

INCIDENCIA DE LAS TEORÍAS FILOSÓFICAS EN EL DISEÑO

IMPACT OF PHILOSOPHICAL THEORIES ON DESIGN

 <https://doi.org/10.63330/aurumpub.001-011>**Luz del Carmen Vilchis Esquivel**Facultad de Artes y Diseño
Universidad Nacional Autónoma de México**RESUMEN**

En las teorías del diseño, sucede el mismo fenómeno que en las tendencias o modas, de manera inesperada surge algún autor que leyó a uno de los clásicos de la disciplina con un nombre reinventado. Lo anterior es similar al descubrimiento del hilo negro, ya que, ni siquiera se presenta la teoría en su contexto conceptual originario, lo habitual es que se arranque algún fragmento, que pueda presentar cierta coherencia y sea desarrollado con cierta habilidad esquemática presentando así algo “innovador”.

En esta investigación hay un recate historiográfico de los antecedentes que conforman los cimientos de las teorías del diseño. Surgidos en las artes visuales, son un importante enlace para comprender las raíces del pensamiento en el diseño. Hay una fuerte ascendencia en los estilos que surgieron en el siglo XIX y que representaron de múltiples maneras las fuentes que darían lugar a las vanguardias del siglo XX. Tanto en la estilística como en los manifiestos, se estructuraron importantes precedentes para el surgimiento de la idea del diseño como una disciplina que resumía en sus modos, las necesidades de la civilización y la cultura.

Cada emplazamiento del diseño emana de las oportunidades apropiadas para la conquista de nichos creativos que sumaran paulatinamente el desarrollo de las técnicas y la tecnología que se amoldaran a procesos proyectuales bi y tridimensionales.

Palabras clave: Diseño gráfico; Vanguardias artísticas; Modernismo; Estética funcionalista.

ABSTRACT

In design theories, the same phenomenon happens as in trends or fashions, unexpectedly some author appears who read one of the classics of the discipline with a reinvented name. This is similar to the discovery of the black thread, since the theory is not even presented in its original conceptual context, the usual thing is that some fragment is pulled out, which may present some coherence and is developed with some schematic skill, thus presenting something “innovative”.

In this research there is a historiographic review of the antecedents that form the foundations of design theories. Emerging in the visual arts, they are an important link to understanding the roots of design thinking. There is a strong ancestry in the styles that emerged in the 19th century and that represented in multiple ways the sources that would give rise to the 20th century avant-gardes. In both stylistics and manifestos, important precedents were structured for the emergence of the idea of design as a discipline that summarized in its modes, the needs of civilization and culture.

Each location of design emanated from the appropriate opportunities for the conquest of creative niches that gradually added the development of techniques and technology that would adapt to two- and three-dimensional design processes.

Keywords: Graphic design; Artistic avant-gardes; Modernism; Functionalist esthetics.



1 INTRODUCCIÓN

A pesar de que el contexto nativo del diseño estuvo comprendido por importantes teóricos cuyo entendimiento de las implicaciones de este quehacer a futuro los hace además unos visionarios, la fusión de la teoría con la práctica se desvirtuó en el seno de la escolarización, promoviendo el pragmatismo. Esta corriente ha tornado la sencillez en el ámbito de la obviedad y la evidencia. Hoy en día se persigue lo simple, lo factible, inmediato y confortable, incluyendo las denominadas teorías contemporáneas, corpus de pensamientos que se expresan como bosquejos incipientes, algunos sin propósito de fondo. No hay tramas conceptuales, hay opiniones que no dictan ni la razón ni la lógica, que no emanan de la investigación, devienen en reproducciones de las teorías primordiales del diseño.

2 REFERENTES INSOSLAYABLES DEL DISEÑO

Desde el siglo XIX, la producción industrial transformó la realidad cotidiana, pero fue hasta el siglo xx cuando los diseñadores gráficos comprendieron que la modernidad requería una ruptura con el pasado. Sin embargo, la comunicación visual demandaba evocar un sentido de familiaridad, comodidad y continuidad. A pesar del surgimiento de la estética funcionalista, los diseñadores siguieron respetando los recursos históricos de ornamentación. No obstante, los acercamientos a las vanguardias artísticas provocaron la experimentación formal y conceptual por lo que hasta 1910 puede hablarse de transiciones entre el diseño gráfico tradicional y las alternativas de vanguardia que serían asimiladas, sistematizadas y definidas como parámetros profesionales en 1920. (Vilchis, 2010)

