

Jaime Eduardo Álzate Sanz
jaime.alzate@ucaldas.edu.co



D

**e la técnica y el proyecto de
diseño al diseño de información**

*From the technique and the design
project to the information design*

Primera versión recibida el 20 de octubre 2014
Versión final aprobada 30 de noviembre de 2014

Resumen

El diseño, hoy considerado como una disciplina en la que confluyen diversos campos del conocimiento, ha pasado de ser un oficio de carácter técnico a consolidarse como un área de carácter interdisciplinar, respaldada por teorías científicas. Este artículo propone realizar una retrospectiva a partir de varios hitos: la técnica, el proyecto, el funcionalismo, el simbolismo y el diseño de información. Aunque estos hechos no abordan la historia del diseño en toda su dimensión, sí permiten realizar una mirada evolutiva de la disciplina, con el objetivo de reflexionar sobre algunos de los aspectos que han enriquecido su estructura epistémica. Se concluye que es importante generar lazos entre el quehacer del diseño y las necesidades del sujeto social en sus diferentes ámbitos.

Palabras claves

Interdisciplinariedad, investigación, funcionalismo, simbolismo, sujeto-objeto.

Abstract

Design, today considered a discipline in which various fields of knowledge converge, has evolved from a technical profession to consolidate into an interdisciplinary area supported by scientific theories. This article proposes a retrospective study from several milestones: the technique, the project, the functionalism, the symbolism and the information design. Although these facts do not address the history of design in all its dimensions, they allow an evolutionary view of the discipline, with the aim of reflecting on some of the aspects that have enriched its epistemic structure. It is concluded that it is important to create links between the work of design and the needs of the social subject in different scopes.

Key words

Interdisciplinary nature, research, functionalism, symbolism, subject and object.

De la técnica y el proyecto de diseño al diseño de información*

From the technique and the design project to the information design

Jaime Eduardo Álzate Sanz**
jaime.alzate@ucaldas.edu.co

41

Desde su génesis, el diseño ha tenido una relación estrecha con el hacer y, por lo tanto, con la técnica. Según Burdek (2005, p. 13), *the concept of design da Vinci applied to practical objects, machines, and apparatus was thus more technically than creatively oriented. Nevertheless, it decisively influenced the idea of design. The designer as an inventor.* Esta concepción del diseño ha evolucionado a través de la investigación y su relación con diferentes disciplinas, donde el concepto de creación, ligado también al arte, ha sufrido cambios considerables en el tiempo.

En este artículo se realiza una mirada retrospectiva al diseño como disciplina, teniendo en cuenta la valoración de diferentes áreas que responden a etapas determinadas, como son la técnica, el funcionalismo, el simbolismo, la tecnología, la información y el conocimiento. Se tienen en cuenta estos campos por su importancia para el diseño y porque tienen relación directa con el proyecto de investigación “Identidad de marca y diseño de información en sitios web de instituciones de educación superior en la ciudad de Manizales”, inscrito en la vicerrectoría de investigaciones de la Universidad de Caldas. El objetivo principal de esta investigación se centra en el análisis de aspectos relacionados con la estructuración de códigos inherentes a la identidad de marca; campo en el cual el diseño de información tiene una importante influencia.

*Artículo extraído de la investigación doctoral “Branding corporativo y dinámicas sociales en empresas de Manizales”, la cual se encuentra en proceso y hace parte del Doctorado en Diseño y Creación de la Universidad de Caldas.

** Autor: Jaime Eduardo Alzate Sanz, Diseñador Visual de la Universidad de Caldas, Especialista en video y tecnologías offline online del MECAD, España, Magister en Diseño y Creación Interactiva, Candidato a Doctor en Diseño y Creación, de la Universidad de Caldas, Profesor investigador de la misma universidad, en el Departamento de Diseño Visual de la Facultad de Artes y Humanidades, Correos: jaimealzatesanz@hotmail.com, jaime.alzate@ucaldas.edu.co.

De la técnica y el proyecto de diseño al diseño de información

Anteriormente, la actividad de creación en el diseño se tenía como algo intuitivo, que debía responder a unos cánones estéticos. Más allá de un plan riguroso, la actividad del diseño dependía del dominio de una técnica, la cual era entendida en la antigüedad como una forma de talento en un campo del arte, muy diferente a lo sucedido en la modernidad, donde fue mecanizada y relacionada con el sometimiento a procesos establecidos (Heidegger, 1976).

Por otra parte, y en relación con el concepto anterior de diseño, Aicher (2001, p. 131) plantea que

[e]l diseño es entendido como la producción de cosas bellas, de creaciones estéticas. La amplitud del concepto “buena forma” es grande, tanto en lo que concierne a los productos como a la motivación de aquello que puede valer como estético.

