

Gui Bonsiepe



Gui Bonsiepe nasceu em 23 de março de 1934, em Gluecksburg, Alemanha. Entre 1955-1959 estudou design de informação na “hfg ulm” (Hochschule für Gestaltung Ulm), Alemanha. Desde 1968 é designer e consultor de política de industrialização na América Latina (Chile, Argentina, Brasil). Em 1987-1989 realiza uma especialização em design de interfaces numa empresa de software na Califórnia, EUA, e, entre 1993-2003 foi professor de design de interfaces na Universidade de Ciências Aplicadas de Colónia, Alemanha. Vive e trabalha no Brasil e na Argentina.

Morada

Avenida 53, #775
1900 La Plata
Província Buenos Aires
Argentina
+54 221 422 9658
gui.bonsiepe@guibonsiepe.com

Introdução

1. Gui Bonsiepe é autor de uma extensa obra de referência no domínio do design. O seu mérito e o seu prestígio internacionais dispensam uma apresentação pormenorizada no meio universitário.

Ao longo de várias décadas, destaca-se, da sua ação, um forte empenhamento social e político na difusão do design, quer na transformação e no desenvolvimento económico da sociedade em países como Portugal, Brasil, Chile e Argentina, quer na melhoria da divulgação dos benefícios sociais na utilização dos recursos ambientais, humanos e tecnológicos, derrubando, com os seus projetos, barreiras ancestrais de acesso à informação. Especialmente estimulados pelas ideias de Bonsiepe (e de Tomás Maldonado), os designers coetâneos saíram dos seus redutos, passaram a adotar novas perspetivas de abordagem à sociedade, na medida em que se assistia ao crescimento célere de um vasto território à espera dos seus contributos.

Desde os anos de 1960 que se realizam diversos estudos e encontros promovidos por várias organizações, entre elas, a United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) e a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), com o propósito de aproximar o design da indústria e, desse modo, corresponder às expectativas desenvolvimentistas dos diferentes países. Portugal participou em alguns desses encontros, e, através da crescente influência das ideias de Gui Bonsiepe, surgiu o convite da Direção-Geral da Qualidade (DGQ) para a cooperação do designer com o Estado português.

Um dos relatórios entregues por Bonsiepe, datado de janeiro de 1978, tem por título “Design Industrial em Portugal” e reporta a uma visita de estudo efetuada entre 21 de novembro e 2 de dezembro de 1977, com o principal intuito de clarificar, junto das entidades governamentais, o papel que o design industrial poderia desempenhar na política económica e de industrialização. Esse relatório aponta para duas grandes linhas mestras – por um lado, apresenta a necessidade de criar “designs racionais” que excluam grandes investimentos em maquinaria moderna importada; por outro, alerta para a premência em orientar o design para as características produtivas endógenas como forma de

reajustar os desequilíbrios sociais. As mesmas ideias vão ser repetidas noutra relatório entregue, em novembro de 1979, à DGQ.

No campo do design de interfaces, área disciplinar em que mais tem investido nas últimas décadas, Bonsiepe considera que o design é, por si só, uma interface, uma vez que constrói uma relação importante e decisiva entre os objetos e os seus utilizadores. Esta visão corresponde a um desejo de aproximação das duas características essenciais dos objetos – a comunicação e a tecnologia. Ambas deverão coexistir para permitirem aos seus utilizadores a construção/criação de uma relação sistémica intercultural.

2. Em Portugal, em 1974, o design era uma atividade profissional à qual faltava um enquadramento académico e científico de nível superior. Apesar do valor reconhecido de um conjunto de figuras pioneiras do design moderno português, a sua práxis carecia de experimentação e de fundamentação teórica e crítica, como alertava Daciano da Costa (1930-2005) em entrevista conduzida por José Saramago (revista *Arquitectos* nº129, 1974).

O entusiasmo pelo ensino e aprendizagem do design alastrou-se à sociedade portuguesa de tal modo que a palavra inglesa passou a ser de uso corrente, facto esse que terá contribuído para a popularização da atividade e da disciplina. Os improváveis anos de 1980 ajudaram a importar hábitos de consumo cultural e a posicionar o design no centro do mundo. Nesse período e nas décadas subsequentes, as exposições de artefactos de design não cessavam de existir; as escolas de design nasciam como cogumelos e os sucessivos governos nacionais não abdicavam de o utilizar como estratégia.

3. A Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (FBAUL) é uma instituição cuja história remonta a 1836, ano da criação da Academia de Belas-Artes, e, desde esses primeiros passos no ensino das artes e do desenho no Convento de S. Francisco, tem sido permeável às transformações operadas no conhecimento científico e na cultura artística e projetual. Contudo, foi a partir do primeiro ano da democracia portuguesa que, a então Escola Superior

de Belas-Artes de Lisboa (ESBAL), passou a contar com os cursos de Design de Comunicação e de Design de Equipamento, correspondendo não só a uma responsabilidade social face à procura de novos cursos superiores, mas também à consolidação de uma expectativa desenvolvimentista que se iniciara no pós-II Guerra Mundial, em especial nos anos de 1960.

A adesão à CEE, em 1985, ajudaria a reposicionar o país na Europa e na contemporaneidade, e as transformações daí decorrentes tiveram impacto nos reajustes que se operaram nas instituições de ensino superior e, em 1992, a Universidade de Lisboa passa a integrar a ESBAL no seu universo de escolas, agora com a designação de Faculdade de Belas-Artes. Hoje, passadas quatro décadas, a sociedade mantém-se expectante em relação ao design e a FBAUL regista um crescimento de procura e de produção académica e científica assinaláveis.

4. Por se tratar de uma figura maior no panorama internacional do design com uma vasta obra pública e publicada, consideramos que este Doutoramento Honoris Causa prestigia o país, o design português, a Universidade de Lisboa, a Faculdade de Belas-Artes e as suas duas áreas científicas do Design: Design de Comunicação e Design de Equipamento que, de forma colaborativa, decidiram avançar com esta proposta.

