

La naturaleza disciplinar del diseño y su participación en la creación cultural

THE NATURE OF DESIGN DISCIPLINE AND ITS PARTICIPATION IN CULTURAL CREATION

Artículo recibido el 12 de septiembre de 2013 y aprobado el 12 de diciembre de 2013

Iconofacto · Vol. 9, Nº 13 / Páginas 46 - 57 / Medellín-Colombia / Julio-diciembre 2013

Natalia Pérez Orrego. Universidad de Caldas – Manizales-Doctorado en Diseño y Creación. Diseñadora industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana; máster en Arquitectura, Arte y Espacios Efímeros por la Universidad Politécnica de Cataluña en Barcelona, España. Se ha desempeñado como diseñadora de espacios interiores, particularmente comerciales y museográficos. Hizo parte del equipo de diseño del Parque Explora, en Medellín, Colombia, con el cual obtuvo el premio «Lápiz de Acero» en el 2009. Ha sido docente en diseño industrial, en asignaturas como Teoría y Taller de Diseño en la Universidad Pontificia Bolivariana, Instituto Tecnológico Metropolitano, Universidad San Buenaventura y Colegiatura Colombiana de la ciudad de Medellín. Actualmente es candidata a doctora en Diseño y Creación por la Universidad de Caldas, en Manizales, y docente de cátedra de la Universidad Pontificia Bolivariana. Correo electrónico: nataliaprz@hotmail.com

RESUMEN: La conformación del proyecto de creación como disciplina -el diseño- ha sido lenta, lo que puede atribuírsele a su joven concepción de no más de un siglo, y por lo que aún hoy en día le sigue siendo difícil esclarecer su propia naturaleza. La pretensión de este artículo es hacer una revisión concisa sobre cómo se ha ido definiendo esa naturaleza proyectual en su breve recorrido histórico y cuáles son las particularidades que la conforman. Desde autores como Nikolaus Pevsner, Otl Aicher, Jean Baudrillard, Roland Barthes, Gui Bonsiepe y Pierre Levy,

se busca presentar una postura disciplinar del diseño enraizada en el desarrollo social, por lo que el alcance proyectual de esta posición no puede entenderse hoy en día solamente como la respuesta técnica que mejora una necesidad, sino más bien como el conocimiento que define y constituye en gran medida el lenguaje sociocultural. En ese sentido, la disciplina del diseño no posee un valor superficial en la caracterización cultural, sino que por el contrario, contribuye a su definición.

PALABRAS CLAVE: diseño, proyecto, lenguaje, virtualización cultural, identidad cultural.

ABSTRACT: The concretion of the creation project as a discipline - Design - has been slow-paced, which can be attributed to his young conception of not more than a century, and so even today it remains difficult to clarify its nature. The aim of this article is to make a concise review of how it has been defined that projective nature in its brief history and what are their specific shapes. From authors such as Nikolaus Pevsner, Otl Aicher, Jean Baudrillard, Roland Barthes, Gui Bonsiepe and Pierre Levy, this paper presents a stance Design discipline rooted in social development, so the projective scope thereof cannot be understood today only as improving a technical answer of a need, but rather the knowledge that defines and constitutes by far the socio-cultural language. In this sense, Design discipline has no value in the cultural surface characterization, instead of that, it contributes to its definition.

KEY WORDS: Design, project, language, cultural virtualization, cultural identity.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de progreso dado por los objetos técnicos, entiéndase diseño en este caso, ha pasado por estados particulares que lo han determinado y que a su vez lo han censurado. En una dirección no necesariamente evolutiva, Gilbert Simondon (2008) destaca tres rasgos al respecto: el diseño como proyecto de cambio, como proyecto de tecnificación y como proyecto de automatización. En cada uno de estos, el diseño en tanto proyecto, se ha enriquecido en conocimiento como disciplina, pero también ha contribuido a construir una muralla de escepticismos que no permiten aceptarlo del todo como un contribuyente importante de la creación cultural. De allí, Simondon señala que:

La oposición que se ha erigido entre la cultura y la técnica, entre el hombre y la máquina, es falsa y sin fundamentos; solo recubre ignorancia y resentimiento. Enmascara detrás de un humanismo fácil una realidad rica en esfuerzos humanos y en fuerzas naturales, y que constituye el mundo de los objetos técnicos, mediadores entre la naturaleza y el hombre. (2008, p. 31)

Así pues que, al interpretar estos tres rasgos desde una postura censurada se ha enajenado al objeto técnico de la naturaleza humana: el proyecto de cambio como la pérdida de lo tradicional en lo cultural; al proyecto de tecnificación como el que desecha la regulación humana del mismo por la intromisión de la máquina; y por último, al proyecto de automatización como el provocador de la alienación humana que, al sumir al hombre como esclavo de la máquina, le arrebató su capacidad creadora. Para rebatir estas aprensiones, se hace preciso señalar la apuesta que hace la disciplina del diseño en relación con una construcción cultural. Para ello, el presente artículo advierte, desde un panorama amplio, sobre las particularidades de la disciplina del diseño en la contemporaneidad al revisar, en primera instancia, las travesías históricas de su conformación disciplinar, para señalar enseguida cuáles son las características que definen su naturaleza, y finalmente cómo esas distinciones contribuyen a la generación de identidad cultural.

TRAVESÍAS HISTÓRICAS DE LA CONFORMACIÓN DISCIPLINAR DEL DISEÑO

Para comprender la participación de la disciplina del diseño en la creación cultural se hace preciso revisar, en primera instancia, en qué radica la naturaleza de la disciplina del diseño y cómo se ha entendido a lo largo de su corta historia. Para ello, se comenzará por definir el término *diseño*, el cual posee múltiples significaciones, lo que repercute en una ambigüedad para definir la disciplina y que, como lo señalan Fernández & Bonsiepe (2008), ha entrado en decadencia desde la década de los 90 del siglo XX. El término puede referirse como nombre para la actividad creativa, como verbo que designa la acción de diseñar y como nombre de la cosa diseñada, el diseño. Estos diferentes usos comienzan por determinar el significado

del diseño, una definición en sentido amplio sería: “[...] despojado hasta su esencia, puede definirse como la capacidad humana para dar formas y sin precedentes en la naturaleza a nuestro entorno, para servir a nuestras necesidades y dar sentido a nuestras vidas” (Heskett, 2008, p. 7); definición que inscribe al término como toda producción creativa hecha por el hombre; definición poco precisa para el énfasis que se pretende hacer del diseño como área de estudio disciplinar.

Por lo tanto, ¿si el diseño se entiende como toda producción creativa humana, qué es entonces lo que define al diseño como disciplina? El primer acercamiento a esta respuesta, es ubicar al diseño como una creación planificada, proyectada. Tal acepción nace con la idea de la modernidad de planear una línea evolutiva para el perfeccionamiento de los elementos técnicos; la nueva transformación mental del siglo XVIII, señala Nikolaus Pevsner (2003), estuvo establecida por los descubrimientos científicos que solicitaron el desarrollo concienzudo de herramientas e instrumentos a su servicio, y en esa misma dirección, Simondon sostiene que:

El progreso innegable de las ciencias se tradujo en el progreso de los elementos técnicos. Este acuerdo entre la investigación científica y las consecuencias técnicas es una nueva razón de optimismo que se agrega al contenido de la noción de progreso, [...] (2008, p. 133).

