

# Diseño para diseñadores

Carmen Montiel Cervantes, cmontiel@eina.cat,  
Eina Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona, España

## Resumen

La expresión “diseño para diseñadores” no resulta ajena en círculos relacionados con el diseño gráfico; sin embargo, apenas hay documentación sobre su uso y su significado. En esta investigación analizamos el diseño para diseñadores como una práctica auto-referencial, asumiendo el papel del estilo y la autoría en su configuración y dando un nuevo sentido a la reflexión a través del diseño gráfico. Mediante una aproximación tipológica y una mesa redonda entre profesionales del diseño, se ha descubierto que esta expresión encierra gran complejidad, así como la necesidad de reformular su origen y lo que la define.

## Palabras clave

Diseño para diseñadores; diseño gráfico; reflexión; estilo; autoría

## Design for designers

### Abstract

The term “design for designers” is not unknown in graphic design environments; however, there is little documentation of its use and meaning. In this research we analyse design for designers as a self-referential practice, assuming the role of style and authorship in its configuration and giving new meaning to reflection through graphic design. Through a typological approach and a round table discussion among design professionals, we have discovered that this expression contains great complexity, as well as the need to reformulate its origin and what defines it.

## Keywords

Design for designers; graphic design; reflection; style; authorship

## Introducción

En este ensayo se presentan, de forma resumida, el proceso y conclusiones del Trabajo Final de Máster *Diseño para diseñadores: análisis y tipología de las prácticas auto-referenciales en diseño gráfico*. Este proyecto ha sido llevado a cabo en el marco del Máster Universitario de Investigación en Arte y Diseño (MURAD) de la escuela Eina, gracias al cual han cristalizado una serie de inquietudes y reflexiones previas. La más relevante ha sido la disonancia entre el diseño gráfico que observamos cotidianamente y lo que se enseña de él en muchos ámbitos formativos; cómo los proyectos —en especial los más mediáticos— tienen unas connotaciones diametralmente opuestas a las teorías que anteponen el contenido y la utilidad a la forma. A ese tipo de proyectos se les denomina en los círculos de diseño gráfico como “diseño para diseñadores”, aludiendo a que parecen referirse principalmente a un público profesional por la manera en que están formalizados. Al resultar ser una reflexión compartida en el ámbito profesional, se decidió darle forma como concepto y analizarla en profundidad.

El espacio en el que nos aproximamos a este objeto de estudio es el diseño gráfico, por lo que, en primer lugar, nos adentramos en este ámbito y acotamos lo que entendemos como diseño para diseñadores con un análisis bibliográfico. Una vez constatado su origen se buscarán referentes en el entorno de legitimación del diseño, tomando como marco muestral la convocatoria de premios LAUS, donde se han localizado algunos ejemplos para su análisis visual. Apoyándonos en el paralelismo con otra disciplina como es la arquitectura, se hace una aproximación a la definición final del diseño para diseñadores. Finalmente se explora el contexto general, como las circunstancias que posibilitan su aparición y la visualización de ejemplos que puedan ser etiquetados de esta forma.

Con el propósito de entender el diseño para diseñadores como un espectro en el que podemos encontrar proyectos muy diferentes, se realiza una aproximación tipológica. Por otro lado, y para formalizar la práctica de la conversación —hilo conductor de esta investigación—, se organizó una mesa redonda sobre el diseño para diseñadores en la que participaron profesionales que se dedican al diseño gráfico. Ambas, tanto la aproximación tipológica como la mesa redonda, son las prácticas centrales de este proyecto de investigación. Para finalizar, ambas entran en discusión junto con ideas surgidas a lo largo del proyecto y de ello se destilan las conclusiones finales.

## Desarrollo

### *Diseño gráfico y diseño para diseñadores*

En este proceso de investigación, y durante el recorrido por las definiciones de diseño gráfico, hemos observado el vínculo tradicional del diseño con la producción industrial. De su estrecha relación provienen los cánones funcionalistas que, al mismo tiempo, han aumentado la distancia que separa el arte y el diseño. A pesar de que hay acepciones de diseño gráfico más amplias (Campi, 2020), desde muchos lugares se ha promovido la idea de diseño gráfico como un contenedor o un vehículo de información que ha de permanecer neutral.

