

c do it

El diseño en la vida  
cotidiana

Si ed i

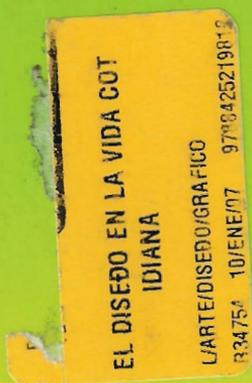
John Heskett

a ñ n oo

**John Heskett** transforma nuestra visión del diseño mostrándonos su importancia en la vida cotidiana, desde la cuchara que utilizamos en el desayuno, al coche en el que nos movemos y el equipamiento médico que salva nuestras vidas. El diseño combina la utilidad y el significado en forma de objetos prácticos que también reflejan la identidad y las aspiraciones de sus usuarios a través de la forma y el motivo.

Esta concisa introducción al diseño contemporáneo va más allá de los estilos y los gustos para observar cómo las diferentes culturas e individuos personalizan sus objetos. Además, este libro contiene información sobre cuál es la aproximación al diseño de importantes empresas como Nokia, Ford y Sony. Al final, John Heskett expone su estimulante visión sobre el papel del diseño en el futuro y, especialmente, su papel humanizador ante las nuevas tecnologías.

# GG Diseño



**John Heskett** es profesor de diseño en el Institute of Design del Illinois Institute of Technology. Es autor de numerosos artículos y libros, así como asesor de diversas empresas, entes públicos y organizaciones académicas de diversos países.

ISBN 84-252-1981-7



9 788425 219818

**Editorial Gustavo Gili, SA**  
08029 Barcelona. Rosselló, 87-89  
Tel. 93 322 81 61 - Fax 93 322 92 05  
e-mail: [info@ggili.com](mailto:info@ggili.com)  
<http://www.ggili.com>

# El diseño en la vida cotidiana

John Heskett

**Editorial Gustavo Gili, SA**

**08029 Barcelona** Rosselló, 87-89. Tel. 93 322 81 61

**México, Naucalpan 53050** Valle de Bravo, 21. Tel. 55 60 60 11

**Portugal, 2700-606 Amadora** Praceta Notícias da Amadora, N° 4B.

Tel. 21 491 09 36

**GG®**

Título original: *Toothpicks & Logos – Design in Everyday Life*

was published in English in 2002.

This translation is published by arrangement with Oxford University Press:

Publicado originalmente por Oxford University Press.

Director de la colección:

Yves Zimmermann

Versión castellana:

Isabel Núñez

Revisión técnica:

Susana Tarancón

*A Pamela*

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, la reproducción (electrónica, química, mecánica, óptica, de grabación o de fotocopia), distribución, comunicación pública y transformación de cualquier parte de esta publicación —incluido el diseño de la cubierta— sin la previa autorización escrita de los titulares de la propiedad intelectual y de la Editorial. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y siguientes del Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO) vela por el respeto de los citados derechos.

La Editorial no se pronuncia, ni expresa ni implícitamente, respecto a la exactitud de la información contenida en este libro, razón por la cual no puede asumir ningún tipo de responsabilidad en caso de error u omisión.

© John Heskett, 2002

para la versión castellana

Editorial Gustavo Gili, SA, Barcelona, 2005

*Printed in Spain*

ISBN: 84-252-1981-7

Depósito legal: B. 3.188-2005

Impresión: Hurope, sl, Barcelona

# Índice

1. ¿Qué es el diseño?	1
2. La evolución histórica del diseño	12
3. Utilidad y significado	35
4. Objetos	55
5. Comunicaciones	81
6. Entornos	101
7. Identidades	124
8. Sistemas	144
9. Contextos	165
10. Futuros	190
<i>Bibliografía comentada</i>	203
<i>Índice onomástico</i>	209
<i>Créditos de las ilustraciones</i>	214



I ¿Qué es el diseño?

La transformación del diseño en algo banal e intrascendente supone uno de los rasgos más llamativos del mundo moderno. Para contrarrestar, me gustaría argumentar que, si el diseño hubiera considerado seriamente ser utilizado de forma responsable, debería ser el yunque crucial sobre el que el entorno humano, con todos sus detalles, se modela y construye para la mejora y el deleite de todos.

