

¿Quitar o poner?

El dilema de lo simple y lo complejo

Una reflexión sobre el eterno vaivén del diseño

•
por Gabriel Martínez Meave

“La exuberancia es belleza”

William Blake

”Menos es más”

Ludwig Mies van der Rohe

La otra vez vino un cliente a mi estudio, supuestamente para supervisar los toques finales de un diseño sobre el que me había quemado las pestañas más horas de las necesarias. Cuando le enseñé orgulloso, en la Mac, el fabuloso mamotreto (uno de esos archivos de varias páginas con *layers* múltiples, retoques fotográficos de doscientos *megas*, y decenas de *paste-insides*, *renders*, *blends*, *picts*, *paths*, *tifs*, *links* y otros monosílabos anglófonos) me miró con esa mirada que ponen los clientes cuando el diseño no les gusta pero no tienen las palabras, ni el corazón –ni el tiempo y dinero– para echar pa’trás una pieza tan sofisticadamente construida y tan ardorosamente defendida por su creador:

—Si se fija, Sr. Guajardo, la proporción áurea determina la longitud en megas de la quinta de forros, y el *look* neoclásico del lomo está relacionado con el Pantene *uncoated* de la página 8-B, donde el concepto *cyber* se manifiesta en forma de grecas mayas sobre un fondo *process* de 480 por 640 píxeles que...

—No sé, pero es que... siento como que le falta algo...

Me aguanté las ganas de darle un zape. Tanta soba para que este tipo me diga que “le falta algo” a mi fantástico diseño. Traté de ser diplomático:

—¿Cómo que le falta algo?

—Sí, es que todo está muy bonito pero, no sé, como que hay algo que le hace falta para redondear la idea... No sé, usted dígame, usted es el experto...

Me quedé enfurecido y confundido. Para salir del paso, le dije al cliente:

—¿Sabe qué? Mejor déjeme darle una pensadita, y si de plano no en-

Este texto fue escrito en su forma original para el número de julio de 1998 de la revista *Matiz*. Fue revisado en julio de 2006.

cuento qué “le falta” le presento otra propuesta de diseño diferente. Ah, por cierto, tengo otra cita en diez minutos hasta Iztapalapa, así que, con su permiso, pos así se vé...

¡Pac! sonó la puerta del estudio tras la espalda del cliente antes de que acabara yo de completar la frase.

Inmediatamente después, completamente frustrado, empecé a darle delete compulsivamente a toda la bola de *gifs* y *tifs*, hasta que el diseño quedó irreconocible: tan sólo texto, dos o tres fotos en blanco y negro, y mucho, mucho espacio blanco. Y, oh sorpresa: ¡realmente se veía mucho mejor!

La cosa es que en poco más de cuarenta minutos concreté el diseño final y le hablé a mi cliente, que quedó feliz como lombriz al ver el resultado. Total, setenta horas de añadir y añadir cosas reemplazadas por cuarenta minutos de borrar las mismas cosas...

La cuestión es que nunca supe si también hubiera valido la pena ponerle “algo más” a mi diseño. A lo mejor así hubiera acabado en treinta minutos en lugar de en cuarenta y hubiera hallado otra salida al problema.

La pregunta que se impone en estos casos es: *¿quitar o poner?*

He ahí el dilema...

En diversas formas, esta pregunta surge a cada paso en los irs y venires de los diseñadores y de los artistas en general: el impulso por poner y poner hasta la saciedad y luego la reacción de quitar y quitar y regresar a lo esencial. Esto se refleja tanto en nuestro trabajo cotidiano como en toda la historia de la cultura. Ahí tenemos toda la larga serie de “estilos” históricos: desde el románico hasta el postmodernismo, desde el gótico hasta la Bauhaus. Un eterno vaivén entre ideas:

Poner contra Quitar

Sumar contra Restar

Profusión contra Moderación

Barroquismo contra Clasicismo

Complementar contra Sintetizar

Heterogéneo contra Homogéneo

Ostentación contra Sobriedad

Artificio contra Naturalidad

Abundancia contra Economía

Dinamismo contra Equilibrio

Sensual contra Racional

Exceso contra Continencia

Fantasía contra Control

Rebuscado contra Esencial

Crítico contra Evidente

Elaborado contra Sencillo

Abstruso contra Claro

Saturar contra Destilar

Adornar contra Desnudar

Complejo contra Simple

Complejidad versus Simplicidad

Si nos fijamos, podemos vislumbrar en esto un cierto patrón de ida y vuelta, un mecanismo de “acción y reacción”: cada nuevo estilo es una especie de protesta contra el anterior. Así, podemos ver que ha habido épocas con tendencias “ponedoras”: el gótico, el barroco, el manierismo, los movimientos del *Arts & Crafts* y el *Art Nouveau*; seguidas por épocas con tendencias “quitadoras”: el renacimiento, el neoclasicismo, el modernismo, el minimalismo, etc. Y si analizamos un poco más el diseño de los últimos años, nos daremos cuenta de que este vaivén se acelera: el “estilo internacional” suizo (quitador y reduccionista) seguido por la psicodelia (ponedora y exuberante), o el contraste entre la pureza y concisión del tipo de letra *Frutiger* de Adrian *ídem* y la complicación y “mezcolanza” de la *Dead History* de P. Scott Makela.

