

El lugar del diseño en nuestra sociedad

Lugares de debate conceptual

Javier González Solas

UCM

2006

PRESENTACIÓN

Por primera vez

Por primera vez se realiza una Jornada sobre Diseño y Comunicación dentro de los Ciclos Complutenses. El retraso con el que un tema tan asumido y presente ya en la sociedad no haya aflorado en la reflexión pública de los estudios de información y comunicación puede deberse al menos a tres motivos. El primero es la inconsciencia de tales estudios respecto a que son un lugar natural de lo que hoy se llama diseño, entendido éste como configuración y formalización de elementos simbólicos, y próximo en gran parte a lo que corrientemente, en la vertiente de las prácticas profesionales, se llama diseño gráfico. El grado de inconsciencia institucional es aún mayor si a lo anterior se añade el que, más allá de que puedan desembocar eventualmente en la práctica directa de la comunicación o del diseño gráfico, los estudios de comunicación son también un lugar natural de creación de futuros y conspicuos encargantes de diseño, por su presencia dominante en gabinetes de imagen o de comunicación. El segundo motivo es que, existiendo en los citados estudios asignaturas que tratan de historia del diseño, tecnologías de la información escrita, diseño gráfico, historia del cartel, creatividad publicitaria o identidad corporativa, se hallan todas ellas dispersas por sus tres titulaciones de periodismo, publicidad e imagen. El tercer motivo es que, a pesar de encontrarnos en ese lugar natural del diseño, y a pesar de constatar su presencia efectiva, no se han formulado estos conocimientos con el nombre específico de diseño, como ha ocurrido en otras regiones de los estudios universitarios.

A pesar de lo anterior, el hecho de que esta Jornada haya querido ser inaugurada por el Decano de la Facultad de Ciencias de la Información y por el Director del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad 1, puede entenderse como una señal del interés que el tema suscita.

Profesionales

Una de las características de esta Jornada es la elección de una temática y de unos ponentes con marcado carácter profesional. Sin embargo los convocados lo han sido no para la típica exposición de casos y anécdotas, la exhibición y despliegue de vidas personales, o cualquier motivación de tipo fetichista que pudiera provenir de su relevancia o significatividad profesionales, sino para una reflexión sobre las prácticas,

lo que si bien es también la función de los estudios universitarios, se aspira a que se realice esta vez desde la experiencia más directa. Se trata de, a partir de constataciones de la realidad más próxima para cada uno de los convocados, intentar un juicio y una anticipación prospectiva, y todo ello como fruto de una reflexión que, como es natural, siempre estará sometida a debate.

Esta presencia de profesionales pretende también establecer un puente entre esos dos polos tan unidos y separados como son el de la práctica profesional y el mundo de la formación universitaria. En el terreno que nos ocupa suele darse a veces una especie de recelo mutuo: por una parte la Universidad se centra en impartir unos conocimientos sistematizados que por su misma naturaleza tienden a cierta estabilización, y cualquier injerencia de lo coyuntural podría parecer inoportuna, molesta o intrusiva. Por su parte el mundo profesional está inmerso en una actividad que coincide con la marcha del mundo en el momento presente, pero muchas veces esa actividad no está controlada de manera autónoma ni permite una reflexión que pueda generar los recursos simbólicos que permitan redireccionarla. Además también suelen adolecer de cierta prevención acerca de las injerencias desde la universidad, puesto que ciertos análisis y teorizaciones podrían remover las cómodas aguas de un statu quo profesional. Sin embargo esta colaboración es simple y racionalmente útil y necesaria, puesto que en el fondo no hay nada más práctico que una buena teoría, como diría Einstein. Una teoría que hay que elaborar conjuntamente, y esa es la razón que une en esta Jornada prácticas y reflexiones de quienes participan en la misma sociedad: el título “Diseño y sociedad” alude a este compromiso.

