

El diseñador ciudadano

Por Fernando Rodríguez Álvarez

En los días aciagos que se viven en México, resurge una discusión acerca de cómo participan los diseñadores ante los conflictos sociales.



El emblema es un [diseño de Alejandro Magallanes](#) y se ha utilizado desde 2011 para respaldar las protestas contra la violencia en México.

En apariencia no debería dudarse del compromiso de los diseñadores —u otros profesionales

creativos— ante los múltiples conflictos que abruman a la sociedad, para ofrecer soluciones como expertos o para participar como ciudadanos, desde su campo de acción o dentro de sus posibilidades.

Además de los problemas de diseño y de comunicación habituales, hoy los diseñadores también se enfrentan a la violencia, la desaparición forzada de personas, el maltrato a migrantes o la crisis económica; el calentamiento global, la trata de personas o el *fracking*; el robo de información, el control de las redes sociales o el trabajo esclavo, entre otros. No importa si se vive o trabaja en una pequeña localidad o en una gran ciudad.

Los argumentos a favor de comprometerse con una comunidad cercana, vulnerable o en riesgo, parecen un asunto de convicciones personales y políticas o de unos cuantos activistas involucrados, pero no un tema de diseño. Con frecuencia todo comienza con una queja, una protesta, un crimen impune o el reclamo por una injusticia que termina en un movimiento popular y que a veces conduce a una toma de conciencia y de participación, pero desorganizada y espontánea.

Los argumentos en contra no sólo cuestionan la participación en marchas —que ocasionan atascos en el tráfico— o la efectividad de los plantones ante los monopolios de televisión o de empresas periodísticas —que nadie ve ni oye—, sino la molesta filiación explícita de algunos diseñadores, artistas, escritores, fotógrafos y cineastas; o la elaboración de carteles, mensajes y propaganda por cualquier causa, a la menor provocación, por estudiantes de diseño.

Se impugna que algunos diseñadores apoyen causas solo para su lucimiento personal o que no reconozcan la ineficacia de la enésima exposición de carteles en alguna oscura galería universitaria o de los mensajes ilustrados en las redes sociales —acotadas y manipulables—, que no benefician a quienes están involucrados en un conflicto o a las propias víctimas de un atropello.

Sin embargo, artistas de todos los campos —así como escritores de todos los géneros— tienen una larga tradición de colaboración con movimientos populares y de justicia social en México. Del mismo modo, los diseñadores han participado activamente en el pasado reciente.¹

Neutralidad del diseño

No se cuestiona, empero, esa participación de los diseñadores en campañas políticas, electorales o sociales —que patrocinan entidades gubernamentales, partidos políticos, grupos religiosos u organismos independientes— porque se trata de trabajos remunerados que requieren de la opinión y la acción experta sobre medios, mensajes o productos de diversa índole y que intentan persuadir sobre un candidato, un partido, una campaña de salud pública, una conmemoración o para aliviar a los damnificados de un desastre. Hay entonces un doble discurso.

Esa aparente neutralidad que se exige al diseño y a los diseñadores en asuntos de política —y a todas las profesiones en general— pone en entredicho el papel social que todo proyecto implica, sea en la producción de mensajes, objetos, espacios, servicios, estrategias,

acontecimientos o para respaldar las protestas de diversos grupos sociales. Todo diseño tiene un destinatario, un público meta, un lector, un usuario, una audiencia, un consumidor, un cliente, una comunidad, unos ciudadanos. No importa si se produce una pieza única, se manufactura una serie limitada o se diseña un sistema masivo de productos.

El diseño social no es solamente un enunciado teórico —con raíces en las obras de Viktor Papanek, Nigel Whiteley, Ernst Friedrich Schumacher y Víctor Margolin, entre otros autores—;² es un movimiento vigoroso que, además de manifiestos y acciones colectivas, promueve la participación de diseñadores en grupos organizados a favor —o en contra— de diversas causas sociales, culturales y políticas.³

Ciudadanía del diseño

En la actualidad las especializaciones en diseño son tantas que rebasan las categorías tradicionales. No sólo hay diseñadores gráficos, industriales, textiles, arquitectos o de información —o como afirma Nigel Whiteley: «diseñadores formalizados, teóricos, politizados, consumistas, tecnológicos, valorizados»—,⁴ sino que hoy se forman diseñadores-autores, diseñadores-productores, diseñadores-activistas, diseñadores-empresarios, diseñadores-curadores, diseñadores-críticos, diseñadores-integrales, diseñadores-artistas, diseñadores-colaboradores.⁵ Sus enfoques teóricos y metodológicos van desde el diseño «socialmente responsable», sostenible, el ecodiseño, «centrado en el usuario», universal, «slow design», etcétera, hasta el diseño para el lujo, el dispendio o el lucro. Prácticamente hay un tipo de diseñador para cada producto listado en la Clasificación de Locarno.⁶

