

Naturaleza contextual del Diseño

William Ospina Toro.

Licenciado en Filosofía.

Profesor Universidad de Caldas

Departamento de Diseño Visual.

ospinatoro@disenovisual.com

Enviado septiembre 10 de 2005

Aprobado octubre 20 de 2005

Resumen

El diseño ha manifestado cambios sustanciales en su concepción, de acuerdo a la relación intrínseca que establece con el contexto donde se encuentra, esto hace manifiesta una premisa puntual - el contexto determina el diseño y, a su vez, el diseño se refleja en el contexto.

Este último tiene una serie de elementos que lo configuran y por tanto especifican al diseño, sin embargo, no es posible concebir el diseño sin pensar en el término necesidad, el cual va relacionado profundamente con el entorno en el que se desarrolla una colectividad.

De esta manera aparece el sistema diseño-contexto-necesidad, dentro del cual finalidad y funcionalidad adquieren significados que buscan delinear la perspectiva que debe tomar el ejercicio del diseño en tal contexto.

Palabras clave:
diseño, proyecto, contexto,
necesidad, finalidad,
funcionalidad.

Abstract

The design had manifested substantial changes in its conception, according to the intrinsic relation that establishes with the context in which it finds, this fact makes evident a reliable premise - the context determines the design and, at the same time, the design reflects itself in the context.

The latter has a series of elements which configure it and therefore they specify the design, however, it is not possible to conceive the design without thinking of the term need, which is deeply related to the environment in which a whole is developed.

This way the design - context-need system appears, within this one the purpose and the functional character acquire meanings that serve to delineate the perspective that design exercise must take in such a context.

Introducción

Recientemente asistimos a transformaciones en las estructuras sociales y económicas en todo el mundo como consecuencia de las adecuaciones en los sistemas sociales que los albergaban. Este tipo de cambios repercuten, abiertamente, en las ideologías y en las organizaciones humanas en general, incluso en las manifestaciones de tipo práctico como el diseño.

Este panorama nos sirve como marco de referencia para observar que la disciplina del diseño, insistimos, no ha sido ajena a este tipo de cambios, pues el diseño depende, en gran medida, de dos factores fundamentales: aspectos económicos y elementos de transformación social. De ahí que el diseño se encuentre forzosamente ligado a ellos y, por tal motivo, él mismo se transforma en la medida en que estos elementos cambian.

Key words:

design, project, context, need, purpose, functional character.

Por tanto, en este escenario problemático, dar una visión sobre el sentido adecuado que se le debe otorgar al concepto de diseño en la actualidad, esto es, dar respuesta formal, funcional y proyectiva a las necesidades inmediatas y futuras del hombre, como individuo y ser social, se hace una tarea bastante compleja, sobre todo si pensamos en la diversidad de aplicaciones que actualmente se formulan y que se confunden con la verdadera función del diseño.

Parte Uno

La integración de las diversas áreas del diseño, como efecto de las necesidades del medio, del mercado y de la sociedad, ha generado la tergiversación de su enfoque, su finalidad y su funcionalidad, confundiendo, de esta manera, el resultado final con las variaciones del ejercicio profesional que se establece en un contexto determinado, es decir, se define al diseño por el resultado obtenido y no por la finalidad o la funcionalidad que alberga y pretende en un entorno puntual.

Las múltiples áreas en las cuales el diseño hace presencia, han generado la proliferación de definiciones transitorias sobre la función del mismo; de otro lado la revisión y evolución de disciplinas concatenadas con el diseño, ha dejado en claro que el concepto de proyectación, o el carácter proyectivo, no es un pensamiento exclusivo del diseño y menos un concepto que pueda convertirse en un elemento sustancial para su definición, ya que toda actividad humana amerita cierto grado de proyección.

De esta manera el confundir los campos de acción del ejercicio profesional con la finalidad y funcionalidad que se pretende del diseño, ha devenido en el desconocimiento de su verdadera tarea en los contextos particulares, olvidando su principal función «crear objetos útiles a las necesidades del hombre en su hábitat, en su entorno social y físico»¹.