Organización

Como signo de esta participación profesional hay que destacar otra particularidad: la Primera Jornada sobre Diseño y Comunicación ha sido organizada por un estudio, “La Fábrica de Diseño”, con casi treinta años de experiencia, y con una larga trayectoria de colaboración en la imagen de la Universidad Complutense, como se ha podido apreciar a través de las proyecciones de trabajos realizadas a lo largo de la Jornada.

LUGARES DEL DEBATE CONCEPTUAL

Qué diseño

Las observaciones introductorias pueden requerir alguna explicación, ya que el término diseño es hoy tan plurívoco que lo que a continuación se pretende desarrollar podría no ser interpretado en el sentido requerido. De lo contrario podría sorprender esta pretensión de plantear el diseño en un terreno que no tiene como primera referencia el arte, la estética, o la decoración terminal, como de hecho ocurre en gran parte del imaginario popular —y no tan popular— sobre el diseño. Por ello, y dado que los Ciclos Complutenses están abiertos a todo tipo de audiencia, no estará de más hacer ciertas precisiones terminológicas y de contenidos. Pero no se trata de dar una definición de diseño que excluya y zanje el continuo debate acerca de la misma, de los fines y función

del diseño. Se trata más bien de definiciones operativas y descriptivas, de matiz positivista incluso, que permitan mantener el discurso excluyendo cierta confusión terminológica y prescindiendo a la vez de definiciones dogmáticas.

De una manera muy general se podía entender el diseño como un interfaz entre el hombre y el mundo (1). Esta definición situaría la relación entre el diseño y la sociedad, tema de la Jornada, como una relación natural, habitual y necesaria. Fundamentalmente el hombre se relaciona con espacios, objetos y símbolos, y la necesidad de hacer esa relación útil y productiva es la que da lugar a las tres grandes ramas del diseño: el diseño de espacios, el de objetos y el de símbolos. Desde la práctica profesional cada una de esas relaciones daría lugar, en el primer caso a las actuaciones propias del urbanismo y de la arquitectura, áreas que convencionalmente quedan fuera (y por encima) de lo que se entiende como práctica del diseño espacial, que se centra en la llamada arquitectura efímera y en el interiorismo; en segundo término al diseño industrial y en el tercero al diseño gráfico. Las tres ramas mantendrían aspectos comunes, fundamentalmente conceptuales, y aspectos especializados, más orientados a los medios materiales, a la manera de semióticas específicas.

Aunque en la presente Jornada se abordarán temas generales aplicables a toda clase de diseño, tales como las estructuras organizativas o de apoyo, las relaciones contractuales o la promoción de intereses colectivos, dado que la reflexión propuesta se efectúa en el área de la comunicación, será necesario hacer alguna precisión más ceñida al diseño gráfico. Este término es entendido en sentido amplio, que abarca tanto la producción impresa como la audiovisual y electrónica, con lo que su incidencia en los estudios de periodismo, de imagen y de publicidad es relevante. Más concretamente, bajo el epígrafe de diseño gráfico se suelen distinguir los sectores siguientes: la tipografía (confección de tipos), el sector editorial (periódicos, libros, revistas.), la señalización (vial, interior, de acontecimientos), la publicidad (tanto comercial como institucional y cultural), la infografía y el multimedia (para soporte pantalla o red), el envasado (como límite entre lo gráfico y lo industrial), y la identidad visual corporativa (como síntesis y sinergia de todo el resto).

Diseño y sociedad

Una justificación de la propuesta Diseño y Sociedad remite a hablar de la función del diseño en la sociedad. Simplemente debería responder a la pregunta de para qué sirve el diseño. La razón por lo que esta pregunta pueda ser planteada a estas alturas del siglo XXI puede tener varios motivos. El primero es que la ambigüedad y a veces perversión del lenguaje ha llenado la palabra diseño de contenidos banales, ideológicos, distorsionantes o interesados, que por lo tanto habría que aclarar. El segundo podría ser su dispersión estructural, que impide encontrar claras referencias para el público. El tercer motivo sería el que es posible que en estos momentos se dé ya la primera crisis del diseño, a pesar de su corta vida.