En la teorización sobre la arquitectura existe la máxima “*form follows function*”, acuñada por Louis Sullivan (Sullivan citado por Rawsthorn 2009), que ha calado en la teorización del diseño gráfico transformada en “*form follows content*”, como expone Michael Rock (2009). En el momento de reflexionar sobre la disciplina se ha priorizado el funcionalismo y la utilidad de las piezas de diseño gráfico por encima de otros aspectos esenciales —funcionales, estéticos, tecnológicos y económicos—, mientras que en la misma práctica todos esos aspectos siguen coordinándose, con igual importancia unos y otros, a la hora de sacar adelante los proyectos.

Tras conocer las posturas que cuestionan los planteamientos funcionalistas, vemos la contraposición entre forma y contenido como una dicotomía irreal (Rock, 2009). Se nos ha obligado a elegir entre forma y función cuando este es un falso dilema, y ni la forma ni la función pueden existir la una sin la otra.

Actualmente la aspiración de neutralidad venida de la optimización y la funcionalidad de los procesos industriales ya ha sido rebatida en numerosas ocasiones (Poynor, 1999), pero todavía vertebría muchos puntos de vista dentro del diseño gráfico (Cabianca, 2016). Son las prácticas en las que prima la investigación visual y la reflexión formal las que menos encajan en estas afirmaciones; también tratan el contenido, pero añaden otros valores que no se pueden asociar directamente con este. El término diseño para diseñadores podría originarse en la ruptura entre la teoría más rígida y ese tipo de prácticas. Puesto que esta teoría se ha quedado anclada en supuestos que hoy día están obsoletos, es necesario poner nombre a lo que ocurre cuando esas reflexiones teóricas no concuerdan con la manera en que se presentan los proyectos en la actualidad. A este fenómeno lo denominamos diseño para diseñadores.

En el plano teórico la argumentación del diseño para diseñadores parece sustentarse, y en el

ámbito público del diseño también observamos manifestaciones de dicho fenómeno. El concepto diseño para diseñadores se maneja de forma reciente en el ámbito del diseño gráfico: su uso público se fecha en 2019, en la conferencia del diseñador gráfico y tipógrafo Enric Jardí en el festival Blanc<sup>1</sup> de Barcelona (Jardí, 2019). Previamente a que se difundiera el uso de esta expresión se ha hablado antes de proyectos que encajan en su definición, si bien no con las palabras “diseño para diseñadores”. Guy Julier habla de una categoría del diseño en general, llamada “alto diseño” (2010, 105), compuesta por objetos que niegan su utilidad y de esta manera reflexionan sobre sí mismos (Julier, 2010). Más recientemente, en su artículo *Mierda Design* Víctor Palau nos habla de piezas calificadas en términos despectivos porque se saltan los cánones o son poco ortodoxas y, sin embargo, tienen valor como exploraciones e intenciones creativas (Palau, 2020).

Esta expresión se utiliza para hablar de piezas de diseño gráfico que apelan al público profesional, a los propios diseñadores. De ello deducimos que el diseño para diseñadores es una especie de código accesible solo para un colectivo específico, en una relación condicionada principalmente por la comunicación que el estudio hace del proyecto. La codificación y direccionalidad tan concretas son dos de las razones que lo convierten en una práctica auto-referencial; es un diseño gráfico cuyo público forma parte del mismo diseño gráfico. También es auto-referencial en el sentido en que este diseño gráfico no se refiere al contenido al que da forma, sino que supone una exploración gráfica y por tanto se refiere a sí mismo. Esta noción de diseño para diseñadores abarca multitud de proyectos que pueden ser muy diferentes entre sí, de ahí la complejidad de definirla. Por ello se procede a explorar la casuística de ejemplos, y exponer a continuación una que pueda ser etiquetada como diseño para diseñadores con el objetivo de ilustrar visualmente el concepto al que nos estamos refiriendo.

En el Estado español se convocan anualmente los premios Laus, galardones que hasta ahora son los de mayor reconocimiento a nivel estatal en cuanto a diseño gráfico. Estos premios son organizados y otorgados por la Asociación de Directores de Arte y Diseñadores Gráficos del Fomento

de las Artes y el Diseño (ADG-FAD), con sede en el Museo del Diseño de Barcelona (ADG-FAD, 2020). Al ser un reconocimiento interno, otorgado por el sector, si existe el diseño para diseñadores éste ha de poder observarse aquí. Se procede pues, al análisis de dos proyectos premiados junto a otro en estrecha relación con el sector.

