



Marino Martínez
Presidente de la Asociación
Aragonesa de Ergonomía

Una reflexión sobre el diseño ergonómico

Cuando uno acude a Eventos o Jornadas de Ergonomía, es "curioso" (en su sentido etimológico: preocupante) que siempre se den definiciones de lo que es la ergonomía, que hay muchas, y cada cual puede optar por una u otra, pero que igualmente se hable sobre el diseño ergonómico -como algo fundamental dentro de nuestra disciplina- pero sobre la palabra diseño no se realiza ningún comentario. Es por ello, por lo que quiero en esta editorial, hablar sobre qué es el diseño.

¿Qué es el diseño?

El diseño debido a la influencia de los mass-media ha pasado a ser un tema de moda. Todo el mundo habla de diseño, desde los políticos, los críticos de arte, los modistos y los ergónomos, todo el mundo se cree diseñador, sin percatarse que al utilizar esta palabra están designando ámbitos, actitudes y actividades diferentes. Incluso algunos ni siquiera saben escribirla correctamente en inglés: escriben desing en lugar del término correcto design.

Pero lo importante no es que hoy escriban y opinen personas que hasta hoy no habían oído hablar de él, sino que también se enseña diseño,

Editorial

Editorial

con una importante contradicción. En la Facultad de Bellas Artes se imparte diseño desde hace unos años, dándose la circunstancia de que los profesores deben poseer título universitario, requerimiento que significa que los diseñadores, que en su mayoría carecen de título universitario, no pueden enseñar, mientras que otros, aunque saben muy poco de diseño pueden hacerlo.

Nuestra experiencia en el diseño se inicia hace unos 30 años, lo que la constituye en una disciplina joven, sobre la cual tanto sobre su alcance como sobre la naturaleza de su trabajo, los profesionales de diseño no logran ponerse de acuerdo, esto nos da una pista, y es la que el diseño ergonómico es una profesión que padece de ausencia de reflexión. Constituye, hoy por hoy, un hacer carente de teoría, una praxis sin conocimiento: se hace, pero no se sabe a ciencia cierta qué se hace.

Desde los días de la Bauhaus, el diseño como ejercicio profesional, no ha cambiado sustancialmente, sigue siendo una actividad ejercida por el hombre para configurar los objetos producidos industrialmente. El diseñador dota de figura a los objetos volumétricos y de significado a los objetos sígnicos para su útil interrelación con el ser humano. Pero esta concepción es limitada, ya que está basada en la representación de lo real o lo imaginado, paradigma rector en el diseño de objetos sígnicos, pero, tal vez, vaya siendo hora de pensar el diseño, y preguntarse, por ejemplo, si se puede entender el diseño como algo más que una disciplina dedicada meramente a configurar las formas o el modo de aparecer los objetos seriados, tal como señalaba Yves Zimmermann: "¿Es posibles diseñar actitudes, comportamientos? ¿Se puede diseñar el lenguaje público de una empresa pública?"

¿Cómo se diseña un proyecto de imagen corporativa que abarque desde el diseño de la filosofía empresarial a la forma de hablar y el comportamiento de los empleados, desde el diseño de la imagen gráfica a los edificios y los productos o servicios de la empresa, al atuendo de los empleados, y hacerlo de tal modo que no haya fisura entre la apariencia visual y el modo de ser y estar de la compañía den cuestión?”. Pero para ello es necesario pensar, y ello parece que no interesa a los promotores del boom del diseño.

Esta reflexión inicial nos conduce inexorablemente a los objetos que los llamados diseñadores producen: los “objetos de diseño”, que responden hoy día más a los caprichos o la espontaneidad artística (más que para nuestra satisfacción para nuestro enojo e irritación, piensen en las teteras, aceiteras de pico, que siempre se cae el té o el aceite, o en los paquetes de arroz, también envasados, que al abrirlos siempre se cae el arroz, etc....), que a criterios objetivos y racionales de configuración. Lo que lleva a la vulgarización del diseño y a la inutilidad de muchos de los diseños, que configuran una idea disparatada de lo que es el diseño en el público, llamando la atención por una presunta originalidad y olvidando al convertirse en espectáculo, la finalidad primera y más elemental de un objeto destinado a resolver cualquier problema del ser humano: su uso, su utilidad. A través de esta espectacularización de los objetos cotidianos y de su incapacidad para cumplir su función principal, la sociedad se ha formado una imagen trivializada del diseño, amplificada por lo mass-media, un ejemplo lo tenemos en los modistos, donde diseño y moda se ha convertido en lo mismo, pero en todos los ámbitos aparecen objetos de diseño; hijos del diseño (ingeniería genética), la droga de diseño, la músicas de diseño, la ergonomía de diseño, la comida de diseño, todo ello nos lleva a preguntarnos: ¿qué ha pasado con esta palabra que definía anteriormente una clara actividad y que ahora se ve invadida por significados que le son ajenos?. Siguiendo al filósofo alemán M. Heidegger, para el que “El habla es el son del silencio”, o dicho de otra forma la invocación es la vocación de la palabra, pues dice de las cosas lo que son. Escuchemos, pues, a la palabra diseño, y ella nos pondrá en el sendero de su significación.

La palabra Di-seño como por simpatía nos envía a la palabra De-signio, palabra latina que contiene la palabra inglesa De-sign. Los ingleses sólo tienen una palabra para decir tanto la actividad del diseño como el producto de dicha actividad. Di-seño y De-signio tienen en común una misma raíz verbal: seña. La “seña” es el signo de una cosa, es lo esencial de una cosa, es lo que dice la palabra alemana Gestalt: la figura básica de lo percibido por una mirada, eso cuyo ser-así no depende de atributos secundarios (textura, color, etc....) para ser reconocida como lo que es.

Esta seña del objeto será el espejo que refleja el uso a la que está destinado, su usabilidad de usuario. El uso, la utilidad del objeto, es la meta a la que debe aspirar todo proyecto de diseño. El designio debe guiar el acto de diseñar en pos de esa usabilidad y debe convertirse en el criterio fundamental para medir toda decisión tomada en el proceso de proyectación. Todo objeto debe pasar por la prueba de la verdad del uso. Como afirmaba L. Wittgenstein “ The use is the truth”. El uso es la verdad: es en el uso de ese algo donde se revela la verdad de ese algo. Sintetizando podemos decir, que designio y diseño son dos conceptos emparentados e interdependientes. De hecho el segundo viene emparentado por el primero. Como pareja de significados, el designio-diseño se refiere al acto de marcar/dibujar/ diseñar. Este acto, guiado por un designio-intención, hace advenir a través de la proyectación, a forma tangible y visible el objeto en su ser cos-seña para un uso. En la medida que la cosa-seña pueda señalarse a sí misma como usable, se señala a un usuario que comprende en su usabilidad. Se podría decir, pues, que cuando un objeto está diseñado según estos criterios, se haya inscrito en el uso y es por tanto, verdadero. Y sólo ellos, pueden definirse como objetos de diseño, ergonómicos, etc..