El diseño y el 'haz de cuenta'

Por Pablo Torres

Corremos constantemente el riesgo de caer en el cuento del diseño del 'haz de cuenta'. Pero ¿cómo podemos evitar este error y hacer un diseño real y efectivo?

La enseñanza de diseño como disciplina técnica independiente, además de reciente, siempre se basó en el modelo de la escuela alemana de diseño, especialmente Ulm y Bauhaus. En aquella época las escuelas de diseño debían asistir a la industria manufacturera con profesionales especializados; de esta forma, los diseñadores se dividían básicamente en: diseñador de productos, responsable de desarrollar los nuevos productos a ser producidos a gran escala por la industria, y diseñador gráfico, responsable de la planificación y ejecución proyectual de la comunicación corporativa. Y así fue por muchos, muchos años. ¡Pero esta historia ya tiene casi 100 años! ¿Sabes cuánto ha cambiado el mundo durante este tiempo? Así, gran parte de los diseñadores aún enfocan su actuación en la producción manufacturera, o sea, en trabajar estrictamente para la industria de bienes de consumo.

A pesar de que esta es una crítica directa a las escuelas de diseño, que todavía piensan según modelos anticuados, diseñadores y estudiantes tienen su parte de culpa en lo que llamo «diseño del haz de cuenta». Es decir, «haz de cuenta que tenemos industrias desarrolladas y mercado para la comunicación en todas partes del mundo»; o «haz de cuenta que alguna empresa va a interesarse por un proyecto o portfolio gráfico, relegando a la industria el poder de decidir lo que va a ser producido o no; o «haz de cuenta que proyectar, en el sentido de pensar y desarrollar las ideas, es suficiente»; o «haz de cuenta que el proyecto desarrollado ¡va a cambiar el mundo!». Son muchas posibilidades de hacer cuenta, que en mi visión personal están suplantando las oportunidades y posibilidades de crear proyectos y soluciones reales y verdaderamente impactantes. Es a esto que debemos estar atentos, como proyectistas y como diseñadores.

El hecho es que vivimos un momento de transición y podemos acompañar prácticamente en tiempo real los cambios significativos que están ocurriendo. Sobre este aspecto, Grimaldi (2014) afirma que vivimos en una dimensión en la que promover el acceso a bienes y servicios es más relevante que poseerlos, donde la vivencia de experiencias, relaciones, emociones, cultura y entretenimiento es más importante que poseer las cosas.

Un punto fundamental del cambio es que nos estamos alejando de un viejo paradigma técnico-económico basado en la producción en masa, donde el concepto dominante de bienestar está ligado a artefactos que podrían trabajar para las personas, facilitando las acciones cotidianas a través de la minimización de interferencia personal; es decir, de menor esfuerzo físico, atención, tiempo y menor necesidad de capacidad y habilidad (Manzini, 2007, Perez, 2010), para aproximarnos a un nuevo paradigma basado en información,

comunicación, colaboración e interacción. El momento de transición que vivimos debe ser tratado como un gran proceso social en el que las formas más diversificadas de recursos, conocimiento y organización, deben ser valoradas de manera abierta y flexible.

Si los diseñadores e investigadores no tienen en cuenta la evolución de la disciplina y los nuevos desafíos que se enfrentan en el mundo contemporáneo, estarán haciendo diseño del «haz de cuenta». Si no piensan también en las transformaciones sociales y tecnológicas constantes del mundo actual, estarán haciendo diseño del «haz de cuenta». Si los diseñadores y los cursos de diseño no se conectan a la realidad local que los circundan, estarán haciendo diseño del «haz de cuenta». Si los diseñadores consideran sus competencias sólo de acuerdo con la división clásica del diseño (en productos, comunicación visual, etc.), estaránhaciendodiseño del «haz de cuenta». Si los diseñadores consideran trabajar sólo para la industria manufacturera, olvidando el hecho de que la industria está concentrada en polos industriales y desconsiderando así nuevos campos y posibilidades de aplicación, estarán haciendo diseño del «haz de cuenta». Es decir, estamos repletos de oportunidades de hacer diseño del «haz de cuenta» y debemos estar atentos a evitar cometer ese error.

