



entrevista



**NORBERTO**  
CHAVES

---

*“Arte no  
es igual a  
diseño.  
Lo que hay  
es piezas de  
diseño con  
elementos  
artísticos”*

---



---

## Entrevista

*Norberto Chaves*

*Comunicador, especialista en Diseño*

---

**Paola Ulloa, PhD.**

Escuela Superior Politécnica del Litoral  
lulloa@espol.edu.ec

---

**¿Hay problemas en la sociedad que no está educada para poder identificar lo estético?**

El problema de la degradación cultural es un problema planetario, es decir, que se están disolviendo las matrices de la cultura; por lo tanto, a la gente le da todo igual. No sabe distinguir una cosa de la otra. Es un peligro. Por el mismo criterio puede votar por un nazi como por Trump porque cree que es un progresista. La gente está absolutamente confundida con los parámetros. Esta es una situación grave. Cualquier cosa es perdonable porque no hay un patrón ético.

Por ejemplo: el Rey de España es inimputable. Eso no produce el escándalo de nadie haga lo que haga, así viole a unas señoritas, no se le puede aplicar la ley. Es decir, la ley de los humanos no se aplica a la Casa Real porque es de origen divino.

Viene el Rey de España a la ciudad y la Alcaldesa no le da la mano. Fantástico. Se armó la de Dios porque España sigue siendo franquista. Implícitamente, la gente no lo reconoce, pero las conductas son claramente franquistas. Es decir, que hay un respeto omnímodo por la autoridad, sea quien sea. Yo hago estudios de calidad gráfica y los resultados son francamente alarmantes.

Antes publicaban los que sabían y ahora con los nuevos medios tenemos producción gráfica de cualquiera.

Claro, no necesariamente de un experto. Entonces es posible que la gente común vea la producción gráfica de un empírico y no de un experto gráfico. Esto a su vez causa que la gente tergiversa su apreciación gráfica o estética, porque predomina el valor de lo ocurrido. Si ocurre está bien. No tengo parámetros para analizarlo. Si ha triunfado está bien. Si se premió, está bien. Si sale por la Tv es bueno. Todo es válido. Entonces esto es muy peligroso.

Hay una tergiversación en cuanto a la apreciación estética, pero también el arte en todas sus formas está muy expuesta y cualquier cosa es llamada arte

El arte es mucho más que estética. Pero imagínate si la estética está muy mal en el arte. Porque valorar una obra de arte es una tarea muy difícil porque ahí entra la sensibilidad y ella está masacrada en la actualidad. Ojalá pudiera dedicarme a la fotografía y mostrarle a la sociedad lo que ellos no ven para sacarlo de contexto y

hacer metalenguaje. La gente se está transformando en rinoceronte y nadie se da cuenta. Esto es lo que pasó en el fascismo, es decir, el fascismo avanzaba y decía es novedoso, es un proyecto nuevo. El acomodamiento a la realidad es un proceso desfasado. A rato todo se tolera. ¿A qué nos lleva esto? de ver la realidad de una manera más somera y no de una forma más crítica. Pasamos por ahí; pero no vemos los detalles.

#### ¿A qué nos ha llevado todo esto que usted plantea?

El capitalismo financiero es esto. Esto altera las matrices psíquicas, si pensamos especulativamente. La cultura deviene en un simulacro de sí mismo porque la gente se pasa la vida fotografiándose porque está insatisfecha con lo que es, lo que necesita es la imagen de lo que es.

Claro, porque es una exaltación del yo positivo: Todos los síntomas de carencia son clarísimos. Estamos pasando por todo lo que la civilización se ha alterado y está siendo devorado por la civilización.

El uso de todo lo que te permite manejar la realidad. El olvido de las



costumbres, de los vínculos reales. El olvido de los ritos. La cultura es una suma de ritos.

**¿Podemos decir que hay un capitalismo cognitivo que lleva a la sociedad a un consumismo imperante?**

Claro que sí. Esto está conectado con la hegemonía del capital financiero que necesita reproducirse imparablemente y para ello hay que aumentar los flujos de consumo. y por eso la continuidad es disfuncional. Lo importante es la entropía, el consumo y muerte de la forma. El pantalón está perfecto; pero ahora, los jóvenes tienen que ser flaquísimos y usar pantalones que exageren esa flacura y usar los zapatos puntiagudos y el cuerpo se deforma. El cuerpo es un instrumento de la moda. Y los gordos tienen que adscribir a otro lado de la moda.