¹ GONZÁLES RUIZ, Guillermo. *Estudio de Diseño*. Emecé Editores. Buenos Aires Argentina. 1994. Pág. 37

Para intentar dar luz sobre los enunciados anteriores, es necesario revisar una de las premisas más determinantes al hablar de diseño como actividad productiva, este ejercicio profesional se encuentra mediado por el contexto en el cual se encuentra y, por consiguiente, éste lo afecta y, a su vez, el contexto es afectado por las realizaciones que del diseño se desprenden.

Así, retomar la definición de diseño no es razón de estos apuntes, pero sí es necesario precisar cuales son sus objetivos prioritarios en la actualidad, para determinar la función que presenta dentro de la sociedad y la escuela, sobre todo si hemos de rastrear la influencia que los contextos tienen en los productos de diseño y determinar la evolución, o el cambio en la concepción de la disciplina, del diseño como proyecto hacia el diseño como estrategia, concepción más acorde con los contextos y las exigencias actuales.

Para especificar las relaciones anteriores hemos de tomar inicialmente como referencia un trabajo de Enrique Dussel, en el cual se presenta una esquematización pertinente sobre los valores que determinada sociedad otorga a los objetos, este trabajo titulado «La cuestión de un modelo general del proceso de diseño» en el texto «Filosofía de la Producción»², muestra la relación que se establece entre el proceso de diseño y la necesidad de crear objetos para alcanzar metas establecidas por la sociedad en la que el individuo se encuentra. Como tal, en este texto se describe la reciprocidad existente entre los valores de un diseño y el contexto en el cual se halla.

Dussel presenta, por medio de ejemplos, la noción de proyecto imperante en una sociedad, este obedece a lo que esa comunidad quiere lograr, o alcanzar, en determinada época, y sostiene que « todo sistema histórico tiene un proyecto, un fundamento radical al que tiende, como aquello que se intenta en todos los actos cotidianos...»³ en otras palabras, la meta y el objetivo que se pretende alcanzar⁴.

² DUSSEL, Enrique. *Filosofía de la Producción*. Editorial Nueva América. Bogotá Colombia 1984. Pág.189 y siguientes.

³ DUSSEL, Enrique. *Filosofía de la Producción*. Pág.193.

⁴ Es necesario hacer claridad sobre las diversas acepciones del término proyecto dentro de los campos semióticos que se utilizan en diseño. Por un lado, tenemos la concepción que nos presenta Dussel como la meta que se pretende alcanzar, el ser, la esencia de una sociedad y hasta de un individuo, sin embargo este tipo de proyecto solo nos interesa en la medida en que define las relaciones entre la sociedad y los objetos creados para alcanzar esa meta y esencia establecida.

Ese fundamento radical se convierte en el *telos* o finalidad a la que los sujetos tienden como pertenecientes a una comunidad, muy lejano de la idea de prefiguración a la que hace referencia el término en su uso corriente; de esta manera la sociedad moderna europea del siglo XVI, por ejemplo, intentaba «estar en la riqueza»⁵ como fin y esencia que pretendían alcanzar y establecía la creación de objetos para conseguir este proyecto.

El proyecto es, en palabras de Dussel, «el ser, la esencia de una sociedad, una época, una clase social, un grupo, una familia y hasta una persona singular»⁶. el cual determina los intereses generales del grupo, los mismos intereses que se verán reflejados en los objetos o mediaciones desarrollados para alcanzarlo.

El hecho de entender el proyecto de un sistema, es entender la relación entre ese sistema y las mediaciones creadas para conseguir el proyecto, es decir al entender la esencia, es posible interpretar adecuadamente el contexto y el porqué de las mediaciones creadas para obtener esa esencia en una sociedad específica.

De otro lado, las mediaciones son requeridas para llevar a cabo ese proyecto, pero las mediaciones son posibilidades tanto materiales como no materiales, por ejemplo «guerrrear» fue una mediación establecida para un espartano, pero además existían mediaciones materiales, objetos en sí, como instrumentos desarrollados para alcanzar la esencia descrita, en este caso la «espada». Así tenemos que las mediaciones pueden aparecer en dos órdenes, uno inmaterial como concepto que encierra la esencia del proyecto y otro material que identifica la posibilidad de alcanzar y actualizar tal esencia.

Las mediaciones de segundo orden, los objetos, ostentan un «valor de uso», el mismo que puede ser identificado como su funcionalidad, su «servir para», la cual al adecuarse de manera correcta al contexto particular del sistema, hace más valioso el objeto como instrumento que permite lograr el proyecto.