¿Cómo corregir esto? Me gustaría aquí sugerir algunas estrategias que, según mi visión, son capaces de ayudar a cambiar esa realidad. Son sugerencias simples, que reflejan más cambios de mentalidad capaces de llevar a cambiar nuestro comportamiento y nuestro posicionamiento respecto al diseño y sus prácticas.

Considerar el diseño como una disciplina holística y transdisciplinar

Holístico aquí significa considerar el proyecto no sólo de acuerdo con las especialidades tradicionales de la disciplina, sino visualizar el escenario de actuación como un todo, proponiendo un conjunto de soluciones puntuales que vengan a resolver de forma amplia las cuestiones de diseño de determinada organización o institución. Es la era de la transdisciplinariedad: usted tiene que ser bueno en una cosa, y al mismo tiempo conocer varias otras.

Proyectar soluciones, no productos

El cambio de paradigma tiene como consecuencia directa la transición de una visión centrada en productos hacia una visión centrada en soluciones, abordando el desarrollo de una nueva generación de resultados de diseño. Para traducir este cambio de actitud al proyectar, el diseñador debe especialmente mover el centro de su atención del objeto a los resultados que ese objeto intenta promover o facilitar; e imaginar, a partir de él, soluciones basadas en formas alternativas para alcanzar esos resultados.

Conectarse con la realidad local

Los avances de las tecnologías de comunicación y nuestra conexión con el mundo a través de redes (y sobre todo la mayor de ellas, la Internet) reconfiguraron la relación entre lo local y lo global. Dicho esto, es fundamental para el diseñador contemporáneo entender las

características de este nuevo mundo y, más importante aún, saber comprender y leer el escenario local que lo rodea, para identificar oportunidades que pueden ser exploradas a través de proyectos y propuestas de diseño.

Ir más allá del proyecto

Siguiendo la antigua lógica de exclusividad de la producción manufacturera a gran escala, el diseñador se vuelve dependiente de la industria a partir del momento en que relega la implementación del proyecto a grandes empresas. Los procesos productivos ya no se concentran en grandes industrias, sino que, por el contrario, están dispersos y se expanden de forma difusa por todas partes. Consecuentemente, se han establecido nuevos modos de producir que se presentan como alternativas. El diseñador actual debe estar preparado para producir e incluso comercializar sus propias piezas, tomando para sí la implementación del proyecto desarrollado por él mismo, en alianzas con una variedad de actores que ya no está exclusivamente representada por la industria.

Considerar las nuevas formas emergentes en el diseño

El mundo se ha vuelto cada vez más complejo y esto se refleja en la línea de evolución del diseño. Así, una reflexión más crítica sobre la actividad de diseño y su aplicación en fronteras que van más allá de los contextos industriales, culmina en lo que Manzini (2015) llamó «Diseño emergente». Gracias al desarrollo de la tecnología y la evolución de la sociedad, estas nuevas formas emergentes se presentan a través de varias facetas e indican una nueva visión sobre el diseño actual y lo que puede configurar el diseño en un futuro próximo. *Human-centered design*, Diseño de impacto social, Diseño para la innovación social, *Designers makers*, *Open design*, *Co-Design*, *Crowdsourcing*, *Behaviour design* y el Diseño post digital, son algunos ejemplos de estas prácticas emergentes.

Publicado el 06/09/2017

Fuentes:

1. Grimaldi, Pino. *Blur design: il branding invisibile*. Bolonha, Fausto Lupetti Editore, 2014.
2. Manzini, Ezio. *Small, Local, Open and Connected: Design for Social Innovation and Sustainability*. In: Debenedittis, L., M. H. Robb, A. Siegel y C. Lawson (ed.), *The Journal of Design Strategies*, 4(1), 2010, pp. 8-11.
3. Perez, Carlota. *The financial crisis and the future of innovation: a view of technical change with the aid of history*. En: van Tilburg et al. (ed), Working Papers in Technology Governance and Economic Dynamics, n. 28, 2010.

Traducido del original en Portugués.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-y-el-haz-de-cuenta