Nadie es lo que es. Todo es un simulacro, por eso la expansión mundial del disfraz. La gente no se viste, se disfraza. Lo grave no es que adopte un personaje porque al final todos somos un personaje. Lo grave es que ese personaje le dura una temporada y luego viene otro y otro. El sistema los educa,

para esta cosa maquiavélica. Esto no lo ha pensado nadie es el desarrollo espontáneo del sistema. El sistema no tiene amos. La lógica del capital es automática como la computadora que lanzaron al espacio en el 2001, Hal. Los humanos son esclavos de lo que han inventado. Esta literatura del terror de Frankenstein y de todos los humanos que son sometidos por las máquinas, este catastrofismo viene de atrás, pero ahora se ha materializado. La gente no puede desprenderse.

Hablan de esta generación que puede manejar cinco pantallas a la vez. Entonces ellos ¿hacia dónde van? Ellos deben estar en problemas más graves que nosotros:

Bueno, eso va hacia la disolución de la cultura. El desinterés de la cultura por parte de los jóvenes es absoluto. La indiferencia es absoluta. Inclusive por la cultura específica de su localización personal. Ellos manejando la tecnología pueden hacer que aflore la genialidad y hacen esa basura que está invadiendo la sociedad, es decir, no reconocen antecedentes. No hay herencias. se ha interrumpido el flujo de la herencia cultural.

Estoy preparando una conferencia inaugural para la Universidad de Palermo, tratando de demostrarles lo que está detrás de esta situación. Propongo una reflexión ya desde arriba para ver por qué están padeciendo esto gracias al nuevo modelo cultural que impuesto espontáneamente porque no hay nadie que lo haya planificado. Esto es una composición espontánea del sistema a partir de la hegemonía de un modelo financiero donde lo productivo no tiene importancia.

**El sistema se ha visto mediado por los factores culturales. Ahora estamos en esta etapa donde la sensación va por encima de la cultura. Pero ¿El diseño va a seguir mediado por la cultura o va a seguir mediado por la tendencia?**

El diseño va donde lo mande. No tiene capacidad de decisión como tampoco la tiene la medicina ni la tecnología. Aquí es el capital financiero el que decide, por lo tanto, esto es muy complejo. Hay márgenes y una tendencia clara de que el diseño va a incrementar beneficios. Además, el diseño es un instrumento de innovación y de ahí paran. Pero la innovación implica un incremento de las ventas.

**¿Se queda ahí como una disciplina que va a portar al mercado?**

Totalmente.

**¿Qué pasa con esta parte que muchos ansían que quieren que el diseño sea más que una disciplina y se plantean investigar, escribir artículos científicos e iniciar doctorados sobre diseño?**

Eso es hobby, entretenimiento porque esos que hacen en el PhD. hay que ver si realmente están vinculados con la cultura o con la especulación diletante de académicos. Cuando salen a las calles se tienen que olvidar de eso.

Caiga el cliente que caiga siempre va a ser bueno porque eso significa que va a tener honorarios y hay que ver si tenía ideales o esos planteamientos que nacieron en la academia o en las investigaciones propias. Eso es válido. En todo caso en el pequeño círculo puede sobrevivir, pero en el mercado tiene que hacer lo que le manden. El programa lo marca el cliente y el diseñador lo desarrolla lo profundiza y lo respeta.

Es importante que los jóvenes se enteren de esto sino la frustración es feroz.

---

*“...el diseño es un instrumento de innovación”*

---

### Tienen que acoplarse al mercado:

Claro, el diseñador trabaja para el mercado profesional donde hay de todo. Puede ser que tengan suerte y que le toque como cliente una ONG que comparte los principios sociales, éticos y profesionales. Pero los millones de diseñadores que hay en el mundo no pueden aspirar a tener tantísimas ONG's. Es decir, que el que trabaja para una ONG y consigue vivir de eso es un privilegiado.

### Usted ha sido muy crítico con los diseñadores, también con los académicos que han llevado a sus alumnos a creer que los diseñadores son artistas:

Mi libro, *El oficio de diseñar* y varios otros lo dicen. Por ejemplo, hay un libro de Gustavo Gili que se titula *¿El diseño es arte?* Son dos libros y hay dos artículos míos sobre el tema. Pero esta es una enfermedad muy grave especialmente desarrollada en zonas subdesarrolladas. Una persona de México se dirigió a mi enfurecida porque yo marcaba las diferencias entre diseño y arte. Porque para esta persona diseñar era arte. Es impresionante cómo una persona madura puede

confundir eso; teniendo en cuenta que la cantidad de cosas que se ven en la calle son producto del diseño. Ellos ven un cartel y buscan con mucha mala fe aquellas piezas donde hay una articulación, pero te sales del cartel y un poco más. Pero incluso esas piezas no son arte, sino que se trata de una pieza de diseño con elementos artísticos incluidos.

