

¿Cuál es el papel del diseño en la era de la información?

By Israel Martínez López

Una aproximación al ejercicio del diseño desde nuestro propio tiempo.

Abordar una pregunta, que alberga en si misma tantas más incógnitas y controversias, no es un intento por enunciar de manera absoluta y tajante una única postura. La pregunta «¿cuál es el papel del diseño en la era de la información?» no tiene la intención de postular un argumento unívoco. Por el contrario, la pretensión es plasmar y compartir una preocupación, con el objetivo de hacerla común y discutirla, con la intención de engendrar un diálogo, de establecer vínculos entre individuos que bajo un mismo interés buscan construir sus propias herramientas teóricas para el enriquecimiento del quehacer diseñístico.

Espero y confío en que el ejercicio no nos resulte ajeno; el trabajo colaborativo y las implicaciones que este tiene son comunes en los terrenos de estas prácticas que denominamos diseño, a pensar de las múltiples etiquetas que le adjudicamos: gráfico, textil, de interiores, industrial, arquitectónico, multimedia, 3d, web, etc. Luego entonces construir en conjunto no debiera resultarnos tan complicado, difícil o agobiante. La complejidad deberemos dejarla para aquello que deseamos y nos esforzamos por construir.

Ya en los años 90 Manuel Castells abordaba el problema de un cambio de paradigma¹ en la sociedad. Desde su punto de vista existía la necesidad de reformular la manera en que nos pensamos como sociedad, y como respuesta proponía un nuevo planteamiento teórico que nos permite explicar cuál es la condición bajo la cual la sociedad contemporánea opera, que nos permite aproximarnos a la complejidad de nuestro tiempo. Esto es importante para nosotros aún veinte años después de la publicación del texto, pues plantea una serie de problemas que nos conciernen especialmente por la condición social de las prácticas diseñísticas. Entre ellas quizá la más relevante sea entender la relación entre el ejercicio del diseño, el objeto diseñado y el contexto desde el que parte y en el cual opera dicho objeto.

En su trilogía *La era de la información*² el autor observa y analiza el surgimiento y desarrollo de un nuevo modelo de producción centrado en la producción y gestión de datos e información, en contraposición al modelo de producción industrializado característico de la modernidad.³ Castells establece que el surgimiento de un nuevo modelo de producción (resultado del desarrollo de la microelectrónica, las telecomunicaciones y los avances en la biogenética),⁴ permea y afecta cada uno de los ámbitos y aspectos de la vida de los individuos en una sociedad, modificando su estructura desde la raíz, pero sobre todo modificando las formas en las que una sociedad se piensa y asume a si misma.

La noción espacio-temporal por ejemplo, se ve desdibujada por las nuevas formas de interrelación y de socialización que medios y herramientas como el ordenador y el internet

permiten.⁵ Por su parte, el modelo laboral se modifica y flexibiliza bajo la noción de lo que Peka Himmanem denomina «ética Hacker»,⁶ haciendo referencia a la «Ética Protestante» con la que Weber describía las formas en las que los trabajadores organizaban y construían sus vidas alrededor de su empleo,⁷ y en consecuencia del sistema de producción industrial.

A su vez Manuel Castells observa el surgimiento de una nueva posible estructura económica y social que denomina «red».⁸ Esta estructura red se caracteriza por operar bajo un flujo descentralizado y permitir dinámicas de relación basadas en la horizontalidad y la flexibilidad, dotando de una condición más orgánica, desregulada y abierta a la estructura. A su vez cada uno de los entes participantes de la red (nodos), tiene la posibilidad de desarrollarse de manera «libre» y generar procesos de intercambio con cierta independencia y sin estar sometidos a un control o compromiso heredado de una organización y línea de producción jerárquica.

De tal forma que aquello por lo que de momento hemos de preocuparnos es que el planteamiento que Castells señala y evidencia una posible ruptura en el paradigma social (que, según el autor que revisemos, podemos considerar en evolución constante), y ello implica, al menos para el autor, que es necesario reconstruir la base teórica sobre la cual se entiende la sociedad y cada uno de los fenómenos que están presentes en ella.