A la pregunta de para qué sirve el diseño podría responderse con una frase del diseñador Pepe Cruz Novillo: “Todo lo que hay en el mundo o lo ha hecho Dios o los diseñadores” (que tiene su precedente, pues ya Vico decía que el ser humano sólo puede entender lo que él mismo ha creado, lo demás sólo lo entiende Dios). Su aparente provocación no es sino la respuesta al hecho de que estamos tan rodeados de diseño que

preguntar para qué sirve resultaría absurdo si no fuera porque lo normal y lo habitual provoca cierta ceguera hacia ello. Es diseño un mueble extraño de una tienda chic, pero también los bancos de un parque; el libro único, de arte o de regalo, pero también la guía de teléfonos, el billete de metro o las indicaciones para sacar el ticket de aparcamiento; un exprimidor escultórico, pero también la señalización de las calles o el mobiliario urbano; es decir, muchas de las cosas que no conceptuamos como diseño, pero que nos rodean en nuestro hábitat habitual. Ciertos condicionamientos aceptados acríticamente han hecho que el término diseño sea uno de aquellos en los que se exhibe claramente una perversión del lenguaje generada desde intereses poco manifiestos. Desde el punto de vista estructural la borrosidad con respecto al concepto de diseño estriba además en que muchas de sus funciones se encuentran dispersas por diversas estructuras y servicios. Entre todas esas funciones se podría establecer una jerarquía que iría de lo más instrumental a lo más proyectivo: el diseño puede estar entendido como artefinalismo, delineación, creatividad, dirección de arte, modelización, consultoría, o comunicación visual en general. Y cada una de esas funciones las podemos encontrar ejercidas bien por unidades individuales (*free lance*), bien por agencias o bien por departamentos específicos. Esa supuesta imperceptibilidad del diseño por estar disperso en diversos tipos de estructuras de realización y gestión, podría explicar el que en cierto momento se haya generado una tendencia a hacer visible esa invisibilidad. Pero tal operación, que pudiera haber sido provechosamente didáctica, se ha realizado según los principios de la espectacularización, y ha sido además conducida por ciertos intereses que han resultado en una perversión que ha oscurecido otras facetas, quizás esenciales, del concepto. La espectacularización se ha ejercido precisamente sobre los aspectos más superficiales, homologables con la tendencia a la representación del mundo como un parque temático. Para algunos el diseño sigue representando lo inútil, lo caprichoso o lo extravagante. Para muchos el diseño se sitúa en un mundo irreal, una especie de “*Diseñworld*”. Y es a esto a lo que podría llamarse una crisis del diseño, a la que antes se ha aludido. Esta situación obliga a matizar la brillante frase citada anteriormente, que otorga tan gran relevancia y tan abrumadora responsabilidad al diseñador, al atribuirle la factura de todo lo que Dios no ha hecho. Habría que decir en primer lugar que el hecho de que todo lo artificial esté “diseñado” no implica el que lo esté bien, y por tanto todo lo no bien diseñado está aún por ser abordado de una manera correcta. Y en segundo lugar habrá que decir que tal manera correcta habrá de ser reflexionada y debatida, si admitimos nuestro actual sistema social que ha establecido la democracia como mejor procedimiento de concurrencia para solucionar los problemas comunes. Y en ese supuesto todos, profesionales, formadores, público (incluso el Estado, si queremos), han de participar para resolver positivamente esa situación de crisis en la que tantas cosas se han distorsionado o están por reconsiderar desde el punto de vista de la relación con el hombre.

