

CRÍTICA DEL DISEÑO: ENTRE LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA SUBYUGACIÓN DE LAS MERCANCÍAS

ROBERTO FERNÁNDEZ

CAEAU. RFERNANDSTER@GMAIL.COM

UNA MOLESTA INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DISEÑO

Gustavo Valdés de León

Nobuko, Buenos Aires, 2011

Como indica en su prólogo, *el autor de este libro ostenta el dudoso privilegio de ser el profesor de Diseño con mayor cantidad de años de ejercicio interrumpido de la docencia [en Argentina], habiendo hecho sus primeras armas en la Escuela Panamericana de Arte a finales de los años 70.*

La novedad de la enseñanza y aprendizaje de nivel universitario del Diseño se despacha en el libro desglosando en subvariantes: *Industrial* –aunque prácticamente, no hubiera industria–, *Gráfico*, *Textil* y hasta *Audiovisual*, tal que devino en una suerte de escuela de cine en la Universidad de Buenos Aires –que nuestro autor se obstina en renombrar Universidad *Nacional* de Buenos Aires–. Con estas bases, instituyó rápidamente un populoso campo de interesados. De entre ellos, numerosos contingentes de alumnos junto a (relativamente) improvisados docentes, en parte desgajados del antiguo campo aglutinante de la Arquitec-

Una molesta introducción al estudio del Diseño



Gustavo A. Valdés de León

tura, del que Valdés objeta vigorosamente al proponer que la cuestión de la comunicación y su diseño no debiera insertarse en aparatos más genéricos como los de la Arquitectura o el Arte (espacios institucionales que las albergan en Argentina y en la región) sino, en todo caso, en las *Ciencias Sociales*, pues este menester sería más socio-científico que el de aquellas áreas extra o para-científicas.

En el título de la antología –*una molesta introducción...*– resuena, al menos fónicamente, el de la célebre y caústica obra de Jonathan Swift –*una modesta proposición...*–, en la que para paliar el hambre social, el tragi-satírico escritor irlandés propondrá *comerse a los niños...*, en todo caso, el libro de Valdés quizá no sea modesto, pero efectivamente sí es molesto.

Del abordaje del diseño hoy, pudo constatararse como lo hace nuestro autor, una flagrante insuficiencia de literatura específica tanto convergente a teorizar respecto de estas nuevas áreas de conocimiento y prácticas cuanto dirigidas a su pedagogía de enseñanza. Desde luego en Buenos Aires y la región, la influencia teórica de Tomás Maldonado aportó parte de su discurso posBauhaus devenido de sus trabajos en la escuela de Ulm que, sin embargo, en este libro apenas es reconocido más que por un escueto artículo, lo que se explica por el hecho de que su autor trabaja sustancialmente en el campo del diseño gráfico y, por ello, queda sesgado en ese concreto territorio, del que quedará connotada una orientación discursiva fuertemente semiotizante, armada bajo la imponente sombra teórica de los escritos de Peirce.

Por tanto, Valdés indica que armó su estrategia docente desde inicios de los dictados de estas carreras en la década del 80 mediante el acuñamiento de apuntes de clases, que alcanza-

ron publicaciones estudiantiles a mediados de los 90 e incluso a nutrir cuatro números de la revista *Otro Diseño es posible* y que incluso perduran en partes del texto comentado que también alcanzaron alguna edición en publicaciones de la Universidad de Palermo, donde radicó su trabajo docente desde fines de tal década.

Valdés, por otra parte, acredita una trayectoria en la crítica cultural desde los años 60 –en medios como *Cine Crítica*, *Cuadernos de Cultura*, *Quipu* y el semanario *Compañero*, del Movimiento Revolucionario Peronista– así como dedicación a la poesía (que le permitió obtener el *Premio Centroamericano de Poesía* en 1973) además de una actuación en la *Escuela Abierta de Psicología Operativa* y en la edición de 9 números de *La CanTata*, publicación de orientación psicoanalítica lacaniana.

De toda esa variada trayectoria y básicamente de los primeros escritos fotocopiados para trabajos pedagógicos surgirá el presente texto, que agrupa *aquellos artículos, revisados, modificados, renegados, actualizados y reescritos*.

Por ello, los capítulos encaran temas específicos que permiten una lectura independiente del resto. Consecuentemente, estamos en presencia de una antología de estudios de diferentes dataciones y casi siempre motivados por alguna finalidad puntual, salvo según la explícita advertencia del autor, de los tres capítulos 6-7-8 conectados entre sí para tratar genéricamente la cuestión del *lenguaje*.