Ese hacer del diseño, tomado como algo empírico, pasó a ser una actividad proyectual, donde se tiene en cuenta la planeación, el proceso y el desarrollo de algo. Para Aicher, el diseño también es sinónimo de proyecto, en el cual inciden factores culturales, económicos, artísticos, entre otros, que hacen parte de una época en particular (Aicher, 2001).

El diseño como proyecto ha propiciado el pensamiento no lineal del profesional, dando lugar a miradas holísticas que conectan de forma efectiva el problema con la solución. En la época actual, caracterizada por la proliferación de información y

conocimiento, el diseño adquiere otro tinte, a causa de los diferentes retos que debe asumir el diseñador. Estos retos tienen que ver con “el diseño de información”, campo que ha incidido en diferentes disciplinas, debido a su facilidad de construir puentes entre los sujetos sociales y el conocimiento.

De la técnica al proyecto

A partir del concepto de proyecto, el diseño adquiere ciertas características que lo llevan a transformar su cuerpo teórico y epistémico. De esta forma, el diseño evoluciona y se transforma constantemente, apoyado por otras áreas del conocimiento. No por esto el diseño puede prescindir de la técnica, al contrario, esta es fundamental para dar forma a la idea, base para el desarrollo y planificación de algo que responde a un problema determinado.

En la era de la Revolución Industrial, la técnica estuvo sometida a procesos tecnológicos que condicionaban y limitaban la creación, contrario a tiempos anteriores, donde el artesano era quien dominaba la técnica y cada producto tenía su particularidad. Esto llevó a la producción en serie de objetos, donde el diseño tuvo un papel poco protagónico; sin embargo, fue muy importante para la industria. En esta etapa, incluso hasta después de la Segunda Guerra Mundial, el diseño estuvo fuertemente ligado al concepto de funcionalismo; para Aicher (2001, p. 159), “el diseño, antes de llegar a ser conocimiento, es el trato con las cosas. El diseño renuncia al absolutismo estético del arte y busca la estética del uso”.

El carácter funcional del diseño hace parte de su historia y evolución, que solo hasta después de la segunda

mitad del siglo XX llegó a consolidarse como disciplina, en la cual confluyen otras áreas de conocimiento. Su actividad proyectual lleva a repensar su objeto de estudio, estableciendo otras relaciones de los sujetos con los productos o los objetos diseñados, con el fin de ir más allá de la belleza o estética en la creación.

En el proyecto hay un asunto que debe tenerse en cuenta: la relación sujeto–objeto, donde Sloterdijk (2006) plantea los conceptos de alotecnología y homeotecnología. El primero se refiere a una relación donde el sujeto se convierte en amo de algo servil; el segundo, responde a una relación en la cual hay mayor participación, pues debido a una serie de propiedades que tiene asignadas el objeto para con el sujeto, existe mayor interactividad.

Margolin (2000), por su parte, cuando se refiere a la investigación en diseño, plantea unos elementos intrínsecos y extrínsecos en la relación sujeto–objeto, donde a través de la investigación en diseño se puede lograr una respuesta entre ambas partes. En otras palabras, en la relación del sujeto como usuario y el objeto como producto, debe haber retroalimentación, es decir, se debe tener en cuenta la respuesta del sujeto en la utilización del producto. Esto se puede lograr a través de la investigación en diseño, que según Margolin (2000), tiene dos enfoques:

- Investigación sobre el producto: conocimiento acerca de cómo funciona mejor.
- Investigación sobre el producto en relación con lo social: conocimiento de cómo funciona el producto como parte del mundo social.

El primer enfoque se refiere a la práctica del diseño; el segundo es más amplio. En este inciden las ciencias sociales y las humanidades para aportar conocimiento sobre la comprensión del funcionamiento de la sociedad humana (Margolin, 2000).

Del funcionalismo al simbolismo

El diseño, más allá de planificar y solucionar problemas, a través de la creación de productos materiales o de servicios, con ciertas características funcionales, aborda el asunto de lo simbólico en diferentes contextos, como el económico, el político, el social, entre otros. Estas manifestaciones del diseño, que trascendieron el problema de lo funcional, han estado soportadas por la semiótica, ciencia que estudia los signos desde el punto de vista lógico de la imagen (Peirce, 1991).

Lo simbólico, como propiedad metafísica del diseño, ha estado presente de manera más pronunciada en la segunda mitad del siglo XX, dándole valores diferenciadores a los productos y dinamizando así la economía y el consumo. Estas dinámicas generaron otra forma de relación con la imagen al servicio de la economía, donde la publicidad, y específicamente el manejo de las marcas, provocaron mutaciones en las culturas y las relaciones sociales (Eco, 2006). Esto, sumado al advenimiento de la era digital, dio lugar a transformaciones del espacio–tiempo, generando otras dinámicas en las relaciones sociales.

