

LA IMAGEN EN EL DISEÑO: UNA ICONICIDAD VIRTUAL PARA UNA FINALIDAD REAL (Entre la finalidad comunicativa y la artísticidad configurativa)

Wenceslao Rambla Zaragoza
Universitat Jaume I

RESUMEN

A la vista de lo que actualmente supone la cultura digital, el autor aborda el entronque en la misma de la disciplina del diseño. Para ello analiza, entre otras, las nociones de “real” y “virtual” y su aplicabilidad, tanto al campo del arte como al del diseño; centrándose especialmente en la vertiente del diseño gráfico –aunque sin olvidar el objetual (diseño de producto)– por su mayor vinculación con las artes plásticas. El profesor Rambla se detiene en agudas consideraciones –apoyándose en oportunas opiniones y enfoques de diversos expertos– acerca de lo que implica hoy día la interactividad entre sujetos “a un lado y otro de la pantalla” a la hora de la creación y reconsideración de obras, tanto artísticas como de diseño. Peculiar *tour de force* donde hallaríamos la posible justificación de una nueva noción: la de “utilitariedad expansiva”, campo de discusión abonado por conceptos como los de interfaz, inmaterialidad, *Sachlichkeit*, etc., que fecundan la reflexión crítica que su investigación depara, y en la que demuestra cómo el diseño –a pesar de su indiscutible carácter conceptual– exige siempre un desembarco en un entorno real, pues si bien su auténtica realidad es su concepto (είδος/, proyecto), su modelización para acabar en lo real (objeto) perfectamente puede darse en su “ser digital”.

ABSTRACT

Before what nowadays supposes the digital culture, the author analyses how this is related with the design discipline. So, the author studies the notions of “real” and “virtual”, among others, as well as their application in the art field and the design; specially focusing in the side of graphic design –though without forgetting the objetual (product design)– due to its great link with plastic arts. Professor Rambla stops before deep considerations –leaning on right opinions and focuses of different experts– about what today implies the interactivity

among subjects “on both sides of the screen” in the time of creation and reconsideration of art and design works. Peculiar tour de force in which we could find the possible justification of a new concept: “expansive utilitarianism”, an argument field fertilized by concepts such as interface, immateriality, Sachlichkeit, etc., feeding the critical thoughts that his research displays, and demonstrating how design –despite its undeniable conceptual character– always demands a landing on a real world, then although its genuine being is concept (εἶδος/project), its shaping to finish in the real (object) perfectly can occur in its “digital being”.

– I –

Al hablar de diseño, especialmente del gráfico, y más si lo enlazamos con sus posibilidades expresivas artísticas, hace que tengamos que acordarnos –al menos no resulta extraño que lo hagamos– de Walter Benjamin en la medida en que identificaba el *ethos* de la reproducción mecánica como uno de los elementos característicos del arte de vanguardia de principios del pasado siglo XX.

Ciertamente, decir “diseño” supone asumir el proceso inherente al mismo en virtud del cual, tras la fase de proyectación o concepción de la idea, su concreción material se evidenciará tras un procedimiento industrial de reproducción con todo lo que ello comporta: seriación, iteratividad, copia, etc.

Sin embargo, no quisiera insistir en eso, sino en cómo partiendo o teniendo en cuenta el universo de la copia al que alude Benjamin –que transformaba por completo el estatuto de la obra de arte en medio de dos mitos modernos: la originalidad y la reproductibilidad– se ha llegado a un punto en donde lo funcional se casa con lo artístico con un grado de compenetración cada vez mayor, haciendo que la reproducción industrial de objetos manifieste cada vez más un creciente cociente estético a pesar de su proceso multiplicativo. Más aún, si en un mundo abocado primero a la miniaturización por mor de la electrónica, conducente a una desmaterialización de los productos, y después a una todavía mayor a causa de la digitalización y construcción sintética de la realidad, ¿no es factible pensar en términos estéticos similares tanto en lo concerniente al aspecto formal del objeto –bajo la *Gestaltung* que estas nuevas circunstancias procuran– como en lo relativo a la obra artística propiamente dicha? Obra que, tras su paso en su momento por el conceptual lingüístico, se insiere ahora (al menos un segmento de su producción) en un conceptual interactivo muy peculiar, dado el actual giro icónico y cultura digital en la que nos encontramos. Y más en este tiempo en que la estilización de la

