

El diseño a futuro: los rostros de Jano

By Gabriel Simón

Es importante replantearse los objetivos y metas del diseño a futuro con la ayuda de la experiencia del pasado y la comprensión del panorama actual.

El diseño tiene los rostros del dios romano Jano, uno mira hacia atrás y otro hacia adelante. Este dios bifacético que simboliza lo viejo y lo nuevo, la evolución de lo primitivo a lo moderno, sirve como modelo de bipolaridad. También representa la dualidad de dos culturas: la llamada «cultura alfa», la cultura del pasado patriarcal, homogénea, hierática y dominante frente a la «cultura beta» —esa otra cultura pluriétnica, plurilingüe y mestiza— la cara que nos acerca al futuro, heterogénea, tolerante y cambiante.

Escenarios futuros del diseño

El desafío de predecir lo que nos depara el futuro no es más que un juego de azar basado en las lecciones de la experiencia vivida, para extraer de ahí los patrones del comportamiento de la sociedad actual. Un pequeño cambio al azar puede generar grandes alteraciones, lo que poéticamente se denomina «el efecto mariposa». Las cosas evolucionan como resultado de ese encuentro entre azar y necesidad. El futuro de la profesión del diseño dependerá de cómo se desarrolla la sociedad en su conjunto.

La humanidad es cada vez más consciente de lo limitados que son los recursos naturales que facilitan su supervivencia. Es más reflexiva sobre el crecimiento demográfico incontrolable y el malestar originado por la injusta distribución de la riqueza. Las voces de protesta se dejan oír hasta en los países desarrollados de Europa y en los Estados Unidos: los movimientos *okupa* u *occupy* no toleran más la codicia y la corrupción del sistema neoliberal. Se escuchan ya las voces duras e inconformes de los ciudadanos promedio que se quejan del manejo inmobiliario y los rescates □ multimillonarios ofrecidos a los bancos, que les permitieron volver a tener enormes ganancias y beneficios, mientras que la mayoría tiene que lidiar con el desempleo, la falta de vivienda y la inseguridad laboral. Tomás Maldonado lo vaticinaba ya en 1966:

Hemos empezado a comprender que, en última instancia, el entorno humano es modelado hoy por fuerzas ajenas a nuestro control e influencia. De pronto nos hallamos en la ambigua situación de haber asumido una responsabilidad ante la sociedad que, de hecho, es ejercida por otros. Las decisiones son, en efecto, tomadas por otros, sin nosotros; la más de las veces, contra nosotros. El resultado de esto es la situación por todos conocida y por todos padecida.¹

Un diseño que sea la expresión de su época, debe reflejar una complejidad que trabaje estrechamente con los sentidos, tratándolos con un profundo respeto. Sin embargo, cuanto más compleja sea nuestra cultura, más valoraremos los mensajes de los diseños simples y creíbles que estimulen sensaciones y reflejen nuestras aspiraciones. La nueva tecnología corre el riesgo de hacerse demasiado complicada, y es deber del diseño lograr que su uso sea algo más simple. La clave es la simplicidad como lenguaje que todo mundo entienda, además que conecte a la gente con la tecnología de forma sencilla y atractiva. En el futuro la innovación y el buen diseño crearán una técnica moderna, compleja en su interior pero más asequible y accesible para todos; de ahí que se piense que la visión del diseño para el siglo XXI siga siendo la simplicidad.

La complejidad de la gran industria moderna es también un obstáculo, los productos son diseñados en sus distintas fases por gente que no se comunica entre sí: especialistas que sólo conocen su disciplina y que raramente discuten temas esenciales con los demás. En muchas empresas grandes, el diseño se ha convertido en un laberinto burocrático; el profesional suele trabajar en celdas separadas en procesos marcados por la fragmentación, la sobre especialización, las luchas de poder y las demoras. En lugar de ello, el diseño se debería construir sobre sistemas de pensamiento integrador. El trabajo en equipos autónomos será fundamental para crear diseños independientes e innovadores. En efecto, los diseñadores jóvenes necesitan encarar su modalidad de trabajo en forma más integrada y encontrar modos pertinentes de abordar la intersección del conocimiento propio y el comportamiento compartido.

Diseñadores del futuro

Pensemos que el diseñador del futuro formará parte de un equipo de investigación que intentará ampliar fronteras; buscará nuevas formas de ayudar a los productos y empresas a ofrecer un mejor servicio; respetará el medio ambiente, perfeccionará la ergonomía, adaptará los materiales y procesos existentes y contribuirá a desarrollar otros nuevos; participará activamente en el proceso industrial global y será uno de los responsables de su obra. Los diseñadores deben ser parte activa del desarrollo de nuevas técnicas y materiales; todo el tiempo atentos al impacto que los productos causan en el entorno; y conscientes de la demanda de energía por parte de su producción.

La proliferación de la informática de finales del siglo pasado y su enorme influencia en la enseñanza del diseño ha tenido naturalmente un fuerte impacto en la manera de diseñar. Las computadoras ya forman parte de nuestra experiencia diaria: la realidad virtual ya no nos sorprende tanto. En la actualidad lo virtual puede hacerse real; una imagen en pantalla se transforma rápidamente en una masa sólida. Se puede dibujar, moldear y crear cualquier cosa. Prácticamente no hay límites virtuales. Esto ha acelerado el proceso del diseño del producto hasta su fabricación. Su influencia puede verse en el crecimiento de los lazos virtuales entre diseño y producción, que han intervenido enormemente en el primero, mediante la eficacia, control, poder, dominio del tiempo, programación, de todas las soluciones. Es posible diseñar virtualmente, los prototipos se pueden hacer a distancia y los productos se pueden fabricar en otro continente.