El primer ejemplo son las etiquetas para Casa Mariol de Bendita Gloria. Este proyecto fue premiado con un Laus Oro en los años 2010 y 2011 por el diseño de etiqueta y por la comunicación visual de la marca, respectivamente (Bendita Gloria, 2020). Fue muy polémico en su momento por su gráfica transgresora; más aún como etiqueta de vino, ya que en el sector vinícola predominan las imágenes clásicas y asociadas con la tradición.

El proyecto Fonaments, llevado a cabo por el estudio The Positive Space, fue premiado con un Laus Bronce en el año 2019 en la categoría de Logotipos. Es un rediseño de su imagen coincidiendo con el cambio generacional al frente de este despacho de arquitectura (The Positive Space, 2020). Podríamos pensar que esto no es diseño para diseñadores puesto que no parece adscribirse a una tendencia de actualidad ni tiene un estilo particular. Sin embargo, el estilo neutral también es un estilo. Así mismo, los elementos que caracterizan este estilo neutral y la lógica de la justificación conceptual son un código accesible solo a personas con formación previa. Esto significa que un proyecto de estas características dirige su atención a los diseñadores gráficos, lo que hace que sí pertenezca al diseño para diseñadores.

Ya fuera del circuito de los premios Laus encontramos un ejemplo paradigmático del diseño para diseñadores. La identidad visual del festival Blanc, producida por el estudio Práctica, fue presentada en la edición del año 2019 ante los asistentes del festival, que son principalmente diseñadores gráficos o personas relacionadas con el diseño. Por ello es una muestra de esta categoría de piezas cuyo público pertenece al mundo del diseño, lo que indica también que podemos encontrar diseño para diseñadores fuera de los premios del sector.

#### *Diseño gráfico y arquitectura*

Desde la arquitectura ya se han establecido paralelismos que nos pueden ayudar a entender estas prácticas auto-referenciales. Para hablar de proyectos o estudios que gozan de reconocimiento y admiración entre profesionales, sin ser conocidos por el público general, Rafael Gómez-Moriana utiliza el término de “arquitectura para arquitectos” (2012, 76); lo que nos da una idea de que en arqui-

1. El Festival Blanc es un evento de conferencias y talleres relacionados con el diseño gráfico y las industrias creativas que tiene lugar en Barcelona anualmente, con un formato similar al propio de los festivales de música contemporáneos (Blanc 2020).

tectura podría estar identificado un fenómeno similar al del diseño para diseñadores. Por su parte, David Cabianca expone que en los años 60 y 70 del siglo XX la arquitectura sufrió una crisis similar a la que puede estar ocurriendo en el diseño gráfico ahora, y fue el volverse hacia sí misma lo que le devolvió su relevancia a nivel cultural (Cabiánca, 2016). Una especie de “introspección”, en palabras del profesor e investigador Tahl Kaminer, que puso el énfasis en los aspectos que atañen únicamente al arquitecto con el objetivo de “regerenar la arquitectura, descubrir nuevos modos de expresión y reestructurar las metodologías de la disciplina” (Kaminer, 2011, 96).

Al mismo tiempo, Cabianca expone el punto de vista crítico hacia este planteamiento, desde el que puede objetarse que da demasiado protagonismo a los “arquitectos estrella” o está “demasiado orientada a los objetos” (Cabianca, 2016, 110), pero responde que es una forma de escapar a la “fuerza reductora del instrumentalismo” (2016, 111). Este proceso podría ser el mismo que está sucediendo en estos momentos en el diseño gráfico, cristalizado en el fenómeno del diseño para diseñadores. Como la arquitectura para arquitectos, el diseño para diseñadores es el espacio que se escapa a los cánones instrumentalistas. En él, las piezas de diseño adquieren protagonismo, al igual que sus autores y autoras, y el estilo gana peso en detrimento del ideal de neutralidad.