Tras lo anterior puede decirse que el diseño ha de ser reconsiderado como una relación muy reconocible e inmediata del hombre con su medio, donde éste se hace accesible, amable y útil. El diseño es precisamente, como se ha enunciado anteriormente, el interfaz entre hombre y mundo, y como tal interfaz es visible y adaptado, por lo que precisamente se diferenciaría del invento o de la ingeniería. Diseño es lo que hace que podamos leer eficazmente el periódico, que no nos quememos al sujetar una cafetera y que ésta no gotee, que podamos recoger con facilidad las monedas del cambio en una taquilla, que podamos rellenar sin problemas un formulario, que comprendamos con rapidez un recibo, que localicemos nuestra talla de vestir sin pruebas infinitas ni retoques, que la conducción del automóvil sea intuitiva y cómoda, que la batidora sea

fácilmente desmontable y lavable, que las calles y aceras no formen espacios residuales antihigiénicos, que los cubos de basura sean fácilmente transportables y vaciables (incluso necesariamente inexistentes), que la camilla del hospital o la silla del niño sean ligeras y versátiles, etc.. Y, por supuesto, todo eso no lo hace Dios.

Para lograr solucionar esos problemas de manera competente hay que saber situarlos adecuadamente en el entramado de las relaciones y proyectos sociales, además de conocer y evaluar las variables de los materiales, las constructivas, de estandarización, de producción de distribución, de transporte, de reciclado, de ergonomía, de legibilidad, de motivación, etc. Algo más que un ejercicio de estilismo. Lo que ocurre es que todo eso frecuentemente se oculta. Conocemos los espectaculares desfiles de la moda y no el sistema industrial que ha de desarrollar el *pret-à-porter*. Conocemos la ilustración fantasiosa y no el sistema editorial con sus trastiendas de producción y distribución, conocemos los logotipos y no la estructuración de programas de representación eficaces y progresivos.

Y después del esfuerzo necesario para explicar una idea del diseño un poco coherente y digna, después de intentar aclarar el sentido del diseño en nuestra sociedad, hay que invertir otra dosis de esfuerzo en intentar que ese sentido no se pierda, pues no se trata de un campo autónomo sino situado en un entramado de relaciones sociales. Hay que remitirse ahora a una condición que algunos han llamado postmoderna si nos situamos en el terreno de las opciones filosóficas o de orientación radical; o a la situación de globalización, si nos referimos al sistema generado por la comunicaciones actuales; o al predominio de los valores del mercado, si atendemos a una definición hegemónica de la sociedad, etc.. Temas todos ellos que ponen en crisis, es decir, en situación de tener que juzgar y optar, no sólo al diseño sino a toda la sociedad. Y desde esta perspectiva valdría la pena contemplar algunos de los temas que se encuentran, o deberían encontrarse, en el centro de la observación y de la discusión. El conjunto de esos temas configuran el panorama conceptual de las relaciones del diseño y la sociedad. Enumeremos algunos de los más relevantes.

1. El concepto de diseño

Pedir la definición de un concepto o de una actividad sustentada por él puede parecer a algunos un acto coercitivo. Cuando se habla de definir el diseño a veces se percibe una reacción de huida hacia adelante, hacia un futuro volátil, imaginario e indemostrable “por definición”, donde nada se puede contrastar. Hay un cierto temor a la definición, un temor a la palabra, que expresa quizás la huida del compromiso con el lenguaje, con el símbolo compartido. Se prefiere la libertad incondicionada y la ausencia de limitaciones, el terrorismo lingüístico que paradójicamente vacía de contenido el lenguaje con el que se expresa, con un matiz neorromántico propio de esta era neobarroca. Quizás se olvida que el lenguaje es definición, pero no esencialista sino estructural. Los conceptos se definen por exclusión y oposición. Son operativos, no “definitivos”. El problema no hay que situarlo en el lenguaje sino en la argumentación, y las argumentaciones en pro de la indefinición del diseño suelen ser escasas o simplemente sustituidas por una cierta constatación de lo que ocurre. Por todo esto, y a pesar de las aproximaciones provisionales de definición previamente intentadas, la definición de qué es el diseño es precisamente uno de los temas en debate. En realidad la definición surgirá por sí sola cuando se haya realizado un recorrido crítico y sistemático por los lugares en que aparezcan sus indicios.

