

Diseño, artefacto y cultura material

Por Gabriel Simón

La humanidad se distingue de las demás especies en su facultad para, ante las deficiencias y la hostilidad de un medio, compensar con su imaginación la parquedad de recursos.

El hombre asegura su supervivencia mediante la creación de mensajes y objetos, los cuales, como extensión de sus facultades, constituyen la denominada «segunda naturaleza». Se crea así un ambiente humano, un entorno no ingénito con aditamentos artificiales para mejorar el entorno natural que se acomoda a sus necesidades. Para Marx el proceso de dominación de la naturaleza es inseparable del proceso de *artificialización* de ella misma. Esta «artificialidad» es lo que ha hecho al hombre la más adaptable de todas las criaturas.¹

Los mensajes, objetos o útiles son instrumentos que sirven para cumplir ciertas mediaciones formalizadas por cosas, cuyo sentido es «servir para». Se denomina «valor de uso» al hecho de que el mediador sirve para algo, se puede usar, porque tiene una utilidad, funcionalidad.

En nuestros días, una vida privada de comunicaciones gráficas o de productos industriales sería algo simplemente inimaginable. Se esté donde se esté, los productos del diseño nos rodean por doquier. Van y vienen con nosotros, pegados a nuestros cuerpos; nos llaman y reclaman invitándonos a poseerlos y son motivo de que nuestra existencia sea más agradable con su presencia.

La capacidad para moldear nuestro mundo ha alcanzado tal grado que pocos son los aspectos del planeta mantenidos en condiciones de virginidad y, contemplado a detalle, de uno a otro modo, la vida está absolutamente condicionada por el diseño. Aunque pueda parecer obvio, merece la pena subrayar que las formas o estructuras del mundo inmediato habitable son, indiscutiblemente, resultado del diseño humano.

Todo aquello que la humanidad ha creado ha sido diseñado: desde el sencillo *clip* para papeles hasta la etiqueta del supermercado. El diseño está presente en todos los objetos a nuestro alrededor: Es una verdad fundamental, pero todavía resulta difícil de entender para algunas personas, tal vez precisamente por ser tan obvia.

Sin embargo, cuando el hombre comenzó a construir sus propios objetos, se fijó en cómo lo hacía la naturaleza para después imitarla. La observación de la naturaleza se convierte así en un factor fecundante de la técnica, y a su vez la reflexión técnica ayuda a comprender mejor la naturaleza. Así, aunque sean ajenas a muchos aspectos de la red biológica, las cosas que la gente elabora, la forma de las mismas, los materiales empleados, las leyes que controlan los tamaños y estructuras, no son tan distintas a aquellas aplicables en todo el mundo natural.

Diseño y cultura material

A mediados de los sesenta Fred Staufenbiel proclamó que el diseño (la creación de formas artificiales) establecía la unidad del «valor cultural» y el «valor de uso» del producto.² Para Gui Bonsiepe la concepción de tales objetos es un resultado netamente cultural, subordinado a una cierta dinámica histórica.³

John Dewey afirmaba:

«En pocas palabras, desde que nacemos hasta que morimos vivimos en un mundo de personas y de cosas; un mundo que en gran medida es lo que es en razón de lo que han hecho y transmitido las actividades humanas precedentes. Cuando se ignora este hecho, la experiencia es considerada como algo que ocurre exclusivamente dentro del cuerpo y la mente de un individuo».⁴

En el ámbito del diseño, esta dinámica histórica ha llevado a invenciones puramente culturales, sin referencia a la forma física o a las habilidades motoras del hombre o con la naturaleza:

«□La forma de la rueda no tiene precedente inmediato identificable; los órganos humanos no pueden rotar sobre su propio eje y en la naturaleza son raros los casos que pueden servir como ejemplo».⁵

Otl Aicher nos aconseja:

«Vamos haciéndonos conscientes de que el hombre, para bien o para mal, se ha salido de la naturaleza. Se halla ciertamente enraizado en ella, pero es capaz de crearse un segundo mundo, el de sus propias construcciones».⁶

La capacidad de diseñar se halla, por múltiples razones, en el núcleo de nuestra existencia como especie. Ninguna otra del planeta tiene esa capacidad. Nos permite construir nuestro hábitat en formas únicas, sin lo cual seríamos incapaces de distinguir la civilización de la naturaleza. El diseño es importante porque, junto con el lenguaje escrito o hablado, es una característica definitoria de lo humano y por ello se sitúa más allá de lo trivial.