La proliferación científica del siglo XVIII devino en el incremento de producción de los objetos técnicos no solo para la ciencia, sino también para la industria y, en consecuencia, para la vida cotidiana; esta situación produjo una demanda voluminosa no solo de los productos sino también de la forma en que se producían, lo que generó el aumento del tamaño de las fábricas y por ende, de las ciudades como el asentamiento cardinal del hombre moderno. En consecuencia, tal volumen de producción le permitió al fabricante una completa libertad de producir cualquier burda imitación, pues se valoraba más la velocidad del proceso que el valor de los detalles mismos, lo que resultaba en objetos descuidados en su apariencia y distanciados de la dedicación y experticia técnica que se aplicaban en el objeto desde una producción artesanal. Tal situación comenzó a surtir nuevas consideraciones para la producción del objeto técnico a mediados del siglo XIX, inicialmente con Henry Cole en su publicación *Journal of Design and Manufactures* y posteriormente con William Morris, con su objetivo de trabajar por una “economía decorativa”, pensada y creada para ser propia de la época (Pevsner, 2003). Estos precursores del movimiento moderno cultivaron en el diseño de artefactos técnicos la necesidad de realizar un proceso consciente en su concepción, con el propósito de abandonar las creaciones burdas para acercarlas a los valores de identidad y estética que se habían adquirido ya por el arte y el trabajo artesanal. Se dignificó el trabajo en los oficios como una actividad que podía participar

del desarrollo social y cultural basado en el pensamiento y análisis de las necesidades de la sociedad. Así, se emplazó la necesidad de hacer de la producción humana un proyecto.

Habiendo instalado el oficio del diseño de artefactos técnicos para la vida cotidiana como un proyecto de sociedad, se le exigió a la disciplina, difundir su conocimiento de un modo más estructurado y declarativo en cuanto a la forma de concebir el proyecto. Esta situación le cedió el paso a la constitución, en la primera mitad del siglo XX, de escuelas como la Bauhaus y la HfG –*Hochschule für Gestaltung*– en la ciudades de Weimar y Ulm respectivamente, ambas en Alemania, en las que se utilizó el proceso proyectual como modelo disciplinar para el diseño.

Tomás Maldonado, uno de los directores de la escuela HfG, sostuvo la relevancia que tiene la argumentación para constitución el proyecto:

La razón proyectual no debe entenderse como una manifestación secundaria o subordinada a la modernidad sino, al contrario, como una fuerza motriz. La modernidad se realiza en la acción proyectual. Ser radicalmente moderno significa inventar, proyectar y organizar el futuro, incluso el futuro de la modernidad misma (Bonsiepe, 1999, p. 144).

Pero, la visualización del futuro moderno que aquellos precursores europeos le dieron al proyecto técnico –entiéndase diseño– y que siempre estuvo fundado en el desarrollo sociocultural de los individuos, no siempre se mantuvo así. Una de las travesías que cambiaron radicalmente su intención fundacional, provocada por situaciones meramente circunstanciales y no deliberadas, fue la importación del concepto de diseño moderno en Estados Unidos.

La introducción del diseño moderno europeo a América fue perpetrada por Alfred Barr Jr., director fundador del Museo de Arte Moderno de Nueva York –MoMA– entre 1929 y 1943. En la exposición *Machine Art* de 1934, Barr presentó objetos industriales modernos como si fueran obras de arte, lo que tuvo una interpretación parcial de ese principio rector social que los precursores modernos sostuvieron del diseño (Hochman, 2002). Para los estadounidenses de la posguerra, el diseño europeo derivó en una suerte de rareza digna de ser presentada en su museo más revolucionario, la idea fue entonces enseñar la modernidad artística europea a través de la exhibición del diseño, una manera más bien elitista de acercarse a una vanguardia, que derivó en una interpretación poco rigurosa de algunos de los elementos esenciales de lo que se exhibía y enseñaba, por su profundo vínculo con el socialismo y comunismo, tan mal vistos en la sociedad americana de posguerra. Eliane Hochman (2002) interpreta que el fracaso de esta modernidad en América fue un fracaso de comprensión y no de la modernidad misma, al suavizarse en Estados Unidos los contenidos profundos que subyacían en el diseño moderno europeo.