Las definiciones del diseño han de abarcar diversos frentes, todos ellos interconexos e intercondicionados. Si se toma como uno de los frentes la historia, ésta se ve condicionada por el concepto de diseño elegido. Si se trata del concepto mismo definido por sus notas éstas dependen de la narración efectuada desde la historia. Y ambos dependen de un proyecto de sociedad y de la jerarquía de necesidades y recursos definidos por el mismo.

Aunque cierta prehistoria del diseño pudiera remontarse para algunos hacia 1450, con Trento, la Contrarreforma, Guttenberg y el libro producido supuestamente de manera industrial, la protohistoria inmediata se suele situar en la primera exposición universal, en 1851, y la historia más definida sólo se hace remontar a 1919, con la creación de la Bauhaus. En este escaso siglo el diseño, junto con la sociedad, ya ha evolucionado como para que se discuta uno de los conceptos pilares de su ortodoxia primera, el funcionalismo. El axioma “la forma sigue a la función” (2), (que para algunos se asimila al “menos es más”, mucho más dogmático, de Mies van der Rohe) ha dejado de ser transparente. Para unos es rechazable, para otros es redefinible. En caso de redefinición con respecto a sus contenidos en 1930 (punto de vista histórico), se trataría de discutir las funciones del diseño, y esto implicaría la revisión del concepto de función (punto de vista conceptual y optativo), su posible diversidad, el número y jerarquía de las mismas y a quién competiría la determinación y prioridad de las funciones o de las necesidades sociales que ellas intentan satisfacer. Se verifica aquí la ineludible interconexión de los procesos en la búsqueda de una definición. Para la otra posición, la de rechazo, el diseño se aleja de todo funcionalismo, borra las fronteras con actividades y disciplinas contiguas e incluso lejanas, y por lo tanto, proclamando la libertad absoluta, prescinde de toda definición. En este caso una de las fronteras que con más frecuencia se reivindica para la ósmosis, la contaminación y la desidentificación es la del arte. En cualquiera de los dos casos —redefinición o disolución de fronteras— la cuestión se plantea en el terreno de los proyectos y de las prácticas políticas, terreno que suele producir cierta alergia, no exclusiva de esta profesión. Pero es desde ese lugar, mediante la vieja pregunta de “a quién interesa”, desde donde se puede intentar aclarar a qué tendencia o proyecto social puede responder la opción por un funcionalismo estrecho o por una huida hacia lo autoexpresivo (3).

2. La función social.

Otro de los temas de interés, estrechamente ligado al anterior, es el de la ética y la relevancia social de la profesión de diseñador. A veces un cierto indigenismo podría hacer ver este problema como privativo de esta profesión, cuando en realidad se trata de un tema común a todo ejercicio profesional y productivo. Las decisiones acerca de la producción de ciertos objetos materiales o simbólicos se enfrentan hoy en toda profesión a una complejidad en las relaciones de poderes que impide a veces la claridad en la toma de decisiones particulares. Algunas formas en que se muestra el problema, en cierto modo dependientes de las inercias sociales y de las modas, llevan a contemplar la función social del diseño desde perspectivas sin duda importantes —tales como el ahorro energético o la sostenibilidad—, pero que en cualquier caso que pueden ser consideradas bien desde los efectos parciales o bien desde las causas. En un escenario en que se planteen cuestiones como los flujos migratorios, los centros de decisión y las periferias, las cuestiones como el reciclado, por ejemplo, podrían aparecer como flecos distractivos mientras se mantienen los derroches que desequilibran la habitabilidad y mantienen las tensiones en el planeta. Por eso más radicales desde el punto de vista de la relevancia social son los temas que afectan a la orientación de la economía o a la

