



IDENTIDAD Y TOMA DE PARTIDO

Diseñar es,
ante todo, una tarea intelectual,
del orden de la reflexión sistemática,
una práctica
centrada en las relaciones entre signos
antes que en la realización manual de formas

Los estudiantes de Diseño, al realizar sus primeras experiencias de práctica preprofesional, pasarán un buen tiempo haciendo cosas que se parecen a diseñar, pero que no son Diseño. Armar, diagramar, programar, copiar, dibujar, ilustrar, reproducir, citar son tareas próximas y en ocasiones imitativas del Diseño, fundamentales para aprender a diseñar. Pero diseñar es otra cosa.

No puedo decirles qué, porque eso implica varios cuatrimestres de reflexión sin llegar a una afirmación categórica, pero saber que “no” es algo ya significa un avance importante para acceder inicialmente a su comprensión y luego a su dominio. El estudiante no debe lamentarse sino que estar agradecido si consigue un primer empleo como “diseñador” en una pequeña editorial, un centro de copiado, una agencia o un estudio. Mi sugerencia es que permanezca un año allí, no lleguen al segundo para no oxidarse, inviertan toda su energía aunque tengan que hacer clasificados, aprendan todo lo que pueda y renuncien. Pasarán por una situación algo incómoda a la que (tal vez) algún día se acostumbrarán, que es dejar la propia producción tras de sí, sin poder recla-

mar derechos sobre ella, pero este es uno de los símbolos del capitalismo.

Ser empleado es una forma de ceder a regañadientes lo obrado por uno mismo. Las ideas de trabajo y dignidad se presentan juntas en el sentido común, pero como toda construcción del sentido común implican consecuencias que conviene complejizar.

Hablemos de un concepto próximo al de dignidad. La idea de justicia. La justicia tiene que ver con el equilibrio entre lo que se es, lo que se hace y lo que le corresponde a cada uno por derecho dentro del orden en el que se encuentra. Como toda categoría humana, la idea de justicia es una construcción. Es un concepto folklórico y relativamente novedoso, de pocos siglos, regional, vinculado a una duración, un momento y una historia. Lo que es justo siempre cambia. Y hay otro concepto, que en nuestra ilusión cotidiana pensamos de forma tan sólida como la idea de justicia, y es el concepto de identidad.

Si hubiera una justicia universal (o dioses todopoderosos que la realizaran), lo justo y lo que tiene identidad deberían ser algo esencial, deberían ser

una sola cosa, aquello que es igual a sí mismo. Nuestra idea de lo divino suele estar asociada a la de una deidad única, eterna e inmutable. Que en tanto es eterna, está sola. Y como está sola, carece de entidad e identidad.

No hay identidad sin relación. Allí tenemos una paradoja, un problema fundante sin solución.

Esa es la lección uno de toda clase sobre identidad. La identidad es una posición de un elemento en un sistema, antes que un valor esencial. Para que esa identidad exista, tome forma, se realice, hace falta un diseñador que haga una toma de partido. “No hay diseño de identidad visual sin toma de partido en un orden del mundo” es la lección dos.

Tomar partido es tomar partido en un orden. Estamos mal acostumbrados a la idea de orden. Orden es una categoría dinámica, vamos brevemente a ver por qué.

Nuestra identidad como sujetos, esto el psicoanálisis lo ha estudiado largamente, está definida a partir de una falta, aunque esto resulte criticable para el feminismo. Somos en tanto nos falta algo, que está en el plano de lo simbólico, del deseo, del vacío, de la ausencia. Realizamos nuestra identidad moviéndonos, encaminándonos hacia lo que nos falta, entre otras cosas, porque sabemos que vamos a morir. La incompletitud es lo que nos mueve hacia delante, la incompletitud constitutiva es el gran motor. Somos alguien en tanto nos falta algo, que no dejamos de buscar hasta que nos llega la hora. Esa idea de orden incompleto, dinámico, inacabado, es la que quiero compartir. Enfrentada a la idea de un orden como quietud. Es una idea subversiva, que se opone a la idea del orden como conservación.