En 1907, Hermann Mathesius, junto con un grupo de empresas, arquitectos, artistas y escritores alemanes fundó el Werkbund con el propósito de alcanzar la calidad en el diseño como resultado de la confluencia de los mejores intereses del arte, la industria, los oficios y el comercio. Inspirada en el Werkbund, en 1910 se creó en Austria una asociación con el mismo nombre; Suiza hizo lo mismo en 1913, igual que los ingleses, en 1915, que integraron la Asociación de Diseño e Industrias. Los suecos siguieron un proceso similar entre 1910 y 1917. (Pevsner, 1977: 33)

Puede afirmarse que no hay otro momento en la historia del diseño gráfico internacional en el que hayan concurrido tantas innovaciones y en el que participaran personajes de perfiles artísticos y comerciales en forma simultánea. Artistas que se habían involucrado profundamente en los cambios estéticos transfirieron sus cualidades al desarrollo de campañas gráficas.

La Primera Guerra Mundial agravó estas transiciones, así como la dinámica entre las artes visuales y el diseño gráfico, sobre todo porque los artistas estaban convencidos de que el diseño, en todas sus modalidades, podía ser un agente de cambio social.

Un ejemplo importante lo dio El Lizzitzky, cuyas formas abstractas y esquemas cromáticos surgidos de las ideas iniciales del constructivismo simbolizaron más de una vez en sus carteles propagandísticos la ruptura de la estabilidad mediante la fuerza.

Como contraste, los anuncios, especialmente en revistas, mostraban recuadros, ornamentos y jerarquías tipográficas de variadas formas que, propiciadas por la capacidad de las imprentas para desarrollar nuevas fuentes, permitían el eclecticismo estilístico. Walter Benjamin se refirió a las posibilidades tipográficas de este momento como un extraño y colorido conflicto entre letras que dificultaban la reflexión y la concentración.

Desde el punto de vista del diseño gráfico, la ausencia de reglas de composición y el desarrollo de nociones de comunicación visual propiciaron este tipo de expresiones de espontaneidad –en todo sentido contrarias a los nuevos órdenes en otros ámbitos del diseño, como el cartel– y se revelaban como innovaciones compositivas.

Es importante mencionar las aportaciones del modernismo al diseño gráfico que derivaron en trabajos como el Plakatstil, particularmente el cartel objeto, del que diseñadores como Peter Behrens, F. G. Cooper, C. B. Falls, Louis Oppenheim, Lucian Bernhard y Hans Rudi Erdt fueron dignos representantes. Sus diseños se convirtieron en arquetipos publicitarios, particularmente aquellos concebidos para los automóviles Opel y Stiller Shoes, y las máquinas Adler.

Estas expresiones tuvieron tal repercusión que un gran número fue trasladado del formato del cartel a la estampilla postal. Así dio inicio la publicidad de distribución masiva y el denominado anuncio por correo directo. Asimismo, impusieron valiosas aportaciones al diseño de marcas como AEG, Osram, Ford, Camel y Willrab.

Los diseños simples con esquemas de color en plasta y tipografía mínima eran sólo una visión de lo diseñado ya que en otros movimientos –como el Wiener Werkstätte– el diseño se basaba en el uso de bloques cuadrados o rectangulares y balances de blanco y negro con textos pesados en fuentes góticas y caligrafía simulada en marcos saturados de geometrificaciones.

Estos diseños, en los que destacó la intervención de Oscar Kokoschka, Josef Burckmuller y Moritz Jung, provenían del expresionismo iniciado por Die Brücke (El puente), con Heckel, Ludwig Kirchner, Max Pechstein y Emil Nolde en 1905, cuyo manifiesto acentuó el alejamiento de la realidad objetiva para privilegiar la expresión imaginativa por encima de cualquier impresión. Rechazando cualquier abstracción, echaron raíces poniendo énfasis en la figura del cuerpo en una versión particular del humanismo romántico.

Un segundo grupo expresionista, Der Blaue Reiter (El jinete azul), fue fundado en 1912, con Wassily Kandinsky y Franz Marc a la cabeza. Defendía el abstraccionismo como el recurso universal del simbolismo. Después de la Primera Guerra Mundial, el expresionismo se convirtió en una forma de

activismo político al que se sumaron artistas y diseñadores como Eric Mendelsohn, Otto Dix y George Grosz.