De otro lado, tenemos las consideraciones de proyecto como un «plan para la ejecución de una obra u operación», es decir, esta acepción se refiere a los cálculos realizados mentalmente para obtener algún tipo de resultado, el cual no necesariamente es formal o tiene que ver con diseño. Por tal razón, el término proyecto utilizado por Dussel está encaminado a describir el pensamiento general de una sociedad en particular, mientras que la acepción corriente de proyecto sólo hace referencia a la ideación de algún tipo de acción posterior, mucho más restringida que la anterior.

⁵ DUSSEL, Enrique. Op.Cit. Pág. 193.

⁶ DUSSEL Op Cit. Pág. 193.

Esta particular interpretación de Dussel sobre la cuestión general del proceso de diseño, interesa en la medida en que puede demostrar la posible existencia de un ejercicio de proyectación⁷ en sociedades establecidas alrededor de la idea clara de «lo que se quiere lograr», pero además advierte sobre el «valor de signo» que un objeto puede alcanzar dentro del contexto respectivo.

El valor de uso de los objetos, desemboca en lo que se conoce como «valor de signo», esto es, aquello que el objeto representa dentro del contexto para los individuos que conviven en una sociedad y que, en la actualidad, se ha identificado con el poder de diferenciación o *status*.

Al establecer el proyecto como el fin que se desea alcanzar, encontramos al individuo tendiente al proyecto, es decir, que su deseo se enfoca a la consecución de esta esencia, o lo que es lo mismo «el estado de necesidad se fundamenta en la conciencia de que un objeto puede cumplir un deseo»⁸, en otras palabras «falta al miembro de una sociedad un objeto-mediación que cumpla su proyecto concreto»⁹.

En este orden de ideas, el valor de signo que los objetos han adquirido recientemente, se ha fundamentado en sistemas de producción descontextualizados e impuestos, esto es, fundamentados en estructuras económicas que se adecúan al concepto de sociedad de consumo, tomando como modelo de ser y de esencia, el de sociedades productoras dominantes.

Sin embargo es importante establecer que el concepto de «proyecto» si bien se encuentra dentro de la concepción moderna de «diseño», no puede ser tomado como sinónimo de este último, ya que, este no es considerado como la significación de «esencia» de una sociedad, siguiendo a Dussel, y muy por el contrario el término proyecto, ha sido desplazado por la significación corriente del mismo, es decir, un plan.

⁷ Se utiliza «ejercicio de proyectación», para no denominar con el término «diseño» a las actividades realizadas mediante un sistema productor incipiente o incluso inconsciente de una sociedad particular. Sólo se utilizará el vocablo «diseño» para denominar a la actividad propia resultante de una planificación formal y funcional que intenta resolver una problemática o necesidad específica mediante formas de tipo objetual, comunicacional o espacial.

⁸ DUSSEL Op Cit. Pág. 194.

⁹ DUSSEL Op Cit. Pág. 194.

Ahora, el concepto de proyecto tiene relación con las palabras proyectación y proyectivo, que han identificado la descripción del ejercicio del diseño en los últimos años, sin embargo la identificación entre el concepto de proyecto y el de diseño se desvanece al otorgar los significados adecuados a ambos conceptos.

Guillermo González Ruiz, especifica la diferencia entre estos conceptos de la siguiente manera: «Proyecto, es el plan para la ejecución de una obra u operación»; mientras que diseño «es el plan destinado exclusivamente a la configuración de una obra de carácter formal, a una forma visual, o audiovisual, bidimensional o tridimensional»¹⁰.

Lo anterior deja claro que el diseño ha de responder con objetos, mensajes o espacios, a las diversas problemáticas surgidas del contexto, pero no implica que se denomine «diseño» a toda clase de realizaciones surgidas en periodos específicos dentro de una sociedad.

Es importante precisar que si bien dentro del proceso de diseño, se presentan fases de tipo creativo, éstas por sí solas no definen al diseño en general, ya que un acto creativo sin planificación y sin un resultado formal, no se inscribe dentro de la concepción de diseño, a pesar de la cercanía que se ha presentado recientemente con realizaciones plásticas más subjetivas y esporádicas.

