



Responsabilidad social del diseño

♦ Luz del Carmen Vilchis Esquivel

El sentido etimológico de la palabra “vocación” viene del latín *vocare* o *vocari*, que significan, respectivamente, “llamar” o “ser llamados”, y ambos términos se vinculan con el sustantivo *vox*, traducido en español con la palabra “voz”. Todo ello alude a la comunicación, al lenguaje y a una serie de connotaciones respecto a nuestra inserción en la vida social y a la responsabilidad que en ello concurre. Es así que el concepto de una vocación se concibe como el cometido social para convivir en vías de intereses comunes. ¿Llamado por quién?, pregunta Juan Zaragüeta: “llamado por la propia voz interior de su conciencia [destacando] dos aspectos o puntos de vista que ofrece el asunto de la vocación, como el de las actitudes profesionales: el aspecto de la *selección* y el de la *orientación*”.¹

El discernimiento de la vocación profesional es, sin duda, un proceso complejo que atraviesa desde la incertidumbre absoluta hasta la convicción; difícil de realizar, ya que requiere mirarnos a nosotros mismos de una manera peculiar, no cotidiana, para situarnos con sensatez y madurez frente al contexto que nos rodea con todas sus implicaciones y competencias:

“Distinguir gustos, advertir inclinaciones, descubrir deseos, percibir movimientos, detectar ha-

bilidades, en definitiva, reconocernos en aquello que despierta apasionadamente nuestro interés; hacia allí debe volcarse la mirada; requiere disponernos de un modo especial a escuchar nuestras voces más profundas, las que solo resuenan en el ocaso de las labores, para entrever allí el sentido que se insinúa, una dirección posible para nuestra vida, aun cuando luego esta pueda desviar el rumbo o cuando nosotros mismos, en una comprensión más honda, elijamos libremente virarlo”.²

Optar por una profesión, coincidiendo con Ezequiel Bramajo, supone descubrirnos, entender quiénes somos, integrar todos los momentos que han contribuido a construir nuestra historia personal y tomar la decisión de aquello que será nuestro quehacer y deber durante el resto de nuestra existencia.

¿Cómo saber si hemos tomado la decisión correcta? Agustín de Hipona, padre de la Iglesia en el pensamiento occidental, decía siglos atrás: “No quieras derramarte fuera; entra dentro de ti mismo, porque en el hombre interior reside la verdad; y si hallares que tu naturaleza es mutable, trasciéndete a ti mismo, mas no olvides que, al remontarte sobre las cimas de tu ser, te elevas sobre tu alma, dotada de razón. Encamina, pues, tus pasos allí donde la luz de la razón se enciende”.³

¹ Juan Zaragüeta, “La vocación profesional”, *Memorias. IV Congreso de Estudios Vascos*, Eusko Ikaskuntza, Donostia, 1927, pp. 40-41.

² Ezequiel Bramajo, *Vocación y vida universitaria*, Universidad Católica de Argentina, Buenos Aires, 2010, p. 1.

³ Agustín de Hipona, “De la verdadera religión”, cap. XXXIX, n. 72, en Clemente Fernández, *Los filósofos medievales I*, BAC, Madrid, 1979.



Elegir el diseño

¿Por qué elegimos la carrera de diseño? ¿Qué es lo que nos conduce a suponer que esa es la opción correcta entre más de un centenar que se nos presentan como posibilidades? ¿Hemos decidido porque suponemos que en ella no se estudian matemáticas? ¿Acaso recibimos la influencia de nuestros amigos y compañeros respecto a las probabilidades de vivir un futuro económicamente prometedor porque el diseño se cobra caro o verdaderamente hicimos una introspección respecto a nuestras cualidades, habilidades y expectativas para inclinarnos por esta noble disciplina?

“El diseñador gráfico genera ideas estratégicas desarrollando un estilo propio y exportando con su producción gráfica talento nacional, revalidando la creatividad, ideando y proyectando mensajes visuales, contemplando diversas necesidades, desde las estilísticas, informativas, [de identificación o invocación], de persuasión, de código, tecnológicas, de producción, hasta las de innovación. Estudiar diseño gráfico significa adquirir un lenguaje abierto a los cambios, comprender permanentemente las tendencias actuales, tomando elementos de la cultura existente, transformándolos y re-significándolos”.⁴

Este es el atractivo texto que encontramos en la folletería de una de las tantas universidades que han abierto en las recientes décadas la carrera de diseño gráfico. Cuando uno lee estos párrafos piensa que al egresar de la carrera, engullirá el mundo en unos cuantos bocados.