En otro orden conceptual, en 1909, F. T. Marinetti publicó el primer manifiesto futurista que pugnaba por evitar el pesimismo, la nostalgia y la vuelta al pasado. El futurismo basó su esquema de diseño en el movimiento; aspiraba a la velocidad de la forma y la tipografía, inspirado en los logros de la aviación y el automovilismo. De ahí surgió un estilo dinámico, cinético (se admite kinético) caracterizado, según algunos autores, por la poética visual libre y el ruido onomatopéyico. Sus diseños eran collages tipográficos que poco o nada tenían que ver con la idea de legibilidad. El futurismo fue un movimiento gráfico apoyado por Severini, D'Albisola, Paladini, Prampolini y Depero y por un buen número de diseñadores anónimos.

Vinculado a las ideas futuristas, el vorticismismo (nombre que proviene del vortex, el centro de la energía) tuvo mucho cuidado de disociarse del movimiento originario. En él hallamos diseños significativos como el cartel *Flight of Birds* de McKnight Kauffer o *Dazzle ships* de Edward Wadsworth.

Para el diseño fue trascendental la nueva era del cartel, para entonces todavía dominado por los artistas plásticos. Jules Chéret ha sido reconocido por algunos críticos como el creador del cartel moderno; sin embargo, las aportaciones de Toulouse-Lautrec fueron definitivas para la consolidación del diseño gráfico en este medio.

Podemos mencionar a grandes diseñadores profesionales del cartel, anteriores a la Primera Guerra Mundial: Mucha, Grasset, Capiello (Francia); Privat-Livemont, Ravenfosse (Bélgica); Van Toorop (Holanda); Dudley Hardy, los Beggarstaff y Aubrey Beardsley (Reino Unido); Unger, Behrens, Klinger y Gipkens (Alemania); Brandley y Reed (Estados Unidos).

El diseño gráfico en México recibió inevitablemente las influencias estilísticas del siglo xix y éstas perduraron en las dos primeras décadas del siglo siguiente. En seguida se presenta una guía de las formas de expresión recurrentes y de sus marcas de identidad.

La estética que respondió a la sociedad industrializada volviendo la mirada al pasado para encontrar inspiración fue el estilo victoriano. La ostentación ornamental y la visible exageración y saturación de los elementos fueron sinónimos de diseño.

Aunque Inglaterra es reconocida como el país originario del diseño victoriano, Francia y Estados Unidos lo recibieron con beneplácito, en especial para desarrollos publicitarios entre los que brillaron los anuncios en publicaciones periódicas, etiquetas, empaques, carteleras, calendarios, tarjetas de felicitación, etcétera.

Este tipo de estilo se caracterizó por el abuso del dibujo figurativo y detallista, los grabados con tramados de líneas extremos, la pobreza en el diseño, baja legibilidad y tipografía abundante en la que destacaban las fuentes dibujadas como pesados y toscos bloques –llamados *Fat Face*– o simulaciones de

letras grabadas en madera –denominadas Egyptian Faces– combinadas con familias entre las que destacaron la Bodoni y la Didot.

A pesar de todo, hay ejemplos de un estilo victoriano más orgánico, basado en formas curvilíneas y sinuosas, con ornamentos y motivos finos, resultado de la instrumentación del fotograbado y la tipografía gótica, que se convirtieron en patrones de diseño gráfico que significaban progreso y distinción. (Heller y Fili, 2006)

Un estilo con reminiscencias medievales, artesanales y manuales, además de fuertes influencias de la arquitectura gótica fue *Arts and Crafts*. Inspirado en el movimiento de William Morris de la segunda mitad del siglo xix, su diseño también recurrió a la ornamentación, buscando la restauración del oficio manual, basada en patrones de la naturaleza combinados con figuras y colores en esquemas simples, “el concepto que Morris tenía del arte deriva de su conocimiento de las condiciones medievales de su trabajo y se integra plenamente al historicismo del siglo XIX.” (Pevsner, 1977: 19-23)

Buscó igualmente el cuidado de la tipografía, el uso de capitulares que seguían la idea de los manuscritos antiguos con analogías de fuentes góticas sin patines. En su esfuerzo semántico, recurrió a la saturación del espacio como un reflejo simbólico.

