media*, Pluto Press, Londres.