Esta tendencia a quitar o a poner puede ser mejor entendida como la tendencia a la *complejidad* contra la tendencia a la *simplicidad*. Estos no son sino los “polos” entre los cuales fluctúan los estilos y tendencias en el arte y el diseño, en la arquitectura y en la moda. Evidentemente, existen infinitud de puntos en medio de estos polos.

No es mi intención postular aquí ninguna “teoría cíclica del arte”. Simplemente (o acomplejadamente), quiero exponer algunas reflexiones con las que me topo todos los días, al sentarme ante una hoja en blanco o ante un *untitled* en la computadora.

Un ejemplo: a nosotros, hombres del siglo XX, tienden a parecernos ridículas las pelucas y casacas bordadas que vemos en las películas (las que aparecen, por ejemplo, en la película *Restoration*). Sin embargo, lo más probable es que a la gente del siglo XVII nuestros simples “trajes de pingüino” les hubieran parecido totalmente planos y aburridos. Igual pasa en el diseño: las letras góticas nos parecen ahora ilegibles, sobrecargadas y hasta nacas, mientras que probablemente a un calígrafo medieval nuestra moderna *Futura* le hubiera parecido tiesa y fría.

Algo curioso es que estas tendencias hacia una estética simple o compleja parecen también estar relacionadas con algunos estilos nacionales. Por ejemplo, el diseño y el arte japonés –antiguo y moderno– tiene una tendencia muy marcada hacia la simplicidad (véanse los interiores de las casas, los jardines *zen* de arena y piedras, los *ohashi* para comer y los *haikus*, poemas de una simplicidad formal abrumadora). En cambio, la estética mexicana, tanto la precolombina como la colonial y la moderna, tiene una cierta tendencia al barroquismo, a la complicación y al rebuscamiento (nada más hay que ver los tejidos huicholes, los altares barrocos con angelitos y más angelitos, o la decoración en el interior de un microbús, por no decir nada de los albuces y los dobles sentidos, que son barrocos e intrincadísimos) Esto se refleja en las actitudes actuales ante el diseño: ¿cómo conciliar nuestra mexicana tendencia hacia la fantasía y la profusión –*horror vacui*– con la aplastante lógica bauhausiana –“menos es más”– que todavía predomina en nuestras escuelas de diseño?, ¿como ligar nuestra abigarrada gráfica tercermundista con la limpieza y sobriedad “profesional” de los diseños “de primer mundo”?

He ahí otro dilema...

Y así como sucede con los países, también sucede con los individuos. Hay artistas y diseñadores que tienden a lo simple y escueto, como Klee, Mondrian (yo no sé cómo no se aburría de pintar puros cuadritos), el arquitecto Mies van der Rohe, los compositores minimalistas como Cage o Reich y el diseñador suizo Josef Müller-Brockman; y artistas que tienden a lo concentrado y complejo, como Bach, Borges, Gaudí, Escher (su complicación a veces raya en la psicosis), y el polémico David Carson.

La cosa es que mucho de lo que llamamos “gusto” es sólo una cuestión de punto de vista de una época; y nuestra época no es la excepción a esto (independientemente de que en todas las épocas haya buen gusto y mal gusto).

En nuestro siglo –sobre todo a partir de 1920– ha prevalecido una cierta preferencia por la sobriedad. Esta preferencia se manifiesta en mucho de lo que llamamos “moderno”. Hemos incluso aprendido a relacionar la tecnología con la pureza de línea: difícilmente nos imaginamos un monitor de computadora con ornamentos y filigranas victorianos, por ejemplo. Pero si analizamos el vaivén de la Historia, veremos que nada nos garantiza que las cosas serán siempre así. Nada impide que en el siglo XXI o XXII surja un estilo “gótico-espacial” o un gusto “techno-barroco”; que veamos aparatos avanzadísimos con un *look* “cyber-rococó”, o que vuelvan las pelucas de colores y los coches con alitas cromadas de fantasía. Y puede que lo que ahora consideramos tan “moderno” como los diseños de Brody, Starck o el ya citado Carson se vea en unos años anticuado y *passé*, por no decir nada de la onda *cyber-punk* o de la música *techno*.