Os docentes proponentes,

Emílio Távora Vilar

e.vilar@belasartes.ulisboa.pt

Victor M Almeida

v.almeida@belasartes.ulisboa.pt

Gui Bonsiepe

6

Notas

(informação retirada de
www.guibonsiepe.com/)

«Diseño:¿Una Disciplina social y utópica?»

Entre los días 1 hasta 10 de marzo participaré en un seminario dividido entre varias sedes de la Universidad Autónoma Metropolitana UAM, México.

El 1 de marzo daré una conferencia sobre un tema político y controvertido sobre el carácter social y utópico del diseño en el sistema económico-político actual.

«Design: A Social and Utopian Discipline»

Around this controversial issue I will give a lecture at the Autonomous Metropolitan University, Azcapotzalco, Mexico D.F.

Resonancia del proyecto CYBERSYN

Al comienzo del mes de octubre 2016 la emisora de radio 99% INVISIBLE de amplia difusión con sede en San Francisco emitió un programa sobre el proyecto CYBERSYN desarrollado entre 1971 y 1973 bajo el gobierno de Salvador Allende.

Documental sobre el Proyecto CYBERSYN

En el marco de la London Design Biennale 2016 la contribución de Chile presentó – ente otros – un documental sobre el Proyecto CYBERSYN desarrollado entre 1971 y 1973 en Chile, bajo la dirección

de Stafford Beer y Fernando Flores.

El documental contiene extractos de una extensa entrevista filmada en Julio 2016 en La Plata.

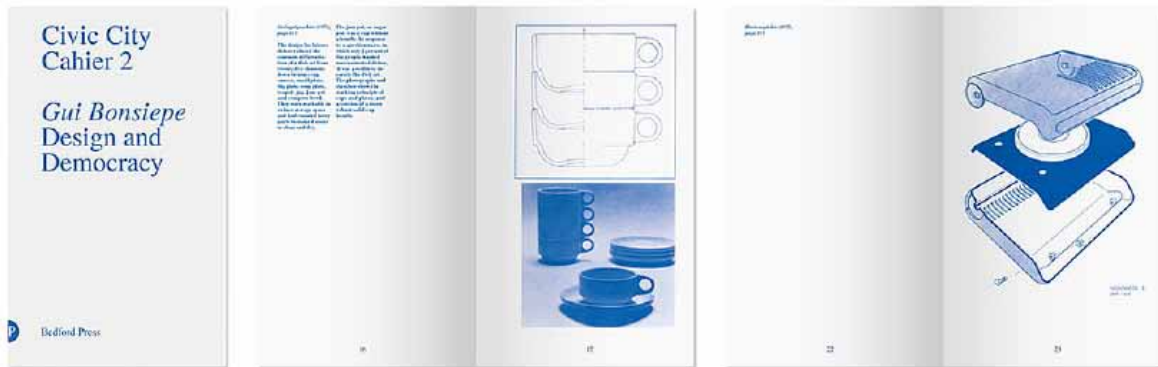
<https://vimeo.com/181474789>

En octubre a del año 2014 la revista The New Yorker publicó un artículo, «The Planning Machine – Project Cybersyn and the origins of the Big Data nation».

El proyecto había sido desarrollado en Chile entre 1971 y 1973. Hoy es considerado como un proto-internet y precursor de la temática de los Big Data. A partir del interés internacional que despertó este proyecto, se publica la serie completa de los trabajos, desarrollados en el entonces INTEC (Comité de Investigaciones Tecnológicas) en Chile, de los cuales la sala de gestión cibernética CYBERSYN forma parte.

Fueron concebidos en el marco de una política tecnológica-industrial orientada a reducir el déficit proyectual de un país periférico que apostó a la industrialización y al uso racional de los recursos para mejorar las condiciones de vida cotidiana de la población.

Todos estos proyectos, en su proyección histórica, permiten comprender los



Gui Bonsiepe "Design and Democracy", em Civic City Cahier 2: Séries editadas por Jesko Fezer e Matthias Görlich. Bedford Press, 2010.

Imagem retirada de <http://www.abitare.it/en/researchpublications/2015/10/19/bedford-press-publishing-architectural-association/>

Artigos

(informação retirada de
www.guibonsiepe.com/)

_ «Ungehorsam der Gestaltung.» In Kann Gestaltung Gesellschaft verändern. Berlin, 2015.

_ «Ein persönlicher Rückblick auf die Abteilung Information.» In Rückblicke. Die Abteilung Information an der hfg ulm, (hrsg.) David Oswald, Christiane Wachsmann und Petra Kellner, 200. Lemgo: Verlag Dorothea Rohn, 2015.

_ «Vom Design Turn zum Project Turn.» Beilage in Rückblicke / Ausblicke (Jahrbuch 2014), (hrsg.) Bernd Kracke. Offenbach: Hochschule für Gestaltung Offenbach, 2015.

_ «Innovación y diseño vistos desde la Periferia.» In Colección Conferencias, 5. Montevideo: Facultad de Arquitectura, Universidad de la República, 2013.

_ «On the strategies of appearances in time-based media.» In Retorica del visibile, ed. Tiziana Migliore, 59-75. Roma: Aracne, 2011.

_ «Gui Bonsiepe Interview.» In The Transdisciplinary Studio, ed. Alex Coles, vol. 2. Berlin: Sternberg, 2011.

_ «Identidade e contra-identidade do design.» Cadernos de Estudios Avanzados em Design, (2011): 63-75.

_ «Interview by Justin McGuiirk.» In Disegno 1, ed. Johanna Agerman Ross, 1. London, 2011.

_ «Demokratie und Gestaltung.» In Gestaltung denken, ed. Klaus Edelmann und Gerrit Terstiege, 37-45. Basel: Birkhäuser, 2010.

_ «Design and Democracy.» Ed. Jesko Fezer, Civic City 2, 1-68. London: Bedford Press, 2010.

_ «Über einige Tugenden des Design.» form no. 228 (2009): 74-77.

_ «Audiovisualistische Rhetorik in zeitbasierten Medien.» In Design als Rhetorik, ed. Gesche Joost und Arne Scheuermann, 213-227. Basel, Berlin, Boston: Birkhäuser, 2008.

_ «Visuell-verbale Rhetorik.» In Design als Rhetorik, ed. Gesche Joost und Arne Scheuermann, 27-43. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser, 2008.