### Contexto general del diseño para diseñadores

Tomando perspectiva sobre el contexto que posibilita el diseño para diseñadores, hay una serie de factores que pueden resultar clave en su aparición. A nivel económico, en los proyectos de iniciativa propia se da más la investigación y experimentación formal (Walsh, 2019), respaldada por la consolidación de la disciplina del diseño gráfico (Pontis, 2009). A nivel tecnológico, la democratización de las herramientas de trabajo propicia una estrategia defensiva que codifica la práctica mediante definiciones y metodologías teóricas estrictas, apoyadas en recursos de estilo, para hacerla más inaccesible. En el plano social, adquieren importancia esta figura del autor y los elementos de estilo que le acompañan como valor de una disciplina de cara a la sociedad (Rock, 1996), lo que convierte el estilo y la autoría en conceptos centrales para articular la idea de diseño para diseñadores.

### Aproximación tipológica

Esta aproximación tipológica surge como cristalización de una primera capa de matices dentro del fenómeno del diseño para diseñadores. Se han

identificado cuáles son las categorías asociadas a esos matices y, simultáneamente, se ha tratado de visualizar cómo se relacionan entre sí tales categorías. El principal resultado de todo ello se puede observar en la ilustración que acompaña a este texto (figura 1).

Los proyectos que siguen los cánones tradicionales y hegemónicos del diseño gráfico, y que devienen en trabajos muy similares visualmente, se han clasificado como diseño auto-reproductivo. Retomando los ejemplos traídos en el primer capítulo, el proyecto Fonaments de The Positive Space sería una pieza de diseño auto-reproductivo. Es un ejemplo marcado por la simplicidad y el uso de recursos intencionalmente neutrales, apoyado en una justificación conceptual y funcional.

Por su parte, aquellos que priorizan la experimentación formal y empujan los límites establecidos han sido definidos como diseño auto-reflexivo. La identidad visual del Festival Blanc, presentada en la pasada edición del año 2019 (Práctica, 2019) y llevada a cabo por el estudio Práctica, puede considerarse como tal: al presentar esta identidad visual, la única aclaración sobre su acabado formal fue el constatar que sería una identidad variable que cambiaría para cada edición del festival, del año 2020 en adelante. En el entorno en el que fue presentado —dentro de la propia comunidad del diseño gráfico— no se consideró pertinente ahondar en la justificación ni la conceptualización tras el proyecto, y por ello se considera diseño auto-reflexivo.

En un lugar entre estas dos categorías encontramos el diseño experimental que fuerza las normas preestablecidas en el plano formal, pero justifica sus decisiones al respecto con razonamientos forzados, al que denominaremos diseño experimental justificado. Un ejemplo paradigmático de este tipo de proyecto son las etiquetas para Casa Mariol de Bendita Gloria. En su momento generó polémica por la gráfica tan poco ortodoxa y tan rompedora, especialmente en un sector como es el vinícola en el que predomina la línea clásica y discreta. Esto podría considerarse pura experimentación formal, pero el estudio lo argumenta como el uso de un lenguaje espontáneo y honesto, doméstico, en contraposición al elitismo asociado al mundo del vino (Bendita Gloria, 2020).

Hay también una aproximación a localizar en este espacio de forma difusa dos ideas relacionadas con el concepto de diseño para diseñadores. Por un lado, el diseño gráfico aficionado o *amateur*, producido principalmente por la popularización de las herramientas de trabajo de los diseñadores y diseñadoras. Este se superpone con las tres cate-