Tal comprensión esterilizada del diseño cambió el valor de los objetos en Estados Unidos, y los convirtió en símbolos de estatus social; desde entonces, el diseño se ha usado por el mercado para aumentar su poder económico, al crear la idea de que el diseño de productos es uno de los eslabones más importantes en la cadena del consumo. Se utilizó la estética como un valor agregado con el que el productor podía vender más al incluir al objeto en la dinámica de la moda. Nace el consumo de seducción, el consumo distracción denominado por Lipovetsky (2007): la sociedad del deseo.

Después de estas travesías del diseño, la creación bajo una intención económica de artefactos técnicos seguía sosteniendo al proceso proyectual como el modelo fundacional de la disciplina del diseño para la definición de formas materiales. Así, la proyectación es la principal característica que distingue a la disciplina para nombrar toda producción concebida por el hombre.

Sostener que diseñar es proyectar, es describir una característica importante, pero con la cual aún serían insuficientes los argumentos para particularizar a la disciplina. Por lo tanto: ¿de qué naturaleza es entonces el proyecto que caracteriza al diseño?

HACIA EL CONOCIMIENTO DEL DISEÑO: NATURALEZA DISCIPLINAR

La disciplina del diseño reclama desde hace varios años una teoría sobre la concepción del proyecto, pues ésta ya no trata solo de promesas materiales cumplidas tras el buen funcionamiento de un objeto, un gráfico o un vestuario para la vida cotidiana; se trata de producciones funcionales en tanto se convierten en sistema de signos: “La coherencia del sistema funcional de los objetos proviene de que estos (y sus diversos aspectos, colores, formas, etc.) no tienen valor propio, sino una función universal de signos” (Baudrillard, 2003, p. 71).

En este mismo sentido, Barthes (1993) afirma que: “Significar quiere decir que los objetos no transmiten solamente informaciones, sino también sistemas estructurados de signos; es decir, esencialmente sistemas de diferencias, oposiciones y contrastes” (p. 246). La concepción disciplinar radica en conocer cómo, por qué y para qué se constituyen, se aplican y se materializan significados en sus construcciones.

Tal complejidad requiere profundizar en la definición teórica del diseño para que el diseñador pueda mejorar su práctica, pues la generación de formas no solo contempla un dominio de conocimientos procedimentales y técnicos, así como tampoco puede basarse únicamente en la voz intuitiva del diseñador, sino más bien en una voz científica, pues como anuncia Bon-

siepe, “los problemas complejos de diseño ya no se pueden resolver sin investigación previa o paralela. La investigación en diseño no se puede equiparar con la investigación del consumidor o en variaciones que tengan forma de etno-metodología ” (2008, p. 27); la fundamentación teórica posibilita no solo la condición del objeto como materia, sino también su condición política, económica y cultural.

Al diseño le urge contenerse en una definición de conocimiento, pues no puede seguir en la confusión que lo entiende como toda práctica creativa e intuitiva realizada por el hombre, tal amplitud deja al diseño como disciplina sin ninguna propiedad sobre un conocimiento específico. “Como la ciencia y la técnica, el diseño debe estar fundado. Vive de la argumentación” (Aicher, 1994, p. 18), y es por esta condición que el diseño se diferencia del arte, pues este último es posición y no argumento. Así, Aicher solicita crear una teoría distintiva y propia del diseño en la que se fortalezcan, por un respaldo intelectual, una fundamentación en su argumento, además de su contribución al análisis y crítica sobre su quehacer disciplinar.

Para atender la solicitud de definir un corpus teórico, así como también, de responder a la pregunta central por lo que caracteriza al proyecto de diseño, se partirá entonces por distinguir inicialmente que el proyecto de creación es la toma de decisiones para la constitución de una idea que modifica tanto al individuo, como a sus acciones y su contexto.

El proyecto de creación implica proyectar una organización, jerarquización y categorización de la información para conformar un sentido inscrito en sus respuestas materiales; la percepción de tales sentidos y sus significados, posibilita unos procesos de pensamiento que modificaran los lenguajes de comportamiento en el usuario mismo. El proyecto de creación en el diseño puede entenderse entonces, como acto de expresión, en tanto se define como la construcción de lenguaje.