La realidad laboral es muy diferente. Lo primero que cualquier joven egresado o por egresar de una profesión debe comprender es que no hay trabajo; en particular, el mundo del diseño ha sido sobresaturado por innumerables escuelas que se han empeñado en ofrecer la carrera por las llamadas *tendencias* o *modas* que atraen con fuerza a los jóvenes, llegando a superar a las clásicas profesiones atiborradas de estudiantes que solían ser medicina, derecho o psicología, entre otras.

Lo primero que aprendemos los diseñadores en la vida profesional es que hay una cruel competencia, abanderada en primera instancia por los más de nueve mil nuevos diseñadores que concluyen sus estudios cada año escolar, continuando con los arquitectos y diseñadores industriales que, al no encontrar proyectos propios de sus ámbitos de conocimiento, se dedican al diseño gráfico y, por último, pero no por ello menos importantes, los innumerables centros de servicio que regalan el diseño como un valor agregado a sus actividades de artes gráficas y los incontables diseñadores improvisados que simulan formarse en una profesión tan compleja en tan solo tres meses, con un diploma técnico de la profesión; o individuos que, con una computadora y el *software* correspondiente, ofrecen a los clientes diseños malos, mal cobrados pero bien recibidos por personas que aún no reconocen la diferencia entre un ignorante y un universitario.

Aun así, el mundo de la comunicación de masas crece de una manera tan desproporcionada que las necesidades de materializar visualmente mensajes

⁴ Información sobre la carrera de diseño gráfico, Universidad de Palermo, Buenos Aires, 2013, <http://bit.ly/1GP96bA>

dirigidos a grupos específicos, a poblaciones e incluso a innumerables lectores virtuales, son constantes y cambian de manera vertiginosa día con día.

¿Qué puede hacer un diseñador gráfico recién egresado?

Una elección inmediata es inscribirse en uno de los tantos posgrados que se han abierto para los diseñadores, tanto en universidades públicas como privadas, que es una manera de prolongar la exigencia de insertarse en el mercado laboral o por los rechazos que se han sufrido en este, ante la falta de experiencia y los bajos sueldos, que suelen ser equivalentes a los de trabajos secretariales o asistenciales. Dos años de maestría y cuatro de doctorado con una beca nada despreciable son un lapso considerable durante el cual se acumulan labores eventuales que engrosan curricularmente el portafolio personal.

La siguiente respuesta es ingresar a la docencia, sin comprender que la academia supone una profesión paralela a la del diseño, es decir, impartir clases implica la inmersión en los fundamentos de la pedagogía, las determinantes de la didáctica, las dinámicas de grupo, las técnicas materiales para lograr un aprendizaje significativo, en conjunto, la comprensión del fenómeno de la enseñanza.

Por desgracia, la calidad en la formación de los diseñadores gráficos ha descendido el nivel de una manera preocupante por la improvisación de académicos, recién egresados, que nunca han tenido el debido contacto con la vida profesional e ignoran además el campo semántico de la academia.

Sin embargo, esta no deja de ser una alternativa para quienes, con compromiso y responsa-

bilidad, tienen la capacidad de reconocer que lo que han aprendido en el ejercicio del diseño es posible comunicarlo a otros. Un ejemplo de ello se reconoce en Vicente Rojo, quien supo instruir y aleccionar a una generación de diseñadores gráficos en el seno de la Imprenta Madero, hoy en día reconocida internacionalmente como una de las corrientes pragmáticas que han forjado estilos peculiares y, sobre todo, una manera impecable de pensar y hacer diseño.

Hoy en día es difícil concebir al maestro independiente y los aprendices, debido a la masificación de la enseñanza no formal. Nos vemos obligados a recurrir a la educación formal, escolarizada, en la cual se insertan ocasionalmente diseñadores gráficos que comprenden que lo que uno recibe en la vida profesional no cobra sentido si no es compartido socialmente con las nuevas generaciones.

Los mismos estudiantes identifican a pésimos docentes pero también reconocen a aquellos que se preocupan por estudiar, estar actualizados, responder a sus inquietudes, contribuir a sus logros, asesorarlos en sus proyectos y seguir su trayectoria educativa aunque ya no estén en su aula.

