

# “El diseño socializa el conocimiento”

Considerado como uno de los grandes referentes de la comunicación visual en el ámbito hispanoamericano, el catalán Joan Costa ha incursionado como pocos en el terreno de la utilidad pública del diseño: desarrolló áreas de estudio como la señalética, la esquemática y la cienciografía, y afirma que estas disciplinas sirven, entre otras cosas, “para mejorar la vida de las personas” **Por Carlos Guyot**

Joan Costa estuvo esta semana en Buenos Aires en una agitada tan costosa y variada que un simple repaso es prueba cabal del reconocido internacionalismo de este catalán, considerado como uno de los fundadores de la nueva ciencia de la comunicación visual: en cuatro días dio conferencias en seis universidades, coeditó el taller “El diseño en la inclusión social”, organizado por Comenius, y presentó su último libro, *La rebelión de los signos. El alma de la letra*, escrito junto al anal Reapos y editado por La Cruja.

Es que Joan Costa se ha convertido en un referente del diseño y la comunicación visual a la solidez de su trabajo teórico y su capacidad para traducirlo ejerciendo con maestría lo que él mismo predica: “El lenguaje visual es una herramienta fundamental para construir la sociedad del conocimiento”.

De sus inicios como diseñador, Costa fue ampliando su campo de investigación hacia la comunicación y la publicidad. Publicó más de 30 libros, entre los, la primera *Enciclopedia del Diseño del mundo* en 1987, su paradigma más reconocido académica, dirigió más de 300 programas de identidad corporativa, imágenes globales, señalética y gestión de marcas en toda América.

“¿Para qué sirve el diseño?”  
 “Sirve para hacer el mundo más inteligible y mejorar la vida de las personas y para hacer más comprensible nuestro entorno, entre otros motivos, ya últimos ejemplos, el diseño es una poderosa herramienta de comunicación, en sus dos vertientes. Yo tengo vocación por el diseño de la comunicación pública, el diseño de la información, y ningún interés por el diseño al servicio de la persuasión, que es el lenguaje de la publicidad. Yo no quiero ni persuadir ni que me persuadan, pero preferir informar y ser informado, y que cada uno se persuade a sí mismo simplemente”.

“¿Siempre fué tan crítico del diseño al servicio de la persuasión?”  
 “Es que la dictadura del marketing me produce uterapia, porque considero que el mundo es simplemente un mercado y los individuos solo potenciales consumidores. Este es un reduccionismo que critica a un humanista tan comprometido con entendernos que el mundo es fundamentalmente una sociedad, en la que el conocimiento es el medio, además, no por también las instituciones, los gobiernos, los museos, la cultura, Y el individuo, además de consumista, es una persona que vota, que lee, que tiene un proyecto personal y un legitimismo ético. Y aquí el diseño es un instrumento en la construcción social.”

“¿Que supera la cuestión estética?”  
 “Por supuesto. Para algunos, el diseño tiene la mala fama de ser un instrumento de manipulación, es hacer las cosas más bonitas. Este reduccionismo identifica al diseño con la decoración, pero cuando el diseño tiene un carácter de ordenamiento pierde parte de su vigor comunicativo. Definitivamente, el diseño es un instrumento de construcción del diseño, aunque el componente estético siempre forma parte de su contenido”.

“¿De qué modo usted está con la mitad de la biblioteca que sostiene que el diseño no es arte.”  
 “No, claro, no es arte. Es diseño. Como el arte es una categoría tan amplia y variada que un simple repaso es prueba cabal del reconocido internacionalismo de este catalán, considerado como uno de los fundadores de la nueva ciencia de la comunicación visual: en cuatro días dio conferencias en seis universidades, coeditó el taller “El diseño en la inclusión social”, organizado por Comenius, y presentó su último libro, *La rebelión de los signos. El alma de la letra*, escrito junto al anal Reapos y editado por La Cruja.”



## El perfil

**TRAYECTORIA PROFESIONAL**  
 Nacido en Barcelona, Joan Costa es diseñador, sociólogo y experto en comunicación visual. En 1975 fundó la consultora de imagen CAC International, con sedes en Madrid, Barcelona y Buenos Aires. Es el creador, además, de la primera *Enciclopedia del Diseño* publicada en el mundo.

### LIBROS Y ENSAYOS

Profesor universitario, investigador y conferencista, también es autor de más de dos decenas de libros y de centenares de artículos sobre imagen, diseño y comunicación, publicados en diferentes países de Europa y América latina.

ejemplo: antes de que naciera el alfabeto griego los fenicios tenían un prototipo de 22 consonantes, ausente de vocales. Las vocales no se dibujaban, pero se leían, porque la escritura las sugería. Muchos de los mensajes que hoy se envían por celular utilizan un código similar: se sostegan las vocales, aunque de algún modo allí están y se “leen”.