Los que faltan en esa caracterización son los diseñadores ciudadanos, aquellos que están comprometidos en un proceso de diseño atento al contexto social en el que viven; interesados en el impacto de sus producciones en el ambiente y la cultura material; empeñados en ampliar los derechos fundamentales de sus usuarios; orientados al bien común y la honestidad.⁷

Cada vez son más las asociaciones y colegios de diseñadores que se pronuncian por un compromiso ético en el trato con colegas y clientes, así como con los ciudadanos, con los públicos; pero todavía son pocas las agrupaciones que se involucran directamente para impulsar políticas públicas que no sólo beneficien al gremio sino que aboguen por el respeto de los derechos ciudadanos o las acciones colectivas organizadas a favor del bien común.⁸

El diseño no es solamente un asunto de forma, como la medicina no solo es un aspecto de la salud, ni el arte un asunto de «expresión» o el derecho un mero asunto de justicia, en abstracto.⁹ Es cierto, el diseño «no salvará al mundo», como tampoco lo harán la medicina, el derecho, la ingeniería, el arte o la administración. Quienes pueden hacerlo son los ciudadanos, ya sean médicos, abogados, ingenieros, artistas, administradores o diseñadores.¹⁰

En México, hoy todos tenemos un conocido, amigo, pariente, alumno, que ha sido víctima de

un crimen, de la violencia o una desaparición forzada. Como profesionales debemos actuar como lo sabemos hacer: como especialistas y ciudadanos.

Publicado el 18/11/2014

1. Documentados, por ejemplo, en los libros: Aquino, Arnulfo y Jorge Perezvega (2004), *Imágenes y símbolos del 68/ Fotografía y gráfica del movimiento estudiantil*, UNAM, México; Vilchis Esquivel, Luz del Carmen, (2010), *Historia del diseño gráfico en México (1910-2010)*, Conaculta/INBA, México; Troconi, Giovanni (2010), *Diseño gráfico en México. 100 años, 1900-2000*, Artes de México, México; Aquino, Arnulfo (2011), *Imágenes épicas en el México contemporáneo*, Conaculta/INBA/Cenidiap, México; Aquino, Arnulfo (2012), *Imágenes de rebelión y resistencia: Oaxaca 2006*, Conaculta/INBA/Cenidiap, México; entre otros.
2. Papanek, Viktor (1983), *Design for Human Scale*, Van Nostrand Reinhold, Nueva York; Whiteley, Nigel (2006), *Design for society*, Reaktion Books, Londres; Schumacher, E.F. (1978), *Lo pequeño es hermoso: Economía como si la gente importara*, Blume, Barcelona; y Margolin, Victor (2002), *Las políticas de lo artificial*, Designio, México. Pueden revisarse también los textos de Frascara, Jorge (2000), *Diseño gráfico para la gente*, Infinito, Buenos Aires; Ledesma, María (2003), *El diseño gráfico, una voz pública*, Argonauta, Buenos Aires; Tapia Alejandro (2004), *El diseño gráfico en el espacio social*, Designio/Encuadre, México.
3. López-Lago Ortiz, Samuel (2014), [50 años del manifiesto First Things First](#), FOROALFA.
4. Whiteley, Nigel (2008), [El diseñador valorizado \(The Valorised Designer\)](#), Mexicanos Diseñando (blog).
5. McCarthy, Steven (2013), *The Designer as...: Author, Producer, Activist, Entrepreneur, Curator, and Collaborator: New Models for Communicating*, Bis Publishers, Amsterdam.
6. La [Clasificación de Locarno](#) o Acuerdo de Locarno (1968), es una clasificación internacional utilizada para los fines del registro de dibujos y modelos industriales y es parte de WIPO (Organización Internacional de la Propiedad Intelectual).
7. De la Cuadra Reveco, Gonzalo (2014), [Trabajando para el bien común](#), FOROALFA.
8. Ejemplos: Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México, AC, [Código de ética](#); American Institute of Graphic Arts (AIGA), [Ethics and Social Responsibility](#).
9. Owen, Charles (2007) [Design Thinking: Notes on its Nature and Use](#). Design Research Quarterly, (Vol. 2, No. 1, pp. 16-27).
10. Heller, Steven y Veronique Vienne (2003), *Citizen Designer. Perspectives on Design Responsibility*, Allworth Press, Nueva York.



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/el-disenador-ciudadano-2>