Uno de sus legados fueron las compilaciones de patrones y motivos, entre los cuales destaca el compendio *Grammar of Ornament* de Owen Jones. Se considera que este estilo conservó sus influencias hasta la segunda década del siglo xx.

Llamado por algunos críticos el primer estilo internacional del diseño gráfico, el *Art Nouveau* principió como una rebelión contra la estética victoriana. Sus exponentes trabajaron arduamente en la transformación de cada aspecto del diseño con objeto de presentar una alternativa visualmente innovadora, entendida como un moderno ambiente de vida. Importado a América directamente de Inglaterra, se orientó hacia la fusión del simbolismo prerrafaelista y el manierismo naturalista con formas curvilíneas derivadas del diseño japonés. Beardsley, Toulouse-Lautrec, Auriol, Grasset, Mucha, Crane, Moser y Echman, entre otros, son nombres asociados al art nouveau, que se sustentó en el ornamento orgánico, las sinuosidades, los motivos florales, fuentes tipográficas curvilíneas, frecuentemente diseñadas para un cartel o una marca en especial.

En definitiva, se considera el primer estilo con intencionalidad comercial. Prueba de ello fue el desarrollo de marcas tan importantes como General Electric o la leche Nestlé. Era tal la fuerza mercantil que Deberny & Co. diseñaba de inmediato cualquier tipo de letra que tuviera demanda y la ponía a la venta. Una de las características de este estilo fueron las excentricidades tipográficas que atentaron contra los cánones de legibilidad y el equilibrio por su exagerada elongación, que sacrificaba los objetivos comunicadores de la letra en favor de la armonía y el color del diseño completo.

Destacaron también esquemas cromáticos de baja saturación y brillantez, los ornamentos de líneas flexibles, ondulados y circulares, con motivos animales –mariposas, pulpos, alas de murciélago, dragones– y florales –el lirio y el iris eran los preferidos aunque también abundaron hojas, tallos y flores–, mosaicos bizantinos, marcos con estructuras arquitectónicas como referentes y un tratamiento estilizado del ropaje inspirado en algunas xilografías japonesas.

La versión alemana del *Art Nouveau* sería el *Jugendstil*, impulsado por el teórico Henry van de Velde, mostraba diferencias en relación con las influencias de las cuales procedía. En el diseño gráfico limitó las líneas florales y buscó moderación con las líneas curvas, poniendo énfasis en los aspectos estructurales, la simetría y la plasticidad de los elementos. Denominado “nueva objetividad”, este estilo rechazó los tipos con estilos romanos del Renacimiento y depuró las familias tipográficas medievales en busca de una mejor legibilidad.

El Movimiento de Secesión de Viena o *Secessionsstil*, fue una corriente del modernismo cuyas intenciones se describieron en los Estatutos de la Asociación de Artistas Plásticos de Austria, manifiesto escrito y publicado por Herman Bahr en la revista *Ver Sacrum* (Primavera Sagrada) (traducción libre, 1898) en el cual se afirmaba:

Queremos declarar la guerra a la rutina estéril, al bizantinismo rígido, a todas las formas de mal gusto. Contamos con el apoyo activo de todos aquellos que consideran que el arte es una elevada misión cultural. [...] El arte es indispensable en la vida cotidiana.

El grupo trataba de reinterpretar los estilos del pasado ante los embates del industrialismo. Gustav Klimt fue su primer dirigente. Aunque buscó la elegancia, en este estilo predominó la sobriedad formal; sus representantes eran disciplinados y severos. Evitaron los ornamentos orgánicos y se inclinaron por la abstracción y la estilización. Sus determinantes fueron el orden, el equilibrio, la geometrización y la estructura. La tipografía tuvo gran peso, con un valor formal, compositivo y comunicativo.

3 TEORÍAS CLÁSICAS Y ENFOQUES CONCEPTUALES BÁSICOS DEL DISEÑO

Uno de los pioneros de la *orientación del dimorfismo* (presencia de formas híbridadas en un mismo diseño) en el diseño fue Bruno Munari, quien cimentó su teoría en dos principios: la creatividad como resultado de la experimentación y la educación visual sumada a la esquematización metodológica del proceso proyectual como un *sine qua non* del diseño como fenómeno comunicativo. Inspirado en *La Nueva Visión* de Lazlo Moholy-Nagy (1972), obra fundamentada en las ideas de Walter Gropius, Hannes Meyer y Gyorgy Kepes, incorporando el principio esencial de la Bauhaus de unificar la teoría y la práctica del diseño, la obra de Munari, no encontró las claves metodológicas para consolidar sus principios.