_ «The Uneasy Relationship between Design and Design-Research.» In Design Research Now, ed. Ralf Michel, 25-39. Basel / Boston / Berlin: Birkhäuser, 2007.

_ «Design and Democracy.» Design Issues 22, no. 2 (2006): 27-34.

_ «Zur Aktualität der HfG ulm | The Relevance of the Ulm School of Design Today.» In ulmer modell – modelle nach ulm, ed. Ulmer Museum und HfG Archiv, 124 – 133. Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz, 2003.

- _ James Fathers.«Peripheral Vision: An Interview with Gui Bonsiepe. Charting a Lifetime of Commitment to Design Empowerment.» Design Issues 19, no. 4 (2003): 44-56.
- _ «ulmer Diskurs / ulm Discourse.» In ulmer modell – modelle nach ulm, ed. Umer Museum und HfG Archiv, 106-113. Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz, 2003.
- _ «Design as a Cognitive Tool: The Role of Design in the Socialisation of Knowledge.» In Design plus Research. Milano: Politecnico di Milano, 2000 (may).
- _ «some virtues of design.» In design beyond design, ed. Jan van Toorn, 105-110. Maastsrcht: Jan van Eyck Akademie Editions, 1998.
- _ «The invisible facets of the hfg ulm.» Design Issues XI, no. 2 (1995): 11-20.
- _ «Il disegno industriale nel Terzo Mondo.» Sinopie (Politecnico di Milano), no. 6 (1992): 34-37.
- _ «Graphische Gestaltung von Interfaces.» form & zweck XXV, no. 23 (1992): 19-30.
- _ «Zur Peripherie und Zentrum.» form & zweck XXV, no. 2+3 (1992): 9-11.
- _ «Paesi in via di sviluppo: la coscienza del design e la condizione periferica.» In Storia del disegno industriale 1919-1990 - Il dominio del design, edited by Raffaella Ausenda, 3, 252-269. Milano: Electa, 1991.
- _ «Interface/Graphics/Language.» Visible Language XXIV, no. 3/4 (1991): 262-285.
- _ «Graphische Gestaltung von Interfaces.» form + zweck, no. 2+3 (1991): 71-77.
- _ «Über Sprache, Design und Software.» Design Horizonte, (1991): 32-36.
- _ «Designing the Future - Perspectives on Industrial and Graphic Design in Latin America.» Design Issues VII, no. 2 (1991): 17-24.
- _ «Interface design.» Visible Language XXIV, no. 3/4 (1990): 262-285.
- _ «Diseñando el futuro - Perspectivas del diseño industrial y gráfico en America Latina.» tipoGráfica 8, no. IX (1989).
- _ «Das«Ulmer Modell» in der Peripherie.» In Hochschule für Gestaltung ulm ... Die Moral der Gegenstände, ed. Herbert Lindinger. Berlin: Wilhelm Ernst & Sohn, 1987.
- _ «Between marasm and hope.» In XI ICSID Conference. Mexico: Excerpta Medica, 1979.
- _ «Politica e politica del prodotto nei paesi dipendenti.» Casabella 427, (1977): 32-37.
- _ «Precariousness & Ambiguity: Industrial Design in Dependent Countries.» In Design for Need, ed. J. Bicknell and L. McQiston. London: Pergamon Press, 1976.

- _ «El diseño industrial - una realidad ambigua.» In América Latina en su arquitectura, ed. Roberto Segre, 219-232. México: Siglo XXI / UNESCO, 1975.
- _ «El diseño y la liberación en América Latina.» *summa* 62, (1973): 37-47.
- _ «Diseño industrial - una realidad ambigua.» In América Latina en su arquitectura, ed. Roberto Segre. Mexico: Siglo XXI 1971.
- _ «Sondeos metatecnológicos.» *summa* 44, (1971): 57-63.
- _ «Ecologia e progettazione industriale.» *Futuribili* 39, (1971): 25-36.
- _ «Entre agonía y antinomia - Observaciones sobre el Bauhaus y sus consecuencias.» *summa* 30, (1970): 73-74.
- _ «Entrevista. Roberto Segre con Gui Bonsiepe.» *Casa de las Américas X*, no. 57 (1969): 107-111.
- _ «A method of quantifying order in typographic design.» *Journal of Typographic Research* 3, no. 7 (1968).
- _ «Eine Methode, Ordnung in der typographischen Gestaltung zu quantifizieren/ A method of quantifying order in typographic design.» *ulm*, no. 21 (1968): 24-31.
- _ «Arabesken der Rationalität / Arabesques of rationality.» *ulm* 19/20, (1967): 9-23.
- _ «Cinco conferencias sobre análisis de productos.» In *Análisis de productos*, ed. Instituto Nacional de Tecnología Industrial, 3, 3-80. Buenos Aires: INTI, 1966.
- _ «Visuell-verbale Rhetorik / Visual-verbal rhetoric.» *ulm – Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung / Journal of the Ulm School for Design* 14/15/16, (1965): 23–40.
- _ Tomás Maldonado und Gui Bonsiepe. «Wissenschaft und Gestaltung/ Science and design.» *ulm* 10/11, (1964): 10-29.
- _ Tomás Maldonado und Gui Bonsiepe. «Ein Zeichensystem für elektromedizinische Geräte.» *Neue Graphik* 16, (1963): 22-25.
- _ «Zeichensystem für elektronische datenverarbeitende Anlagen (1960-1961).» *ulm – Zeitschrift der Hochschule für Gestaltung / Journal of the Ulm School for Design* 8/9, (1963): 20-24.
- _ «Persuasive communication: toward a visual rhetoric.» *uppercase* 5, (1961): 19-34.

Gui Bonsiepe

Vídeos

(informação retirada de
www.guibonsiepe.com/)

Radio feature about «Project
CYBERSYN», October 2016.

[<http://99percentinvisible.org/episode/
project-cybersyn/>](http://99percentinvisible.org/episode/project-cybersyn/)

About the design of the Opsroom
of «Project CYBERSYN», presented
at the Design Biennale London 2016.