experiencia lo abarca todo con un desbordamiento jamás visto; situación en que la reflexión sobre el objeto artístico deja paso a la reflexión sobre su proceso, sistema y contexto con interconexión entre diversas disciplinas. Tesitura en la que –cabe advertir– resultaría extraño que no se relacionara con el diseño, dado que el arte cada vez tiene menos cabida en las Bellas Artes, deviniendo más en competencia técnica; precisamente la que ha llevado al diseño a desarrollar toda una “artificialidad” como dice André Ricard.¹ Así pues, ¿cómo el objeto artístico no va a codearse con el de diseño que, sin tenerse por obra de arte, no deja de ser fuente actual de experiencia estética?

Por otra parte, si nos fijamos en algo que, hablando de lo que traemos entre manos, no puede obviarse: originalidad y reproductibilidad, enseguida nos daremos cuenta de que estamos ante dos términos contradictorios. También estéticamente hablando lo son por cierto, el de arte, en cuanto generación de un interés desinteresado, y el de las creaciones destinadas a un fin práctico. Sin embargo no por ello, sino precisamente por eso, tanto en el primer caso como en el segundo, no parece admisible por más tiempo dejar de indagar sobre la posibilidad de establecer algún tipo de vínculo coherente y/o enriquecedor para ambos. Entre otras cosas porque no parece aceptable hoy día una dogmática escisión o un mirar para otro lado (sin que esto suponga abogar por reduccionismo alguno) ante los caos de hibridación o síntesis que van apareciendo entre una belleza pura y otra adherente en el actual marco de estilización de la experiencia en que vivimos.

Pero bien, sigamos. El caso es que al hablar de originalidad y reproductibilidad o se pone el acento en el carácter original e innovador de una obra o, por el contrario, en su capacidad de repetición –o sea, de generar otras obras idénticas–, con lo cual nos hallamos ante una situación parecida a la que se daba bajo las nociones de originalidad y novedad. Nociones que siendo antitéticas suelen confundirse; cuando resulta que con el primer término se alude a los orígenes, a una sustancia arcaica a recuperar, mientras que con el segundo –novedad– lo que se pretende es buscar la ruptura y conseguir lo que no tiene antecedentes.

Aplicados estos considerandos que hace Josep M. Montaner² a las vanguardias históricas, en donde se constatan los ingredientes esencialmente contradictorios que hay en las mismas, no es extraño pensar que también se dieran en la disciplina proyectual. Disciplina que como *design* moderno se alumbró en el tiempo de aquellas, cuando tras la consecución de un fin utilitario se pretendía además la expansión del arte a la vida. Si bien, tal expansión, de una forma mucho más efectiva a como lo

1. RICARD, A.: *La aventura creativa. Las raíces del diseño*, Ariel, Barcelona, 2000, p. 30.

2. MONTANER, J. M.: *La modernidad superada. Arquitectura, arte y pensamiento del siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 1997, p. 145.

pregonaron dichas vanguardias de principios del XX. Mas sea como fuere, y tras los avatares más o menos afortunados en pos del cumplimiento de esa utopía, el hecho es que hemos llegado en estos últimos tiempos, en los que se ha acentuado el embellecimiento de cualquier aspecto de la vida cotidiana, a una esteticidad global que –como subraya José Jiménez– “se ha afirmado sobre todo a través de las que hemos identificado como las tres grandes vías no artísticas de transmisión estética: el diseño, la publicidad y los medios de comunicación, que configuran toda una alternativa frente a la antigua y desplazada hegemonía estética del arte”.³ Con todo, si el sempiterno binomio “forma-función” es algo consustancial a todo el diseño, tanto al de producto como al gráfico, sin olvidar el arquitectónico (si bien aquí el concepto de reproductibilidad tiene sus peros) u otros sectores más o menos colaterales o subsidiarios (como el interiorismo), en el caso del gráfico posiblemente tenga su más aguda caracterización crítica desde el punto de vista que a este Encuentro nos trae.⁴

– II –

El diseño gráfico es la vertiente del diseño que más proximidad tiene con las artes plásticas, en concreto con el universo de la imagen. Y de ahí que con el arte, de asumir –como hacemos– que éste ha estado ligado siempre a la producción de imágenes. Imágenes que tienen que ver con la idea de representación en la medida en que, casi siempre, han tenido como misión principal imitar cosas; de donde su incuestionable vinculación con la categoría de *mímesis*. Categoría que si en un principio –recordemos un poco la historia– se aplicaba restrictivamente al mundo de la poesía, la música y la danza, posteriormente acabaría por alcanzar a lo que hoy entendemos por artes plástico-visuales. Y por supuesto sin querer decir con esto que necesariamente toda representación artística deba ser realista, pues un objeto real puede ser representado, además de por un modo icónico fuertemente referencial, también de un modo evocativo, visionario, ilusorio, simbólico o alegórico.