John Dewey (1949) se refiere al acto de expresión como la administración de las condiciones objetivas y el modelamiento de los materiales, en el interés de dar cuerpo a la excitación: “La transformación de los sonidos, balbuceos, parloteos, en lenguaje, es una perfecta ilustración de la manera como adquieren existencia los actos de expresión [...]” (p. 56). Esta distinción también puede aunarse con la afirmación que hace Heskett (2008), cuando señala que “el diseño importa porque, junto con el lenguaje, es una

El proyecto de creación en el diseño puede entenderse entonces, como acto de expresión, en tanto se define como la construcción de lenguaje.

característica definitoria de lo humano [...]” (p. 9); así, estas referencias distinguen a la creación como la construcción de lenguajes para comunicarse, relacionarse y expresarse con otros y su entorno; ya la naturaleza del diseño no se entiende solo como respuesta funcional para adecuar un entorno, va más allá del objeto material en sí mismo, es acto de expresión que instala características en el usuario para desarrollar una forma de lenguaje, a veces complementario o a veces sustituyente según el agrado de su innovación. Por consiguiente, se pronunciará entonces que la naturaleza del proyecto de diseño es propiciar creaciones de lenguaje en el usuario, por medio del lenguaje propuesto en el objeto.

En la creación de tales lenguajes objetuales se reúnen aspectos procedimentales, técnicos, sociales y culturales para la definición de un producto, lo que define al diseño como un integrador que apalanca una multiplicidad de conocimiento hallado en otras especialidades para generar respuestas innovadoras y consecuentes con la complejidad social y tecnológica (Zaccai, 1995). Esta cualidad integradora del quehacer disciplinar del diseño conduce hacia una vía de producción de conocimiento, lo que permite concebir al diseño como un tejedor de información que transforma conceptos traídos de otras disciplinas en nuevos conocimientos para convertirlos en un nuevo discurso –*lenguaje*– para dotar de conocimiento a la cultura. Cada nueva imagen que crea el diseño define un nuevo lenguaje en el usua-

rio, propone una retórica de las cosas: “[...] la salida vasta de objetos artificiales en el presente representan otro modo de comunicación no reconocida, una retórica de las cosas” (Buchanan, 1989, p. 105).

Tal retórica discursiva en el diseño se construye desde la investigación en diversas áreas disciplinares, como las ciencias exactas, naturales, sociales, humanas y no a partir del punto de vista propio y aislado del diseñador y que, en algunos casos, es sustentado desde el método que éste ha formado en su experiencia profesional (Dorst, 2007).

Buchanan (1989) se refiere a la teoría retórica de argumentación que se conforma y se gesta previamente en el objeto diseñado, como el medio para proveer razones en busca de persuadir a sus usuarios para adoptar nuevas actitudes o de cambiar el rumbo de una acción. En este sentido, el autor subraya que: “[...] el arte de la retórica es el arte de moldear la sociedad” (p. 93).

El interés se centra en formar un discurso argumentativo fundado en la columna vertebral del diseño: la técnica o razonamiento tecnológico, *logos*, como Richard Buchanan lo nombra, acompañado del *ethos*, el carácter del objeto, y del *pathos*,

la cualidad emocional. Estos tres componentes en la argumentación del diseño aportan a la formación sólida del discurso para la persuasión de cambios o modificaciones de lenguaje en los usuarios, sin perder de vista que no se puede tomar como una imposición ni una postura atrevida en su absolutismo. Por consiguiente, tal argumentación del diseño en diferentes aspectos disciplinares conforma un proyecto de conocimiento no solo para la disciplina misma, sino también para la sociedad.

EL DISEÑO COMO CONSTRUCCIÓN DE LENGUAJE E IDENTIDAD CULTURAL

Tras la definición de la creación de lenguajes como la naturaleza del proyecto de diseño, se hace preciso describir cómo estos lenguajes participan en el desarrollo y constitución social y cultural del hombre. Cuando Aicher afirma: "Vámonos haciendo conscientes de que el hombre, para bien o para mal, se ha salido de la naturaleza. Se halla ciertamente enraizado en ella, pero es capaz de crearse un segundo mundo, el de sus propias construcciones" (1994, p. 173), sostiene que la creación de ese segundo mundo, es el de su definición cultural.