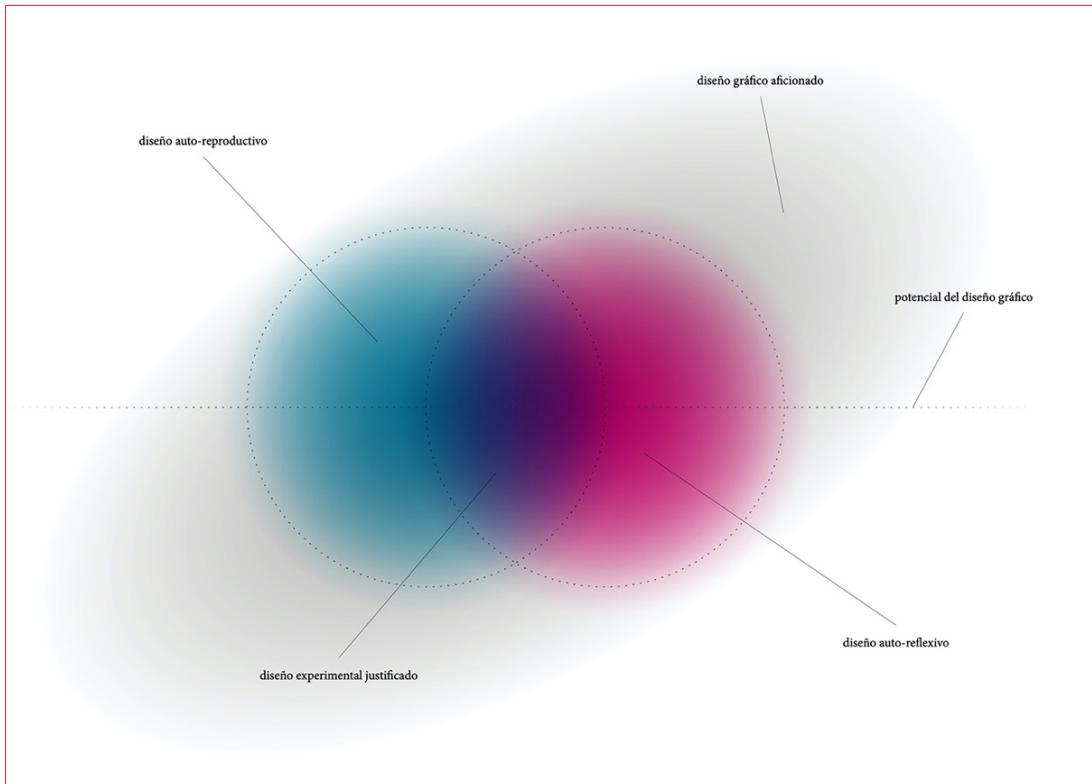


Figura 1. Tipología del diseño para diseñadores.

gorías anteriores, pero también lo sobrepasa (figura 1). Por otro lado, ilustra la idea del potencial del diseño gráfico como punto pendiente de investigación, que atraviesa todas las categorías y puede encontrarse en todas ellas o en ninguna.

### *Mesa redonda*

Una vez gestado el proyecto y definido su objeto de estudio, se ha constatado la validez de la definición de diseño para diseñadores y sus tipologías en conversaciones con personas vinculadas al diseño gráfico. Por ello se tomó la decisión de que ese proceso de levantamiento de ideas y reflexiones se consolidara generando un espacio de debate orientado al conocimiento (Mengis y Eppler, 2008) en forma de mesa redonda. Actualmente el debate hablado no es un recurso frecuente para tratar temas de diseño gráfico; aún así, es una técnica relevante para contribuir al conocimiento desde el punto de vista de aquellos que lo ejercen (Cranz, 2016).

Todas las participantes invitadas son profesionales del diseño: Eva Vesikansa, directora de arte, ilustradora y fundadora del estudio Velkro; Leticia Ortín, diseñadora gráfica y fundadora de Ara Estudio; y Pau de Riba, diseñador gráfico, investigador

y profesor de la escuela BAU de Barcelona. El tema principal a tratar fue el diseño para diseñadores, buscando qué opinión tienen las participantes sobre este fenómeno y su experiencia en relación con él. Paralelamente, se plantearon cuestiones al respecto de las ideas de estilo, autoría y la convivencia entre el diseño y el arte, que entroncan con el objeto principal de estudio y también son puntos clave del debate sobre el diseño gráfico en la actualidad.

El debate se estructuró en tres bloques más un espacio final de conversación abierta al público, con un total de siete preguntas abiertas a las cuales respondió cada participante en su turno de palabra. En el primer bloque se trató el origen del concepto “diseño para diseñadores” y su relación con el estilo y la autoría; en el segundo bloque se trataron las definiciones tradicionales de diseño gráfico y su pertinencia en la actualidad; y en el tercero se exploró la idea del potencial del diseño gráfico y las aproximaciones de los participantes al papel de este en la sociedad.