Sí, la docencia es una opción laboral para los diseñadores gráficos. En ella no solamente se transita por el salón de clases; conlleva una serie de acciones que contribuyen a la formación de los estudiantes. Entre ellas destacan, como las más importantes, las tutorías, que hoy en día son un requerimiento del sistema educativo nacional; las asesorías en proyectos de investigación y las direcciones de tesis, a pesar de las múltiples opciones que se han creado para incrementar los índices de titulación.



También se encuentra el trabajo en los diferentes niveles educativos, además del bachillerato y las licenciaturas en todas las modalidades del diseño; están las maestrías y, paulatinamente, los doctorados. Para tener acceso a cada uno de ellos, el diseñador docente se ve obligado también a buscar su propia evolución académica, a mejorar su formación, y con ello, reconocer una de las labores más gratificantes de la academia, la investigación:

“Como el diseño, la investigación es un proceso cuyo punto de partida, una idea, una pregunta, un argumento, genera un proyecto cuya apertura y movilidad se instrumenta en el diálogo con el conocimiento, la calidad del contenido no estriba en la exigencia radical del cumplimiento estricto en las técnicas de investigación, está en el espíritu inquisitivo en cada uno de los tópicos, la comprensión de las ideas, las acertadas relaciones entre las mismas, los vínculos con el tema y el objeto de la investigación. La tarea obliga en efecto al llamado trabajo de laboratorio o actividades de “*artesanía intelectual*”⁵

La investigación es generación de conocimiento, lo cual permite que avancen las disciplinas, que estas tomen los cursos de la contemporaneidad y que la teoría sustente la práctica. Se expresa a través del lenguaje escrito y su exteriorización más importante son los libros. Se muestra en artículos, reseñas y conferencias. Es la esencia de foros, *mesas redondas*, congresos y simposios, y propicia discusiones, confrontaciones y avances epistemológicos cuyos argumentos son los frutos del dominio del saber sobre el diseño.

El ejercicio profesional

La aplicación de lo aprendido puede desarrollarse de diferentes maneras; la más común es la apertura de un despacho propio, para ofrecer todo servicio de diseño de manera personal e individual. Esta opción, conocida como trabajo de *free lance*, es en la mayoría de los casos un sinónimo del desempleo. Son pocos los diseñadores que se empeñan en emprender un negocio privativo, invirtiendo tanto sus conocimientos como sus ganancias en hacerlo prosperar hasta lograr el reconocimiento de la comunidad empresarial y profesional.

En estos casos, es recomendable la especialización, es decir, buscar un ámbito del diseño en el que realmente se pueda abrir una cartera de clientes que no sea arrebatada por la competencia desleal. Como ejemplo podríamos hablar de la sustitución de creación de marcas o el diseño de logos por el ofrecimiento de sistemas de identidad corporativa, programas de simbología, de identidad o de información, como podrían ser, por ejemplo, los museográficos o los sistemas editoriales, para la publicación de colecciones de libros, revistas o periódicos en soportes análogos y digitales.

También está en el entorno de las tecnologías de punta, el diseño de video-juegos, el diseño de páginas de internet, la animación, y las producciones fotográficas o cinematográficas. El nivel y la calidad de los estudios de un diseñador le permitirán formar un despacho interdisciplinario en el cual trabaje diseño en equipo para ámbitos de conocimiento que actualmente no se abordan por la falta de preparación, en rubros como el trabajo

⁵ Luz del Carmen Vilchis Esquivel, *Diseño. Universo de conocimiento*, Editorial Claves Latinoamericanas/UNAM/Centro Juan Acha de Investigación Sociológica del Arte Latinoamericano, México DF, 2000, p. 30.

con programadores, ingenieros, arquitectos, antropólogos, entre otros, así como por el desconocimiento de las nuevas corrientes, como en el diseño integrador o el diseño sustentable.

Lo anterior implica modificar el pensamiento y definir características de vida. Como ejemplo está el grupo de Diseño para la Sustentabilidad de la Universidad de Delft en Holanda, donde los diseñadores ponen el foco de atención en la influencia que causa en el entorno la manera en que el consumidor interactúa con los objetos de consumo, o el estudio canadiense SmashLab, cuyo lema es *el diseño puede cambiar*.

Otra alternativa es el trabajo como empleado en despachos de diseño ya consolidados, en los departamentos de arte de las agencias de publicidad, en los departamentos de diseño de las dependencias del sector público o en la empresa privada. Estos son ámbitos con muchas limitaciones en el desarrollo profesional porque se responde a problemas de diseño que ya han sido filtrados por diversas instancias, y en ocasiones el diseñador solo responde a la etapa de realización, desperdiciando su imaginación, el pensamiento proyectual, la capacidad creativa y sus afanes innovadores.