prioridad en los valores sociales. La cuestión del no-diseño, del sobrediseño y de las necesidades toman entonces el primer plano de interés. Sin embargo también hay quien considera la cuestión de las necesidades como sobrepasada por ya cubierta, por lo que se remite a otro tipo de necesidades que afloran y se reflejan a través del llamado diseño emocional. Pero por otra parte se puede decir como contrarréplica que cuando se pierde de vista el panorama total de actuación del diseño, la sociedad en su conjunto y sus problemas cruciales, muchas actuaciones podrían ser calificadas como “pornodiseño”: la puesta en escena de lo particular y superficial. Para un juicio ponderado acerca de la función de una actuación de diseño en concreto habría que tener presente un mapa con todo un conjunto de variables jerarquizadas y referidas tanto a centros como a periferias y a las diversas culturas, de manera que pudiéramos marcar un punto que nos dijese “Usted está aquí” (4), para de ese modo evitar la dogmatización y absolutización de posiciones parciales y reductivas propias de espacios psicoindividuales y no específicamente sociales. La historia, la estructura conceptual y la observación de la realidad (la praxis) esforzadamente desalienada, han de confrontarse continuamente en la definición de una labor y su función, en este caso el diseño.

3. Los poderes estratégicos

Pero estas cuestiones conducen a planteamientos que exceden las buenas voluntades individuales. La conducción de posibles estrategias de cambio sólo pueden ser llevadas a cabo desde poderes coordinados, y el hecho es que la profesión del diseño está constituida en general por individualidades muy dispersas. Las biografías de diseñadores (género literario muy en boga cuando no se es consciente de temas comunes a tratar) están plagadas de la frase “abrió su estudio propio”. De ahí que la cuestión del asociacionismo sea un tema muy actual, tanto para la defensa y estructuración de la profesión como para abordar temas comunes tales como enseñanza, tarifas, concursos, promoción de centros de apoyo y de referencia, etc.. Si para el campo de la publicidad se ha afirmado que la situación en que surgieron los fenómenos de Marlboro y Coca-Cola no se volverá a producir (5), para el campo del diseño quizás se pudiera aventurar una hipótesis parecida. Tras los años 80 de eclosión, y los 90 de autopromoción y posicionamiento, la situación actual (de una competencia basada en un gran aumento de la oferta y al parecer una paralela descualificación de la demanda) quizás sólo sea afrontable con cierta eficacia desde posiciones colectivas. Al diseño le han “pasado” cosas: es hora de que él mismo las controle. Frente a esta postura se alza la típica del liberalismo incondicionado, en el que las profesiones liberales se defenderían por su propio hacer y no por presión grupal. Sin embargo hay quien también objeta que cualquier análisis mínimo de la situación detectaría que en realidad no es cierta esa ausencia de grupos de presión por parte de las profesiones liberales (incluso a veces es el Estado mismo el que actúa como grupo de presión proteccionista frente a otros Estados), y que cuando se defiende esa postura suele ser porque el seguimiento de las hipótesis neoliberales y desreguladoras están ya previamente implantadas a favor de quienes han tenido el poder de establecerlas como norma. El problema del asociacionismo está, por lo tanto, entre los relevantes en el diseño actual. No el asociacionismo en sí mismo sino como núcleo estratégico, para lo cual se requiere más consciencia que inercia, más voluntad de proyecto que gestión de iniciativas dispersas y autocomplacientes. En este caso la tradición individualista y poco asociativa de los españoles no parece jugar a favor, pero sólo una reflexión y una racionalización de los problemas pueden llevar a superarlos. También en otras ocasiones y temas se han podido desmentir algunas de las tópicas incapacidades de este país.