El problema de la identidad y el orden es el problema de la humanidad. Desde hace 10.000 años las macro relaciones económicas no han cambiado demasiado. Hace aproximadamente 10.000 años empezamos a cultivar la tierra. La agricultura definió el concepto de propiedad. El territorio no

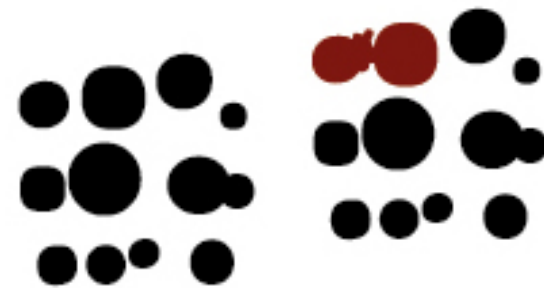
tenía propietarios, toda la tierra era de todos y de nadie. Al mismo tiempo, la propiedad de los objetos y el valor de la acumulación de cosas materiales era una idea laxa. El nómada no tiene muchos objetos, porque son un estorbo para trasladarse. En cambio, cuando se cultiva hay un aferramiento al territorio y lo que es gravísimo, hay un excedente. Quién es el propietario de la tierra empieza a tener sentido. Allí nacen los gobiernos, los ejércitos, el derecho, la retórica (para reclamar por las tierras expropiadas por tiranos) y la policía.

Así nace también la idea de orden como un dispositivo estático, que no debe ser perturbado. Todo orden humano es móvil, pero el que tiene el poder quiere que todo siga igual, no cambiar, no devenir, mantenerse “en orden”, en silencio, tranquilo. Hoy asistimos a una definición de laboratorio de la categoría de “orden”. Lo ordenado debe ser lo tranquilo, lo sosegado, lo que tiene permanencia y quietud. Como un paciente sobremedicado con ansiolíticos. Aunque la quietud y la estabilidad no son valores en sí mismos positivos.

Piense en el estereotipo de un hombre ordenado. Una persona obsesiva, que no bebe alcohol, que no fuma, que no come carne, un vegetariano riguroso. Recuerdo a un personaje así, que coincidentemente es el genocida más grande de la historia. Se llamaba Adolf Hitler. Yo les temo a los vegetarianos, porque acaso por de algún modo subliman la falta de ingesta de sangre. Hubo unos pocos que le fueron fieles a Hitler hasta el final. Uno en particular, que pasó por el bunker de Berlín en 1945, aunque no murió allí. Se llamó Albert Speer y fue su diseñador. El diseñador de todo, las ciudades, los procesos, las máquinas y, aunque no se pudo demostrar en los juicios de Nuremberg, el diseñador de la denominada solución final. El diseñador del Tercer Reich era alguien tan importante que también fue el ministro de guerra y producción de armas. Lo más conocido sobre comunicación visual y nazismo fue la tarea de otro psicópata de masas llamado Joseph Goebbels, ministro de propaganda del Reich. De allí vienen el uso extensivo de la esvástica, los estandartes, los afiches, los films. Pero la propaganda del régimen no hubiera sido nada sin el diseño del

régimen de Speer. Goebbels es mucho más conocido que Speer. Sin embargo, los 7 millones que murieron en el Holocausto murieron gracias al diseño de Adolf Hitler, Heinrich Himmler y Albert Speer, no solo por la obra de Goebbels. Que fue crucial, pero a la vez, subsidiaria de otro proyecto, un proyecto monstruoso, que no se fundaba en la visualidad sino en una idea. No quiero quitarle responsabilidad a Goebbels, por supuesto, sino asignarle tanta o más responsabilidad en el exterminio sistemático a Speer, a quien a veces se recuerda como el arquitecto nazi arrepentido que pidió perdón.

El Tercer Reich se constituyó, ante todo, planteando un problema de identidad. Se propuso como idea el borramiento a escala industrial, sistemático y completo de otras identidades a partir de su desaparición física. Lo que trató de borrarse fue la idea del “otro”. Del otro como



aquel que constituye mi identidad. La idea de una identidad esencial es la base del racismo. La idea de una identidad opositiva, como una idea en tensión, una idea que no se termina de cerrar, es el corazón del respeto de la diferencia. Asumir que el otro tiene derecho a existir, no por mera tolerancia o benevolencia, sino porque al negar al otro, me niego a mismo.