Generalmente en estos sitios el diseñador empleado no recibe capacitación, con lo cual se mantiene al margen de las nuevas tecnologías y de las opciones que trascienden su marco de trabajo. Puede resultar una actividad enajenante, y en ocasiones el profesional se ve atrapado en compromisos que ya no le permiten abandonar esa empresa, condicionado por la antigüedad, las prestaciones y sus propias necesidades personales.

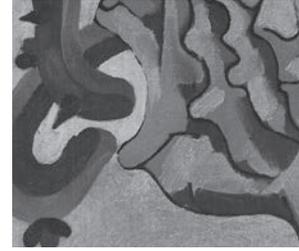
El estilo de vida

Hasta aquí pareciera que un proyecto de vida está centrado en la profesión que se elige y en el trabajo y los beneficios que genera, desplegando un pensamiento absolutamente funcionalista que copia los estándares determinados por el denominado *american way of life, lifestyle* o estilo de vida estadounidense. Este equivale a una serie de logros: estudiar, formar una familia, comprar una casa, adquirir un automóvil, tener una religión y pagar impuestos. Todos ellos, rasgos de la forma en que se entiende en Estados Unidos la democracia, la sociedad de consumo y la economía de mercado, aglutinadas para responder al concepto de la globalización; peligrosa manera de perseguir la uniformidad y los estereotipos sociales.

La expresión *sueño americano* se expandió con la obra *The epic of America* (1931), del historiador James Truslow Adams, en la que él afirma que el sueño es aquel en el que cada hombre y cada mujer serán capaces de alcanzar la máxima estatura para la cual tienen la capacidad innata. Ese sueño de una tierra en la que la vida debe ser mejor, más rica y plena para todos, con oportunidad para cada uno de acuerdo con sus capacidades y logros.⁶

Sociológicamente, la forma en que una persona o un grupo de personas conciben y evolucionan en su vida incluye desde la gestualidad hasta la cosmovisión, es decir, la manera de entender la cultura, el reflejo de los valores, las actitudes, las tradiciones, las costumbres y todos los elementos tangibles e intangibles que se vinculan con las dimensiones físicas, psicológicas, morales y espirituales de un individuo y de la sociedad en la que se desenvuelve.

⁶ James Truslow Adams, *The epic of America*, Little, Brown and Co., Boston, 1931, pp. 214-215.



Elegir una forma de vida es la respuesta consciente o inconsciente a una disyuntiva en la que intervienen influencias familiares, el conjunto de comportamientos, el sistema escolarizado en el que se ha estudiado, tanto como los nexos, concordancias y discordancias con los diversos círculos de convivencia.

El concepto de *estilo de vida* apareció en 1939. Es una idea que las generaciones anteriores no necesitaban porque no era significativa, al ser las sociedades relativamente estables y respetuosas de la tradición.

Alvin Toffler predijo una explosión de los estilos de vida, denominados *subculturas*, debido al incremento de la diversidad de las sociedades posindustriales.⁷ Jeremy Rifkin describe el estilo de vida y la vida cotidiana en Europa y Estados Unidos en las épocas históricas y en las actuales, con la llegada de la era global, después del individualismo y el comunitarismo. Según el filósofo, nos encaminamos hacia un *juego profundo*, creando lazos de participación para explorar nuestra humanidad, nuestras relaciones interpersonales con los principios humanos de vida, el arte, la religión, la justicia social, los deportes, todo aquello cuyo resultado final es la alegría, explorar y dar significado a la vida:

“La eficiencia se convierte en la herramienta garante del éxito personal: ‘El más eficiente, el más productivo tendría posibilidades de ascender has-

ta lo más alto’. Este sería el origen del ‘vivir para trabajar’ del sueño americano centrado en el progreso material personal, frente al ‘trabajar para vivir’ del sueño europeo, más interesado en la calidad de vida y preocupado por el bienestar de toda la sociedad. Rifkin afirma en este sentido: ‘Nosotros buscamos la felicidad en el hacer. Los europeos buscan la felicidad en el ser’⁸

Por su lado, Pierre Bourdieu describe el fenómeno desde su concepto de *habitus*, el cual es un sistema de disposiciones duraderas que funcionan como esquemas de clasificación para orientar las valoraciones, percepciones y acciones de los sujetos.⁹ Constituye también un conjunto de configuraciones tanto estructuradas como estructurantes: lo primero, porque implica el proceso mediante el cual los sujetos interiorizan lo social; lo segundo, porque funciona como principio generador y organizador de prácticas culturales, responsabilidades y representaciones. En el fondo se habla de esquemas para actuar, pensar y sentir, asociados a la posición social, que propician que personas de un entorno homogéneo tiendan a compartir estilos de vida parecidos.