### ¿Hasta qué punto es pertinente cuando los países crean una marca país y las cambian cuando asume un nuevo gobierno?

Eso es un fracaso de gestión. Ya no hay más de Churchill y Eisenhower. Estos grandes personajes de la política no existen más. Lo que tenemos ahora son unos colados que se han metido salvo excepciones, pero en general son oportunistas que lo hacen todo intuitivamente y con errores de intuición.

Confunden la construcción de una marca país que excede mucho el símbolo con la construcción de una marca comercial. Y como no saben elegir a los proveedores. Entonces caen bajo la telaraña de delincuentes internacionales que venden cualquier basura a un



precio de oro y que al poco tiempo no funciona más, la tira y como está politizado, porque en lugar de ser una marca de la comunidad es una marca del gobierno y ni bien viene llega el otro la elimina. Ahora, eso es ir deteriorando y erosionando la imagen de país, que es la función de los políticos.

### ¿La deteriora en el imaginario popular o en el exterior?

Claro, la marca país si no está asumida dentro del país no te sirve para nada. Eso es otro punto, los marketineros les venden a las autoridades que esto de la marca país sirve para conseguir clientes o turistas y la gente interna se mata de la risa.

Al recorrer Ecuador vemos que existen ciudades, con pocos habitantes, que tienen una marca ciudad. ¿El branding de lugar es para todos los lugares o no?

Esto es parte del oportunismo de los funcionarios municipales que han medido campañas. No hicieron un diagnóstico de qué se necesita y cuáles son los objetivos de construir la marca ciudad. Es una construcción absurda porque reacciona por reflejo del

otro. Entonces, reivindican estas cosas sin saber que lo están reivindicando. Es decir, hay una falta de conciencia local y entonces ese alcalde se inventó una marca y se queda muy contento porque es moderno y tiene marca. Él sabe que no hay un diagnóstico previo; es un puro impulso, una reacción refleja ante los estímulos que recibe del mundo. La marca ciudad es un elemento que en algunos casos es necesario, en otros no y en algunos casos es perjudicial; pero hay que saberlo antes de meternos en el baile.

### ¿No cree que antes de que se acuñe el término de *place branding* hay que saber si el lugar necesita?

Las ciudades de alta exposición internacional porque ya tienen una marca ciudad con elementos muy altos. Por ejemplo, New York. En el caso que tengamos que elegir un símbolo tendríamos que ir a algo absolutamente estándar que ya esté en el imaginario del público, incluso internacional.

Hay algunos íconos vinculados con Nueva York. Por ejemplo, la estatua de La Libertad, pero incluso esta no es Nueva York, pero es de EE.UU. Entonces es



---

*“La marca  
país si no  
está asumida  
dentro del país  
no te sirve  
para nada”.*

---

Chaves, 2018.



apropiarse de algo. Con solo coger la parte de arriba de la antorcha ya estaría bien. Se podría trabajar una marca con las letras de la ciudad que se vean elegantísimas, muy bellas, pero las hicieron con una tipografía muy pesada y que parece de una carbonería. Letras para una industria pesada, no para una ciudad culta; así que ahí yo veo un error.

### ¿Puede hacer usted una crítica a Milton Glaser?

Ahí está la prueba que no necesariamente el talento está conectado con la inteligencia. Una cosa no lleva a la otra. Milton Glaser tuvo el talento de hacer *I love New York* que no es una marca sino una consigna. Es un lema interno. La prueba es que no sé cuántas ciudades en el mundo deben existir con *I love Burgos*, *I love Portoviejo*, *I love Montañita*. Me estaba haciendo amigo de la exdirectora de la marca país de Costa Rica que estaba estudiando en Barcelona una maestría.

En una charla que di sobre las características que debe tener una marca país le demostré que lo que tenía Costa Rica era un lema y no una marca. Eso se lo

vendieron como marca país y cuando se dieron cuenta, porque se lo expliqué, estaban alarmados. Les propuse que mantengan eso como lema y que le pongan arriba una marca. Hay que hacer una investigación para ver si existe un ícono nacional o buscar un símbolo abstracto.

### ¿Está usted afirmando que no hay un pensamiento crítico?

Estamos en una situación en la que nadie da un paso atrás para pensar antes de actuar. Entonces, lo instantáneo, lo poco meditado, lo no definido estratégicamente, lo no diagnosticado predomina. La gente se lanza y que pase lo que Dios quiera. Entonces, claro, esa actitud acrítica lleva a reproducir el síndrome de seguir la tendencia porque no puedes confrontarla. Caes en un remolino que te lleva y ahí caen los presidentes de las compañías, ministros, presidentes y la gente en general.

No hay pensamiento crítico porque para que esto exista hay que tener espacios temporales para dedicarlo a ello. No hay el espacio; entonces da pereza aguar la fiesta.

Usted tiene una faceta de escritor.