Sin embargo, afirmar que el diseño es serio en este sentido resulta problemático. Se opone a la caracterización difundida por los medios de comunicación, que le asignan un papel superficial y decorativo, de escasa trascendencia: divertido y entretenido, posiblemente; útil en un sentido marginal, tal vez; provechoso en los sectores económicos dominados por los rápidos ciclos de moda y repetición; pero realmente insustancial respecto a las cuestiones básicas de la existencia.

Dada la ausencia de acuerdo general sobre su significado y valor, no es de extrañar, que la práctica del diseño esté rodeada de tanta confusión. En algunas áreas temáticas los autores pueden asumir un terreno común con los lectores; por ejemplo, en una introducción a la arquitectura o a la historia (aunque el grado preciso de conocimiento por parte de los lectores pueda variar sustancialmente) es posible definir rigurosamente el tema. Por el contrario, otros ámbitos, como la física nuclear, son tan abstrusos que no

existe tal posibilidad de entendimiento mutuo, por lo que es necesario partir desde el principio.

El diseño se sitúa cómodamente entre ambos extremos. Como término es bastante común, pero **lleno de incongruencias**; se manifiesta de formas muy numerosas y carece de claridad y definición por falta de límites. Como práctica, el diseño genera gran cantidad de material, en su mayor parte efímero, y del que sólo una pequeña parte es de calidad duradera.

Es notorio que existe un considerable número de personas que sabe algo sobre diseño o se interesa por el tema, pero probablemente no habría un gran acuerdo a la hora de definir lo que se entiende exactamente por ese término. El punto de referencia más claro reside en campos como la moda, los interiores, el *packaging* o los coches, en los cuales los conceptos de forma y estilo son transitorios y muy variables, determinados por el gusto individual, en ausencia de cánones fijos. Y, en efecto, estos campos constituyen una parte significativa de la práctica del diseño contemporáneo y son objeto de análisis y de importante inversión publicitaria. Otros importantes campos de referencia serían la práctica técnica o la artesanal. Sin embargo, aunque son sustanciales, todas son facetas de una totalidad y las partes no deben confundirse con el todo.

Entonces, ¿cómo puede entenderse el diseño en un sentido significativo y holístico? Más allá de la confusión creada por el efectismo de la publicidad, más allá de la **pirotecnia visual** de los diseñadores virtuosos en busca del estrellato, más allá de las opiniones de los gurús del diseño, subyace una verdad simple. El diseño es

## ¿Qué es el diseño?

una de las características básicas de lo humano y un determinante esencial de la calidad de vida. Afecta a todas las personas, en todos los detalles de lo que hacemos cada día. Por ello, es muy importante. Si se presta mayor atención al diseño de los aspectos del entorno material, hay pocos que no sean susceptibles de mejoras significativas. La iluminación inadecuada, las máquinas que no son *amigables* o la información mal presentada son sólo algunos ejemplos de mal diseño que crea tensiones y problemas que se acumulan. Vale la pena preguntarse: si estas cosas son necesarias en nuestra existencia, ¿por qué se hacen tan mal con tanta frecuencia? No existe una respuesta sencilla. El factor costes suele aducirse como justificación, pero el margen entre hacer algo bien o mal puede ser muy pequeño y, además, los costes deberían reducirse si se utilizan los procedimientos de diseño apropiados. Sin embargo, el adjetivo “apropiado” expresa una calificación importante. El amplio espectro de capacidades que abarca el término “diseño” requiere que los medios se adapten cuidadosamente a los objetivos. Una solución a un problema práctico que ignore todos los aspectos de su aplicación puede ser desastrosa, como, por ejemplo, un equipo médico concebido como vehículo de expresión individual de la moda.

Este libro se basa en el convencimiento de que el diseño nos afecta profundamente a todos de diversas formas y constituye un inmenso potencial infrautilizado en la vida. Trataremos de explorar las razones y sugerir algunas posibilidades de cambio. La intención es no negar ningún componente del espectro de significados del término, sino examinar la amplitud de la práctica del diseño tal

## ¿Qué es el diseño?

como afecta a la vida cotidiana en diferentes culturas. Pero, para hacerlo, es preciso aclarar ciertas cuestiones de fondo, a fin de eliminar la confusión que rodea a esta realidad.

El análisis del diseño se complica inicialmente por esta misma palabra. “Diseño” tiene tantos niveles de significado que constituye una fuente de confusión. Es como la palabra “amor”, cuyo sentido cambia radicalmente en función de quién la utiliza y en qué contexto<sup>1</sup>. Consideremos, por ejemplo, los cambios de significado al utilizar la palabra “diseño” en inglés (*design*), ilustrándolos con una frase aparentemente absurda:

“El diseño consiste en diseñar un diseño para producir diseño”.