Es con base en esta circunstancia que se encuentran tres diferentes métodos del diseño, el primero sustentado en la teoría de la comunicación, el segundo desarrollado bajo las mercadológicas del funcionalismo y el último, abandonando las posibilidades lógicas de sus propuestas precedentes, opta por la reticencia a la escrupulosidad del pensamiento y considera a la creatividad desde una analogía culinaria que implica una ironía hacia los lectores.(Munari, 2002) No obstante, esta visión final ha sido tomada en serio por muchas escuelas contemporáneas que, buscan la receta idónea para resolver el proceso de diseño. Bernd Löbach fue adepto a Munari postulando el método del proceso creativo como modelo de solución de problemas.

El llamado *enfoque científico* del diseño, fue encabezado por Tomás Maldonado (1993), en la década de los setenta, formado en la conocida escuela de Ulm en Alemania, a la cual dirigió, se interesó en darle un sustento epistemológico al proceso proyectual con un modelo metodológico. Con una gran influencia de los afanes científicistas de mediados del siglo XX, bajo los imperativos positivistas, Maldonado se preocupa por el sustento racional del diseño, rechazando categóricamente el empirismo. En el grupo de teóricos que trabajaron bajo estos términos se encuentran los funcionalistas, a quienes interesaba que la forma siguiera a la función evitando la arbitrariedad y la falta de solución de los problemas de diseño, aquí están los axiomas de Christopher Alexander (1976) sobre la racionalización de la forma, o los principios de divergencia y convergencia que constituyeron la caja transparente de Christopher Jones (1982). Por igual, se sumaron Gui Bonsiepe enfocado en la tecnología y la racionalidad y Karl Gestner en el entendimiento de lo diseñado como un programa organizado.

Dentro del *planteamiento ético* destaca Víctor Papanek por su postura crítica respecto al consumismo y el diseño publicitario: “dedicado a convencer a la gente de que compre cosas que no necesita con dinero que no tiene, para impresionar a personas a quienes no les importa, es quizá la especialidad más falsa que existe...” (Papanek, 1977:12). Igualmente, la enunciación de las responsabilidades de los diseñadores entre las que puntualiza la comprensión de los otros para responder de manera innovadora, creativa e interdisciplinaria a las necesidades de los seres humanos.

Ecologista, Papanek se considera pionero en las consideraciones del diseño acerca de los daños a la naturaleza y por consecuencia a la sociedad, se interesó por el ciclo de vida de los objetos, el desperdicio y el reciclaje. Para que el diseño pueda construir propuestas lógicas, estructuró la metodología del diseño integrado, flexible y adaptable a la intencionalidad de cada proyecto. Fue un gran estudioso de diseñadores, antropólogos, sociólogos, psicólogos y filósofos como Lewis Mumford, Darcy Ribeiro, Skinner, Lévi-Strauss, Asimov, Adorno, McLuhan, Freud, Jung o Cassirer, entre otros. Un teórico inflexible, exigente con el diseño y sus profesionales. Entre los discípulos de Papanek se encuentran Bernd Löbach, Abraham Moles, Gert Selle y Llordi Llovet.

En la *perspectiva teleológica*, la óptica de André Ricard ha sido toral para entender el diseño con base en sus fines, él se cuestionó sobre la razón de ser del diseño bajo el supuesto de que la abstracción y la imaginación no se sustraen de lo concreto, de la concepción. Lo diseñado, desde esta teoría, se conduce por sus necesidades, intenciones o finalidades, no obstante, nunca se concluye bajo un proceder operativo, no se especula ni adivina.

Los fines siempre cuentan con los medios y en el diseño se trata del sometimiento de la intuición a la razón, de lo contrario, se erigen utopías o simulaciones mentales que se desmoronan con facilidad. Xavier Rubert de Ventós hizo importantes discernimientos interpretando a André Ricard, junto a Otto Laske, Yves Zimmermann y Bernard Bürdek, cada uno desde alguna ruta interdisciplinaria.

La mirada historiográfica ha sido determinante, iniciada por Pevsner, ha sido nutrida por Steven Heller, Rob Carter, Adrian Frutiger, Rudy VanderLans, Rob Carter, Enric Satué y Philip Meggs.