## *Discusión*

La práctica final de este proceso de investigación consistió en poner en relación el análisis del diseño

para diseñadores, la elaboración de su tipología y las ideas aportadas por los participantes de la mesa redonda. El objetivo fue construir una discusión de la que extraer unas conclusiones más elaboradas sobre el fenómeno del diseño para diseñadores, que sintetizamos a continuación alrededor de tres temas principales recogidos en el debate:

*Uso despectivo, código y estilo.* Pudimos determinar que la ignorancia y el desconocimiento juegan un papel importante en el rechazo hacia el diseño para diseñadores (Vesikansa) y en el uso de esta expresión en un sentido despectivo. Sin embargo, hemos de admitir las connotaciones excluyentes de este fenómeno puesto que, en principio, interpela únicamente a los profesionales del diseño. Entendemos entonces el diseño para diseñadores como un código que se distingue principalmente entre profesionales del diseño gráfico, pero que, si es para diseñadores, ha de aportar algo a la comunidad del diseño (De Riba). De la discusión extrajimos que el diseño para diseñadores supone una oportunidad de "ir más allá" (Ortín). Según la tipología, podemos deducir que el diseño auto-reproductivo aporta métodos que ayudan a sistematizar. Por su parte, el diseño auto-reflexivo aporta un espacio de investigación y de experimentación. Una aportación general del diseño para diseñadores puede ser acoger la diversidad que hay en el diseño gráfico.

Mucho de lo que calificamos como diseño para diseñadores es porque tiene un estilo que caracteriza al proyecto o al estudio que lo ha llevado a cabo. El pensar en tener estilo como algo negativo ha dejado de tener validez en el momento en que la idea de neutralidad no es posible (De Riba). Igualmente, la negación del concepto de autoría en diseño gráfico no tiene sentido puesto que hay figuras en este que cumplen todos los criterios para serlo.

*Espacios en el diseño gráfico, arte y diseño.* Como observamos, hay múltiples formas de ejercer la disciplina de diseño gráfico: la investigación en y a través del diseño, la docencia, la divulgación... Tradicionalmente se asocia solo con el encargo comercial, pero el diseño gráfico es más que su ejercicio profesional; es una forma de comunicación visual, es una facultad humana (De Riba).

El diseño para diseñadores y las categorías que lo conforman son un lugar de conexión con el arte que difiere de los sectores del diseño gráfico que han intentado delimitar con la mayor claridad posible esa frontera. A pesar de ello, ya muchas posturas desde la práctica del diseño gráfico invitan a asumir el parentesco entre arte y diseño y explorarlo (Vesikansa). En la mesa redonda se puso en

evidencia la inoperancia de preguntar si un proyecto pertenece a una u otra disciplina (De Riba) y, además, hay que tener en cuenta la diversidad de puntos de vista que convergen en el mismo diseño gráfico (Ortín).

*Definiciones, comunicación y vocabulario.* También pudimos analizar la estrategia defensiva desde la teoría y desde la práctica cuyo objetivo es limitar el acceso al diseño gráfico ante la democratización de sus herramientas de trabajo (De Riba). Pero el diseño gráfico no es solo sus herramientas y, a pesar de que estas traigan consigo grandes cambios, hemos de asumirlos como procesos inherentes a la práctica del diseño gráfico (Vesikansa). Si consideramos el diseño gráfico como una facultad humana, aumenta considerablemente la dificultad de contenerla en unos límites que podemos trazar nosotros; pero hemos visto que la necesidad de justificaciones y de definiciones obedece a una lógica externa. Por ello no conviene que esa forma de comunicarnos hacia fuera se traslade a la comunicación interna; porque tiende a simplificar y dejar de lado los matices, cuando lo que requerimos internamente es sensibilidad y reflexión para entender y asumir la complejidad del diseño gráfico (De Riba).

Finalmente, interpretamos el diseño para diseñadores como un ejemplo de esa comunicación interna (Ortín, Vesikansa); una práctica auto-reflexiva cuyo enfoque está en los diseñadores gráficos y cuyo código es el propio diseño gráfico. Por su parte, la comunicación externa puede utilizarse para paliar esa sensación de exclusión que dan los lenguajes especializados o altamente codificados, en una labor de divulgación que haga accesible el diseño a cualquiera que se acerque a él.