De ahí la idea que determinar con claridad la esencia y el ser de una sociedad, su proyecto, en el sentido de Dussel, sea un asunto complejo, pues los sistemas sociales no apuntan a objetivos unificados y mucho menos claros, sino que obedecen, más bien, a modelos estereotipados y extraculturales, determinados por las economías dominantes.

Para determinar la concepción de diseño dentro de una sociedad es necesario entender el proyecto hacia el cual apunta la misma, sin embargo es imposible establecer el tipo de esencia, o ser, de esta comunidad, en la medida en que se encuentran matizadas por modelos de economías foráneas, lo cual imposibilita la contextualización de

¹⁰ GONZÁLES RUIZ, Guillermo. *Estudio de Diseño*. Emecé Editores. Buenos Aires Argentina. 1994. pág 30

las respuestas formales a las funciones establecidas dentro de un entorno particular. La adecuada contextualización de los productos de diseño, en sus campos objetual, espacial y comunicacional, es la exigencia lógica de los procesos evolutivos de la disciplina, por tanto, revisar las variables que permiten esta contextualización, favorecerá el esclarecimiento de las concepciones del diseño en las sociedades no industrializadas y de economías dependientes.

Parte Dos

Si los objetos, los mensajes y los espacios emergen como consecuencia de problemáticas puntuales y contextualizadas, vemos que la noción de necesidad, es un elemento que se encuentra en la raíz de los conflictos relacionados con el diseño, sin embargo determinar claramente el tipo de necesidades que presenta una colectividad tampoco es sencillo, es decir, hoy los sujetos se encuentran mediados por pulsiones de diversa índole, pulsiones que en gran medida son infundadas o creadas a partir de la satisfacción de urgencias que rebasan lo primario y real, para convertirse en necesidades superfluas e infundadas.

El sistema constituido por sociedad- estado de necesidades- diseño- objeto de necesidad, ha sido matizado por las corrientes mercantilistas actuales y ha pervertido el propósito real del diseño, como el proceso por el cual se gestan objetos útiles con forma y función determinadas.

La consecuencia de esta tergiversación es la equivocada valoración de las necesidades, tanto desde la perspectiva del objeto satisfactor, como desde las relaciones de tipo psicológico, social e ideológico que se establecen con los objetos en la sociedad.

Según lo anterior, el concepto de necesidad se hace modular en la especificación de la adecuada contextualización del diseño, pues de acuerdo con lo que este concepto represente, será posible determinar la concepción que se tiene del diseño dentro de un entorno específico.

Sobre el concepto de necesidad, Luis Rodríguez Morales¹, presenta una panorámica intentando clarificar la importancia que este término encierra en el proceso del diseño industrial, pero que al ser un concepto que está en la base de cualquier diseño, podemos homologar su importancia a cualquier área de la disciplina.

El autor parte de la especificación de lo que el término en sí mismo significa, pues no es similar el tipo de necesidad que un obrero manifiesta al buscar una herramienta para su trabajo, que la de un joven que «necesita» comprar el último trabajo musical de su cantante favorito.

Estas dos situaciones ejemplifican la diversidad significativa del término necesidad, pero determinar su significación dentro del diseño debe sobrepasar las acepciones corrientes del término e intentar establecer el tipo de necesidad que amerita el desarrollo de un diseño.

Este concepto problemático, debe estudiarse en relación con dos términos que encierran el sentido general del mismo, estos son: libertad y posibilidad, advertencia que Rodríguez Morales hace para no caer en la interpretación equivocada de un concepto tan complejo como es el de necesidad, ya que en esta relación, sólo se es libre en la medida en que se puede elegir la posibilidad de satisfacer la necesidad sentida, además, la posibilidad que el individuo tiene de acceder a un satisfactor, también determinará su elección dentro de la libertad experimentada.

Ahora, todo lo que el ser humano ha creado, ha sido en pos de satisfacer una necesidad; con esta sentencia, se sugiere la generalidad que encierra manejar este concepto, ya que las posibilidades de clasificar las necesidades se multiplican con sólo pensar en sus dos mínimas ramificaciones, lo físico y lo intelectual.

Inicialmente se puede afirmar que la satisfacción de necesidades ha generado la actividad productiva, esto es, para realizar los elementos que satisfacen las necesidades,

¹ RODRÍGUEZ MORALES, Luis. *Para una Teoría del Diseño*. Universidad Autónoma de Azcapotzalco. El Tilde. México, México. 1990. Pág. 55 y siguientes.

el ser humano ha fabricado objetos, lo que hace que las necesidades adquieran un carácter social, pues las necesidades no se presentan aisladas de la comunidad.