[<http://99percentinvisible.org/episode/
project-cybersyn/>](http://99percentinvisible.org/episode/project-cybersyn/)

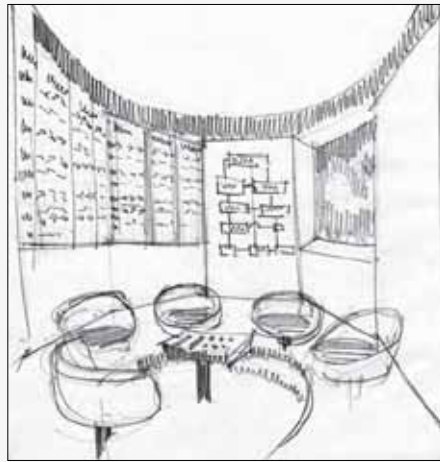
Conference «Disobedience of Design»
in German, presented September 18, 2015
in Berlin. [.<https://www.youtube.com/
watch?v=9cQ-feCL0os>](https://www.youtube.com/watch?v=9cQ-feCL0os)

Gui Bonsiepe

Livros

(informação retirada de
www.guibonsiepe.com/)

- _ Do material ao digital. São Paulo: Blucher, 2015.
 - _ Diseño y crisis. Valencia: campgrafic, 2012.
 - _ Design como prática de projeto. São Paulo: Blucher, 2012.
 - _ Design, Cultura e Sociedade. São Paulo: Blucher, 2011.
 - _ Entwurfskultur und Gesellschaft. Schriften zur Gestaltung, ed. Ralf Michel. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser Verlag, 2009.
 - _ Fernández, Silvia e Gui Bonsiepe, eds. Historia del diseño en América Latina y el Caribe. São Paulo: Edgar Blucher, 2008.
 - _ Interface. Seoul: Sigongsa, 2003.
 - _ Del objeto a la interfase. Buenos Aires: Ediciones Infinito, 1999.
 - _ Interface – An Approach to Design, ed. Dawn Barrett. Maastricht: Jan van Eyck Academy, 1999.
 - _ Interface - Design neu begreifen. Mannheim: Bollmann, 1996.
 - _ Dall'oggetto all'interfaccia. Trad. Fiametta Costa. Milano: Feltrinelli, 1995.
 - _ Las Siete Columnas del Diseño. México: Universidad Autónoma Metropolitana, 1993.
 - _ Teoria e Prática do Design Industrial. Vol. 2 Coleção Design, Tecnologia e Gestão. Lisbon: Centro Português de Design, 1992.
 - _ Diseño de la Periferia. Mexico: Gustavo Gili, 1985.
 - _ A 'Tecnologia' da Tecnologia. Apresentação: Darcy Ribeiro ed. São Paulo: Edgard Blücher, 1983.
 - _ Teoría y práctica del diseño industrial. Madrid: Gustavo Gili, 1978.
 - _ Diseño industrial, Tecnología y Dependencia. Mexico: Edicol, 1978.
 - _ Teoria e pratica del disegno industriale. 3 ed. Milano: Feltrinelli, 1975.
 - _ Diseño industrial: artefacto y proyecto. Madrid: Alberto Corazón, 1975.
 - _ Design im Übergang zum Sozialismus. Hamburg: Verlag Designtheorie, 1974.1982, 56 pp.
- Enquanto Editor
- Tomás Maldonado/ Digitale Welt und Gestaltung, Schriften zur Gestaltung. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser, 2007.
- Josef Albers. Wechselwirkung der Farbe (Interaction of Color). Köln: DuMont Schauberg, 1970.
- Tomás Maldonado, Umwelt und Revolte (La speranza progettuale). Reinbek: Rowohlt, 1972.



Imagens do Projeto Cybersyn, "operations room" (1971 – 1973, Chile). Direção de Stafford Beer e Fernando Flores. Gui Bonsiepe colaborou no projeto, com o grupo de Design Industrial do Chile. Retirado de <http://99percentinvisible.org/episode/project-cybersyn/>

Conferencia en ocasión del otorgamiento del título Doctor honoris causa por parte de la Universidad Tecnológica Metropolitana, Santiago de Chile, 24 de junio 2005.
Copyright © Gui Bonsiepe 2005

Autoridades académicas de la UTEM, autoridades políticas y diplomáticas, estudiantes, señoras y señores,
Ante todo quisiera agradecer al Rector Dr. Miguel Avendaño Berrios, al Decano de la Facultad de Humanidades y Tecnologías de la Comunicación Social, Diseñador Eduardo Campos Kahler, al Director del Dept. de Diseño Dr. Tomás Cárdenas Fincheira y a los integrantes del Departamento de Diseño por el otorgamiento del título doctor honoris causa en la Universidad Tecnológica Metropolitana. Esta distinción significa un gran honor para mi, más aún recibirla en este espacio tan representativo.
Me permito interpretar esta distinción no sólo como un reconocimiento personal del trabajo en el campo profesional y académico, sino como reconocimiento

también al trabajo realizado en conjunto con un grupo de jóvenes profesionales chilenas y chilenos del área de diseño industrial, de la ingeniería y del diseño gráfico en un período de fuertes transformaciones sociales en la historia de Chile – y no solamente de Chile.

Mi intervención en esta oportunidad será compacta. Prescindiré de material visual de apoyo, aunque generalmente aliento el uso de visursos recurriendo al poder de la visualidad y no tanto de discursos, es decir puramente textos. Haré uso personal altamente selectivo de los textos de algunos autores. Tocaré algunos puntos generales del diseño y su posición en el mundo, ya que en las conferencias de carácter más técnico, que he impartido en la UTEM estos días, he abarcado cuestiones específicas tales como cambios radicales en los programas de enseñanza del diseño, el papel de la investigación proyectual, métodos para enfrentar la complejidad retórica de los nuevos medios, la influencia de la globalización sobre la práctica profesional de los diseñadores en Latinoamérica, los contenidos específicos de la innovación en el campo del diseño, opciones para

16 la política de diseño por parte de empresas tanto para mercados internos como para mercados externos – sólo para nombrar algunas. Repito, no hablaré sobre estas temáticas.