Una cuestión transversal durante la mesa redonda fue lo que está y lo que no está en nuestras manos cambiar. Nuestra influencia en la popularización del diseño y la cultura visual de nuestro entorno es limitada (Ortín), pero sí tenemos poder de decisión en la terminología que utilizamos, en la reflexión sobre la práctica y cómo esta condiciona nuestra comunicación.

## Conclusiones

Durante la elaboración de esta investigación ha resultado difícil encontrar cuerpos teóricos que respalden las definiciones más estrictas del diseño para diseñadores, pero sí ha sido posible rescatar las nociones puntuales en las que se sustentan sus razonamientos. Sin embargo, esta búsqueda exhaustiva nos ha permitido conocer los pensamientos de autoras y autores que de-

fienden y exponen maneras más flexibles de ver la práctica del diseño que las marcadas por los cánones clásicos.

El diseño gráfico es muy amplio, al igual que lo es el diseño para diseñadores. Acotarlo es una tarea difícil; las definiciones más abiertas dejan espacio a lo polifacético de la práctica, mientras que las definiciones más reduccionistas son más excluyentes y quedan obsoletas con más rapidez. Se ha hecho evidente que, en particular, el diseño para diseñadores como concepto surge cuando las reflexiones teóricas más estrictas sobre la disciplina no concuerdan con la manera en que se presentan los proyectos.

A pesar de lo popular y actual de la expresión diseño para diseñadores, no ha sido posible encontrar documentación ni referencias del uso de este término más allá de la conferencia de Enric Jardí, ni siquiera en círculos especializados. Pese a ello, los conceptos equiparables que aparecían en los referentes han sido de utilidad para elaborar su genealogía. Según el enfoque de esta investigación, el diseño para diseñadores ha resultado estar constituido por piezas de diseño gráfico codificadas para apelar y distinguir a los profesionales del diseño gráfico. Ello las convierte en una práctica auto-referencial que prioriza la experimentación y la investigación gráfica.

Cuando hemos ampliado el ángulo de visión, hemos observado que las prácticas auto-referenciales han contribuido a regenerar la disciplina de la arquitectura, al descubrir nuevos modos de expresión y liberarse a su vez de las argumentaciones externas. Hemos visto que se considera la introspección como una clave en el proceso de regeneración de la arquitectura y de descubrimiento de nuevas expresiones y metodologías. En ese proceso de reflexión se ha vuelto hacia sí misma y ha adquirido independencia de los códigos externos. El diseño para diseñadores y la arquitectura para arquitectos han superado el funcionalismo y el ideal de neutralidad. Este proceso de toma de protagonismo del autor y reivindicación del estilo las independiza del funcionalismo y el utilitarismo.

Por una parte, el paralelismo con otros sectores y, por otra, el análisis de los factores sociales, económicos y tecnológicos reafirman la influencia del entorno y la sociedad en el diseño gráfico y, por ende, en el diseño para diseñadores. Paralelamente, hemos podido ver que las definiciones y las etiquetas ayudan, pero también paralizan y en ocasiones no tienen sentido; nos encontramos

pues con la cuestión de hasta qué punto nosotras mismas tenemos necesidad de etiquetas o definiciones. Puede que sea beneficioso en tanto que nos facilite la comprensión de la realidad, entendiendo el lenguaje como una herramienta para ello.

La aproximación tipológica se reconoce como una primera intención de reflejar los matices dentro de una idea tan amplia como puede serlo el diseño para diseñadores. Ha resultado valioso el trabajar intentando representar la tipología de manera visual, ya que los planteamientos de las categorías y su dibujo han ido transformándose y enriqueciéndose mutuamente. El proceso de creación de la tipología ha revertido en la forma que han tomado los distintos campos de la misma y cómo se relacionan entre ellos. También las contribuciones colectivas han reformulado varios aspectos de esta investigación.

La tipología de diseño para diseñadores en su conjunto se basa en la forma de exponer los proyectos de diseño, en cómo se presentan ante el público. Teniendo en cuenta la diferencia de lenguajes entre profesionales y entre profesionales y clientes que hemos explorado, existe la posibilidad de que esta categorización se desmonte si observáramos solo cómo se comunican los proyectos de cara a los profesionales. Sería interesante observar en el futuro cómo se presenta el diseño para diseñadores de piezas con menor trayectoria en la práctica del diseño gráfico.