Desde el plano psicológico encontramos que una necesidad puede definirse, en palabras de Murray, citado por Rodríguez Morales, como «...un constructo que representa a una fuerza en la zona cerebral, que organiza la acción para transformar en cierta dirección una situación insatisfecha existente» (Murray, H. A. *Explorations in personality*. Oxford University Press. Nueva York. 1969. Pág. 58)¹².

La definición anterior establece que las necesidades:

- son creadas y sentidas por el hombre,
- son constituidas en signo de la voluntad,
- implican la participación de la razón y de la personalidad del sujeto,
- son direccionadas a fines determinados,
- fines que, regularmente, transformarán al individuo partícipe de esta situación, la cual deviene de una insatisfacción existente.

Esta aproximación a una definición de necesidad, es útil en la medida en que propone un lugar de donde partir para revisar las implicaciones que encierra este concepto; sin embargo es obvio que definir de manera cerrada «necesidad» no es posible debido a su carácter individual y, al mismo tiempo, social, por tanto se tomarán las definiciones y los marcos de referencia generales que expone Rodríguez Morales.

Se ha establecido que para satisfacer sus necesidades, el hombre produce objetos, desde la perspectiva antropológica, se determina la necesidad como partícipe del desarrollo histórico social, pero además el hecho de añadir valores a los objetos producidos, surge cuando un grupo social adquiere la capacidad de producir más de lo que necesita para satisfacer sus necesidades vitales.

¹² RODRÍGUEZ MORALES, Luis. *Para una Teoría del Diseño*. Universidad Autónoma de Azcapotzalco. El Tilde. México, México. 1990. Pág. 57

Ahora, las necesidades socialmente establecidas dependen de los promedios de las necesidades sentidas por un grupo social determinado, generalmente este grupo es la clase económicamente dominante, por tanto las necesidades son sentidas por individuos, pero reflejadas por la sociedad en general. No obstante, la necesidad social que se le presenta al diseñador está disfrazando las verdaderas necesidades del usuario, pues estas demandas responden a la lógica del capital, a la cual no le interesa el individuo en particular.

Desde lo ideológico, es posible observar al objeto satisfactor de necesidades desde cuatro niveles: función, mercancía, psicología y lógica de la diferenciación; todos ellos apuntando hacia la moda como lugar común en el cual se manifiesta la necesidad de utilizar y poseer el objeto, es decir, consumirlo.

A través de los objetos el individuo pretende una elevación del *status* que posee en la sociedad, lo cual se revierte en el consumo permanente para mantener, o superar, el *status* alcanzado. A grandes rasgos estos son algunos de los tópicos que se pueden trazar entre las necesidades y los objetos como medios para satisfacerlas; es importante revisar las conclusiones que Rodríguez Morales trae para el diseño industrial, a partir del concepto de necesidad, el cual es fundamental para el esclarecimiento de la contextualización del diseño y de las cuales se expondrán las más relevantes y que puedan ser homologadas a otras áreas del diseño:

- «Las necesidades son de individuos, pero su desarrollo y los medios para satisfacerlas son histórico-sociales.
- Para que un individuo satisfaga una necesidad, es necesario que tenga las posibilidades reales de acceso al satisfactor.
- La «normalidad» de una necesidad no es más que la expresión ideológica de las necesidades del núcleo social dominante en un lugar y en un tiempo determinado.
- Las necesidades expuestas al diseñador, se ven deformadas al representar las necesidades del sistema y no necesariamente las del usuario»¹³.

¹³ RODRÍGUEZ MORALES, Luis. *Para una Teoría del Diseño*. Pág.72

Hasta este momento vemos que las necesidades están caracterizadas por la situación contextual de la cual se desprenden y por la relación de tipo social, es decir, se genera, una correlación entre el individuo, la sociedad, las necesidades y los objetos que se crean para satisfacerlas, pues las necesidades, dentro de este escenario, se asumen como promedio de los núcleos sociales dominantes, estandarizando las posibilidades que se le presentan al individuo para acceder a los satisfactores.