Como cualquier autor que recibe una solicitud para preparar una conferencia nueva, pasé por una fase de desorientación. Por eso revisé otro campo desconectado del diseño, y recurrí a la literatura de las narrativas y ensayos – por cierto no a la literatura técnica del diseño. Uno de mis autores preferidos es Julio Cortázar que escribió en sus Historias de cronopios y de famas una serie de instrucciones, entre otras: Instrucciones para llorar, Instrucciones para matar hormigas en Roma, Instrucciones para subir una escalera, Instrucciones para dar cuerda al reloj (obviamente una instrucción escrita en un tiempo cuando todavía no había relojes digitales). Pero en la lista de instrucciones no encontré nada que se asemejara a la instrucción de como escribir una conferencia en ocasión de un doctor honoris causa. Por lo tanto, desistí de la búsqueda de ayuda y me concentré a lo que me parecía apropiado decir en esta oportunidad. Presentaré algunas reflexiones sobre la relación entre diseño y democracia, entre humanismo crítico y humanismo operativo. Esta temática a su vez me lleva a la cuestión de la tecnología e industrialización como medio para democratizar el consumo, y por fin al ambivalente papel de la estética como dominio de la libertad y de la manipulación. Por

lo tanto, el tema central de mi conferencia es la relación entre diseño – en el sentido de proyecto – y autonomía. Se trata de reflexiones inconclusas, que dejan preguntas abiertas que no ofrecen respuestas rápidas ni soluciones inmediatas. La universidad proporciona – aún – este espacio privilegiado para formularlas lo que la práctica profesional con sus presiones y contingencias no permite con la misma amplitud. Si echamos un vistazo al discurso actual de diseño, o al discurso proyectual – un concepto que prefiero usar – constatamos una sorprendente, y diría hasta preocupante ausencia de cuestionamientos sobre el quehacer proyectual.

Las palabras del día son: branding, competitividad, globalización, ventajas comparativas, life-style design, diferenciación, diseño estratégico, diseño emocional, diseño para divertimento (fun design), diseño de experiencias (experience design), diseño inteligente (smart design) – para nombrar solamente algunos de los términos que aparecen en las revistas especializadas y los – pocos – libros publicados sobre diseño. A veces surge la impresión que un diseñador que aspira a dos minutos de fama se siente obligado a inventar una nueva etiqueta que sirve como brand para diferenciarse del resto de las ofertas profesionales. Obviamente dejo de lado los coffee table books de diseño que abundan en imágenes y en la falta de desafíos intelectuales al lector. El tema democracia y diseño goza de menos preferencia

y atención, salvo raras y valiosas excepciones. El mainstream del diseño no se interesa por las cuestiones que enfocaré en esta oportunidad. Observando la historia social del significado del concepto «diseño» notamos por un lado su popularización, es decir una expansión horizontal, y al mismo tiempo un estrechamiento, es decir una reducción vertical. El crítico de arquitectura Witold Rybczynski recientemente comentó este fenómeno: «No hace mucho tiempo, el término diseñador» describía a alguien como Eliot Noyes, quién era responsable del diseño de la máquina de escribir Selectric de la IBM en los años 60, o Henry Dreyfuss entre cuyos clientes se encontraban la Lockheed Aircraft y la Bell Telephone Company ... o Dieter Rams que diseñó una gama de productos con formas austeras, pero muy prácticos para la empresa alemana Braun. Hoy, el término «diseñador» más probablemente evoca nombres tales como Ralph Lauren o Giorgio Armani, es decir diseñadores de moda. En tanto que estilistas generalmente comienzan como couturiers, ellos – o por lo menos sus nombres – son muchas veces asociados con una gran variedad de productos de consumo, incluyendo cosméticos, perfumes, valijas, muebles y objetos para el hogar, hasta pintura para casas. Como resultado «diseño» en la opinión pública se identifica con envoltorios: la carcasa para un monitor, el cuerpo de una lapicera, el marco para anteojos». (1)

El diseño más y más se distanció de la idea de «solución inteligente de problemas» y más y más se aproximó a lo efímero, a la moda, a lo rápidamente obsoleto – la esencia de la moda es obsolescencia rápida -, al juego estético-formal, a la boutiquización del mundo de los objetos. Diseño es asociado hoy en día frecuentemente con objetos caros, exquisitos, poco prácticos, divertidos con formas rebuscadas y gamas cromáticas llamativas. La hipertrofia de los aspectos de moda a su vez es reflejada y hasta propiciada por los medios en su incesante búsqueda y apetito por lo nuevo. Diseño se transformó en un evento mediático, en espectáculo – y tenemos un respetable número de revistas que funcionan como cajas de resonancia para este proceso, la más conocida puede ser Wallpaper con el subtítulo International Design, Interiors and Lifestyle. Hasta los centros de promoción del diseño se ven expuestos a esta complicidad de los medios, corriendo el riesgo de desvirtuar su objetivo de diferenciar entre diseño como resolución inteligente de problemas y styling. Se trata en el fondo de un renacimiento de la vieja tradición de la Buena Forma pero con una diferencia fundamental: Los protagonistas del movimiento de la Buena Forma perseguían fines sociopedagógicos, los Life Style Centers persiguen exclusivamente fines comerciales y de marketing: orientación del consumo de un nuevo – o no tan nuevo – segmento social global que podríamos denominar los «Ya Llegué».

Me permito intercalar una anécdota sintomática actual: un excolaborador mío y hoy colega reaccionó frente a la propuesta hecha por sus alumnos de diseño industrial de visitar la Feria de Milano diciendo definitivamente NO. «Vamos a un taller de desarme de autos, allí van aprender como se suspende una puerta, como se unen piezas metálicas y plásticas, y que es el sistema técnico de un freno.» Con esta recomendación revalorizó el know-how técnico acerca de los productos industriales en oposición a la tendencia de fijarse en cuestiones de estilo y estilo de vida, en lo está in y lo que está out.