Tiene dos libros de filosofía, el primero *Desafueros*, en el que escribe la tradición de los aforismos y además el sexo entre hombres. ¿Cómo explica la creación de este libro? ¿Hay una intención filosófica y poética que te definen a ti como pensador?

Esto es un estímulo que me hizo Gilli, que si estuviera vivo sería uno de mis grandes amigos. Un tipo finísimo, cultísimo, heredero de una tradición familiar. Su padre fue fundador de una editorial. Fernando murió hace poco, después de que se publicó mi libro que fue un invento porque había leído dos o tres frases mías en una revista de diseño. Le llamó mucho la atención y me dijo que era un cultor de este género. Me dijo creo que tu tendrás muchos textos más por ahí... los juntás y creamos un libro. Y así fue. Por lo tanto, fue su estímulo el que me hizo tomar consciencia de la estructura aforística de mi pensamiento, es decir, la frase breve, punzante y polisémica. Empecé a juntarlos, empezaron a crecer solos.

Uno provocaba al otro y se extendió. Luego, la segunda edición de *desafueros* ya es mucho más numerosas. Tiene 300 el primero

y el segundo tiene 500 aforismos míos. Tengo una especie de reservorio que sigue acumulando otros.

### ¿Vendrán más ediciones?

Supongo que lo haré. Pero eso es una cosa que me ha liberado totalmente. Me he liberado del mercado. Me he dado cuenta que publicar tiene sentido en sí porque te obliga a sintetizar y concluir. Si lo leen 10 amigos o 1.000 es secundario. Viene una alumna del curso con mi libro de aforismos. Le pregunté de dónde los sacaste. Pensaba que estaban descatalogados. Tengo 1.019 ejemplares en mi casa aún. Ese género me provoca mucho.

Una amiga que es licenciada en literatura clásica. y me dijo que en mis textos utilizo una figura retórica fulmen in clausula que consistentes en rematar la argumentación con una frase final muy impactante que al lector lo espabila y eso es la esencia del aforismo.

Y el otro libro que es *La homosexualidad imaginada y El sexo entre hombres*. Ahora tengo un tercer libro que se llama

De hombre a hombre que son artículos sueltos. No hay una secuencia. Se analizan temas, es una deconstrucción ideológica de la homofobia y una superación basada en el libro anterior. Pero retomo el tema de la superación de la homosexualidad como categoría la disolución de esta clasificación fóbica y la inclusión del mundo erótico en general.

Es un libro que pone en crisis el sectarismo, incluso del movimiento gay. Trato de demostrar que el movimiento gay atraviesa una etapa crítica del movimiento como resistencia porque positiva la segregación; pero al mismo tiempo, la reafirma, es decir, en ese movimiento en su primer momento es existencial y es ingenuo. Propongo que lo que hay que golpear es la validez de la clasificación humana porque no somos especies animales, sino que somos humanos que tienen múltiples maneras de conseguir el placer y que la clasificación es inhumana.

#### ¿Por eso llamó gueto hegemónico al movimiento gay?

Claro, porque además tipifica de acuerdo a los valores oficiales y

los reafirma, los consolida, los reivindica, por lo cual la amplia mayoría de los homosexuales quedan fuera del gueto y queda la paradoja que a la homosexualidad se la tiene pensada conforme al estereotipo del poder que es un modelo que viene de la Edad Media: Alma de mujer, cuerpo de hombre. Es decir, el homosexual es una mujer cuyo cuerpo es masculino; es decir, confunde. Esa verdad solo se aplica a los transexuales que es una minoría imperceptible en cuanto a la sociedad humana.

#### ¿Cómo se define usted?

Yo no me defino. Me acuerdo que en una mesa redonda sobre marca ciudad a lado mío tenía a un español y no sé por qué salió el tema de la identidad. Estábamos en pleno auge del tema de la marca país y entonces me dice: bueno esto puedes hablarlo tú como catalán y lo paro en seco porque vi que venía con todo el prejuicio. Fui bastante cortante, le digo: perdón me presento, yo no soy catalán, soy Norberto Chaves. Mucho gusto. Y eso es lo que hago yo soy Norberto Chaves. La etiqueta ahí es mala. Y te digo que esto le pasa a los intelectuales



contemporáneos. Bauman mismo lo dice: Si se necesita un tema de psicoanálisis lo mete, si es un tema de sociología lo mete en el mismo párrafo. Es decir, el tema de pensamiento es sincrético.

¿Cómo me defino? Soy Norberto Chaves. Si no le sirve psicólogo, sociólogo ¿tampoco? filósofo no, escritor puede ser porque no define qué es lo que escribe. ¿Cuál es la utilidad de definirse? Es muy difícil definirse porque no encuentro una palabra. A mí no me interesa definirme.

---

**Recibido: 15/07/2019**  
**Publicado: 06/11/2019**