

la cultura estética y los diseños

raúl hernández valdés*

Referirse a la estética nos obliga a recurrir a pautas precisas para evitar los lugares comunes, los conceptos elusivos y las confusiones que con mucha frecuencia hacen de este tema un terreno pantanoso. Hablar de la producción de conocimientos es también infinito. Algo que puede ayudarnos a avanzar es la identificación con la división de conocimiento a la que pertenecemos en esta Universidad: La División de Ciencias y Artes para el Diseño con el objetivo de trabajo de nuestro propio departamento, es decir *la producción morfológica de componentes materiales de la cultura*. Concretamente estos elementos son aquellos que constituyen los productos de los diseños y que conforman el entorno material artificial distintos a las formas dadas por la naturaleza intacta, no intervenida por el ingenio humano. Estos componentes se hacen concretos en las vías de circulación de las ciudades o los pequeños poblados, sus plazas y lugares de congregación donde se desarrollan las experiencias sociales directas, festivas o conflictivas; la arquitectura de la ciudad monumental o doméstica, de la habitación, del trabajo o de la recreación. Otros artefactos diseñados son también los objetos indispensables para desarrollar la vida, la rutina o la significación y el ritual. Objetos y artefactos inmediatos como la vestimenta o la mesa, el tenedor o el automóvil, son

indispensables para algunas culturas y son sustento de la misma infraestructura económica. Muchos componentes diseñados son soportes directos de la información, la evocación de imágenes miméticas y la ideología; productos como la señalización urbana, la simbología y la alegórica, los productos icónico-verbales, el cartel, el libro ilustrado y los nuevos productos de diseño como el cine y el video. Todos estos componentes del entorno diseñado constituyen, junto con otros productos del trabajo humano —como las ingenierías, las artes y las artesanías— el escenario, o más bien el contexto con el que se entretienen diferentes modalidades y expresiones de la cultura, es decir son el saber hacer concreto y organizado de cada pueblo, el acervo de conocimientos que se producen, se preservan o se desintegran para hacer posible la vida colectiva aquello que, a decir de Guillermo Bonfil, forma "todo el repertorio material y espiritual que ha sido inventado o adoptado al paso del tiempo y que consideramos nuestro, de nosotros". En este ámbito cultural los diseños participan de una naturaleza dual. El mismo proceso del diseño, desde que el objeto es generado hasta su construcción concreta, fluctúa de la abstracción a la materialidad y viceversa, los efectos de su forma desembocan en la abstracción. La forma tangible del hecho de diseño es un significante polivalente. Las formas de los diseños no sólo son soportes articulados y articulados

res de la estructura material sino que además son componentes de lenguajes cuyos contenidos son también formadores o deformadores de la conciencia y se proyectan, en lo ideológico, hacia la sensibilidad y la razón.

Por lo anterior, un punto de partida para atender a los productos de diseño como portadores de significados, de conocimientos, es considerar el lugar que les corresponde en la construcción de las culturas, aceptadas como interpretaciones dinámicas del mundo, en cuyo interior pugnan fuerzas impulsoras hacia la innovación y el descubrimiento y fuerzas rectoras de la conservación y la permanencia. Para el pulso vital de las culturas tan importante es el cambio, la invención y la creatividad como la memoria histórica, la reiteración y la tradición. Los grados de prioridad de una u otra tendencia dependen de varias circunstancias sociales, climáticas, geográficas, demográficas, lingüísticas, psicológicas entre otras. En todo caso esta pulsión determina la morfología propia de cada cultura y la morfología particular de sus dos bases: la cultura fluctúa el ser de los diseños. La naturaleza y elusiva de los diseños también semeja una especie de azogue que tanto aparece en la infraestructura, como en la superestructura de las formaciones sociales, ya sea como entidad determinada o determinante, como producto ideológico

*División de Ciencias y Artes para el Diseño, UAM-Xochimilco.

o como factor que, en su uso o en su consumo condiciona —o al menos matiza— las relaciones de producción hasta su base.

Otro ejemplo de la naturaleza doble de los diseños es su existencia sobre una finalidad utilitaria y una finalidad sensible. Aquí habría que darle el sentido más amplio al término función para abarcar dicha dualidad. Por una parte existe la función fisiomecánica del uso y del consumo, para cuya realización debe definirse un programa racionalizado, cuantificable, con base en una hipótesis con su comprobación o su desaprobación. Por otra parte, el objeto de diseño debe satisfacer necesidades afectivas, a veces intuitivas y no siempre cuantificables. Es un verdadero proceso de investigación bidimensional en el cual el plano objetivo de la producción del hecho de diseño se asienta sobre el plano subjetivo del "gusto", del consumo y la significación social. Coexistente en el objeto o en el hecho de diseño una *dimensión científica* y una *dimensión estética*. Sin embargo, lo que verdaderamente distingue y hace permanecer a un paradigma de diseño es la dimensión estética, aunque éste paradigma no pueda existir de no darse la dimensión científica.

Digamos que en esta dualidad la función fisiomecánica acaba por convertirse en un pretexto, para supeditarse o confundirse con la función estética. Especialmente en el caso de los diseños contemporáneos en los cuales su sentido es ideológico o económico y su belleza reside en su simplicidad funcional, sin pretender suplir o imitar a las artes.

Aunque no existe diseño sin la

el objeto de diseño debe satisfacer necesidades no siempre cuantificables

función fisiomecánica, la función estética acaba por ser el punto de partida y la finalidad última de los diseños. Aquella arquitectura que se trasciende de "máquina para habitar", para resolverse en valores estéticos de alta calidad, es la que verdaderamente permanece en el tiempo. No es verdadera arquitectura la que no aborda y resuelve la dimensión estética sino simplemente edifica, lo que tampoco pasa de ser una mediocre ingeniería. Lo mismo puede decirse de los otros campos del diseño industrial, del diseño gráfico, de los icónico-verbales, de la planeación física-espacial y del diseño urbano. En todos los casos las soluciones estéticas serán el significado adecuado para el significado utilitario y para el proceso técnico de la producción.

Si bien es necesario enfatizar que gran parte del valor de los diseños reside en la adecuación técnica a las necesidades prioritarias y las realidades culturales, la falta de memoria histórica no permite ver que no es exclusivamente en la tecnología donde se apoya la dimensión espiritual de los pueblos sino también en sus facultades creativas y los alcances de su pensamiento. Actualmente no es fácil entender que estas potencialidades no utilitarias son para el pulso vital y la conciencia colectiva tan necesarias o más que

la carrera tecnológica. El fino tejido de impulsos y reacciones inteligentes que constituyen el principio de la sensibilidad humana, con sus vastísimos rangos, que trascienden a los sentidos mismos es, con toda probabilidad, una de las potencialidades verdaderamente naturales. Parece ser éste el primer instrumental de la conciencia y es el lecho del conocimiento mismo. Aunque precede a todo orden de racionalidad es el mismo sustento de la lógica. Es precisamente en esta dimensión de la sensibilidad donde se ubica la cultura estética. Recurriendo a una analogía simplificada con el funcionamiento psicofisiológico de los dos hemisferios cerebrales —y que perdonen el exceso los especialistas— podría decir que la dimensión estética es la contraparte complementaria —y necesaria— de la cultura científica. Ambas dimensiones constituyen el total de la cultura de una formación social y probablemente su salud y su fortaleza dependan del desarrollo equilibrado del binomio.

En este contexto lo estético desborda, con mucho, los criterios y las categorías de belleza de un ámbito social particular y su recorte específico de la realidad. Lo estético cualifica toda percepción y toda forma de expresión individual o grupal. La sustancia de la cultura estética colectiva se manifiesta, por ejemplo, en la ceremonia o en los ritos religiosos civiles o políticos; en la fiesta o en el duelo popular; sustenta el "genio" de los pueblos, configura su carácter y su propia idiosincrasia. En lo esencial, lo estético procede a la lógica y también a la ética, pero en lo superestructural su



imbricación con la ideología lo vuelve un factor ineludible de la lucha social. El cultivo de lo estético, la orientación del "gusto", ha sido parte del proyecto cultural de todo estado en sus momentos de florecimiento y vinculación con la base social que los sustenta. La cultura estética no sólo orienta el consumo de bienes espirituales o materiales y determina su distribución, sino que estimula el sentido de su producción. Puede decirse que la verdadera orientación de un gobierno la revela también el incentivo y la directriz que éste dé a la cultura estética colectiva.

Aunque la imagen de México se sustenta todavía en sus fuentes históricas y populares, y es posible demostrar que en la vuelta al origen, a la base misma del *psiquismo* —aquí y ahora— reside su auténtica originalidad, actualmente no hay un concepto de cultura oficial que honesta y efectivamente reconozca e incentive la naturaleza creativa popular. La orientación cultural del actual Estado se centra en la modernización de

actualmente la UP requiere de evaluaciones rigurosas y de transformaciones para afrontar el reto

acuerdo con los paradigmas extremos del modelo occidental y en la sustentación del "México imaginario" a que se refiere Guillermo Bonfil. Toda imagen que revele nuestra verdadera esencia o refleje nuestra pobreza —aún la riqueza de nuestra pobreza— es un obstáculo para la consecución de ese modelo. En una realidad de acoso constante y devaluación de nuestros paradigmas científicos y estéticos la generación de conocimientos para la producción y de diseños originales y eficientes es sumamente difícil.

Las universidades públicas, en pleno cuestionamiento de sus posibilidades, alcances y eficiencia son, paradójicamente quienes pueden responder al

reto que implica sustentar la identidad cultural necesaria para formar diseñadores creadores, no reproductores de modelos foráneos sin digerir. Las universidades públicas no sólo tienen todavía la posibilidad, sino la responsabilidad de convertirse en centros productores de conocimientos sobre nuestra realidad estética. Hoy por hoy se encuentran entre los pocos espacios que pueden generar críticas y propuestas al poder político, económico e ideológico del Estado y del sector privado.

En el momento presente, la universidad pública —nuestra Universidad— requiere de evaluaciones rigurosas y de profundas transformaciones para afrontar adecuadamente el reto. En cuanto a los campos fundamentales del diseño, debemos activar el enorme potencial alternativo que equilibre y compense la unidireccionalidad del actual proyecto cultural de gobierno —si es que existe— y llevar al máximo nivel de calificación a nuestros profesionales, capaces de producir configuraciones estéticas, adecuadas y sus cuerpos de teoría correspondientes.