Los objetos de uso diario, los artefactos materiales y los artefactos semióticos han encontrado en el discurso cultural (y este incluye al discurso académico) – salvo raras excepciones – un clima de soberana indiferencia – como lo formuló una colega italiana (Raimonda Riccini). El desprecio por los artefactos materiales y semióticos tiene sus raíces en la cultura clásica greco-romana y dura hasta el período medieval cuando se crearon las primeras universidades occidentales. Esta tradición académica no registró el dominio del proyecto en ninguna de sus carreras o disciplinas. Por cierto con la expansión de las ciencias y sobre todo con la industrialización ya no se podían cerrar los ojos frente al mundo de la tecnología y de los artefactos cuya presencia se hizo visible y se hizo sentir cada vez más en la vida cotidiana. Pero como patrón-guía en las disciplinas universitarias servía – y sirve – el ideal cognitivo, en forma de la producción

de nuevos conocimientos. Nunca el proyecto logró instalarse como patrón-guía paralelo. Este hecho explica la dificultad de incorporar la formación de competencia proyectual en las estructuras académicas con sus tradiciones y criterios de excelencia que difieren fundamentalmente de las tradiciones y criterios de excelencia en las disciplinas proyectuales. Pues las ciencias encaran al mundo bajo la perspectiva de la reconocibilidad, mientras las disciplinas del diseño encaran al mundo bajo la perspectiva de la proyectualidad – si me es permitido el uso de este neologismo. Estas son dos perspectivas diferentes, que ojalá en un futuro se transformen en perspectivas complementarias. Y no solamente esto, sino estoy convencido que en el futuro habrá una mutua interacción fructífera entre el mundo de las ciencias y el mundo del proyecto que hoy en día a lo sumo se da esporádicamente. Hasta el momento el diseño ha buscado aproximaciones al mundo de las ciencias, pero no a la inversa. Como posibilidad especulativa arriesgada podemos imaginarnos que en el futuro el proyectar será una disciplina básica para todas las disciplinas científicas. Pero esta vuelta copernicana en el sistema de enseñanza superior probablemente durará generaciones a no ser que se creen instituciones de enseñanza superior completamente nuevas. Ya que el espacio de acción de los ministerios de cultura o educación es muy limitado por el peso de las tradiciones académicas y de la formalización administrativa con su inevitable

insistencia en el credencialismo, tales nuevas instituciones saldrán probablemente fuera del sistema establecido.

Poner el proyecto en relación con las ciencias no debería ser interpretado como un postulado por un diseño científico o de querer hacer del diseño una ciencia. Sería ridículo querer diseñar un cenicero a partir conocimientos científicos.

Pero es todo menos que ridículo – y más aún es indispensable – recurrir a conocimientos científicos cuando se quiere diseñar un nuevo envase para leche que minimice las huellas ecológicas (ecological footprints). No se puede restringir más el concepto diseño a las disciplinas proyectuales tales como arquitectura, diseño industrial y diseño de comunicación visual. Pues en las disciplinas científicas también se diseña. Cuando un grupo de ingenieros agrónomos de la Universidad de Buenos Aires desarrolla una nueva golosina en base de algarroba que aporta minerales y vitaminas básicos para escolares, tenemos un claro ejemplo de un acto proyectual. (2)

Por lo tanto ya registramos una zona de contacto entre ciencias y diseño, aunque no tenemos hasta el momento una teoría general del diseño que abarque todas las manifestaciones proyectuales, sobre todo a la ingeniería genética que sin lugar a dudas es una disciplina proyectual científica.

Me permito intercalar una observación hecha recientemente en un seminario sobre el discurso

proyectual en Suiza. Dos de los alumnos habían hecho un análisis de la representación del enemigo en computer games, y mapeado esta imagen del enemigo a la situación política en la cual el juego había sido inventado y programado – en este caso la Guerra Fría. Me sorprendió la calidad del trabajo para la cual encontré una explicación cuando uno de los alumnos mencionó que había estudiado ciencias sociales, complementando ahora sus estudios científicos con una formación en diseño. Sin querer asignar validez estadística a este caso – y casos similares – los tomo como indicio prometedor para un cambio del perfil de estudiantes de diseño. En mi generación eran los estudiantes de diseño quienes complementaban su formación con un estudio de psicología experimental o comunicación de masas o algo similar. Hoy son estudiantes de disciplinas científicas los que comienzan a interesarse por una carrera proyectual generando un nuevo tipo de estudiante. Ciertamente, esta nueva constelación requiere revisar las condiciones de admisión al estudio de la carrera de diseño. Se relativizará la importancia dada al portafolio y a la capacidad de dibujar que frecuentemente ha frustrado el acceso a la carrera de diseño industrial por parte de alumnos con potencial proyectual.

Después de esta breve digresión sobre la posición del proyecto en la enseñanza superior, llego al tema central de mi conferencia: democracia y diseño. Por cierto, el concepto democracia ha sufrido un

lamentable desgaste en los últimos años lo que aconseja usarlo con cautela. Si miramos al escenario internacional actual constatamos que en nombre de la democracia se cometen invasiones colonialistas, matanzas, bombardeos, genocidios, limpiezas étnicas, torturas, quiebres de leyes de convivencia internacional, casi impunemente – por lo menos hasta el momento.

La factura de este inhumanismo es una incógnita que no podrá ser clasificada como daño colateral. Posiblemente el costo será terrible con el cual futuras generaciones se verán confrontadas. Con la democracia estos operativos no tienen nada que ver. Como lo que pasa también con organizaciones internacionales como la Organización Mundial del Comercio en la cual el peso de los países centrales define las reglas del juego.

En versiones neoliberales democracia es sinónimo de la predominancia del mercado como concepto casi sacralizado y como máxima y exclusiva instancia para regular las relaciones sociales en y entre las sociedades.