El diseño será justamente uno de estos fenómenos, dada su condición social, y especialmente la relevancia que obtiene dentro del contexto actual (pensemos en empresas como Google, Apple o Microsoft). Es de suma importancia que tratemos de generar una aproximación a la pregunta «¿cuál es el papel del diseño en la era de la información?», para entender a su vez cuál es nuestro papel como diseñadores.

No resulta casual que el tránsito de una era moderna/industrializada a una era «informatizada»⁹ tenga por característica la desmaterialización de la producción y una transición de la producción centrada en los objetos a una producción centrada en el manejo de datos. El valor y poder de las empresas de nuestros días se corresponde con su capacidad para gestionar y administrar información dentro o fuera de Internet. La capitalización de la producción ya no está dada por una capacidad de producción de objetos sino por la capacidad de gestión de recursos informáticos (Google, Apple y Microsoft siguen siendo buenos ejemplos).

Deleuze, en tono de burla, asevera que no son los publicistas aquellos que puedan crear conceptos, que no son los diseñadores (que con ligereza argullen al respecto) quienes podrán construir nuevos terrenos para el pensamiento.¹⁰ En ello Deleuze tiene razón y los diseñadores nos equivocamos al hablar sobre «conceptualización» y «manejo de conceptos». Sin embargo son los diseñadores —en el amplio sentido del término—, quienes tienen la capacidad —dada en especial por su condición transdisciplinar— de proponer procesos y vías para el desarrollo de nuevas problemáticas o situaciones en el mundo que habitamos. Sí, quizá como Deleuze señala, los diseñadores no son los indicados para construir conceptos, pero sí son los individuos que encaran más fielmente (al menos eso me gusta pensar) la posibilidad de existencia de «algo» en el mundo, incluso más allá de lo material, más allá del objeto.

Así, cuestionarnos sobre el papel del diseño en la era de la información va más allá de cualquier régimen disciplinar (o etiqueta que deseemos atribuir al término diseño). El acto de diseñar nos presenta vías de aproximación a la realidad, por una parte, y a su vez se nos presenta como una herramienta para la construcción de nuevas posibilidades de ser del mundo y de existir en él.

Asumiendo pues que diseñar es más un acto del pensamiento que un mero ejercicio formal, más un intento por aproximarnos a los fenómenos del mundo desde todas las aristas que podamos vislumbrar, para proponer vías de desarrollo (incluso más allá de la idea de «solución» en los términos de Umberto Eco)¹¹ superando el mero manejo habilidoso de herramientas, el virtuosismo o el buen gusto, o peor aún la mera discursividad; podemos (y debemos) comenzar a construirnos una ética como diseñadores que además nos facilite entender nuestro lugar en el mundo.

¿Cuál es el papel del diseño en la era de la información? Sin duda es una pregunta complicada, si tratamos de responderla siendo coherentes con nuestro tiempo. Un tiempo en el que el objeto está en un segundo plano, en el que la condición inmaterial de los individuos, las relaciones y el mundo tiene un papel estelar. Necesitamos repensar el diseño y su práctica. Necesitamos construir un nuevo marco teórico que nos permita comprender nuestra práctica como diseñadores. Y sobre todo, necesitamos hacerlo desde nuestra realidad. Necesitamos un diseño «pensado» y «pensante».

Published on 30/01/2017

-
1. Castells, M. (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. México: Siglo XXI.
 2. *Ibid.*
 3. *Ibid.*
 4. Castells, M. (2006), *Informacionalismo, redes y sociedad red: una propuesta teórica*. en *La sociedad red: una visión global*, Madrid: Alianza Editorial.
 5. *Ibid.*
 6. Himanen, P. (2001), [*La ética del hacker y el espíritu de la era de la información \(1st ed.\)*](#).
 7. Weber, M. & Gil-Villegas Montiel, F. (2011), *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. México, D.F.: FCE - Fondo de Cultura Económica.
 8. Castells, M. (1996).
 9. *Ibid.*
 10. Deleuze, G. (1987), [*¿Qué es el acto de creación?*](#)
 11. □Eco, U. (1979), *Obra abierta*. Barcelona: Ariel.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/cual-es-el-papel-del-diseno-en-la-era-de-la-informacion>