Una futura línea de trabajo es la exploración de las preguntas que han quedado abiertas en la mesa redonda y en la discusión. Como punto destacable, queda pendiente profundizar en la cuestión del territorio y el diseño para diseñadores: cómo lo que consideremos diseño para diseñadores varía según dónde nos situemos, dependiendo de la cultura visual y las nociones teóricas predominantes en ese lugar. Puede variar en la misma medida en función de la temporalidad, y lo que hoy se considera estilo neutral pudo haber encajado en la definición de diseño para diseñadores en el momento en que fue concebido. Teniendo esto en cuenta ahora, hubiera sido interesante hacer explícito el punto de vista desde el cual se realiza esta investigación, y cómo ello la ha condicionado.

El planteamiento inicial era el de explorar y definir el diseño para diseñadores, una expresión considerada banal e intrascendente. La conclusión es que, como hemos podido comprobar según avanzaba la investigación, esta idea encierra un universo de complejidades en ella.

### Referencias bibliográficas

ADG-FAD (2020). «Sobre los Laus» en *Laus*. Último acceso: 2 de noviembre de 2020. <https://www.adg-fad.org/es/laus/about>.

Bendita Gloria (2020). «Casa Mariol» en *Bendita Gloria Graphic Design Office*. Último acceso: 1 de noviembre de 2020. <http://www.benditagloria.com/es/casa-mariol>.

Cabianca, David (2016). «A Case for the Sublime Uselessness of Graphic Design.» *Design and Culture* 8 (1): 103-122.

Campi, Isabel (2020). *¿Qué es el diseño?* Barcelona: Gustavo Gili.

Cranz, Galen (2016). *Ethnography for designers*. Londres: Routledge.

Gómez-Moriana, Rafael (2012). «Quietly Brilliant: Nieto Sobejano Arquitectos.» *Mark Magazine* (35): 74-87.

Jardí, Enric (2019). «Conferencia de Enric Jardí» en *Campus Blanc! 2019*. Barcelona: Museu del Disseny de Barcelona. Último acceso: 2 de noviembre de 2020. <https://blancfestival.com/edicion-2019/>.

Julier, Guy (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona: Editorial Gusavo Gili.

Kaminer, Tahl (2011). *Architecture, Crisis and Resurrection: The Reproduction of Post-Fordism in Late-Twentieth-Century Architecture*. New York: Routledge.

Mengis, Jeanne, y Martin J. Eppler (2008). «Understanding and Managing Conversations from a Knowledge Perspective: An Analysis of the Roles and Rules of Face-to-face Conversations in Organizations.» *Organization Studies* 1287-1313.

Palau, Víctor (2020). «Mierda Design» en *Revista Gráfica*. 9 de marzo. Último acceso: 19 de marzo de 2020. <https://graffica.info/mierda-design/>.

Pontis, Sheila (2009). «Diseño gráfico: un novel objeto de investigación.» en *Iconofacto* 9-18.

Poynor, Rick (1999). «First Things First Revisited.» *Emigre* 2-3.

Pràctica, Estudio (2019). «Conferencia de Pràctica Estudio.» en *Blanc! 2019*. Barcelona: Museu del Disseny de Barcelona. Último acceso: 2 de noviembre de 2020. <https://blancfestival.com/videos/practica/>.

Rawsthorn, Alice (2009). «The Demise of “Form Follows Function”» en *The New York Times*, 30 de Mayo. Último acceso: 3 de noviembre de 2020. <https://www.nytimes.com/2009/06/01/arts/01ht-DESIGN1.html>.

Rock, Michael (2009). «Fuck Content.» en 2x4. Último acceso: 12 de agosto de 2020. <https://2x4.org/ideas/2009/fuck-content/>.

Rock, Michael (1996). «The Designer as Author.» en *Eye Magazine*. Último acceso: 7 de agosto de 2020. <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>.

The Positive Space (2020). «Fonaments.» en *The Positive Studio*. Último acceso: 1 de noviembre de 2020. <https://thepositivespace.es/FONAMENTS>.

Walsh, Jessica (2019). «Creating Self-Initiated Projects.» en *& Walsh*. 15 de julio. Último acceso: 2 de noviembre de 2020. <https://andwalsh.com/articles/all/creating-self-initiated-projects/>.