Los nuevos medios y tecnologías influirán en el mundo del proceso de diseño tanto como lo hicieron el arte y la música en generaciones anteriores. Todos estos cambios sociales, tecnológicos y de materiales alteran las posibilidades que encuentra el diseñador para resolver problemas; a pesar de que las herramientas han cambiado, el proceso de creación, aunque más rápido, permanece intacto dentro de la variedad y de lo imprevisible. Además, debido a un mundo conectado por las redes de comunicación, la idea de diseñar para otra comunidad se ha convertido en algo habitual.

Es evidente que todos estos factores han influido enormemente en el diseño, pero según Michel Sodeau² es fundamental no olvidar «que» y «por qué» se diseña. Qué necesita el objeto para funcionar y cómo debe hacerlo para mejorar la vida diaria del usuario. Podemos utilizar la computadora como herramienta para crear, pero no debe ser nuestro objetivo diseñar con ella, sino proyectar con nuestro cerebro. Sin rechazar el uso intensivo de las herramientas informáticas, las prácticas disciplinares y pedagógicas del diseño deberían adoptar una posición crítica ante ellas a fin de evitar la banalización de los valores estéticos, tal y como puede producir el uso relajado de rutinas digitales integradas en los programas asistidos mediante efectismos visuales, vacuos y *universales*.

Entre el beneficio y la dignidad

El diseño se enfrenta a diversos futuros posibles. En primer lugar está el ideal: un diseño (el auténtico), que inunde de forma gradual todas las áreas industriales y aporte una calidad material y estética excepcional a los productos y mensajes, que pueden comercializarse a precios asequibles, para enriquecer la vida diaria más allá de lo imaginable. Un futuro menos deseable: los comerciantes se apoderan de la industria y la saturan con su idea del diseño (que no es el auténtico), e inundan el mundo con artículos inútiles que nadie necesita y que sólo pueden comprarse como *gadgets* inocuos. Apuntan a un *marketing* ignorante de muchas necesidades reales, que únicamente le importa aquello que se pueda vender y el beneficio, por encima de las necesidades del usuario o la sustentabilidad a largo plazo. Otro tipo de futuro será aquél para el cual el diseño es particularmente adecuado, como por ejemplo, la adopción de soluciones existentes que tengan en cuenta la escasez de recursos, de las cuales, emergerán los temas de soporte de desarrollo e innovación del objeto material, de modo que el producto final sea adecuado para la producción en serie y su obsolescencia.

La esperanza que albergamos para el futuro (y hemos encontrado numerosos ejemplos de ello últimamente), es que los gobiernos y las empresas reaccionen ante el hecho de que el usuario no puede ser engañado durante más tiempo. Esperamos que el mundo del mañana sea un lugar más justo que en el pasado y que se pueda empezar a establecer un movimiento cultural basado en la libertad, la igualdad, la fraternidad, la honestidad y la búsqueda de su significado en el diseño.

¿Será posible en un futuro olvidarse de la comercialización y así evitar convertirnos en esclavos de la moda y los imperios financieros? ¿Cómo será posible que la naturaleza del pensamiento y la filosofía dicten el desarrollo del diseño?

Los problemas relativos a nuestro futuro no se deberán a limitaciones físicas, sino más bien a

limitaciones de las estructuras económicas, políticas y morales, que son las que tienen en sus manos la capacidad de dictar unas condiciones de eficacia y equidad. El poder original del diseño para crear una utopía debe recuperarse. Sí esta es la alegoría de la transformación potencial, el mensaje debe alcanzar a tanta gente como sea posible. El concepto ideal deberá distinguirse de todos los generados por anarquías irresponsables que rechacen o trivialicen el impulso hacia esta utopía, y hagan imposible cualquier implicación de la gente.

Valdría la pena promocionar una aceptación general del principio que dice que «la ética debe guiar todo diseño» (un código similar al juramento hipocrático). Una «ética» que no se aventure en improbables cambios tecnológicos, sino que persiga un objetivo seguro basado en la relación entre técnicas de producción, forma y funcionalidad, que aporte nuevos valores de responsabilidad, sostenibilidad y compromiso, a una sociedad regida por la economía del consumo. La absorción inteligente de los avances tecnológicos permitirá al diseño industrial ser una disciplina expresiva. La ampliación del flujo de materiales y procesos procurará la ocasión de mezclar medios e ideas, y crear objetos más baratos, eficaces y adecuados en un mundo cambiante.

En la segunda década del siglo XXI es probable que los diseñadores se planteen cada vez más su papel y sus responsabilidades en función de las evidentes contradicciones de la economía de mercado, así como la acción positiva que puedan ejercer para evitar un diseño tonto y peligroso propiciado por la globalización. Sin embargo, no habrá transformaciones repentinas, sino un proceso de evolución, un desarrollo gradual que a largo plazo significará una diferencia.

El mayor desafío para un diseñador en el futuro será actuar con respeto a la dignidad humana de la tradición y el medio ambiente, diseñando con sentido. La globalización, el desarrollo industrial y la urbanización en el llamado «Tercer Mundo», países «en vías de desarrollo» o «periféricos» —que albergan el 90% de la población mundial— también plantean cuestiones urgentes sobre el papel económico y cultural del diseño. Si la sensatez prevalece y la humanidad entra a una sociedad sostenible el diseño puede recuperar ese papel de guía moral que los pioneros del movimiento ya pregonaban a mediados del siglo XIX.

Published on 10/06/2013

-
1. MALDONADO, Tomás (1966). «La formación del diseñador en un mundo de cambio», Revista *Summa* núm. 6/7. Buenos Aires, diciembre.
 2. SODEAU, Michel, en FIELL, Charlotte y Peter (2002). *El diseño del siglo XXI*, Taschen, Colonia, pág. 461.

FOROALFA

ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-a-futuro-los-rostros-de-jano>