Weibel (1998) propone el asunto de la representación y la realidad virtual como otra forma de presencialidad que transforma el espacio–tiempo. El autor dice que:

por ejemplo, la imagen humana es duplicada a través de la cámara fotográfica; su voz es duplicada por el magnetófono; y el robot duplica el cuerpo entero. Si la duplicación del espacio y del tiempo por la simulación ha convertido el tiempo en verdadero y el espacio natural en puntos controvertibles, ahora es el propio cuerpo el que se somete al double y se vuelve cuestionable. La extensión del cuerpo mediante las máquinas de la teletécnica, como el teléfono, telefax, etc., tiende a una inmaterialidad, a una descorporeización del mismo (Weibel 2000, p. 28).

Es evidente como la tecnología ha replanteado el concepto de realidad, por medio de la representación y la simulación. Este hecho no es exclusivo de la era digital; desde tiempo atrás con la fotografía, la imprenta, incluso mediante el arte en sus diferentes manifestaciones, el hombre se ha preocupado por plasmar sus vivencias y pensamientos, intentando eternizarse en el tiempo. Sin embargo, en la era digital, por la evolución desbordada de la tecnología, la virtualización de la presencia ha sido más marcada, a tal punto de romper las fronteras entre lo real e irreal (Weibel, 1998).

El diseño en la era de la información

Actualmente, el acceso al conocimiento y a la información se da con mayor facilidad, de manera democrática, en gran parte del sistema social. El diseño, por su carácter interdisciplinar y por su forma de pensamiento no lineal (Horta, 2012), se puede catalogar como una ciencia que tiene un alto protagonismo en el mundo contemporáneo.

El diseño no es problema de una sola disciplina o ciencia; en él convergen diferentes campos del conocimiento, como la psicología de la percepción, la sociología, el arte, la economía, etc., por lo cual, los asuntos a los que se enfrenta son abordados de forma holística (Buchanan & Margolin, 1995). El diseño adquiere cada vez más importancia en diferentes campos del sistema social; según Bonsiepe (2000), en la actual revolución de la información el diseño es determinante, específicamente en el área denominada “diseño de información”:

A characterization of the role of the designers who design information, could state that their contribution consists in reducing cognitive complexity, in producing clarity, in contributing to transparency and understanding. This is achieved amongst others by judicious application of resources of visual rhetoric, or, as I prefer to call it: audio-visualistics (Bonsiepe, 2000, p. 6).

De acuerdo con Bonsiepe (2000), el diseñador hace de puente entre la información o el conocimiento y el sujeto (usuario), a través de la representación visual. La complejidad de los datos es reducida a través de la ciencia cognitiva, de la teoría de la información y de otras disciplinas integradas en una estructura. De esta forma es como el diseño permite la generación de conocimiento, aunque Bonsiepe (2000) aclara que en realidad no es generación, sino visualización de conocimiento a través de la representación.

En la producción de conocimiento y de información la tecnología es

fundamental, teniendo en cuenta el papel del diseño, el cual permite la codificación de mensajes utilizados para un fin y un contexto determinados. En los procesos tecnológicos actuales las interfaces son protagonistas, porque permiten la conexión entre sistemas independientes, es decir, posibilitan la relación entre sujeto y objeto, con el fin de llevar a cabo una acción determinada, por ejemplo, interactuar con los datos. Para Manovich (2001), las interfaces permiten el acceso a los datos culturales; el autor en sus investigaciones sobre los nuevos medios analiza los diferentes aspectos que inciden en las interacciones mediadas por aplicaciones en los ordenadores, en los cuales confluyen otros medios anteriores como el cine y la televisión. Sin embargo, Chun & Keenan (2006) interroga el papel de los nuevos medios en la sociedad digital, debido a las repercusiones sociales, culturales, políticas, éticas y demás contextos afectados por las nuevas tecnologías, por lo cual, a pesar del alcance de los nuevos medios, su uso es un tema sobre el cual se debe reflexionar.

Las actividades realizadas con las interfaces culturales se desarrollan en gran parte en el llamado ciberespacio, como lo denominó William Gibson (1984) en su novela "Neuromancer". En esta gran red -el ciberespacio- confluyen diferentes grupos de personas que se relacionan de acuerdo con intereses comunes, compartiendo información y conocimiento, lo cual da lugar a las llamadas comunidades virtuales (Londoño, 2005).