A todo esto y por lo que al diseño gráfico respecta, hay que tener presente que su finalidad prioritaria gira en torno a la comunicación: hacer saber a un público lo más amplio posible las excelencias de un producto –sea objetual o de servicios– informando de sus propiedades; de las características de un acontecimiento, si de eso se trata; señalando las rutas y espacios a transitar; identificando marcas, etc.; y todo ello (re) presentándolo de la forma más atractiva posible. Aspectos, los mencionados,

3. JIMÉNEZ, J.: *Teoría del arte*, Tecnos/Alianza, Madrid, 2002, p. 228.

4. Este trabajo, aquí revisado y ampliado, se expuso y debatió en el primer *Encuentro Iberoamericano de Estética y Teoría de las Artes* que, bajo el título “Real Virtual”, se celebró en Madrid en marzo de 2004 organizado por el Centro de Estudios Hispánicos e Iberoamericanos de la Fundación Carolina y en colaboración con la UNED.

en donde las nuevas tecnologías, como nuevos canales para hacer llegar tales mensajes a sus hipotéticos destinatarios (usuarios) seduciéndolos estéticamente, están alcanzando cada vez más un mayor protagonismo.

Si tenemos en cuenta además que los medios tradicionales en arte se han visto desbordados por el desarrollo y expansión de sus propias prácticas, también aquí, en la esfera del diseño, se comprueba que ha ocurrido algo semejante. Algo especialmente evidente en el gráfico, y casi prácticamente desde el mismo momento en que empezó a darse en el ámbito artístico, cuando la informatización de los procesos, tanto en lo propiamente específico del diseño (elaboración de la idea y su visualización) como en su pase a la fase de reproductibilidad (impresión *offset* tecnoinformática desde la imagen digital sin solución de continuidad), ha alcanzado en un breve período de tiempo un nivel muy elevado. Y por lo que a los proyectos de la novísima arquitectura digital respecta, ni qué decir tiene –asimismo hay que señalar– la altura que está logrando al ir imponiéndose sobre la arquitectura de la Era de la máquina y el pensamiento cartesiano; creando así otra forma de pensar en ella y abordarla, empezando por tener en cuenta –como señalan Fredy Massad y Alicia Guerrero– que no es que haya roto la *box* o “caja” clásica, sino que simplemente se olvida de ella. Arquitectura, la digital, cuya génesis radica en las variables proporcionadas por el ordenador, el cual propicia un universo de formas complejas que *construyen* un nuevo modo de aproximación al espacio arquitectónico.⁵

Actualmente nadie dibuja, fuera del campo estrictamente artístico, sino es con el ordenador. Y así, las manchas cromáticas, los trazos gráficos y cualquier otro detalle, son resultado de traducciones pixelizadas según el circuito de acción simultánea cerebro/mano–teclado/pantalla y contando con la base de potentes y sofisticados paquetes de *software*. Por supuesto que no quiero significar con esto que, en el diseño de producto (volumen), proyectos y prototipos no hayan dejado atrás el estadio tradicional de su concreción fiscalista (maquetas y modelos materializados para visualizarse, modificarse y enviar a producción), superándolo a fin de poderlo “trabajar” y discutir en pantalla de un modo desmaterializado (entendido desmaterializado como opuesto a lo virtual, pues los *píxels* y la energía no dejan de ser materia física); pero sí resaltar que en los procesos de creación gráfica la inmediatez y libertad es mucho mayor, precisamente por la ausencia del ulterior objeto cosificado (en sentido *duro* del término, pues un diseño gráfico no deja de ser, a fin de cuentas, “objeto”). Y de tratarse de diseños de páginas *web* con gran desarrollo de *interfaces* (conexión entre dos aplicaciones o entre un usuario y una aplicación que facilita el intercambio de datos mediante la adopción de reglas comunes,

5. MASSAD, F. y GUERRERO, A.: “Arquitectura en la época de la Revolución Digital”, *Experimenta*, nº 45, Madrid, 2003, pp. 51-52.

físicas o lógicas),⁶ la interacción electivo-creativa, y las subsiguientes comunicativo-informativas a proponer, pueden ser tremendamente amplias, enriquecedoras y en una continua reelaboración.