Por lo tanto surgen las preguntas: ¿cómo rescatar el concepto democracia y darle credibilidad? ¿Cómo evitar el riesgo de exponerse a la actitud arrogante y condescendiente de los grandes centros de poder que interpretan democracia en el sentido de un sedante para la opinión pública y para poder seguir sin restricciones con el business as usual? Uso una

interpretación simple de democracia en el sentido de participación para que dominados se transformen en sujetos que abren un espacio de autodeterminación, y esto quiere decir espacio para un proyecto propio, para un diseño propio. En otras palabras: democracia va mucho más allá del derecho formal de votar, tal como el concepto de libertad va mucho más allá de la posibilidad de seleccionar entre 100 variantes de teléfonos celulares o un viaje a Orlando para visitar Disneyland o a Paris para visitar el Louvre. Adhiero a un concepto sustancial, y menos formal, de democracia en el sentido de reducción de heteronomía – heteronomía entendida como una subordinación a un orden impuesto por agentes externos. No es secreto que esta interpretación se inserta en la tradición de la filosofía del iluminismo tan criticada por autores como Jean-Francois Lyotard que afirma – no se sabe exactamente si con cierta satisfacción o no – el fin de las mega narrativas. No concuerdo con esta corriente de pensamiento, como tampoco concuerdo con la corriente postmodernista en todas sus variantes. Pues sin elemento utópico otro mundo no será posible y quedaría solamente una expresión de un piadoso y etéreo deseo sin consecuencias. Sin el elemento utópico, aunque residual, ninguna reducción de heteronomía es posible. Por eso la renuncia al proyecto de la filosofía del iluminismo me parece una actitud quietista para no decir conservadora. Es una actitud de capitulación

a la cual ningún diseñador debería ceder.

Para ilustrar la necesidad de reducir la heteronomía quiero usar los aportes de un filólogo, especialista en literatura comparativa. Me refiero a Edward Said, fallecido en 2004. Él caracteriza de manera ejemplar lo que es humanismo, lo que es una actitud humanista. Siendo filólogo el limita la postura humanista al campo del lenguaje y la historia. Cito: »Humanismo es el ejercicio de las facultades del lenguaje para comprender, reinterpretar y analizar los productos del lenguaje en la historia, en otros lenguajes y en otras historias.« (3)

Pero se puede extender su interpretación a otras áreas también. No se deformarían las intenciones del autor extendiendo – con las debidas modificaciones – su caracterización del humanismo también al diseño. Humanismo proyectual sería el ejercicio de las facultades del diseño para interpretar las necesidades de grupos sociales y elaborar propuestas viables emancipatorias en forma de artefactos instrumentales y artefactos semióticos. ¿Por qué emancipatorias? Pues humanismo implica la reducción de dominación, y en el caso del diseño atención también a los excluidos, los discriminados, como se dice en la jerga economista, los menos favorecidos, es decir la mayoría de la población de este planeta. Dejo claro que no estoy propagando una postura universalista del tipo Diseño para el Mundo. Dejo claro también que esta afirmación no debería ser interpretada

como expresión de un idealismo ingenuo, fuera de la supuesta realidad. Al contrario, es una posible e incómoda cuestión de fondo que cualquier profesión, no solamente la profesión de los diseñadores, debería enfrentar. Sería errado interpretar esta frase como una demanda normativa acerca de cómo un diseñador debería actuar hoy, expuesto a las presiones del mercado y las antinomias entre lo que es la realidad y lo que podría ser realidad. El objetivo es más modesto: formar y mantener una conciencia crítica frente al enorme desequilibrio entre los centros de poder y los que son objetos del poder. Pues este desequilibrio es antidemocrático en tanto niega la participación. Trata a los seres humanos como meras cosas en el proceso de cosificación (Verdinglichung).

Tocamos aquí el rol del mercado y el rol del diseño dentro del mercado. En su último libro *The Economics of Innocent Fraud* el economista Kenneth Galbraith presenta una lectura crítica del discurso de las ciencias económicas. Entre otras hace una radiografía de la función del uso del concepto »mercado« que según el autor es nada más que una cortina de humo para no hablar lisa y llanamente del capitalismo – término que no en todos los lugares y estratos sociales goza de connotaciones positivas. Galbraith ubica al diseño industrial en el conjunto de técnicas de grandes corporaciones para expandir y mantener poder: »La innovación del producto y el rediseño son una función económica importante, y ninguna

empresa de peso introduce un nuevo producto sin cuidar de la demanda por parte de los consumidores. O ahorra esfuerzos para influenciar y mantener la demanda por un producto existente. Aquí entra el mundo de la publicidad y de las astucias de ventas, de la televisión y de la manipulación del consumidor. Por lo tanto de la soberanía del consumidor y del mercado. En el mundo real la empresa productora y la industria van lejos para fijar los precios y la demanda, empleando para este fin monopolios, oligopolios, diseño de productos y diferenciación de productos, publicidad y otras técnicas de promoción de ventas y comercio.» (4)

Galbraith critica el uso del término »mercado« como instancia anónima impersonal e insiste en que habría que hablar del poder de las grandes corporaciones. A este uso del diseño – en última instancia como herramienta del poder – se contraponen la intención de concentrarse en aspectos no meramente de poder y de esta fuerza anónima llamada mercado. Es esta contradicción en la cual la práctica profesional del diseño se despliega resistiendo al discurso armonizador de que todo está bien. Se puede negar esta contradicción, pero uno no puede escapar a esta contradicción.

El tópico de la manipulación tiene larga tradición en el discurso proyectual y sobre todo de la publicidad. Recuerdo un libro que en su tiempo gozó de bastante popularidad *The Hidden Persuaders* de Vance

Packard (1957), traducido al español como *Las formas ocultas de la propaganda*. Sin embargo habrá que cuidarse de una crítica maximalista meramente denunciadora y declamatoria. Habrá que diferenciar un poco más y no contentarse con una sospecha totalizadora. Manipulación y diseño encuentran un punto de contacto en el concepto de apariencia. Si diseñamos estamos diseñando apariencias – entre otras categorías – diseño es en buena parte visible. Por eso he caracterizado en una oportunidad al diseñador como estrategia de apariencias, es decir de fenómenos que experimentamos mediante nuestros sentidos, sobre todo mediante el sentido visual, pero también mediante los sentidos del tacto y de la audición. Apariencia a su vez lleva a la estética – un concepto ambivalente como explicaré en seguida. Pues por un lado la estética representa el dominio de la libertad, del juego (hay autores que afirman que solamente jugando estamos libres), por otro lado abre el camino al engaño, a la manipulación (es decir expansión de la heteronomía). Diseñando apariencias de los productos y artefactos semióticos se quiere seducir, es decir provocar una predisposición positiva o – según el contexto – negativa frente al producto o al mensaje y su contenido. Dependiendo de las intenciones, el diseño se inclina más hacia un polo o al otro polo, más hacia la autonomía o más hacia la heteronomía. En este punto de la serie de reflexiones quiero tocar el tópico de la tecnología. Por tecnología se entiende