Sin embargo, todos los usos de la palabra son gramaticalmente correctos. El primero es un nombre que designa un concepto o campo general en su conjunto, como en “el diseño es importante para la economía nacional”. El segundo es un verbo<sup>2</sup> e indica una acción o un proceso, como en “le han encargado que diseñe una nueva batidora de cocina”. El tercero es otro nombre que expresa un concepto o propuesta: “Presentaron el diseño al cliente para que diera su aprobación”. Y el último uso vuelve a ser un nombre e indi-

1. En castellano, los términos “amor” y “amar” no cambian tanto de sentido como en inglés o francés, lenguas en que pueden utilizarse para expresar simplemente agrado, como *I love chocolate* o *j'aime le chocolat*. (N. de la T.)

2. En inglés no varían el sustantivo y el verbo: diseño = *design*, diseñar = *to design*. (N. de la T.)

ca un producto acabado, el concepto realizado: “El nuevo Beatle de Volkswagen revive un diseño clásico”.

También produce confusión la amplitud de la práctica del diseño y su terminología. Consideremos, por ejemplo, la extensa gama de prácticas incluidas bajo la rúbrica del diseño; por nombrar unas cuantas: diseño de artesanía, diseño industrial, diseño publicitario, diseño de ingeniería, diseño de producto, diseño gráfico, diseño de moda y diseño multimedia. En una serie semanal denominada “Designer Ireland”, dentro de la sección de cultura irlandesa, el *Sunday Times* de Londres publica un breve y preciso análisis acerca de un aspecto determinado del diseño. En un periodo de seis semanas (entre agosto y septiembre de 2000), la sucesión de temas fue: la insignia de la Garda Síochána; la policía nacional irlandesa; Louise Kennedy, diseñadora de moda; la parrilla Party Grill para cocinar al aire libre; el *packaging* de cigarrillos Number One de Carrolls; la cubertería Costelloe; y la identidad corporativa de Ryan Air, unas líneas aéreas dedicadas a los vuelos de bajo precio. El conjunto de temas abordados en toda la serie es aún más desconcertante por su diversidad.

A esta lista habría que añadir actividades que se apropian de la palabra “diseño” para crearse una aureola de competencia, como por ejemplo en diseño de peluquería, diseño de uñas, diseño floral, incluso diseño fúnebre. ¿Por qué no ingeniería del peinado o arquitectura fúnebre? En parte, la razón de que el término pueda utilizarse tan arbitrariamente es que nunca ha designado en una profesión definida, como ocurre con el derecho, la medicina o la

arquitectura. En estas profesiones se necesita una licenciatura o una cualificación similar para ejercer la práctica, que a su vez es controlada por unos estándares establecidos y protegidos por instituciones que se autorregulan; además, el uso del título profesional está limitado a quienes han seguido el procedimiento correcto para obtenerlo. En cambio, el diseño se ha dividido en numerosas especializaciones sin ningún concepto global de organización, por lo que cualquiera puede apropiarse del derecho a practicarlo.

La discusión sobre el diseño intentando encontrar un criterio en medio de tal confusión conduce a dos direcciones: la primera, definición de criterios genéricos de la actividad subyacente a la proliferación, con objeto de establecer un sentido estructural y de significado; y la segunda, la búsqueda de esos criterios a través de la historia para entender cómo y por qué existe la confusión presente.

Para abordar el primer punto: el diseño, 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.

Es posible formarse una idea de la escala y el alcance de esta capacidad observando el entorno en el que estemos leyendo estas líneas: puede ser en una librería, en casa, en una biblioteca, en un despacho, en un tren, etcétera. Probablemente, casi nada en ese entorno sea completamente natural, pues incluso las plantas han sido modeladas y distribuidas mediante la intervención humana y, en efecto, su género puede haber experimentado considerables

modificaciones respecto a su origen natural. La capacidad para moldear nuestro mundo ha alcanzado tal grado que pocos aspectos del planeta se mantienen en condiciones vírgenes y, contemplada en detalle, la vida está absolutamente condicionada por resultados diseñados de uno u otro modo.