Y de no tratarse de páginas *web*, sino de interacción *on-line*, lo mismo. No en vano, en el cumplimiento de un encargo –por ejemplo el diseño de un *packaging* para un determinado artículo– a partir de las ideas/deseo del cliente (propuesta inicial “c”), la elaboración virtual de la respuesta por parte del diseñador y su reenvío a aquel (diseño propiamente dicho “d”), permite a dicho cliente actuar *en/sobre* la propia respuesta recibida (obra *in nuce*), efectuando por tanto en ella las pertinentes modificaciones, y de esa manera informar (re-propuesta “c”) al diseñador para que rehaga (reformulación del diseño “d”) los nuevos aspectos/pasos indicados. Y todo ello, llevándose a cabo de una forma interactiva y sin *salir* de pantalla. Pero cuidado, entendiendo esta interacción –debe subrayarse– como una participación genuina, al modo que apunta José Luis Brea. Es decir, que el *interface* articule una interacción sujeto-máquina-sujeto de forma que al otro lado de nuestra acción expresiva, significativa [en este caso sería la del diseñador], se halle un sujeto [en este caso el cliente] capaz de interpretación.⁷

Qué duda cabe que esto supone que quien encarga un diseño, además de saber lo que quiere, ha de estar ducho en las nuevas tecnologías. Pero ¿acaso no ocurre lo mismo con el *Net.Art* en la relación artista-público? Vemos, por tanto, que el punto más destacado respecto a la vinculación “diseño gráfico-nuevas tecnologías”, no es sólo que el diseñador ya no precisa elaborar manualmente un encargo para llegar a su finalista concreción fiscalista, sino que radica en la *forma de presencia* que caracteriza la relación con el trabajo en la Red, que tiene que ver –como señala Brea– con ese contacto en ‘tiempo real’: “Si lo propio de la relación con la obra ‘convencional’ se aparecía como el encuentro con un tiempo pasado en un lugar-aquí, lo propio del encuentro presencial con la obra en la Red es coincidir en un tiempo-ahora, fuera de cualquier ‘lugar-aquí’ definido”.⁸ Y por lo que respecta a su aproximación a la esfera artística, además de lo dicho, el que ésta pase a centrarse con los nuevos medios –en contra de la teoría estética que lo hace sobre el objeto arte– en una reflexión en torno al proceso, al sistema y al contexto, así como a una redefinición de los papeles de autor y observador.

Bien es verdad que, como en la tradicional y/o generalizada clasificación de las artes en función del medio en que se crean, especialmente en la diferenciación entre artes plásticas y sonoras, también

6. GIANNETTI, C.: *Estética digital. Sintopía del arte, la ciencia y la tecnología*, ACC L’Angelot, Barcelona, 2002, p. 195.

7. BREA, J. L.: *La era postmedia. Acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*, Consorcio Salamanca, Salamanca, 2002, p. 122.

8. *Ibidem*, p. 123.

en la esfera del diseño cabe notar una apreciación semejante. A saber, que así como en lo objetual diseñístico el medio material requiere un análisis y elaboración más sujetos a la realidad de su presencia cosal (la noción de forma a aplicar aquí ha de ir en la dirección de lo rigurosamente cosal –*des streng Sachlichen*–), en el terreno de la imagen en cambio, especialmente las generadas digitalmente, las que se propagan a través de la Red, la formalidad de sus “presencias” se instaure y difunde objetivamente de un modo “inmaterial”, entendido esto a la manera que lo hace Vilém Flusser.

Como viene a decir Flusser, aunque en diseño se está empezando a separar el concepto de “objeto” del concepto de “materia” y han comenzado a diseñarse objetos de uso inmateriales, como por ejemplo los programas de ordenador y las redes de comunicación, esto no supone (configurar tal clase de diseños en el seno de la creciente cultura inmaterial de nuestros días) que dejen de objetivarse siquiera efímeramente, como de hecho así ocurre, y de presentarse como “objeto” al receptor en la pantalla de su ordenador. Con la novedad –sigue Flusser– de que tales objetos de uso inmateriales no impiden, sino al contrario, permiten percibir a los otros seres humanos que están detrás de ellos; de modo que su cara mediática, intersubjetiva y dialógica, resulta visible.⁹ Por lo demás, tales productos se objetualizan como imágenes con una sorprendente capacidad de emular la realidad, generándose incluso en asombrosas perspectivas espaciales –y sin embargo de existencia imposible en la “realidad extrapantalla”– que van más allá de lo que la perspectiva renacentista nos aportaba (como metodología de representación tridimensional en el plano bidimensional) de lo que sí era auténticamente real. Eso sin olvidar cómo tales realidades icónicas se transmiten arrojadas con elementos acústicos o musicales (temporalidad).

En suma, aún continuamos hablando de “medios”, más virtuales y etéreos, más efímeros e “inmateriales”, pero dentro de su soporte-técnica electrónicos que constituyen todavía una mediación entre el diseñador y el usuario. Realidad mediática que resulta visible, registrable y almacenable. De modo, en fin, que continúa siendo susceptible, tal *realidad*, de manipulación “objetiva” y, lógicamente, de estudio “según el medio en que se crean”.

No olvidemos, dice Flusser, que: “‘Material’, signifique lo que signifique, no puede significar lo opuesto a ‘inmaterialidad’. Pues la ‘inmaterialidad’, es decir, en sentido estricto, la forma, es precisamente aquello que hace aparecer el material, aquello que lo convierte en fenómeno. La apariencia del material es la forma. Y ésta es sin duda una afirmación pos-material”.¹⁰

9. FLUSSER, V.: *Filosofía del diseño*, Editorial Síntesis, Madrid, 2002, p. 70.

10. Ídem.

– III –

Ciertamente toda esta problemática no sólo no puede desvincularse de la evolución de la tecnología, sino tampoco de la metodología del diseño. Y como nos recuerda Raquel Pelta, la revolución tecnológica, iniciada en la década de los ochenta del pasado siglo, se encontró con un terreno conceptual lo bastante abonado como para que con su impulso fueran surgiendo nuevos modos y, posiblemente por ello, el concepto de diseño haya cambiado tanto que requiera de una nueva lectura.¹¹

Así pues, cabría recordar siquiera de forma sintética que, frente a la metodología racional del diseño con su continuado propósito de enmarcar, planificar y explicar *lógicamente* todo lo que es la vida (al igual que intentaba hacer por su parte el conductismo con su lenguaje maquinal), se empezó a tener en cuenta, mediados los ochenta, que podían haber diferentes metodologías de diseño y que todas, o casi todas, podían ser igualmente válidas. Incluso teóricos como Bruce Archer, que siempre habían abogado por la aproximación científica al diseño, sugerían que la metodología debía estudiarse y llevarse a la práctica por descontado, aunque posiblemente hubiera de reconocerse que el haber tomado prestadas herramientas de la ciencia, había ido en detrimento del desarrollo de una metodología específica basada en la singularidad de la propia disciplina del diseño.¹²

No es extraño por tanto –indica Pelta– como intento de solución a la crisis metodológica, pronto empezara a hablarse a principios de los años 90 de “generaciones [diversificación] de métodos de diseño”, insinuándose que aquellas aportaciones de los propios diseñadores que no mucho antes se consideraban soluciones arbitrarias, podían pasar a ser muy valiosas en cualquier método de trabajo; haciéndose así paradigmática la afirmación del diseñador británico Neville Brody: “Hay cientos de maneras diferentes de trabajar, todas ellas modernas, y concentrarse en una es un error”.¹³ Y por su parte, significativas las palabras del japonés Naoto Fukasawa, diseñador y académico, acerca de que no hay que considerar las cosas bajo el prisma de una función limitada. Así, decía a finales de los noventa: “La gente contempla con frecuencia un objeto o el medio ambiente como si tuvieran una función limitada, un único motivo para existir, pero ni el medio ambiente ni el objeto deberían perder nunca su inmenso potencial de la diversidad. Al rascarnos la frente con un lápiz o al apilar documentos sobre una silla estamos dando otro uso a estos objetos. El diseño puede verse como un proceso que no sólo procura la primera función del objeto, sino que facilita funciones alternativas que pueden descubrirse dentro

11. PELTA, R.: “Del diseño sin límites a los básicos”, en AA. VV.: *Un móvil en la patera. Diseñando el siglo XXI*, José Miguel G. Cortés, (dir.), EACC/Generalitat Valenciana, 2001, p. 123.

12. ARCHER, B.: “Què se n’ha fet de la metodologia del disseny?”, *Temes de Disseny*, n. 1, Servei de Publicacions, Barcelona, 1986, pp. 61-66. Citado por R. Pelta en su *op. cit.*, p. 127.

13. POYNOR, R.: “Neville Brody”, *Eye*, nº 6, Wordsearch Ltd., Londres, 1992, p. 11.

del entorno activo del objeto”.¹⁴ Aseveración a la que por nuestra parte añadimos: que justamente esas funciones alternativas son las que van a poder ser experimentadas y valoradas con gran facilidad mediante procesos de simulación que la digitalización facilita. Bien entendido que no se trata de una simulación como desconexión o huida de la realidad, en el sentido que tanto preocupa a Raffaele Simone, sino como el análisis de realidades difícilmente representables de otra manera y, desde luego, como ejercicio sin apenas coste económico alguno para sopesar los pros y los contras de una elección u otra.

Puede sostenerse por tanto que: así como hasta no hace mucho la representación estaba como *re-presentación* al servicio de la presentación “de algo”; ahora, con la *realidad virtual* se está en disposición de ofrecer al usuario la fascinante “posibilidad de” –pongamos por caso –construir su casa, amueblarla y/o decorarla según un peculiar *avant la lettre*: anticipo visual de lo que todavía *no es* empíricamente. O de proponerle qué resultados son los que desearía ver plasmados en el ciberespacio (hechos *por venir*) antes de su concreción material extra-pantalla. Y no tanto o sólo por lo que a sus aspectos pre-materiales y/o funcionales respecta, sino también –he aquí el aliciente añadido– en cuanto a su acabado artístico.

Si la modernidad había conectado con el estructuralismo de Saussure, la postmodernidad –subraya Pelta– lo haría con el postestructuralismo, con lo que también se ha denominado teoría de la deconstrucción de Derrida. Teoría que en el campo del diseño se difundiría a partir de los ochenta desde la reputada *Cranbrook Academy of Art*, al convertirse este centro en un abanderado de la misma.¹⁵ Y justamente desde allí –centro que, como la *Bauhaus*, impulsó en su día el diseño racional en América– iba a ponerse de relieve la limitación de los análisis objetivos, pasándose a enfatizar la mutabilidad de las cosas y a resaltar la importancia de los contextos históricos y sociales para explicar los objetos. Éstos, fueran del tipo que fueran, ya no podían ser considerados –afirmaban los críticos postestructuralistas– como poseedores de un significado esencial y trahistórico, sino que habían de ser tratados como si fueran “textos” a llenar de nuevos significados una y otra vez, dependiendo de las diferentes culturas y de los distintos contextos históricos en que se daban. Así por ejemplo, un análisis desde la deconstrucción de un elemento de diseño gráfico como la tipografía, no habrá de tener en cuenta las cualidades inherentes de sus letras, ni las metas que se marcó el diseñador cuando las

14. FUKASAWA, N.: Texto del propio autor recogido en *El diseño del siglo XXI*. Edición a cargo de P. & Ch. Fiell, Taschen, Colonia, 2002, p. 163.

15. Donde sus alumnos diseñaron un interesante número de la revista de la escuela, *Visual Language*, dedicado a la estética literaria francesa, y que tuvo gran repercusión para el deconstructivismo en diseño.

creó; simplemente dicha letra podrá pasar a ser codificada de una manera en su momento y entendida de otra años después.¹⁶

De manera que, sigue Pelta, la necesidad de situar las cosas en cada marco histórico y cultural vino a poner de relieve que la universalidad y que incluso la legibilidad —en este caso concreto de una tipografía— son inalcanzables por completo. Es lo que Katherine McCoy venía a decir (a resumir tal nueva actitud), indicando que después de la postmodernidad se estaba demostrando que el diseño dejaba de ser una relación de una sola vía entre el diseñador y el receptor.¹⁷ Algo de lo que, incrementado, puede comprobarse con la irrupción en el panorama mundial de lo multicultural y las posibilidades que las nuevas tecnología ofrecen. Situación que está trastocando seriamente perspectivas y enfoques anteriores. Panorama, en fin, en el que no puede obviarse: por un lado, las aportaciones de “los otros”, es decir, lo ineludible de acoger en el sistema las “diferencias”; y por otro: fluidificar y flexibilizar el típico esquema semiótico por el que el emisor imponía un determinado mensaje al receptor, cambiándolo en estos momentos por un modelo abierto que recoja los *inputs* de los receptores (en este caso los usuarios) y los asocie (en este caso el diseñador o creativo) a su propio planteamiento a repensar en consecuencia. La filosofía del *interface*, propiciada por la nueva vida electrónica, está asomándose aquí e imponiéndose de todas todas.

No obstante lo dicho, debe quedar claro que no puede despreciarse lo histórico en absoluto para quedarnos en un múltiple, sucesivo y continuo relleno de significados o sobreimposiciones de sentidos, sino admitir el pasado en lo que vale. Ciertamente no como un pesado lastre que nos hipoteque, pero sí a modo de fundamento experiencial: que nos ayude a evitar errores y opere como una de las fuentes de inspiración desde donde evolucionar hacia una amplitud y apertura de interpretaciones y empleo de nuevas herramientas. En este sentido cabría enmarcar, por ejemplo, la postura de creativos como Helga y Hans Jürgen Lannoch al destacar: cómo si en un tiempo pasado los productos mecánicos se creaban “de dentro hacia fuera” (siguiendo a rajatabla el axioma *Form follows Function*), posteriormente, con la irrupción de los microprocesadores, los productos electrónicos modernos pasaron a elaborarse centrándose mucho más que antes en su aspecto exterior. Podría decirse así que crecen “de fuera a dentro”, siendo por tanto el aspecto externo, destinado al usuario, el que determina la forma con sus atributos físicos y psíquicos.¹⁸ Es por ello que podamos preguntarnos: ¿acaso no supone esto una potenciación

16. PELTA, R.: *Op. cit.*, pp. 147 y 149.

17. MCKOY, K.: “Rethinking modernism, revising functionalism”, en AA.VV.: *Looking Closer*, vol. I, Allworth Press, Nueva York, 1994, pp. 49-51.

18. BÜRDEK, B. E.: *Diseño. Historia, teoría y práctica del diseño industrial*, Gustavo Gili, Barcelona, 1994, p. 234.

de la esteticidad de la copia, al insertarse fenomenológicamente en dicha exterioridad la formalidad artística del diseño? Sin duda.

Así pues, como decíamos, al igual que hasta no hace mucho la representación estaba al servicio de la “presentación de algo”, de algo ya existente en su cosalidad; actualmente con la *realidad virtual* es posible ofrecer al usuario que participe *ilusoriamente* en la construcción de su casa, en el diseño de su jardín, etc., mediante la simulación; y de esa forma “comprobar” los resultados con los que le gustaría encontrarse una vez finalizado lo que el espejismo electrónico nos depara.

Nos encontramos en suma ante una nueva noción de utilitariedad, que podemos denominar como “utilitariedad expansiva”. Noción que iría más allá de lo que en principio suele –o solía hasta no mucho– entenderse al oír el término virtual. A saber: pensar, por parte de unos, que se trata de algo etéreo y banal, una especie de jueguecito típico de *La Guerra de las Galaxias*. Y por parte otros, que se trata de algo que aún le queda bastante trecho por recorrer para ser eficaz, cuando es justo lo contrario. Y no, no es eso. Es decir, sin negar que lo digital-virtual sirve para jugar a esas batallitas y a otras más serias –como “jugar a pilotar aviones”, a “ser buenos conductores”, a “comprobar la resistencia de materiales”, “ver qué disposición tenían en su época los edificios de una antiquísima ciudad hoy desaparecida”...–, así como admitiendo que el medio no ha adquirido su *forma* definitiva (ni previsiblemente podrá hacerlo, pues cada día se suman millones de *páginas* nuevas a las ya existentes), el hecho es que para la Estética se está abriendo una vasta y remozada perspectiva a tener muy en cuenta.

El “giro icónico” del que nos habla José Luis Molinuevo en sus investigaciones se afianza día tras día en el diseño, las artes y la arquitectura. Ámbitos donde “el mundo de lo digital cumple el viejo sueño de la vida que es el de la metamorfosis, de la identidad múltiple, en definitiva de la realidad como posibilidad.”¹⁹ En este sentido, no es extraño que Peter Weibel llegara a afirmar que después del fuego y de la electricidad, la imagen digital es el tercer instrumento prometeico de representación artística, es decir, de simulación”.²⁰

En definitiva, la avanzada tecnología de la imagen digital, su potencial para la simulación a través de la tecnología computacional, da al individuo un acceso y posibilidades ilimitadas para construir una nueva cultura visual e incluso un nuevo renacimiento democrático; a lo que le correspondería un nuevo paradigma humano. Así, Hannes Leopoldseder subraya –nos recuerda Molinuevo– que el alfabeto del computador reclama, más que al

19. MOLINUEVO, J. L.: “Hacia una estética de las nuevas tecnologías”, en AA. VV.: *A qué llamamos arte. El criterio estético* (ed. J.L. Molinuevo), Ediciones Universidad de Salamanca, Salamanca, 2001, p. 70.

20. WEIBEL, P.: “On the History and Aesthetics of the Digital Image”, en DRUCKREY, T. (ed.). *Ars Electronica. Facing the Future*. The MIT Press, 1999, p. 51 y ss.

hombre matemático, al *homo universalis*. Ante esta situación parece claro que ha fracasado el proyecto de un lenguaje universal, tan ansiado desde antaño y anclado en la escritura, pero en absoluto el de la imagen como un medio universal de entendimiento.²¹

Estando de acuerdo con esto, sólo un añadido por mi parte, a saber: que el diseño a pesar de su indiscutible carácter conceptual (su auténtica realidad es su concepto, pues en la ideación/proyectación *está* o *no está* lo que *será* tras su materialización industrial) exige siempre un desembarco en un entorno real: su objetivación más allá (o más acá según se mire) del reino de lo virtual. Pero del mismo modo que la realidad del diseño está en/es el concepto (*eídos/είδος*), su modelización para acabar en lo real –o sea, su plasmación como objeto seriado– perfectamente puede darse en su “ser digital”.

Y siempre sin perder de vista que el receptor, consumidor o cliente, se enfrenta a un producto al fin y a la postre. Producto con su forma, funciones, simbolismo, connotaciones..., que otro-yo ha creado. Por consiguiente, en la ineludible interrelación sujeto-objeto hay que contar con la manifestación afectiva de un *ethos*, tanto por parte del creativo como del contemplador/usuario. Manifestación que se vincula a la obra, sea de arte o de diseño. No es posible por tanto comprenderla bien, ni entender la peculiar reacción del receptor, sin que se analice la obra misma en el sentido de lo rigurosamente cosal (*des streng Sachlichen*). Sin olvidar además que, así como la relación/lectura de una obra de arte es personal e íntima, lo mismo ocurre con la de diseño. No en vano, como dice Italo Calvino: “Tu relación con los objetos es confidencial y selectiva: sólo las cosas que sientes como tuyas se vuelven tuyas: *es una relación con la corporeidad de las cosas, no con una idea intelectual o afectiva que sustituya al acto de verlas y tocarlas*. Y una vez conquistados para tu persona, marcados por tu posesión, los objetos ya no tienen pinta de estar allí por casualidad, asumen un significado como partes de un discurso, como una memoria hechas de señales y emblemas”²² [la cursiva es mía].

En conclusión: lo real, lo virtual, lo icónico destinado a generar un giro/experiencia estética, y lo funcional objetual o gráfico no exento de esteticidad, constituyen toda una serie de aspectos con los que estimo tiene que lidiar la Estética en la actualidad. Y si no exclusivamente dedicada a todos ellos, sí en gran parte de su cometido. No en vano, estamos pasando de vivir con las imágenes de una cultura heredada y persistente a la “cultura de las imágenes”; de manera que como dice Santos Zunzunegui: “En el mundo contemporáneo la imagen no es ya tanto algo que se mira (punto de vista) como algo que *se piensa* (se calcula)”.²³ Lo que aplicado a la esfera

21. MOLINUEVO, J. L.: *Op. cit.*, p. 71.

22. CALVINO, I.: *Si una noche de invierno un viajero*, Siruela, Madrid, 7ª edic., 2003, p. 156.

23. ZUNZUNEGUI, S.: *Pensar la imagen*, Cátedra, Madrid, 1997, p. 243.

del diseño diremos: “La mejor forma de definir un proyecto describiendo y mostrando *cómo es* aquello que *aún no existe*”.