El prólogo –nombrado *Antes de empezar*– propone una reivindicación epistemológica que el autor sugiere que se lea como requisito teórico, por construirse para acceder a un encuadre cognoscitivo de la temática del Diseño, epistemología en tal caso, todavía ausente o carente, cuyo desarrollo se considera esencial

para establecer un basamento teórico que fuese apto tanto para generar avances metodológicos y heurísticos para la práctica del Diseño Gráfico y su enseñanza así como para ayudar a configurar argumentos hermeneúticos que ayuden al análisis crítico.

Aquí se aborda también el tema actual que confronta *realismo* y *anti-realismos* (que se desglosan en *relativismos* e *instrumentalismos*) y una primera discusión sobre el tándem *Semiótica-Semiología* (Peirce-Saussure) en el que indaga en los diferentes aportes de cada corriente, decantando por asignar mayor utilidad (a su noción de Diseño) al enfoque peirciano.

El capítulo 1 –nombrado *Miseria de la teoría* (dicho sea de paso, sin reconocer la autoría de esa expresión, que titula uno de los libros clásicos del historiador inglés Edward Thompson y que dio lugar a un acalorado debate entre los intelectuales de izquierda en los años 80, cuando apareció tal libro)– admite una hipervaloración de la práctica y un desprecio por la relación entre teoría y práctica, sobre todo en el ámbito educativo, que se evidencia en ese lugar común que predica que *se aprende a diseñar, diseñando*.

Ese desprecio se articula para Valdés, con una bibliografía teórica de baja calidad o de errores conceptuales que trata de registrar en un recorrido áspero de muchas piezas habituales del *background* teórico del DG sobre todo en Buenos Aires, recorrido que puntúa con ácidas críticas y descalificaciones de mucho material de uso habitual (desde Costa a González Ruiz, desde Maldonado a Chaves, desde Sexe y Magnani a Joselevich y Belluccia y muchos etcéteras, salvo un par pequeño de aportes que valora: en definitiva ese desprecio reconocido que los empiristas hacen de lo teórico se trasmuta en

un virulento análisis que este autor hace de aquellas consideradas aportaciones teóricas).

Esta secuencia hipercrítica culmina con expresiones tales como *lo opuesto a la Teoría no es la “práctica” sino el desconocimiento, así como lo opuesto al conocimiento no es la empiria sino la ignorancia. La, supuesta, antinomia Teoría/Práctica no es sino una de las tantas falacias que minan impunes la tierra de nadie que es el Diseño*. Y en indicar que como conclusión a su casi completa descalificación de lo ya escrito y teorizado (publicado) es que presenta su libro.

El capítulo 2 –*Diseño, vida cotidiana y sociedad*– trata de desglosar el proceso de producción y consumo de diseño gráfico-comunicacional, admitiendo por un parte su creciente comprensividad en la globalidad contemporánea así como una reformulación de sus concepciones y prácticas para devenir funcional al presunto alcance de un final de la historia ultracapitalista y posmoderno (instancia a que se llega después de algunas circunstancias de modernidad crítica aquí analizadas) para arribarse a un *statu quo* que admite que *en el Capitalismo el Diseño deviene insumo –intelectual, estético, semiótico– que incorpora valor de signo al producto, aumentando su valor de cambio, al tiempo que el producto deviene mercancía y determinará modalidades de adquisición, consumo y uso configurando un particular tipo de cultura que privilegia el tener por sobre el ser*.

El capítulo 3 –*Contra Babel. Comunicación e interacción social. Introducción de la Semiósfera*– propone rebatir y desactivar, por demasiado simplista, todas las teorías comunicacionales armadas bajo el reductivo sistema del par emisor/receptor presentando un análisis de la teoría de la información, una descripción del modelo conceptual de la *semiósfera* de Lotman

y un cuestionamiento del disciplinamiento colonial que impide sustraerse del modelo imperialista de comunicación presente como pensamiento único y poderosamente alienador de las subjetividades de los pueblos periféricos, para continuar en los siguientes capítulo 4 -*Dialéctica del signo: Teoría Unificada del Signo lingüístico*- con la descripción de una *Teoría Unificada del Signo Lingüístico*, y el capítulo 5 -*El estatuto de la imagen*- con una conceptualización dinámica de la *imagen* que sea contributiva al cuestionamiento de la polisemia conceptual que difumina la entidad y potencia de esta noción.