Ahora, dentro del panorama establecido vemos al diseñador atendiendo las demandas del usuario, este usuario, dentro de la lógica del mercado, no es más que un usuario estadístico, quien representa un cociente numérico que se aleja de las necesidades reales del usuario que pretende representar.

Es importante reconocer que la contextualización del diseño obedece inicialmente al inventario de necesidades que se presenta en un entorno, esto significa que el diseño debe responder, aunque de manera teórica, a las necesidades de una comunidad específica y puntual en cierto momento y espacio; por tanto se podría concluir que cada comunidad, al tener necesidades contextuales propias, debe presentar cierto tipo de concepción de diseño, sin embargo, la lógica del mercado se ha encargado de homogeneizar este tipo concepción y de tergiversar la verdadera función del diseño, al menos en nuestro contexto latinoamericano; apunta Rodríguez Morales «... los diseñadores no pueden ser simples elementos reproductores del sistema, tienen la obligación ética de hacer una revisión crítica de su actividad y de dar los pasos necesarios para ajustarla cada vez más a las posibilidades materiales y a las necesidades»¹⁴ de nuestro entorno.

Parte Tres

Aportar aspectos sobre la funcionalidad y la finalidad del diseño, de acuerdo con la problemática expuesta, se hace un tanto complejo, sin embargo, no es posible finalizar este escrito sin antes dar al menos unas puntadas a lo que el diseño puede representar en el contexto inmediato.

¹⁴ RODRÍGUEZ MORALES, Luis. Op Cit. Pág.74.el subrayado es intencional.

Para ello es perentorio establecer la diferencia entre las dos palabras en cuestión, pues parece que en algunas oportunidades su utilización se presta para confusiones. Entendemos por finalidad un fin al que se pretende arribar, un objetivo que se pretende conseguir, un propósito que se quiere lograr; en este orden de ideas vemos que la finalidad encierra un sentido de desplazamiento hacia un lugar más allá del actual, lo que implica cierta evolución y movimiento.

La funcionalidad por el contrario establece cierta eficacia y practicidad, presenta el sentido de utilizable, o utilitario, por tanto es más una cualidad que poseen los entes y entidades, la cual no se logra, sino que le es inherente al objeto, sin embargo a veces se alcanza cierta funcionalidad que no se encontraba inicialmente como característica del mismo, pero este tipo de funcionalidad, al parecer se sitúa en la improvisación y se aleja de la idea que encierra el diseño como funcional.

La finalidad del diseño, su objetivo, es posible identificarlo como la realización de artefactos con coherencia formal, es decir, el propósito del mismo es la resolución de una problemática funcional, o de tipo práctico, que se ha previsto desde la proyectación y se verreflejada en la estructura del objeto mismo, por tal razón si el diseño es «superditar formas a un propósito, el propósito del diseño es siempre responder a una necesidad del hombre»¹⁵ y por lo tanto interviene en la construcción de instrumentos o mediaciones, en otras palabras «crea objetos útiles a las necesidades del hombre en su hábitat, en su entorno social y físico»¹⁶. Sin embargo, los sistemas de comercialización de los objetos ostentan objetivos diversos e independientes a los establecidos por el diseño, de esta manera la lógica del mercado hace que se fabriquen objetos para responder a necesidades superfluas.

Esta lógica de producción que matiza al proceso de diseño, determina en gran medida el valor de signo que los objetos adquieren dentro de un sistema específico, pues tanto los individuos como la sociedad en general, otorgan valores que son no funcionales, esto es, indican o manifiestan ciertos valores presentes en el contexto, pero que

¹⁵ GONZÁLES RUIZ, Guillermo. *Estudio de Diseño*. Emecé Editores. Buenos Aires Argentina. 1994. Pág. 37

¹⁶ GONZÁLES RUIZ, Guillermo. *Estudio de Diseño*. Pág.37

no se relacionan con ningún tipo de necesidad real. Por consiguiente «...el propósito de ser útil a una necesidad se confunde con el de innovar para vender como un fin en sí mismo...»¹⁷.

De otro lado Dussel describe este afán por conseguir objetos como la necesidad de mantener el *status* de cierta clase social o la «diferencia» establecida por el esquema consumista que la cultura de masas ha señalado para los individuos.