“En su carrera ha desarrollado algunas disciplinas del diseño de la información casi desde cero: la señalética, la esquemática, la cienciografía, se siente una suerte de Marco Polo en el terreno de la comunicación visual”.

“En realidad, yo no he inventado nada, simplemente consolidé algunos conceptos que estaban dispersos y desarrollé una metodología particular. La palabra señalética existía en Francia e Italia, pero como fenómeno empírico y no como ciencia.

Yo desarrollé una metodología de trabajo, traduje el término y presenté al mismo tiempo el nombre y el método. Con la esquemática desarrollamos una ciencia general que contempla todo el conjunto de esquemas, diagramas y gráficos que se utilizan en la comunicación científica. Como establecí una gramática para ellos, la llamamos esquemática. Pero esto que parece muy teórico es, en verdad, muy sencillo. Déjame dar un ejemplo. Un japonés visita Barcelona y en la calle le pregunta a una chica cómo llegar a la catedral. La chica toma papel y lápiz y dibuja unas calles y un semáforo, unas flechas y al final, la cruz: allí está la catedral. La chica entonces tiene un conocimiento mental y traduce ese conocimiento en un esquema visual sobre un papel. Esa esquemática es un papel. Ella entonces tiene un conocimiento científico a la gente.

“¿Y la cienciografía?”  
 “Bueno, la ciencia es una persona para obtener ese conocimiento de manera empírica: el japonés llega a la catedral. Esta capacidad de esquematizar es sensorial, está muy extendida y es uno de los mecanismos esenciales de la comunicación científica.”

“¿Y la señalética?”  
 “Tras que ver con la esquemática, la estamos empezando a desarrollar, y el lenguaje de la visualización científica que permite explicar el conocimiento mediante recursos visuales. Su objetivo fundamental es la socialización de ese conocimiento. Es un proyecto fascinante. ¿Le da como que llegué a él?”  
 “Por favor.”

“La Unión Europea pretende para su futuro ser la primera potencia mundial en conocimiento, de modo que todos los países que la integran están obligados a invertir el 0.7% de su PIB en investigación, desarrollo e innovación. Gracias a ese contexto, en España recuperamos a muchos científicos que se habían ido a trabajar a EE.UU. y se está creando un corpus de conocimiento muy importante en esos tres campos. Paralelamente se hicieron estudios para investigar cómo la gente ve a la ciencia, y la gente dice que la ciencia es una cosa importante, una cuestión de sabios, pero lejana, ajena y que en nada le concierne. De modo que la conclusión es que hay que acercar el conocimiento científico a la gente.”

“¿Y ahí entró usted.”  
 “Ahí entró yo, y otros, clara Leo en el período que el comisario español de la UE dico que hay que llevar la ciencia “a pie de calle”, es decir, traducirla para hacerla accesible al gran público. Yo le dije que si ese es el objetivo uno no tiene más remedio que convertir el conocimiento científico en visual, porque la gente crece en lo que ve. La frase de Einstein es elocuente: “Si no lo puedo dibujar es que no lo entiendo”. Entonces le comenté la idea a un amigo que trabaja en Bruselas, en el corazón de la UE. Él lo presentó, me pidieron primero un escrito, luego un libro blanco, y en su portada escribí el siguiente texto: la comunicación de la ciencia necesita de la ciencia de la comunicación.”

“¿Y cómo hace la cienciografía para lograr eso?”  
 “Bueno, recién estamos desarrollando la metodología para traducir datos abstractos o cuantitativos a formas o ideas visuales que la gente pueda entender. Y aquí creo que la analogía es uno de los mecanismos primarios. Tiene un enorme valor didáctico, porque se trata de adquirir un conocimiento nuevo basándose en algo conocido. Si el niño sabe cómo funciona una bomba de agua, podrá entender cómo funciona un corazón. La idea es que la cienciografía se convierta en el lenguaje de la visualización del conocimiento científico.”

“¿Algun ejemplo?”  
 “Hay un caso paradigmático. En el siglo XVI, Mercator creó un globo imposible: que vieramos todos los puntos de una esfera al mismo tiempo. Mercator fue el primero que proyectó toda la superficie de la Tierra en una planimetría, y de alguna manera hizo visible algo que hasta ese momento era invisible. Socializó un conocimiento específico para todos. Esta es una de las fuerzas en donde el diseño debe serirse paso para la cultura, la educación, para el ciudadano. Porque el diseño actual le sobra tecnología y la falta metodológica y filosófica.”

“¿Y cómo se cambia esa realidad?”  
 “Insistiendo, machacando, siempre hay alguien permisible que escucha, y entonces uno se da cuenta de que va la pena.”