4. La formación.

La formación o los estudios regulados, como estructura de sanción social sobre la adquisición de competencia profesional, es uno de los elementos clásicos por los que la sociología de las profesiones define una profesión. Desde el punto de vista de la formación del diseñador hoy se barajan posiciones que van desde la defensa del autodidactismo, pasando por una posición individualista que se conjuga con la deriva hacia el arte y el estatuto del artista, hasta la regulación social de la capacidad mediante la estructura académica. En este último supuesto también están en discusión los contenidos de una docencia del diseño que abarcaría, según una división ya casi convencionalmente admitida, tres niveles principales: planteamientos instrumentales y artesanales propios de la formación profesional y de las “artes y oficios”, posiciones profesionales que optarían por una mayor autonomía liberal y que corresponderían a estudios de grado medio, y la configuración de unos estudios superiores de nivel universitario a los que se atribuiría la función crítica y teórica propia de tales estudios. También en este terreno, con los planes de estudios superiores de diseño y los horizontes de convergencia europeos, se está debatiendo una cierta definición del diseño y de sus funciones sociales. Con respecto a ello se enfrentan dos sistemas que optan fundamentalmente bien por la autonomía y la exclusividad de los estudios, mediante centros de diseño específicos, bien por la continuidad de saberes ya establecidos que terminarían en especializaciones adecuadas. Como puede verse, y tal como se ha advertido, también aquí se manifiesta la influencia de un previo concepto de diseño elegido, así como un modelo de sociedad para el que tal concepto y regulación académica serían adecuados.

5. Circuito estructural.

Aunque todos los temas planteados aquí forman parte de una estructura del diseño, lo que se intenta enunciar ahora es la organización visible de esa estructura como sistema que se autosustenta y retroalimenta. La necesidad de abordar la estructura orgánica del diseño es otro de los temas que continuamente se deja sentir, aunque pocas veces es enunciado. Se podría hablar del circuito del diseño, es decir, de aquellos elementos unidos en forma de sistema que hacen que los valores y las energías de esta profesión circulen productivamente. La profesión es aún muy joven y los elementos típicos de este circuito están desigualmente consolidados y algunos plenamente ausentes. Ya se ha aludido al factor académico y sus problemas actualmente sobre la mesa. El asociacionismo, ya comentado (entendido de manera amplia, tanto en su versión estrictamente asociativa como en la más burocratizada típica de los colegios profesionales), sería otro de los elementos del circuito necesario tanto para una defensa de los intereses profesionales como para el mantenimiento de unos principios que salvaguardasen su función social. Otro de los pilares que sustentan una profesión es la homologación de servicios y la transparencia de tarifas, tema complicado si se da por aceptada la liberalización total, y más aún cuando para algunos la profesión no debiera ser tal sino tener las características desreguladas (aparentemente) del arte. En este último caso hay que advertir que tal posición omite los sistemas informales de regulación, que forman parte del conjunto de elementos del circuito total (y que existen por supuesto también en el circuito del arte), de algunos de los cuales el diseño parcialmente carece. Por ejemplo, existen estructuras de apoyo inscritas en la administración estatal y autonómica, pero aún o bien oscilantes en su ubicación

orgánica, o bien infradotadas en sus capacidades o bien desigualmente repartidas y consolidadas (como muestra: en Madrid no existe ningún centro de diseño, ni nacional ni regional). Existe un Premio Nacional de Diseño pero, a diferencia de los demás (índice de su bajo poder referencial), no tiene dotación económica, y oscila entre su concesión a diseñadores y a empresas (índice, de nuevo, de indefinición profesional). No existe ningún museo del diseño (no se pueden tomar como tales los de artes decorativas, aunque serían el precedente más inmediato), instrumento que cumpliría una función elemental para la definición institucional del diseño (siempre que fuese un museo de diseño, no de arte). Y por fin no existe una crítica reconocida del diseño, quizás la peor señal de su falta de consolidación, o quizás señal de su consolidación perversa, en consonancia con aquella definición pervertida del diseño a la que aludíamos anteriormente: el diseño espectacular y el “pornodiseño” no necesitan crítica, apreciación o juicio, sino entrega y adhesión incondicional. Que las referencias al diseño terminen como crónicas de sociedad, generalmente mal transcritas o sesgadas, o que la literatura mediática sobre el diseño sea por lo general promocional o autopromocional, no es un síntoma de una profesión madura. Y está clara la relación con la ausencia de unos estudios superiores de diseño que, tal como se ha dicho, deberían ejercer como base de esa función crítica y orientadora. Como puede verse todo un circuito que aún está por cerrar.