Aunque pueda parecer obvio, merece la pena subrayar que las formas o estructuras del mundo inmediato que habitamos son, indiscutiblemente, resultado del diseño humano. No son inevitables ni inmutables y están abiertas al examen y al debate. Bien o mal ejecutados (depende de las bases sobre las que se juzguen), los diseños **no están determinados** por los procesos tecnológicos, las estructuras sociales, los sistemas económicos o cualquier otra fuente objetiva. Son resultado de las **decisiones y opciones** de los seres humanos. Si bien las **influencias del contexto** y las circunstancias son considerables, el factor humano está presente en las decisiones que se toman en todos los niveles de la práctica del diseño.

Elegir comporta responsabilizarse. Cada opción implica unas alternativas respecto a los objetivos y al modo de alcanzarlos, así como respecto a quién benefician. Esto significa que el diseño no sólo trata de decisiones iniciales o conceptos creados por los diseñadores, sino también de cómo se implementan y con qué medios podemos evaluar sus efectos o beneficios.

En resumen, la capacidad de diseñar se halla, por múltiples razones, en el núcleo de nuestra existencia como especie. Ninguna otra del planeta tiene esta capacidad. Nos permite construir nuestro hábitat en formas únicas, sin lo cual seríamos incapaces de dis-

tinguir la civilización de la naturaleza. El diseño importa porque, junto con el lenguaje, es una característica definitoria de lo humano y por ello se sitúa más allá de lo trivial.

Evidentemente, la capacidad básica puede manifestarse en una multiplicidad de formas, algunas de las cuales se han convertido en actividades especializadas por derecho propio, como la arquitectura, la ingeniería civil, la arquitectura de paisaje o el diseño de moda. De todas ellas, serán objeto de atención a lo largo de estas páginas los aspectos bi- y tridimensionales de la vida cotidiana, es decir, los objetos, comunicaciones, entornos y sistemas que rodean a las personas en casa y en el trabajo, en el tiempo de ocio y de oración, en las calles, en espacios públicos y mientras viajan. Incluso centrándonos sólo en estos aspectos, la escala continúa siendo inmensa, por lo que me limitaré a examinar un reducido número de ejemplos, sin intentar abordar el conjunto.

Si la capacidad humana para el diseño se manifiesta de tantas formas, ¿cómo podremos comprender esa diversidad? Este interrogante nos devuelve al segundo punto mencionado más arriba: la evolución histórica del diseño. El diseño se explica a veces como una subdivisión de narrativas de historia del arte que subrayan una ordenada sucesión cronológica de movimientos y estilos, con nuevas manifestaciones que reemplazan a las anteriores. Sin embargo, la historia del diseño puede describirse con mayor propiedad como un proceso de superposición en el que las nuevas tendencias se van añadiendo a lo largo del tiempo a lo que ya existe. Además, esta superposición no es sólo un proceso de acumulación o agregación,

sino una interacción dinámica en la que cada estadio innovador cambia el papel, el significado y la función del que sobrevive. Por ejemplo, muchísimas producciones artesanales del mundo se han visto desplazadas de su papel central en las culturas y las economías por los productos industriales, pero también han encontrado nuevos roles, como artículos para turistas o para el segmento del mercado mundial conocido como artesanía. La rápida evolución en los ordenadores y la tecnología de la información no sólo crea posibilidades interesantes para el diseño interactivo, sino que también transforma la manera en que se conciben y producen los productos y los servicios, dando lugar a modos que, más que sustituir, complementan a los antiguos.

No obstante, no puede describirse un proceso con una pauta básica que se repite en todo lugar. Hay variaciones significativas en el desarrollo del proceso de cambio en las distintas sociedades y también en las consecuencias específicas que implica el cambio. Sin embargo, sean cuales sean los detalles concretos, en cierto modo, puede decirse que hay una pauta generalizada para lo que existía antes de cambiar. Ello es lo que ayuda a explicar gran parte de la densa y compleja textura del diseño, al igual que los modos variados de la práctica definida bajo el asunto que ahora nos ocupa. A las antiguas técnicas y formas que sobreviven y se adaptan se añaden continuamente nuevas competencias y aplicaciones. Por tanto, de este esquema de evolución histórica se desprende bastante confusión a la hora de entender el diseño. No obstante, lo que resulta confuso puede verse también como un potencial de riqueza y adap-

tabilidad, dado que existe un marco capaz de comprender la diversidad. Por esto, es necesario conocer la evolución histórica del acto de diseñar, es decir, de la práctica y la actividad de crear formas.