La creación como proyecto, el *diseño*, se ha convertido en la definición del hombre en tanto construye su alrededor. Tal construcción dota de autonomía al hombre, pues es la prolongación de su *yo* al mundo, lo que puede construir su definición cultural; el proyecto mismo puede convertir a la cultura en variable, diversa y separada de lo establecido como una única institución por seguir y, por lo que señala Aicher (1994), esa es su mayor riqueza. Las múltiples identidades que constituyen la cultura son colectivas, lo que la hace ante todo social¹; y de allí que, si el diseño responde a estas identidades, es por lo que el diseño debe poseer una voz investigativa, científica, una voz consensuada, pues el proyecto de diseño es una respuesta colectiva y no nacida de la intuición individual; en palabras de Aicher se podría decir que eso es lo que lo diferencia del arte.

Así, la participación del diseño en la conformación de la cultura se aleja de ser definitiva y de estar fundada en verdades universales, que de ser lo contrario, la cultura sería solamente un proceso heredado y sin alteraciones en el transcurso de la definición humana; pero como no es así, el diseño, al consensuar argumentos, se convierte también en una acción política de la colectividad. El diseño puede tener el poder de insertarse en la sociedad como una potencia para cuestionar lo establecido y estimular hacia experiencias creativas. Tales experiencias del proyecto son propias de la cultura de la que nacen. La creación nacida de la práctica sociocultural la hace perteneciente a su contexto, y es por ello que la conceptualiza-

1 "La cultura (...) en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad. [...] Referida a los estilos de vida de los miembros de una sociedad, pero no a la estructura grupal de ésta" (Harris, 2001, p. 20).

ción del proyecto no es arbitraria, no nace de la inspiración, pues el tejido que el diseñador haga de las lecturas de esa colectividad presentadas en el concepto, será el lenguaje que el proyecto va a lanzar fuera de sí.

Recordando a Gui Bonsiepe (1999) cuando se refiere al diseño en la periferia, se destaca que el proyecto no puede heredar respuestas externas y ajenas de la cultura a la que pertenecerá; de otro modo, la creación importada se entenderá en ese caso, como un objeto y no como una práctica nacida del proceso cultural propio; situación que quedó evidenciada con la introducción del diseño moderno europeo a América.

[...] todo nuevo tipo de objeto induce un estilo particular de inteligencia colectiva y [...]

Las posturas identitarias que sugiere Bonsiepe, no solo se convierten en identidad cultural cuando son aprehendidas por las dinámicas de su contexto social, sino que además, el diseño tiene la potencia de lograr esas identidades desde que se concibe el proyecto mismo como potencia de lo que sería esa identidad. Es decir, el lenguaje construido en el objeto es una proyección de conocimiento de la cultura, es una virtualización de identidad, y si se entiende que virtualizar es lanzar la potencia de algo, el diseño como proyecto de creación de lenguaje, en esa distinción, también lo es.

Lanzar tal potencia de identidad desde el diseño, tal virtualización, coloca esa identidad “fuera de ahí”. Y está “fuera de ahí” en la medida en que ésta es potencia de ser otra cosa, lo virtual desplaza hacia la alteridad, que en el caso

del proyecto de diseño, permite crear muchas alteridades de identidad; una heterogeneidad de lenguajes con los que se es posible viajar de una experiencia a otra.

En el texto *¿Qué es lo virtual?*, Pierre Lévy (1999), desarrolla una revisión al término de *virtualización*, por medio de la presentación de unas características con las que el proyecto de diseño puede definirse. Una de las características más exponenciales destaca que el objeto es el poseedor de la información de acontecimientos, que traza situaciones de actos o afectos, como propios, tomados de la inteligencia colectiva. Esta característica se entrega como una manifestación cultural impresa en el objeto y que, por su nueva configuración en éste, supone nuevas acciones culturales; lo que compone una dinámica social. “[...] todo nuevo tipo de objeto induce un estilo particular de inteligencia colectiva y [...] todo cambio social consecuente implica una invención de objetos” (p.117).