Por último, en la *visión pragmatista*, más reciente e inspiradora del fenómeno que se ha desenvuelto en las teorías contemporáneas, hay una serie de autores que se podrían llamar la segunda generación empirista; la primera estuvo integrada por Otl Aicher, Martin Krampen, Müller-Brockman, indistintamente sin jerarquías aquí se encontrarían Joan Costa, con sus textos acerca de la simbología, sus posibilidades y capacidades de atraer la mirada de los receptores de lo diseñado.

4 TEORÍAS CONTEMPORÁNEAS DEL DISEÑO Y SUS IMPLICACIONES

Durante décadas, y segmentando de forma arbitraria las teorías originarias del diseño, han surgido ideologías que, al no ser orgánicas, es decir, al adolecer de una estructura jerarquizada de conceptos, principios organizados y conocimiento sistematizado. Con base en las explicaciones de Gramsci (1971) al respecto, es posible afirmar que las mal llamadas teorías del diseño, son ideologías que han creado movimientos individuales que ponderan a quien las escribe enalteciendo así el ser, no el pensar. Son el error que se contrapone a la verdad.

El gran problema que han generado estas pseudo-teorías, es la inestabilidad de los modos de pensar en el diseño, la confusión acerca de su definición y la falta de crítica que ha anulado la racionalidad y autenticidad histórica de la disciplina misma. La adhesión escolarizada a algunas de estos idearios que ganan popularidad gracias a la mercadotecnia, genera fanatismos y, peor todavía, propuestas confusas, heterogéneas, híbridas e intelectualmente descalificables.

Es así que encontramos supuestas *teorías de la conjetura*, son hipotéticas y están basadas en fragmentos de las ideas de Papanek, como el Diseño Centrado en el Usuario, inspirado por la idea de que se deben acopiar las vivencias, sensaciones o satisfacciones del usuario frente a lo diseñado, con un enfoque reduccionista dirigido hacia la comprensión de los requerimientos de las interfaces en la tecnología digital.



En esta línea se encuentra el denominado *Design Thinking* o Pensamiento del Diseño, que, sin un esfuerzo metodológico, postula el enfoque en los valores humanos o la empatía, la creación de experiencias significativas que surgen del trabajo en equipo, la consciencia del proceso, la validación de las ideas y el paso del pensar al actuar, devolviendo al diseño así a la famosa caja negra de Jones (1982) en la que el diseñador entregaba resultados considerados por la comunidad como exitosos, aunque no tuviera las aptitudes para esclarecer cómo llegó a tales soluciones.

En otros órdenes se encuentran las *visiones científicas* que llegan a esquematizaciones del proceso proyectual, sin embargo, éstas están condicionadas por alguna etapa, por ejemplo, el modelo del comportamiento humano de Rasmussen (SRK) combina los requisitos de información de un sistema con diversos aspectos de la cognición humana como el reconocimiento, la asociación y la memoria. Igualmente, el modelo de la situación de Endsleys describe cómo el personal que opera en sistemas complejos y dinámicos busca e interpreta la información que le sirve, esto es considerado por el diseñador para tomar decisiones sobre la solución de una necesidad. (Skourup y Pretlove, 2007)

El dominio de la mercadotecnia ha sometido al diseño como lo ha hecho como a otras disciplinas. No sólo lo diseñado es mercancía, el diseñador también lo es y cada día más rentable; no sólo se consumen objetos, también personas. En esta *sujeción a la competitividad* y la estrategia comercial, se han desarrollado modelos metodológicos que se ostentan como teorías a pesar de que la vacuidad de los textos es inadmisibles, así contamos con la Teoría del diseño basado en la administración de proyectos que ni siquiera presenta un autor, está patentada y manejada por una organización (PMI, *Project Management Institute*)

Se encuentran alternativas que, aunque no presentan desarrollos especulativos profundos, intentan, también desde las ideas de Papanek, trabajar en pro del diseño responsable, aquí se encuentra la visión de la sustentabilidad, hay numerosos autores en esta sección como Martin Charter, Joan Rieradevall, Alan Gilpin, Raúl Belluccia y Jorge Frascara.