A través de estas dinámicas sociales actuales, mediadas por las interfaces y la tecnología, la información y el

conocimiento se consolidan como elementos influyentes en la actualidad. Para Levy (2007), esto da lugar a la inteligencia colectiva y a las denominadas "cibersociedades", donde el diseño y otras disciplinas permiten dinamizar las interacciones. El autor dice al respecto:

Se sabe que los arquitectos o urbanistas clásicos contribuyen en la producción del medio material, práctico e incluso simbólico de los seres humanos. De la misma manera, los socios, los diseñadores y los ingenieros del ciberespacio contribuyen a construir los entornos de pensamiento (sistemas de signos, tecnologías intelectuales), de percepción (interfaces), de acción (teletrabajo, teleoperación) y de comunicación (derechos de acceso, políticas de tarifas), que van a estructurar en gran medida las evoluciones sociales y culturales" (La Levy 2007, p. 399).

Según lo anterior, en el ciberespacio se centra gran parte de la actividad social humana, en constante evolución y creación de nuevos sistemas de producción de conocimiento e información. Es aquí donde el diseño de información es clave, pues como ya se mencionó, facilita la comprensión de los datos; en palabras de Bonsiepe (2000), permite "el metabolismo cognitivo".

Por otra parte, Nielsen (2000) se refiere al concepto de usabilidad en las páginas web como una forma de permitir a los sujetos o usuarios interactuar naturalmente con la información presentada. De igual forma, Norman (1990) habla sobre la importancia de la facilidad de uso de los objetos que rodean al hombre en sus labores

diarias de trabajo o en su hábitat, en su propuesta “la psicología de los objetos cotidianos”. Accesibilidad, facilidad de uso, simplicidad, etc., son algunas de las categorías que, a través de su optimización mediante el diseño, permiten una buena interacción en las páginas web.

46 Actualmente, como se ha visto desde diferentes puntos de vista, el diseño es totalmente influyente en la sociedad, más allá de optimizar procesos de visualización, interacción y comunicación, entre otros, es mediador y actor protagónico en los diferentes entes de la sociedad, como el económico, el político, el científico, el cultural, etc. Por esto, el diseño se caracteriza por ser una disciplina totalmente abierta a las diferentes manifestaciones contemporáneas que se encuentran en cambio

constante, y que requieren miradas interdisciplinarias para entenderlas y poder actuar sobre ellas.

Conclusiones

El diseño se caracteriza por su facultad hermenéutica y participativa en las dinámicas sociales. La administración, producción y gestión de conocimiento son fundamentales en una era donde las telecomunicaciones rompieron con las limitantes físicas y espacio-temporales del pasado. El diseño representa una forma de pensamiento integrador y holístico en esta época del conocimiento y la información. Esto, sumado a su condición interpretativa y proyectiva, hace que la visión del mundo a través del diseño se recree constantemente, generando cambios que mejoran cada vez más la condición humana.

Referencias

- Aicher, O. (2001). *Analógico y digital*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Bonsiepe, G. (2000). *Design as Tool for Cognitive Metabolism: From Knowledge Production to Knowledge Presentation*. Politecnico di Milano.
- Buchanan, R. & Margolin, V. (1995). *Discovering design: explorations in design studies*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Burdek, B. (2005). *Design: The History, Theory and Practice of Product Design*. Berlín: Birkhauser
- Chun, W. & Keenan, T. (2006). *An history and theory reader. New media, old media*. New York: Taylor and Francis Group.
- Eco, U. (1994). *Estructura ausente: Introducción a la semiótica* (5a. ed). Barcelona: Lumen.
- Gibson, W. (1984). *Neuromancer*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- Heidegger, M. (1976). *El origen de la obra de arte*. Chile: Ediciones del Departamento de Estudios Humanísticos de la Universidad de Chile.
- Horta, A. (2012). *Trazos poéticos sobre el diseño*. Manizales: Editorial Universidad de Caldas.
- La Ferla, J. (2007). *El medio es el diseño audiovisual*. Manizales: Editorial Universidad de Caldas.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura, informe al consejo de Europa*. Barcelona: Anthropos.
- Londoño, F. (2005). *Interfaces de las comunidades virtuales. Formulación de métodos de análisis y desarrollos de los espacios en las comunidades en red*. Manizales: Editorial Universidad de Caldas.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Massachusetts: The MIT Press.
- Margolin, V. (2000). *Building a Design Research Community*. Milan: Politécnico di Milano.
- Nielsen, J. (2000). *Usabilidad. Diseño de sitios web*. Madrid: Pearson.
- Norman, D. (1990). *Psicología de los objetos cotidianos*. Editorial Nerea. Aldamar.
- Peirce, S. (1991). *Peirce on Signs: Writings on Semiotic*. USA: The University of North Carolina.
- Sloterdijk, P. (2006). El hombre operable. Notas sobre el estado de la tecnología génica. *Revista observaciones filosóficas*, 9, 22.
- Weibel, P. (1998). El mundo como interfaz. *El Paseante*, 27, 28.