en general el arsenal de artefactos y métodos para producir mercancías con las cuales las empresas están poblando el escenario de los bienes materiales. Es decir tecnología está compuesta por hardware y software – y este aspecto soft incluye al diseño como una faceta imprescindible de la tecnología. Voy a enfocar el tema de las políticas tecnológicas y las políticas de industrialización en Latinoamérica. Las investigaciones sobre este tema revelan datos muy esclarecedores sobre avances y retrocesos. Pero tienden a favorecer una interpretación reductivista del concepto – y la realidad – de la tecnología. Solamente en casos excepcionales los textos mencionan lo que se hace con las tecnologías, no se formula la pregunta por el proyecto de los artefactos. Esto me parece un déficit, sin menospreciar los esfuerzos de los historiadores de la tecnología e industrialización. Pero no se puede eximirlos por lo que puede llamarse una indiferencia o hasta ceguera respecto a la realidad del proyecto. Entre los motivos para la industrialización se encuentra el deseo de diferenciar las exportaciones y generar dentro de las economías productos con valor agregado – dejo de lado en este contexto la tecnología militar que seguramente ha jugado un papel importante. Pero por debajo de estos motivos yace otra idea no siempre formulada explícitamente. Me refiero a la idea que la industrialización es – más allá del aumento del PBI – un medio indispensable para democratizar el consumo y permitir a un amplio sector

de la población acceso a un universo de productos para la vida cotidiana en sus diferentes dominios: salud, casa, educación, deporte, transporte, trabajo – para mencionar algunos.

Por cierto, mencionar hoy el papel del Estado para promover la industrialización, parece casi un sacrilegio. El papel del Estado ha sido demonizado con una excepción, cuando se trata de pagar las cuentas de un servicio privatizado quebrado. Pero cuando se escriba una vez la historia de la tecnología y de la industrialización de este subcontinente se verá a las claras que el papel del Estado ha sido – y sigue siendo – fundamental para el proceso de industrialización, por más que los detractores del sector público con su voz beligerante pretenden ridiculizar, desprestigiar y desconocer sus aportes. Si miramos por un momento lo que pasó en la Argentina, hasta hace pocos años sumiso seguidor de las recomendaciones del Fondo Monetario Internacional y en momentos delirante por sus «relaciones carnales» con el poder económico y militar máximo del mundo, constatamos que no le fue particularmente bien con la privatización ad ultranza. Llevó por un lado gran parte de la población a un empobrecimiento desconocido para esta sociedad y por otro lado a una concentración de renta con el resultado de una bipolarización entre incluidos y excluidos. Privatización en este caso es sinónimo de desdemocratización, pues las víctimas del proceso nunca fueron consultadas si aprobaron

24 los créditos que llevaron el país a la bancarrota. Con la privatización y la retracción del papel del Estado, con la abertura sin restricciones a las importaciones el país se desindustrializó menoscabando las bases para el trabajo en la industria y como consecuencia también erosionó la base del trabajo del diseñador industrial. Desencadenó un retroceso afectando gran parte de los sectores de la economía.

Quedándome un momento con el tema de la política de industrialización, constato que en todos los programas en los cuales he podido participar, principalmente en Chile, en Argentina y en Brasil, ninguno abarcó el sector de la información y comunicación. Todo estaba dirigido al hardware, no al software. Hoy esta constelación ha cambiado radicalmente. Una política de industrialización actualizada debería enfocar la industria de la información, para la cual el diseño gráfico o mejor el diseño de información puede prestar servicios esenciales.

Aquí surgen temáticas nuevas que confrontan al diseño de la comunicación con exigencias cognitivas que en la tradición de la enseñanza del diseño gráfico nunca recibieron debida atención.

Con la difusión de la tecnología digital comenzó a surgir en el discurso proyectual una corriente que afirma que hoy en día las cuestiones principales que el diseñador tiene que enfrentar son los aspectos simbólicos, pues cuestiones relacionadas

con las funciones de los productos han perdido vigencia. Como segundo argumento se menciona la miniaturización mediante los circuitos impresos que no permiten percibir el funcionamiento de los componentes. Por lo tanto el diseño tendría que hacer visible estas funciones. Aunque sería ciego negar los aspectos comunicativos y simbólicos de los productos, habría que relativizarlos y no asignarles un papel tan dominante como algunos autores propugnan. Entre la alternativa de poner un clavo en la pared con un martillo o con el valor simbólico de un martillo, la opción debería ser clara. El substrato material con su expresión visual/táctil/auditiva, forma la base sólida del trabajo del diseñador. Percibo con preocupación el crecimiento de una nueva generación de diseñadores que se fija obsesivamente en los aspectos simbólicos y su equivalente en el mercado que es el branding – y el self-branding –, y no sabe más como se clasifican los elementos de unión. La búsqueda del equilibrio entre los aspectos instrumentales/operativos de los objetos técnicos y sus aspectos semánticos es la esencia del trabajo del diseñador sin privilegiar uno sobre otro lado. »La polaridad entre lo instrumental y lo simbólico, entre estructura interna y externa es una condición típica de los artefactos, en su prerrogativa de instrumentos y en su prerrogativa de portadores de valores y significados. El diseño tiene el objetivo de reconciliar estas dos polaridades, proyectando

“O design é a geração de uma realidade que ainda não existia. Mas novidade e inovação não são suficientes. É necessário reafirmá-lo, sobretudo numa época como a presente em que a ‘fúria da inovação’ parece dominar. Num mais vasto entendimento do design as inovações têm de ser feitas sob o prisma da resolução das preocupações humanas”.

Bonsiepe, Gui (1991), Introdução à edição portuguesa do livro “Teoria e Prática do Design Industrial”. Lisboa: Centro Português de Design, pp. xviii-xix, 1992.

