

El diseñador crítico y la cultura material

Por Nathaly Pinto

Trabajar irreflexiva y predominantemente para programas neutros o antisociales supone la perpetuación de una sociedad caracterizada por las desigualdades.



Fotografía de luis_molinero en [freepik](#)

Es crucial, desde el ejercicio de la profesión y la academia, recuperar el enfoque de resolución de problemas de nuestra práctica. Colocar a los objetos del diseño y sus prácticas en el contexto cultural ayuda a esta recuperación, y evidencia la interacción social del diseñador. Las premisas contextuales que se muestran a continuación son el punto de partida de esta crítica:

1. **Los productos del diseño forman parte de la cultura material:** el diseño es una práctica productiva de artefactos que interpretan y consuman las creencias (valores, ideas, actitudes y suposiciones) de una comunidad o sociedad particular, en un momento específico.
2. **El diseño es un tipo de trabajo productivo:** es un oficio inscrito en el mercado laboral como diferenciado, localizado en un proceso mayor –la producción material– como fase intermedia entre la programación y la fabricación de un producto cualquiera.
3. **El diseño es un proceso para dar soluciones a problemas:** es el proceso de crear algo intencionalmente mientras se considera simultáneamente un objetivo/propósito, función, economía, factores socioculturales y estética.

El diseño como práctica, trata de la producción creativa, funcional y estética de objetos, ambientes y servicios. Trata en realidad, de la producción de las «cosas artificiales» que nos permiten conservarnos y acomodarnos en la naturaleza. El diseño programa, a través de la conceptualización y la tecnología, una forma o medio de representación que manifiesta cómo los seres humanos subsisten, y cómo conciben e interpretan el mundo. Debemos reconocernos objetivamente como mediadores de productos materiales: el diseño inevitablemente media y materializa.

Las personas socializamos en gran medida, a través de «esa» producción material de diseño. Son nuestras interacciones –observación y uso– con las cosas que fabricamos, lo que nos enseña sobre nuestro lugar en la sociedad y cómo nos meta-concebimos. Debemos reconocer que los mensajes que fabricamos como diseñadores, lejos de efímeros o transitorios, son parte de la codificación que interpreta, expone y disputa la realidad: la producción de diseño incide en el ciclo cultural.

Por otro lado, el diseño es una profesión, y su reconocimiento como actividad profesional y económica, nos permite, primero, reconocernos como agentes en el proceso de producción material. Agentes in extenso, sujetos visibles y participativos, no exclusivamente operacionales. Lo que nos exige desenvolvernos como lo que Ellen Lupton llama el «Diseñador como Productor»: diseñadores con habilidades para dirigir contenido, mediante la navegación crítica por los sistemas sociales, estéticos y tecnológicos a través de los cuales fluyen las comunicaciones. Es decir, como diseñadores que cuestionan sus actividades.

Y segundo, consecuente con esta primera permisión, nos permite alejarnos de la idea de la relación entre función social y diseño como una relación accesoria. Una relación relegada únicamente para momentos en los que el cliente nos plantee un proyecto humanitario. Es evidente que estas demandas del comitente –cuando son reales, y no lavados empresariales de conciencia–, serán minoritarias, dadas las directrices dominantes del mercado laboral del

diseñador. La relación vista de esa manera, desecha la cualidad proyectual del diseño y lo reduce a técnicas corporativas para ganar consumidores, espacio y poder.

Debemos reconocer que estamos supeditados a un mercado que demanda y financia prioritariamente proyectos asociados al consumismo; que el trabajo comercial es el que nos permite, en la mayoría de los casos, subsistir. Y que esta es la razón que nos inclina hacia un polo del diseño que se preocupa de estilizar en pos de vender, y deja, cada vez más olvidado al otro extremo; al diseño que tiene como objeto la solución inteligente de problemas.

Debemos con esto, entender que trabajar únicamente en ese polo nos transforma en ejecutores de lo que tiene que seducir, ser brillante, colorido, rápido; de lo que tiene que ser hipermediatizado, aparentemente inmediato y desechable, pero que en conjunto promueve una abstracción reductiva de una realidad social mucho más compleja, y una codificación sobre lo que significa vivir ahora en el mundo, en extremo nociva.

Reflexionar sobre esto es un avance en sí.

Reflexionar nos incita a reconocernos, como sujetos de diseño y diseñadores capaces de cambiar la práctica. La reflexión nos permite rechazar el papel de público y actores, en un proceso de producción material que nos mantiene distraídos, incapaces de entendernos a nosotros mismos y sin la voluntad de alterar la realidad política.

Reflexionar nos da agencia, como sujetos de diseño y diseñadores que conocen el proceso de transmisión de ideas en el que se involucran. La reflexión sobre la codificación del mensaje expande la comprensión histórica, cultural, social y política del diseño, y nos posibilita ejecutar y controlar acciones volitivas a distintos niveles, desde donde nos encontremos.

Reflexionar nos responsabiliza, nos exige pensar en para quién realmente estamos elaborando los mensajes. La reflexión nos obliga a ubicar al usuario en el centro de nuestro ejercicio, reconocerlo más allá de su objetivación como consumidor. Nos urge a pensar en todos los grupos sociales y en cómo estos participan del mundo de hoy. Y finalmente, nos compromete a intervenir en la capacidad que tienen estos grupos menos manifiestos –que son la mayoría de la población–, para definir su propia vida.

Tras todo esto, la reflexión reivindica la autoría de la acción del diseñador. Nos instiga a volver prioridad al diseño que se preocupa por resolver problemas: a ubicarnos como profesionales y educadores que aprovechan sus habilidades y conocimiento, para satisfacer necesidades reales, urgentes y socialmente más extendidas. Diseñadores que entienden y buscan mediar su entorno, realizando acciones –grandes o pequeñas–, que no responden estrictamente a una ideología dominante y excluyente. Diseñadores finalmente críticos, que inciden ponderadamente en las estructuras sociales.

Publicado el 09/04/2019



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-disenador-critico-y-la-cultura-material>