Hay escasos estudiosos del diseño que pugnan por teorizar acerca de los diseñado y los diseñadores. Aquí hay dos vertientes, la primera es la crítica histórica encabezada por Enric Satué quien ni ha desistido, perseverando en los estudios sobre diseño, Ana Calvera, Raquel Pelta o Cecilia Mariaca, por mencionar algunos. La segunda tiene una idea epistemológica, en ella se reconocen por sus aportaciones Jorge Frascara con su preocupación por el sentido social del diseño y la inserción de éste en estructuras conceptuales; de forma peculiar es menester distinguir a Victor Margolin quien, desde el MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) ha logrado fusionar las aportaciones de la transdisciplina hacia el diseño con aportaciones significativas para la comprensión del diseño.

5 CONCLUSIONES

Actualmente se practica la telesis, término del sociólogo Lester Frank Ward en el siglo XIX, rescatado por Víctor Papanek (1973) para evidenciar el uso premeditado de los procesos naturales y sociales para el logro de fines individuales. La telesis presenta una antinomia, ya que existe aquella que promueve el progreso consciente producido por los esfuerzos de la inteligencia; por otro lado, se encuentra una telesis que no evidencia la directriz inteligente de la actividad social hacia la consecución de propósitos legítimos que devengan en beneficios sociales, colectivos e individuales, es por ende un desperdicio del potencial cognitivo.

Adolecer de pilares metodológicos en el diseño ha fomentado los anacronismos, no sólo en la teoría, también en la praxis. Los fines no tienen fronteras, ni en el conocimiento ni en las acciones, el diseño se ha vuelto condescendiente y permisivo. Como afirma Jordi Ribas (2016) uno de los efectos perniciosos de la tecnología digital es que la estupidez humana puede viajar a la velocidad de la luz... añade Noam Chomsky, destruyendo además los cerebros con su manipulación. La inmediatez de la conducta y la fe ciega en lo que sea instantáneo propician el desarme de los conceptos y el desprecio por el pensamiento complejo, racional, teórico, ese intervalo precavido que proporciona certidumbre y autenticidad.

Hoy el diseño y los mensajes visuales, verbales o gestuales se difunden con rapidez y apremio. Los auténticos pensadores, teóricos del diseño, reivindican el regreso a la lentitud, por la desconfianza en la impaciencia compulsiva de la que emergen escasos diseñadores y creadores talentosos. El genuino diseñador, que sabe, piensa y hace, se ha vuelto una *rara avis* en esta disciplina: ver es ver verdad como afirma Zimmermann (2002).



REFERENCIAS

- Alexander, Christopher (1976) *Ensayo sobre la Síntesis de la Forma*. Buenos Aires: Infinito
- Bahr, Hermann (1898) *An Die Secession. Ver Sacrum*, enero Viena: VBKÖ (Asociación de artistas visuales austriacos)
- Gramsci, Antonio (1971) *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*. Buenos Aires: Nueva Visión
- Heller, Steven; Fili, Louis (2006) *Stylepedia*. USA: Chronicle Books
- Jones, Christopher (1982) *Métodos de diseño*. Barcelona: Gustavo Gili
- Machado Ramírez, Evelio F.; Montes de Oca, Nancy (2000) Las fases y dimensiones del ciclo lógico del pensamiento científico y su relevancia para la investigación educativa. *Revista Iberoamericana de Educación*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) / Centro de Altos Estudios Universitarios (CAEU), 15-9-03
- Maldonado, Tomás (1993) *El diseño industrial reconsiderado*. Barcelona: Gustavo Gili
- Moholy-Nagy, László (1972) *La nueva visión*. Buenos Aires: Ediciones Infinito
- Munari, Bruno (2002) *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona: Gustavo Gili
- Papanek, Victor (1977) *Diseñar para el mundo real*. Madrid: Blume
- Pevsner, Nikolaus (2003) *Pioneros del Diseño Moderno*. Buenos Aires: Infinito
- Ribas, Jordi (2016) Els monstres que no diem. *D!SS?NY. Admiracions i interrogacions sobre disseny i art*, Barcelona: Blog de Jordi Ribas, 8 de marzo, <http://blogscat.com/jordiribas/author/jordiribas/>
- Skourup, Charlotte; Pretlove, John (2007) El factor humano en el proceso. *Revista ABB*. España: Grupo ABB
- Vilchis Esquivel, Luz del Carmen (2010) *Historia del Diseño Gráfico en México 1910-2010*. México: INBA-CONACULTA-COMISIÓN 2010
- Zimmermann, Yves (2002) *Del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili