

---

## **Diseño con Sentido**

Conferencia Magistral dictada  
en el VIII Congreso Internacional de Diseño Forma 2015  
La Habana, junio de 2015.

---

**MSc. SERGIO LUIS PEÑA MARTÍNEZ**

ESTIMADOS INVITADOS, COLEGAS Y PROFESIONALES QUE HACEN POSIBLE QUE NUESTRO DISEÑO TENGA SENTIDO.

Hablar de la profesión que ejercemos, formamos y queremos, siempre es un reto, en especial cuando existe la impronta de que bastante se ha dicho hasta hoy, aunque no siempre bien escuchado y creativamente implementado. Es por esa razón que consideramos que, al menos desde nuestra perspectiva, hay mucho por decir, cambiar y revolucionar para que podamos hablar de un **DISEÑO CON SENTIDO**.

Ese es el lema de nuestro congreso y no es casual, la polisemia de la palabra **SENTIDO** nos permite exponer nuestros puntos de vista desde un escenario diferente, con nuevos desafíos y niveles de interpretación del objeto de la profesión de Diseño. Definir este binomio semántico es el pretexto para compartir alguna de estas ideas, oportunidad para disentir de preceptos establecidos y proponer nuevos caminos. No hay diseño sin soluciones, las preguntas tienen que tener una respuesta; somos solucionadores de problemas.

### **DISEÑO CON SENTIDO**

El uso del vocablo Diseño ha experimentado un incremento exponencial en los más disímiles espacios de la cultura, la ingeniería y las ciencias sociales. Su presencia en el discurso contemporáneo para denominar cualquier actividad relacionada a la creación humana y la multi-semantización del mismo en el

universo lingüístico actual es responsable de que su definición haya ganado en extensión horizontal en detrimento de su profundidad conceptual.

En la bibliografía especializada existen tantas definiciones como autores que han escrito sobre el tema, sin embargo, ninguna es considerada aceptada por consenso entre los diseñadores y teóricos, hecho que genera usos indebidos y es responsable de frecuentes malentendidos en el lenguaje popular, en los medios de comunicación, en el entorno empresarial y hasta el contexto académico.

El Diccionario de la Lengua Española describe al Diseño como: *“proyecto, plan;... concepción original de un objeto u obra destinados a la producción en serie... y forma de cada uno de estos objetos...”*

Al decir del diseñador y teórico (Belluccia, R.) : *“El Diseño es lo que hacen los diseñadores cuando diseñan.”* Con similar intensidad de síntesis Hesket, J. plantea que: *“Desing is a desing for desing.”* (Diseño es el Diseño para el Diseño).

Con solo profundizar en estos enunciados aparentemente simples, se pone al descubierto el desvarío interpretativo de esta expresión y la complejidad de distinguir sus diferentes enfoques fuera del gremio de diseñadores.

En un primer análisis situamos al Diseño en el plano operacional de trabajo, como actividad profesional,

actuando en el dominio del ejercicio de la profesión, representando su actuación, es decir **DISEÑO-PROFESIÓN**, con formas de ver y resolver el mundo. Se refiere a la Acción de diseñar por lo que es empleado como verbo.

Una segunda lectura emerge cuando Diseño se emplea como equivalente a la consecuencia de la actividad proyectual, para nombrar la solución, los resultados, dibujos, modelos y prototipos que comunican la propuesta. En ese caso hablamos de **DISEÑO-PROYECTO** siendo situado como un sustantivo, sinónimo de proyecto que describe el resultado.

Una tercera interpretación del término está presente al ser utilizado para referirse a una propiedad de la solución, aquellos atributos diferenciales y características del producto como la calidad formal, la funcionalidad, la ergonomía o la retórica entre otros que permiten dar un juicio de valor. De esta forma Diseño es utilizado como un adjetivo es decir **DISEÑO-CUALIDAD**.

En esta ocasión estaremos concentrados en el Diseño como profesión, en ese particular coincidimos con (Branzi, A.), al declarar que: *“El Diseño no reside en los productos acabados, sino en el acto de hacerlos. No en el resultado, sino en el proceso.”*

En este escenario de diversidad conceptual corresponde esclarecer con una visión integradora, flexible y pertinente.Cuál es nuestra visión de **DISEÑO**, en esa dirección destacamos que:

Diseño es una **ACTIVIDAD PROFESIONAL**, es ejercicio, es trabajo en problemas de profesionales, con modos, esferas de actuación, y campos de acción propios. (Svensson, L.) plantea al respecto: *“...las profesiones son actores destacados a la hora de categorizar, clasificar y etiquetar al mundo que nos rodea así como de evaluar casi todo...”*

El Diseño es una actividad profesional que se ocupa de la **CONCEPCIÓN**, de crear, proyectar, anticipar; es la prefiguración de la solución a problemas, predeterminación de las propiedades multifacéticas de las soluciones; síntesis de las relaciones funcionales, formales y estructurales de los productos.

Como el resultado de este proceso proyectual están **PRODUCTOS** ha ser producidos con independencia de la escala y tecnología que medie en su fabricación, siendo tan diversos y diferentes, como dinámicas, mutantes y nuevas son las necesidades de ahí que cuando hablamos de productos se abarca desde soportes de comunicación que operan en el plano, la secuencia o la tri-dimensión, medios audiovisuales o informáticos, hasta objetos, equipos, maquinarias y espacios.

Los productos que son la solución a problemas, tienen el propósito de ser útiles, de servir para algo, tener una **FINALIDAD ÚTIL**, es decir que deben desempeñar eficientemente su función y cumplir con pertinencia el objetivo que le da vida como respuesta a una necesidad. Siendo necesario para dar esta

respuesta el que puedan ser **PRODUCIDOS**. Por lo que las soluciones deben ser diseñadas para que sean materializadas, construidas, fabricadas, reproducidas, impresas, ejecutadas o elaboradas, siempre condicionadas por los factores económicos, tecnológicos y productivos de la industria.

Los productos deben ser **DISTRIBUIDOS** para llegar a manos del usuario, y la **CIRCULACIÓN**, pasando por la inserción en el mercado y la comercialización, donde ocurren las ventas, publicaciones, difusión en la red y presencia en los medios de comunicación

Los productos son para ser usados, para la satisfacción de necesidades individuales o colectivas, para el **CONSUMO**, etapa que expresa la utilización, el uso y la interacción del hombre con la solución. El consumo está condicionado por la idoneidad de la solución para cumplir a cabalidad con su finalidad útil; por las prestaciones esperadas, los propósitos y la naturaleza del uso, todo ello, articulado coherentemente con el condicionamiento social y el modelo socio-económico existente.

Podemos concluir que:

Diseño es una **ACTIVIDAD PROFESIONAL** que tiene como objetivo la **CONCEPCIÓN** de **PRODUCTOS**, para que cumplan una **FINALIDAD ÚTIL**, puedan ser **PRODUCIDOS**, y se garanticen su distribución, circulación y consumo.

## DISEÑO CON SENTIDO

**SENTIDO** es referenciado en la literatura con diferentes significaciones, así encontramos: "Proceso fisiológico de recepción y reconocimiento de **sensaciones** y estímulos que se produce a través de la vista, el oído, el olfato, el gusto o el tacto, o la situación de su propio cuerpo...

Que incluye o expresa un **sentimiento**...

Entendimiento o razón, en cuanto discierne las cosas. Modo particular de entender algo, o juicio que se hace de ello. **Lógica**, inteligencia o conocimiento con que se ejecutan algunas cosas. Razón de ser, finalidad. Significación cabal de una proposición o cláusula...

Una u otra posible **orientación** en una misma dirección..."

Cuatro son las acepciones de **SENTIDO** que nos interesa correlacionar con el Diseño y de este modo contrastar las diferentes interpretaciones que cobra la frase **DISEÑO CON SENTIDO**, al ser descritos considerando cada uno de estos conceptos y al mismo tiempo demostrar la integralidad, coherencia y complejidad de actuación del Diseño.

- **SENSACIONES:** donde se enfoca el **DISEÑO CON SENTIDO** desde lo sensorial y perceptivo, considerando los componentes fisiológicos y neurológicos del ser humano.
- **SENTIMIENTOS:** abordando **DISEÑO CON SENTIDO** como Diseño con implicación afectiva, involucrando aspectos psicológicos, sociológicos, cognitivos, culturales.

- **LÓGICA:** con una interpretación de **DISEÑO CON SENTIDO** como una actividad racional con visión de sostenibilidad, coherente, contextualizada y pertinente de la profesión.
- **ORIENTACIÓN:** **DISEÑO CON SENTIDO** desde un sistema de valores que garantice una postura comprometida con el ser humano la sociedad y el entorno.

### ..... DISEÑO CON SENTIDO ...SENSACIONES

Es un aspecto reconocido del Diseño considerar para proyectar como es la recepción y reconocimiento de sensaciones y estímulos que se origina en el uso de los productos a través de la percepción. Hablamos de sensación definida *“como la respuesta de los órganos de los sentidos frente a un estímulo... y de percepción ...que es la interpretación secundaria de las sensaciones, en base a la experiencia y recuerdos previos.”* (Feldman, 1999)

El rol de los sentidos y el procesamiento de lo captado por ellos es un tema de prioridad para el Diseño en lo relativo a su **FINALIDAD ÚTIL**, como vía para lograr el uso eficiente y placentero de los productos. El Diseño busca dar satisfacción a importantes necesidades humanas intrínsecas, derivadas directa e indirectamente de la naturaleza perceptiva poli-sensorial de los usuarios, al proyectar considera al ser humano, sus necesidades y características como elemento central del proceso.

Un componente básico de la capacidad de un producto o servicio son las sensaciones que ocasiona, estas

contribuyen con la capacidad de estos para ser comprendidos, aprendidos y usados satisfactoriamente por el usuario de forma natural e intuitiva. Al diseñar debemos entender y modelar como el hombre percibe y siente el universo objetual y de comunicación que le rodea para proponer esa interface que al decir de (Bonsiepe, G) *“...articula: el usuario o agente social, la tarea para cumplir, una herramienta o artefacto para cumplir esta tarea o acción. La interfase es el dominio central, al cual el diseñador orienta su atención. A través del diseño de la interface, el articula el espacio de acción para el usuario.”*

Paradójicamente las bases científicas y el sustento teórico práctico de esta verdad aceptada por todos, al menos en el contexto académico, está desactualizado y su apropiación conceptual continua siendo insuficiente. Las ciencias sociales, la ergonomía y la psicología, campos de acción del Diseño, acompañan y nutren la científicidad de las decisiones proyectuales, los análisis de problemas y las soluciones.

Sin embargo, es cierto que en más de una ocasión estos argumentos mutan en pretextos, justificaciones y barreras para la exploración de nuevas formas de hacer las cosas, tamices para describir las necesidades, prejuicios para entender a los usuarios y lastres para creatividad e innovación que necesita el mundo de hoy y las soluciones a sus problemas.

La psicología de la Gestalt, por solo citar otro ejemplo, está superada en la actualidad y sin em-

bargo continúa siendo la base cognitiva con la que se enseña la Forma en la mayoría de los cursos básicos.

Si queremos diseñar para el hombre, hacer un diseño basado en los sentidos, un Diseño sensorial y humano, hay que expandir el dominio de lo conocido para entender con creatividad lo nuevo.

Nuestra profesión siempre se ha caracterizado por su capacidad de apropiarse y absorber los conocimientos que se generan en otras profesiones, especialidades y ciencias, no obstante continúan siendo campos no explorados con el rigor suficiente desde otras esferas de la ciencia contemporánea, que ponen en tela de juicios preconceptos y estereotipos asumidos hasta nuestros días.

Hoy las neurociencias nos revelan verdades de cómo funciona el cerebro humano, como percibimos y entendemos el mundo, cuales son las capacidades cognitivas y los límites. Otras ciencias y saberes aún poco consideradas como la biogénesis, las nanociencias, las teorías de la complejidad entre otras, esperan por ser incorporados a nuestro reservorio de competencias.

**EL DISEÑO CON SENTIDO BASADO EN LAS SENSACIONES,** demanda del diseñador una actualización dinámica y un accionar centrado en el hombre como categoría integradora, basado en la naturaleza social de la actividad humana.

## ..... DISEÑO CON SENTIDO ...SENTIMIENTO

Los humanos no podemos escapar al componente afectivo, los sentimientos están siempre presentes, el estado afectivo (*positivo o negativo*) cambia el modo en que pensamos. Las emociones actúan en el modo en que la mente humana resuelve los problemas, es conocido que el sistema emocional es capaz de cambiar la modalidad operativa del sistema cognitivo.

Los sentimientos condicionan el proceso de toma de decisiones, las emociones positivas son esenciales para el aprendizaje, la curiosidad y el pensamiento creativo. Está demostrado que los productos atractivos hacen que nos sintamos bien, hacen que pensemos de un modo más satisfactorio, que las cosas funcionen mejor, sean más inteligibles y fáciles de utilizar.

Sentimientos, afecto, emoción y cognición han evolucionado para complementarse mutuamente. El afecto está condicionado por los sentimientos positivos, la emoción por una interpretación sociocultural feliz de las sensaciones bajo un sistema de evaluación basado en los sentimientos y por su parte la cognición interpreta al mundo, lo cual conduce a la comprensión, el conocimiento y el juicio.

Según (Norman, D.) *"...el Diseño de un producto puede evocar emociones de forma explícita, expresando afecto, o implícita, a través de su estética."* El efecto de estética-usabilidad es el fenómeno en el cual las personas

perciben los diseños más atractivos como más fáciles de utilizar en comparación con aquellos diseños menos atractivos.

La meta de esta nueva perspectiva de Diseño, consiste principalmente en reenfocar los objetivos y además de diseñar cosas prácticas (*que funcionen bien y se entiendan bien*) y que los resultados de estos diseños también se disfruten generando placer y hasta diversión en su uso.

Es muy importante señalar que estos mismos recursos son empleados para manipular conscientemente los sentimientos de los usuarios, se diseñan productos que enamoran, campañas que seducen, propuestas que mienten, modas que caducan, tendencias que vencen, cambian y envejecen antes de tiempo.

No es casual que más del 80 % de las revistas de diseño hagan eco de esta triste realidad, revistas de modas, de decoración, de interiores, novedades, promueven tendencias, productos y proyectos de estándares inalcanzables, referentes formales hegemónicos y proyectos de productos y espacios de Diseño irracionales, y descontextualizados. Pensemos en cuanto papel es desperdiciado en hacer sufrir, crear ansiedad, transculturizar y borrar identidades.

Mucho se involuciona en el Diseño al usar estos argumentos para atraer la atención inmerecida, connotar falsa novedad, crear dependencias adictivas, fidelidades a una marca, promesas de eficiencia

incumplibles, necesidades ficticias, estándares de consumo y de clases de Diseño. Sin embargo, imágenes de estos inalcanzables y corrosivos ejemplos son usadas cada día en las clases de Diseño.

*“Se recomienda dormir a piernas sueltas lejos de tentaciones de diseño.”* Dice el poeta (Sabina, J.) en una de sus canciones en franca crítica a la manipulación sentimental a la que somos sometidos por las crecientes y mal empleadas emociones en el Diseño.

Es por esa razón que al diseñar hay que tomar partido, el **DISEÑO CON SENTIDO CONSIDERANDO LOS SENTIMIENTOS** debe ser respetuoso y consciente, para ello estudiará con rigor al hombre, analizará aspectos tales como la experiencia, los sentimientos y su conducta emocional, la percepción y subjetividad que se tiene ante un producto, el condicionamiento del contexto socio cultural, los niveles cognitivos, afectivos y psicológicos que se generan entre usuario-producto-contexto, antes, durante y después de su uso y así incorporar al concepto tradicional de usabilidad el necesario componente de amor al usuario.

#### ..... DISEÑO CON SENTIDO ...LÓGICA

El Diseño debe ser reflejo de inteligencia y conocimiento, tener razón en lo que hace y finalidad que lo respalde. Ser una profesión con una interpretación racional y visión de sostenibilidad, coherente, contextualizada y pertinente de la realidad. No tiene lógica que continúen creciendo los problemas no re-

suelos (*al tiempo que se crean otros*), las necesidades insatisfechas (*algunas que ni tan solo se han planteado como problemas de diseño*), promesas de cambio incumplidas y un futuro preconcebido (*y en ocasiones diseñado*) para los menos, que tienen más.

(Cuendias J.) Afirmaba en una de sus conferencias dictadas en esta misma sala "... *hace falta más diseño para los que tienen menos.*"

Qué sentido tiene diseñar otro modelo de silla, vestido, identidad, reloj o automóvil, donde el propósito sea solo cambiar la forma, el material o el color; cambiar, sin mejorar su uso, sin innovar en su función y sin ofrecer valor agregado desde una postura sostenible.

Cómo entender que existan empresas conservadoras con tendencia reactiva y visiones incompatibles con el Diseño que escogen caminos sin Diseño o donde la premura, la inmediatez de las tareas y la falta de estrategias que lastran el análisis global de los problemas para terminar apartado la profesión de su lógica de actuación. En la mayoría de nuestros contextos productivos prevalece una baja competitividad y falta de interés por elevar el nivel del Diseño, un mercado de demanda y ausencia de competencia nacional donde, además, no hace falta saber de Diseño para tomar una decisión de Diseño.

Por otra parte se incrementan las producciones industriales-artesanales, que incorporan Diseño a sus

productos pero terminan siendo propuestas disfrazadas de obras artesanales o de arte, donde el Diseño es visto como pieza de colección, obra de consumo élite o como vía de expresión personal, lenguajes y estilos propios enfatizados y connotados. Diseño para galerías, concursos y exposiciones, de proyectos que no se reproducen, producen y consumen. Se trata de anteponer el autor antes que la solución, distorsionando la razón y naturaleza anónima de la profesión.

Para que nuestro actuar sea coherente con un **DISEÑO CON SENTIDO CON LÓGICA** es necesario que hagamos algo; integremos criterios, compartamos experiencias, propongamos marcos regulatorios para el Diseño que respalden las diferentes formas de ejercicio de la profesión, su calidad, los resultados, mecanismos y procedimientos. Corresponde a la Gestión de Diseño propiciar nuevas y mejores condiciones para la inserción del Diseño, estructuras compatibles con el desarrollo, vías, alternativas y opciones diferenciadas, compromiso con la innovación y cultura de Diseño.

Todo lo anterior implica alfabetizar en Diseño, elevar la cultura visual y de consumo sostenible del usuario, de los decisores, empresarios y directivos. Aumentar la promoción de la profesión, las publicaciones serias de Diseño, incrementar presencia del Diseño en los medios y en la vida cotidiana. Premios, ferias exposiciones y congresos como FORMA.

## DISEÑO CON SENTIDO ...ORIENTACIÓN

Como se conoce la orientación política, social y el mercado son los que dictan la dirección intensidad y orientación del desarrollo del Diseño en el mundo. En nuestros contextos prolifera la copia de modelos y estereotipos importados de las metrópolis, patrones descontextualizados sin análisis y evaluación del impacto que tienen, esta postura es responsable en gran parte de la pérdida de valores autóctonos y tradicionales que bajo una interpretación equívoca de lo moderno y las nuevas dinámicas de vida nos han cambiado y no siempre para bien.

El escritor (Paz, O.) nos regala una frase donde asevera que *El progreso pobló la historia con las maravillas y los monstruos de la técnica, pero deshabitó la vida de los hombres. Nos dio más cosas, no más ser.*

**DISEÑO CON SENTIDO ORIENTADO A LO SOCIAL** es el ejercicio profesional responsable de lo que se Diseña, de para quienes se proyecta, de que características, necesidades y demandas atendemos. Comprometido también con la calidad de lo diseñado- producido, su valor de uso y las garantías de que se cumpla lo prometido con esa orientación social.

Lo anterior nos conduce a una adecuada solución de Diseño, ajustada a los requerimientos pero sobre todo implicada con el hombre y la sociedad, una solución con valores, consiente y ética. Soluciones di-

señadas con principios económicos, humanistas y sostenibles, resultando en productos flexibles, seguros, con largos ciclos de vida, de fácil reparación y transportación, con capacidad de ser mejorados, reciclados o reutilizados.

Para que el Diseño logre una orientación clara y capaz de resolver las contradicciones que hoy son visibles en los escenarios presentes y futuros hay que encontrar el verdadero equilibrio entre los necesarios intereses personales y los colectivos. Resulta imprescindible en nuestro contexto avanzar en el diálogo estado- Diseño y empresario-diseñador. Sin voluntad política y comunicación no hay desarrollo posible de Diseño para la sociedad y en función de esto deberán ser resueltas en el corto plazo algunas contradicciones e insuficiencias en la formación y el ejercicio de la profesión.

El proceso que vive hoy la América Latina en la búsqueda de nuevos horizontes por necesidad de cambio y por subsistencia nos lleva a una coyuntura histórica plagada de oportunidades donde el Diseño y sus profesionales pueden, con su quehacer, transformar realidades.

Será necesario luchar contra la subvaloración de la importancia y papel del Diseño y su capacidad de aportar al desarrollo de los principales valores del ser humano y la sociedad que soñamos. Mucho trabajo tendremos para lograr una nueva cultura de consumo, de calidad y competitividad, con un Diseño prospero, sostenible y responsable.

Los cambios en los patrones de vida de nuestra gente tienen que ser para mejor, con una mayor valoración de lo intangible, menos materialidad y más espiritualidad; pasión por la excelencia, cultura de la calidad y el detalle; en un entorno socioeconómico exigente, pero donde la prioridad esté en el hombre, en la sociedad y lo colectivo.

Para ellos necesitamos un **DISEÑO CON SENTIDO CON ORIENTACIÓN** y diseñadores con compromiso con la profesión, con el cambio, con la gente y con su patria. Entregarnos a la profesión, enamorarse del proyecto, derrochar esfuerzo, proveer calidad dando Diseño y no siempre a cambio del beneficio individual.

Hablamos de sueños que queremos hacer realidad, de actuar con prioridad en lo social y colectivo, don-

de cada proyecto sea una propuesta sostenible con sencillez y consumo responsable; de diseñadores con una postura intelectual y ética basada en su compromiso y conciencia de su deber social.

Del **DISEÑO** al alcance de todos, formando parte de la vida cotidiana, participativo, inclusivo y portador de una cultura de Diseño; de un Diseño a la izquierda y en revolución.

Entonces cuando decimos **DISEÑO CON SENTIDO** estamos hablando de que hay que **SENTIR** lo que se hace; defender que el placer **SENSORIAL** y **EMOCIONAL** de lo diseñado haga a la gente **SENTIRSE** a gusto con su entorno diseñado. Estamos expresando que hay que tener una **ORIENTACIÓN** y compromiso sea con el ser humano, el entorno y la sociedad. Queremos decir lo que hagamos desde el **DISEÑO** debe tener **SENTIDO**.