Lo que en Diseño denominamos “toma de partido” u orientación general respecto de un orden del mundo o estado de las cosas, los alemanes lo llaman Weltanchnung, que literalmente quiere decir “visión del mundo”. La solución final o Endlosung de la llamada “cuestión judía” era en todo consistente con la Weltanchnung dominante. Entonces, como elemento fundamental del problema de la identidad hay que mencionar una tercera idea: no existe identidad posible sin el reconocimiento de otras identidades. Y una cuarta idea: diseñar una identidad es realizar una toma de partido consciente en un orden del mundo. En esa toma de partido el diseñador participa en una construcción. La identidad, en nuestro caso la identidad visual, se construye. No es algo que

ya está ahí. La identidad visual no es un reflejo de algo positivo, algo a descubrir. Toda identidad es representativa pero al mismo tiempo es re / creativa. En el sentido de “volver a fundar algo”, de recrearlo en el acontecimiento de mostrarlo, de ponerlo en escena. Esa es la idea cinco sobre identidad.

Pensemos en un breve ejemplo concreto. Cuando un diseñador, en particular si es un joven estudiante, trabaja para una PyME, puede desarrollar un cuestionario y encontrarse con un interlocutor más o menos dispuesto que le va a contar cosas. Su visión, su misión, sus valores, sus objetivos, quiénes son, sus ventajas diferenciales, su business core, su concepto de entrepreneurship o espíritu emprendedor, las relaciones y sugerencias de su coach, sus ideas fuerza, su política de calidad, su foco en el cliente, su orientación-mercado y un amplio etcétera. El diseñador va a escuchar con atención todo lo que la PyME tiene para decirle... y dejarlo en suspenso. No digo que no va a escuchar a la PyME, pero no va a buscar el concepto allí. No podemos preguntarle a una organización qué es lo que es y luego tratar de reflejarlo

en un signo, porque nadie sabe lo que es. Si no se puede definir algo tan complejo como la identidad de un individuo, mucho menos le podemos pedir esto a una PyME. Lo que una organización “es”, es algo que se realiza en un espacio intermedio, en esa interacción llamada comunicación, no es algo que tiene un ente en sí y lo transmite, que sale de un lado y llega a otro.

Hay una diferencia que se menciona en cierta bibliografía sobre identidad. La diferencia entre identidad institucional e imagen, entre lo que (hipotéticamente) algo es y lo que refleja (o dice) sobre ese existente. Es una categoría que puede tener cierto valor relativo, en tanto se lo entienda como algo abstracto, no algo real, algo concreto. Porque en la realidad no hay distancia entre lo que se es y lo que se manifiesta de ese ser. En gran medida, un ente es aquello que se muestra, sin que exista una identidad oculta, secreta, verdadera o más real que aquello que dice ser. Nuestra identidad es una resultante de la permanente negociación entre lo que proponemos y el peso de la mirada de los otros, que también nos modela. Por eso es que cuando hablamos de

identidad decimos que hay algo inasible, algo que no se puede capturar, porque en una organización la identidad está en todas partes pero al mismo tiempo en ningún lado.

Hay muchos otros conceptos fundantes cuando se habla de identidad, que se repiten pero que no sedimentan: la marca no es el logo, la identidad visual de una organización se debe resolver con la menor cantidad de elementos gráficos posibles, la importancia de la estrategia, etc. Pero dada la complejidad del problema de la identidad como toma de partido, por el momento voy a terminar aquí, recordando apenas una cosa, que también es en cierto sentido el motivo por el cual uno debe asistir a una universidad para estudiar Diseño. Esa cosa es saber que somos responsables, como actores sociales, de aquello que diseñamos. Que estamos obligados profesional y moralmente a revisar cada una de las acciones que desarrollamos como diseñadores de identidad. No para cambiar el mundo, sino apenas para no ser, acaso sin buscarlo, por inocencia u omisión, un criminal.