Es importante establecer que el diseño ha sido teñido de concepciones erróneas debido a su inserción en el contexto, las nociones de funcionalidad y finalidad se encuentran en la raíz de cualquier diseño, pero la aplicación que se le dé a esta funcionalidad y la finalidad que se pretende alcanzar con el diseño, no es un problema de éste, sino de los usuarios del mismo.

Ahora, si el diseño se encuentra inserto en el contexto, y por lo tanto lo afecta y es afectado por él mismo, parece que se ha olvidado su pertinencia funcional y estética que se encontraba en sus orígenes, y los análisis que se hacen del diseño como texto en un contexto, se encuentran mediados por «la sociología, la psicología de la percepción, la economía política, la semiología general, la teoría de la comunicación, la teoría de la cultura, el discurso de la política, la historia de las formas artísticas, la estética, la teoría del arte, y hasta el psicoanálisis»¹⁸, pero si bien estas interpretaciones permiten conocer y entender el entorno del diseño, no es prudente evaluar un producto de diseño como el resultado de la interacción directa de estas disciplinas o ramas del saber.

Es necesario que cualquier producción que se pretenda ser diseño, presente como elementos constitutivos la síntesis de la forma y la función como aspectos que pretenden dar respuestas a problemáticas de tipo objetual, comunicacional y espacial.

Hoy el diseño carece de un análisis preciso que lo vuelva a su cauce, sobre todo al observar cómo la diferencia entre una postura meramente ornamental y diseño des-

¹⁷ GONZÁLES RUIZ, Guillermo. Op.Cit. Pág. 38

¹⁸ LLOVET, Jordi. *Teología y Metateología del Diseño*. Ed Gustavo Gili. Barcelona España. 1981. Pág. 46

aparece rápidamente con la introducción de técnicas y mecanismos que facilitan la generación de estructuras visuales, muchas veces sin una finalidad funcional, de esta manera la línea divisoria entre un sistema icónico y un código icónico asistemático se pierde de manera rotunda.

Vemos cómo a través de los años, el diseño ha estado matizado por interpretaciones variadas y tergiversadas, políticas y panfletarias, ha pasado por el dadaísmo, el surrealismo, el expresionismo, el minimalismo, el futurismo, el constructivismo y según lo expuesto, en los últimos días parece acercarse al cretinismo (Enfermedad caracterizada por un peculiar retraso de la inteligencia, acompañado, por lo común, de defectos del desarrollo orgánico), pues se ve enfrentado a posturas que lo juzgan como el causante de consecuencias nefastas tras la aplicación de modelos económicos expansivos .

Sin embargo, tanto los sistemas sociales y culturales, como los individuos que habitan dentro de ellos están supeditados a los modelos que la mediatización y la mercantilización imponen, pero la fabricación de instrumentos y objetos que satisfacen necesidades, que puede ser tarea del diseño, nada tiene que ver con la perversidad que el mercado de los mismos pueda generar.

Tanto la función como la forma se interrelacionan para acercar el sujeto al producto de diseño, no importando si es objetual, espacial o comunicacional, como portador de los valores de uso y de signo, sin olvidar que estos valores están determinados por la función y la contextualización puntual, en palabras de Llovet «Un objeto de diseño reúne de hecho en su propio espacio, limitado, un conjunto de pertinencias muy distintas y a veces de enorme complejidad y heterogeneidad»¹⁹.

Finalmente, es importante reconocer que un diseñador sólo tiene la oportunidad de intentar establecer un producto de diseño dentro de un contexto, desde el proceder lógico, y con ello no se niega el aspecto «creativo» que subyace a la generación de

¹⁹ LLOVET, Jordi. *Idiología y Metodología del Diseño*. Ed Gustavo Gili. Barcelona España. 1981. Pág. 45

formas para una función, en la medida en que responda a las necesidades específicas del sujeto contextualizado, sin desconocer las influencias que la mediatización puede ofrecer, pues sabemos que el diseño se contextualiza y resignifica sus conceptos base, para adecuarse a las necesidades del hombre.

Bibliografía

DUSSEL, Enrique. *Filosofía de la Producción*. Ed. Nueva América. Bogotá, Colombia 1984.

GONZÁLES RUIZ, Guillermo. *Estudio de Diseño*. Emecé Editores. Buenos Aires, Argentina. 1994.

LLOVET, Jordi. *Ideología y Metodología del Diseño*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, España. 1981.