La responsabilidad social

Lo cierto de todas estas exposiciones es que el ámbito es determinante y decisivo para la afluencia o la proximidad a ciertos quehaceres, disciplinas y espacios. Y a pesar de que el concepto de gestión

⁷ Alvin Toffler, *El “shock” del futuro*, Plaza & Janés, Barcelona, 1973, p. 133.

⁸ Jeremy Rifkin, “Los europeos trabajan para vivir”, noviembre de 2008, en *Los Recursos Humanos*, <http://bit.ly/1M9prol>, consultado en octubre de 2015; Patricia González Aldea, “Reseña de *El sueño europeo. Cómo la visión europea del futuro está eclipsando el sueño americano*, de Jeremy Rifkin”, *Comunicación y Hombre*, núm. 1, 2005, pp. 233-237.

⁹ Pierre Bourdieu, “Habitus, code, codification”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núm. 64, 1987, p. 40.

de proyectos de vida se ha incrementado en las décadas más recientes debido a la transculturación, la duda sobre la existencia del mundo y su composición se proyecta a la vida de los jóvenes, que paulatinamente son víctimas de la realidad virtual donde el *ethos* se disipa en aras de la globalización comercial, que lo niega y destruye en la universalidad aparente, anidando en el caos de las necesidades creadas por el mercado, ficciones de la nada, cuya colisión origina la existencia de fugas en la que se pierde el significado de la vida.

De allí surge el nihilismo, el aquí y el ahora; el vacío se transforma en soledad y en vacuidad moral, en indiferencia y desunión. La globalización ha dejado al mundo sin centro de irradiación de vida, de ética, de responsabilidad social, de una cosmovisión desde donde regular las relaciones humanas, olvidando que el mundo que habitamos es el del ser y el existir, con átomos o sin ellos, con dios o sin dios...

Durante siglos la cultura occidental se ha construido en torno a la idea de unidad; los antiguos cosmólogos griegos buscaron el principio de orden y unidad del mundo, el principio del cosmos que da paso al universo, a la certidumbre de la unidad de lo diverso. En la universalidad el hombre finca la unidad del hacer, el ser y el conocer.

En nombre de la unidad se instauran las ideas de familia, patria, nación, Estado, dios; en su unidad integrante, el hombre construye y encuentra el principio de *identidad* que une y da sentido a la vida; el ser humano adquiere su propia conciencia

en la comunidad de hacer y ser que identifican las relaciones sociales, fuera de ellas se pierde en la soledad y el aislamiento; en la unidad de la diversidad de sus relaciones construye su humanidad, al grado que humanidad y universalidad son sinónimos.

La globalización del siglo xx permite imaginar la humanidad a la velocidad de las computadoras y su acción virtual instantánea a distancia; sin embargo, el resultado real es otro y ha creado una nueva paradoja, la de la fragmentación real de la vida por la cercanía virtual, donde se pierden el prójimo y la condición de humanidad.¹⁰

Una de las tareas de los diseñadores en la cultura es la construcción y permanencia de lo humano y de los valores que le dan sentido a la vida a partir de la comunicación. Des-construir significa des-culturar; construir, por el contrario, implica ensalzar, acentuar y multiplicar la cultura; la vida de un diseñador gráfico es una responsabilidad ante el vacío y la esterilidad del conocimiento y de la masividad de la comunicación. Hay que recordar las innumerables causas sociales que exigen la presencia de diseñadores que reivindiquen sus luchas.

Recuperar la filosofía propia es reconocerse a sí mismo y a la obra permanente de la razón, buscando las comunidades que optan por el ser humano en el único mundo que hemos habitado en el pasado, que habitamos en el presente y que seguirá siendo nuestro hogar futuro; el único que es, donde la ética y la responsabilidad social deben guiar nuestra conducta y todos los actos de nuestra vida.

¹⁰ Jacques Delors, "La educación o la utopía necesaria", en Jacques Delors et al., *La educación encierra un tesoro. Informe para la UNESCO de la Comisión Internacional para el siglo XXI*, UNESCO, París, 1992, pp. 9-25.