El grupo de los capítulos 6-*Introducción al estudio del Lenguaje y de los “lenguajes” visuales*- , 7-*Los Lenguajes visuales: objetos, imágenes de objetos e imágenes de imágenes*- y 8- *El Lenguaje visual gráfico*- si bien son propios de su heterogeneidad de origen y destino, se agrupan en intentar postular bajo el doble baremo Saussure-Peirce, cierta presentación analítico-crítica del llamado *lenguaje visual*, formulándose cierta tipificación y clasificación de los mismos bajo la idea genérica de su despliegue emergente con cierta dependencia de lo visual respecto de lo verbal, evidencia que instalaría epistemológicamente al diseño gráfico, de comunicación o de imágenes, como un fenómeno más del campo lingüístico.

El capítulo 9 -*La Marca ha muerto. ¡Viva la Marca!*- aborda críticamente un subcampo del diseño gráfico que es el *diseño* de marcas, asociado a las temáticas del *Marketing* y el *Branding* con su articulación con aspectos ligados a la persuasión del consumidor y todas sus patologías emergentes, desde la fidelidad hasta las manipulaciones del inconsciente, abordaje que trata de realizarse con bastante detalle y clasificación de las diversas modalidades de produc-

ción de este sistema comunicativo vinculado a la expansión del mundo de las mercancías.

Los efectos prácticos y teóricos de acciones vinculadas al método experimental -variable pero simultáneamente abordados en las artes y las ciencias- se exponen en el capítulo 10 -*Ampliando el horizonte de lo posible*- para explorar vías alternativas en la actividad tanto proyectual como didáctica del Diseño Gráfico. Y los capítulos 11 -*Diez años que conmovieron el mundo del Arte y del Diseño*- y 12 -*Bauhaus. Deconstrucción del mito*- son dos pequeños ensayos historiográficos, el primero analizando las propuestas vanguardistas estético-políticas de la primera década de la revolución soviética y sus prácticas de *agit-prop* y, el segundo, esbozando un cuestionamiento -que denomina *desmantelamiento del mito*- referente al caso Bauhaus, con la intención de destronar el aún vigente prestigio de esas prácticas -de connotación medievalista y reaccionaria bajo las conducciones de Gropius y Mies y apenas con voluntad transformadora bajo el opacado mandato de Meyer- en el mundo académico actual.

Los finales capítulos 13 -*Ni Macondo ni MacDonaldis, otra América es posible. Introducción al Latinaje*- y 14 -*Latinoamérica en la trama del Diseño. Entre el mito y la realidad*- ya desde sus denominaciones y fechas (alrededor de 2008) indican su temática, que trata de expresar una opinión ligada a la condición popular-progresista de lo que llama *Generación del Bicentenario*, alrededor de la voluntad programática de afianzar un abordaje analítico de la condición periférica de la región latinoamericana para desde cuya consideración, intentar desplegar una caracterización específicamente geolocalizada de política, cultura y diseño en que instalar discursos y prácticas que criti-

quen la homogeneización colonizante del pensamiento único occidental en búsqueda de una identidad nombrada *latinaje*.

En ellos se plantearán estrategias tales como la *re-apropiación de lo propio*, la *antropofagia constructiva* o *expropiación de lo utilizable del Otro* y la *unidad en la diversidad*, como claves en la construcción de un episteme original que eluda el folklorismo macondista tanto como el populismo masmediático de la creciente universalización homogénea del consumo. *Aunque no suene agradable, la cultura Latinoamericana es el producto residual de pueblos vencidos que pudieron sobrevivir a la catástrofe de la Conquista, en otras palabras, nuestra cultura es producto de la violencia de los conquistadores extranjeros y su consecuencia, el mestizaje y la hibridación.*

Más allá de un talante punzantemente polémico y caústico en que el autor se explaya en revisar incorrecciones e incompetencias de

los múltiples actores teórico-prácticos del diseño contemporáneo en pos de fundar su hipótesis de una especie de tabula rasa conceptual que por ahora contamina las prácticas y restringe el aporte de plataformas crítico-teóricas para el aprendizaje del diseño, el libro, aún en su condición miscelánea que conjunta trabajos aislados y de diferentes épocas, responde a su intención taxonómica de revisar antecedentes y aportes conformativos de estas prácticas y actividades así como intenta recolocar en la perspectiva socio-cultural de los mestizajes latinos la posibilidad de trabajar sobre la supuesta cientificidad fundante de los fundadores occidentales de las teorías de la comunicación.

Es curioso advertir que un libro que trata abundantemente sobre la problemática de la *comunicación visual* y de las *imágenes*, carece de ellas, quizá suponiendo que su discursividad elaborada pudiera ayudar a no extrañarlas.