La industrialización ha transformado de tal modo los conceptos culturales desde principios del siglo XIX que sus productos se consideran objetos de cultura. El historiador francés Fernand Braudel lo ha precisado de esta manera:

«□La vida material son los hombres y las cosas, las cosas y los hombres».⁷

Para Heskett los conceptos de cultura pueden dividirse básicamente en dos amplias categorías: primero, la idea de cultura como cultivo, que da lugar a la adquisición de ideas o facultades expresadas en ciertos estilos o conductas a los que se le atribuyen un determinado valor. Hasta cierto punto, nos guste o no, el diseño ha empezado a entrar en esa esfera. El segundo gran concepto de cultura se basa en una visión más generalizada de ella, como

conjunto de valores compartidos por una comunidad. En este sentido, la cultura es la forma de vida distintiva de los grupos sociales: los patrones de conducta aprendidos que se expresan mediante diferentes aspectos, como valores, comunicaciones, organizaciones y objetos. Por un lado surge de la necesidad de adaptarse a los patrones culturales existentes, integrándolos o asimilándolos en formas que no causen perjuicio y ofendan, por otro, implica introducir cambios inevitables en estos patrones, lo cual resulta incomparablemente más complejo.

En el momento en que todos los productos del trabajo humano se consideran artefactos, surge el concepto moderno de cultura material, difundido sobre todo por los antropólogos, los arqueólogos e incluso por los historiadores. En definitiva, nos dice Maldonado, se trata de la concepción, hoy generalmente aceptada, según la cual los productos de la actividad técnica humana se han de considerar siempre como hechos de la «vida material»; o mejor aún, de cultura (o de civilización) material.⁸

Bonsiepe interpreta que los esfuerzos proyectuales del diseñador se condensan no sólo en la impronta visual de la cultura material. En tanto que el humano, con la totalidad de su experiencia sensible, se manifiesta como un ser actuante y proyectual, esta actividad llega a ser eminentemente antropológica. Este autor no encuentra motivo alguno para negar esta dimensión de la experiencia humana «por más difuminados que puedan ser los contornos de las necesidades culturales».⁹

Así, el diseño se ha convertido en uno de los paradigmas culturales de nuestra época y el diseñador es el agente cultural encargado de resolver esta empresa humanística. Es por ello que este tipo de profesional necesita prepararse para poder encarar con responsabilidad esta misión delicada y compleja, aunque para algunos simplemente baste con saber dibujar muy bien.

Publicado el 12/07/2013

-
1. MARX, Karl, en MALDONADO, Tomás (1977), *Vanguardia y racionalidad. Artículos, ensayos y otros escritos*, Gustavo Gili, Barcelona.
 2. BÜRDEK, Bernhard E.(2008) *Diseño. Historia, teoría y práctica del Diseño Industrial*, Gustavo Gili, Barcelona.
 3. BONSIPEPE, Gui (1978), *Teoría y práctica del diseño industrial. Elementos para una manualística crítica*, Gustavo Gili, Barcelona.
 4. En MARGOLIN, Victor (2002), *Las políticas de lo artificial*, Designio, México.
 5. HESKETT, John (2005), *El diseño en la vida cotidiana*, Gustavo Gili, Barcelona.
 6. AICHER, Otl (1994), *El mundo como proyecto*, Gustavo Gili, México.
 7. BRAUDEL, Fernand, en MALDONADO, Tomás (1993), *El diseño industrial reconsiderado*, Gustavo Gili, México.

8. MALDONADO, Tomás, *op. cit.*

9. BONSIPE, Gui, *op. cit.*

FOROALFA

ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/disenio-artefacto-y-cultura-material>