Este conjunto de temas no es exclusivo del diseño español: existe en el diseño en cuanto tal, en cuanto profesión joven que intenta darse forma en unas circunstancias especiales de globalización y de hegemonía de los valores comerciales. En otros países que no han sufrido el parón cultural de la dictadura las estructuras se han conformado en diversa manera y tiempo, pero los problemas son semejantes y se han afrontado hasta ahora de manera local, pero sus experiencias pueden ser aprovechadas y tomadas en cuenta para la configuración de una nueva etapa, quizás global (6).

Tampoco estos son los únicos temas en los que la relación del diseño con la sociedad puede ser abordada (7), pero son suficientes para iniciar su tratamiento en una Primera Jornada de Diseño y Sociedad. Para ello los temas seleccionados incidirán en estos problemas a través del estudio de las estructuras de recursos y de apoyo de tipo, de la evolución y perspectivas de las relaciones contractuales y de cooperación entre oferta y demanda, del horizonte de problemas legales y protección jurídica, y de perspectivas del asociacionismo en un horizonte nacional y regional.

Por fin en una mesa redonda se abordará una cuestión en la que convergen con urgencia inmediata todos esos temas citados: la incorporación a la profesión. En esta perspectiva a los factores ya considerados habría que añadir otro, pocas veces afrontado y casi tabú, como es el factor demográfico. Así como en el campo del arte el exceso de facultades de Bellas Artes ha producido un excedente que ha desembarcado necesariamente en el turismo cultural de ferias, bienales y concursos, parece que de manera semejante, al no darse una paralela cualificación, aumento o redefinición de la demanda, el excedente ya notorio de diseñadores ha de rondar por las playas turísticas de los concursos, de los flirteos con el arte o de la “multidisciplinariedad” forzada, hechos que hacen más problemática la adscripción de los jóvenes a una actividad que quiere formalizarse como profesión.

(1) También Gui BONSIEPE ha puesto de relieve esta perspectiva: *Del objeto a la interfase : mutaciones del diseño*. Infinito. Buenos Aires, 1999

(2) Atribuído a Louis Sullivan, constructor del primer rascacielos de Nueva York. Ada Louise HUXTABLE considera inquietante el ataque a esta arquitectura funcional, cuando significa precisamente la traducción apropiada de unas tecnologías y fuerzas del mercado. Parece referirse a que es paradójico que se critiquen los efectos y no las causas. Ver su libro *El Rascacielos*. Nerea. Madrid, 1988, que en inglés lleva un título más significativo: *The Tall Building Artistically Reconsidered*, Pantheon Books, 1982.

(3) Para mayor aclaración de este tema ver GONZÁLEZ SOLAS, Javier: “Algunos tópicos del Diseño: 4. El <disueño> o el tema de lo social”. En *Publifilia*, nº 9. marzo 2006. También en el foro *Pensar el Diseño*:
www.espanol.groups.yahoo.com/group/pensareldisenio.

(4) GONZÁLEZ SOLAS, Javier: “Usted está aquí. Dos paradigmas para la crítica del diseño: lo público y lo privado”. En *III Simposio de Creatividad Publicitaria*. Barcelona, marzo 2006. Publicado en *Trípodos*, extra 2006.

(5) KAPFERER, J. N.: *Expansión*, 25 enero 1999.

(6) A este respecto sería útil considerar como modelo y síntoma la radiografía hecha al diseño holandés por parte de los articulistas de la revista *Experimenta* en su número 54, cuyo discurso es significativamente muy distinto del desarrollado por la imágenes mostradas, que para muchos diseñadores suele ser la única lectura.

(7) Para un análisis y una argumentación más extensos consultar el ya citado :
GONZÁLEZ SOLAS, Javier: “Algunos tópicos del Diseño”.