Esa dinámica circular de creación de identidad pone en tela de juicio la identidad clásica determinista con la mirada fija en un solo lugar. La virtualización de la identidad, en primera instancia, capacita al proyecto de diseño para proponer mundos venideros a fin de sensibilizar a cada individuo sobre esos futuros efectos colectivos de sus acciones; y en segundo lugar, permite que la exploración de la identidad sea diversa y heterogénea, lo que le concede al individuo la posibilidad de recobrar una autonomía sobre su apuesta identitaria, y que, como sostiene Levy (1999), crea un nuevo tipo de nómada, no el que se conoce como errante y migratorio, sino como el que pasa de una identidad a otra por la proximidad que existe entre éstas. Es por esto que se hace preciso afirmar que la disciplina del diseño da paso a una apuesta mayor para creación cultural al replantear y reposicionar su significado continuamente.

CONCLUSIÓN

En suma, al reunir las particularidades de virtualización y de argumentación, así como la definición de un corpus teórico para la disciplina del diseño, se determinan las transformaciones que han venido constituyendo al diseño desde las últimas décadas del siglo XX, cuando el hacer técnico se hizo masivo –escapando de los dominios reguladores de la industria– tras la popularización del término diseño y el cuestionamiento por su núcleo de producción de conocimiento. Se han presentado entonces los rasgos de la naturaleza contemporánea de la disciplina del diseño, cuando ésta comienza a vencer las censuras que la han acompañado en la elaboración del proyecto creativo, como el temor a la pérdida de lo tradicional, al excluir la regulación humana por la máquina y al juzgar a la automatización como la principal causa de alienación de la creación del hombre, y que ahora sirven más bien como plataformas para comprender al diseño como un virtualizador de identidad cultural que cada vez que construye lenguajes construye una pseudo-naturaleza (Barthes, 1993).

Tal creación de naturaleza humana por parte del proyecto de diseño, posee una complejidad tal que, para su conformación, debe conocer tanto los diversos campos disciplinares como culturales que le competen, y proyectar así un lenguaje argumentado basado en la investigación y no en la intuición, en el que convergen el *logos*, *el ethos* y *pathos* (Buchanan, 1989), y que aportan ya no superficialmente sino que definen los rasgos culturales de la sociedad. El diseño no solo da soluciones técnicas al hombre, sino que también desarrolla el lenguaje cultural de su pseudo-naturaleza:

Creemos encontrarnos en un mundo práctico de usos, de funciones, de domesticación total del objeto, y en realidad estamos también, por los objetos, en un mundo de sentido, de razones, de coartadas: la función hace nacer el signo, pero este signo es reconvertido en el espectáculo de una función. Creo que precisamente esta conversión de la cultura en pseudo-naturaleza es lo que puede definir la ideología de nuestra sociedad (Barthes, 1993, p. 255).

La estrategia que aprovecha la cultura es la posibilidad que tiene del proyecto de diseño de proyectar nuevos e innovadores referentes culturales en cada acto creativo. El diseño está capacitado para proponer panoramas futuros de identidad cultural, que reflejen deseos de construcción de mundo. La identidad cultural se hace comprensible a través de las categorías que facilitan el proyecto de diseño; como proyecciones para el futuro, virtualiza las posibles identidades. La creación entrega imágenes virtuales que se potencian como identidades culturales.

La actividad de proyectar como método desde el diseño fortalece el conocimiento de nuevos lenguajes. Así pues, estas características de virtualización expresadas en el objeto, en tanto conocimiento cultural, ponen al diseño en una lógica diferente de entenderse solo con capacidad técnica, para reconocerse su capacidad ideológica.