Por otro lado, nada impide también que existan obras actuales que perduren y sigan siendo admiradas en un futuro. Y aquí hay algo interesante: existen muchas obras que han logrado trascender el estilo en que fueron creadas. No importa si las sonatas de Beethoven son neoclásicas, si las canciones de los Beatles son psicodélicas o si los diseños rusos de los años veinte son constructivistas. Son obras que siguen comunicando emociones e ideas comunes a todas las épocas y a todos los hombres, de cualquier país o raza. Son *humanas* en el sentido más amplio de la palabra y es ésto lo que las ha hecho “inmortales”. Poniéndolo de forma un tanto *cliché*: son *oldies but goodies* y “clásicos de ayer, de hoy y de siempre”.

Sería pretencioso suponer que como diseñadores debemos abocarnos a crear puras obras “inmortales”. El deber de un diseñador es ante todo crear cosas que funcionen, y estas cosas serán complejas o simples, de acuerdo al mundo para el cual estén hechas. Pero sería igualmente pretencioso imponer algo sólo por que alguna “autoridad” en cierta época consideró que había descubierto el hilo negro para siempre y de una vez por todas (ideas como “los carteles *deben* ser siempre verticales”, “la Garamond es la tipografía más legible” o “los colores chillantes *siempre* son nacos”).

Lo que hoy parece moderno puede verse irremediabilmente anticuado en unos años. Lo que hoy pasa por la verdad aceptada y irrefutable puede ser el más absurdo disparate en un futuro. Lo que hoy parece

rebelde y vanguardista puede ser la norma en unas décadas.

Lo realmente importante, me aventuraría a decir, no es si un diseño es simple o complejo, sino si es *honesto*. Honesto con su función, con su contenido, con sus usuarios y con su realidad – simple o compleja–, y sobre todo, honesto con su comunicación. Lo del “estilo” viene después. Finalmente, el diseño sirve para que nos relacionemos unos con otros, y eso es algo que nunca ha cambiado y no cambiará.

Así que podemos darnos el lujo de tener nuestros complejos o de ponernos de simples de vez en cuando... ☺

Postdata del verano de 2006:

Unos años después –y ya en otro siglo– veo con curiosidad las afirmaciones de este texto fogoso. Aunque sigo compartiendo algunos puntos de este ensayo, hay cosas de las que ya no estoy tan seguro.

Entre otras puntos, creo que es posible aspirar legítimamente a hacer obras que perduren sin ser pretencioso. Y además, que los diseñadores o ilustradores podemos atravesarnos a hacerlo con nuestros trabajos, independientemente de que cumplan su función inmediata con honestidad.

Me parece también (aunque no lo he comprobado) que para que una obra trascienda su estilo y época no basta con que sea verdaderamente *humana*, sino que debe tener otro ingrediente indefinible, más cerca de lo que llamamos “espiritual” que de las cotidianas emociones y necesidades de nuestra especie, a veces tan mezquinas y parciales.

Creo también que la labor del diseñador no puede limitarse a hacer cosas que funcionen. No podemos vivir, como dice el monero Rius, “como si la belleza no existiera”. Concentrarse en la función de un diseño ignorando o minimizando su dimensión estética me parece un error. Es precisamente esta actitud y sus consecuencias –sobre todo a partir de la Bauhaus, inflexible predicadora de una visión funcionalista del diseño y de la vida– la que nos ha herado un mundo “moderno” donde la mayoría de los edificios recuerdan cajas de zapatos y las ciudades se parecen cada vez más entre sí...

Finalmente, ahora pienso que las referencias a Makela y Carson son exageradas e innecesarias, ya que la relevancia de estos diseñadores viene más del relumbrón mediático que de una genuina creatividad. No sé porqué me dejé deslumbrar por estas llamaradas de petate y citarlos en la misma línea que a titanes de verdad como Gaudí, Borges o Frutiger...

Me parece que, si nos ponemos alertas, el diseño del futuro admitirá mezclar –creativamente, atrevidamente, voluptuosamente– lo simple y lo complejo sin polaridades innecesarias y en una *sexy* y feliz convivencia. Un mundo de diferencias y de intercambio saludable, no de uniformizaciones y dogmatismos. ☺

©1998-2006 Gabriel Martínez Meave. Derechos reservados. Prohibida su reproducción parcial o total sin permiso por escrito del autor. Citas breves pueden mencionarse nombrando la fuente. Éste es un material intelectual de Kimera Producciones y Ediciones, S.C.: www.kimera.com.mx Comentarios: info@kimera.com.mx | Publicado electrónicamente en la Cd. de México, D.F., México.