Entre la lógica industrial y la responsabilidad social

Por Nicola Morelli

En función de los cambios en el nuevo escenario global, se hace necesario establecer una nueva agenda para el diseño industrial.

En 1972 Victor Papanek propuso una nueva agenda para el diseño poniendo el foco en las responsabilidades de los diseñadores hacia el entorno y las necesidades sociales. Papanek se refería a la necesidad de un uso responsable de los recursos ambientales, y a un mejor balance entre las regiones desarrolladas y las menos desarrolladas del mundo o, incluso en los países centrales, entre los diferentes grupos de la sociedad moderna. El llamado de Papanek al diseño responsable estaba basado en una clara oposición al punto de vista más común y tradicional (el diseño orientado al mercado), en el que las habilidades de los diseñadores, su conocimiento técnico, cultura, valores y metodologías están orientados a producir beneficios para las empresas que operan en el mercado. Esa práctica del diseño, según Papanek, no está contemplando las necesidades mencionadas y está trayendo problemas ambientales y desigualdad social.

El punto e vista de Papanek fue abiertamente criticado y desestimado por la mayoría de los diseñadores que entendían su rol social como complementario de estrategias de negocio; esos diseñadores eran muy críticos hacia cualquier iniciativa de diseño que no estuviera basada en el enfoque tradicional conducido por el mercado.

Muchas propuestas de diseño recientes surgen como una reacción a la creciente conciencia de las implicancias del tema de la sustentabilidad de los sistemas de producción y consumo. Varios estudios científicos han enfatizado la necesidad de un cambio radical del modelo dominante de desarrollo, en la mayoría de los países industrializados. La sustentabilidad requiere un corte drástico en el uso de recursos y una revisión de los patrones de consumo en los países desarrollados y en vías de desarrollo.

En los últimos años el crecimiento de algunos gigantes dormidos de la economía, como China, focalizó el debate sobre la globalización en cuestiones más tangibles (la reubicación de actividades laborales y el surgimiento de inequidades sociales evidentes), que no están sólo relacionadas con ciertas áreas geográficas del mundo; incluso en los países occidentales el alto nivel de desempleo está aumentando la brecha entre clases sociales y generando nuevos o más serios problemas sociales.

Los riesgos sugeridos por las interpretaciones más pesimistas del llamado de atención de Papanek parecen volverse realidad. Ya es tiempo de que el diseño, junto a otras disciplinas, tome conciencia de lo crítico del problema para la propia profesión.

Virando la perspectiva de la acción del diseño hacia estos problemas, me gustaría poner

énfasis en algunos elementos de cambio interesantes que podrían llevar hacia escenarios menos pesimistas. La producción industrial dominante está yendo hacia modelos agresivos de globalización, pero las estrategias operativas de las empresas multinacionales suelen ser forzadas a prestar atención al contexto local. La ventaja competitiva de estas empresas consiste en generar innovación a nivel local y para los individuos. Este cambio de perspectiva da lugar a nuevas oportunidades para los diseñadores de jugar un rol central en procesos de innovación con implicancias sociales relevantes. Veamos cómo operan los cambios en curso hacia nuevos modelos.

Modelos de mercado y equidad social

Los mercados y la producción se están globalizando, pero a nivel local están surgiendo nuevos problemas. En occidente, por ejemplo, la reubicación de puestos de trabajo está creando desempleo masivo; pero al mismo tiempo un flujo inmigratorio importante está cambiando el mercado laboral y los patrones socio-culturales. El desempleo está erosionando las bases económicas de los sistemas de seguridad social, también desafiados por el envejecimiento de la población y el surgimiento de nuevos patrones culturales. La nueva situación está generando una nueva demanda de soluciones de alto valor social y cultural. Esta es una oportunidad que la producción globalizada dominante a menudo no es capaz de aprovechar.

En sociología, donde estos temas están claros desde hace largo tiempo, la distinción sugerida por Papanek, entre intervenciones basadas en el mercado y basadas en procesos sociales, se ha evaporado. Las iniciativas conducidas por el mercado se están expandiendo progresivamente para cubrir servicios sociales, ocupando un espacio que la intervención pública va dejando libre. Sin embargo, el criterio de calidad en el que se basan las iniciativas del mercado, no siempre se ajusta a los criterios de relacionados con la calidad social. La pregunta que surge aquí es: ¿hasta qué punto este tipo de enfoque puede generar servicios sociales de alta calidad?

El enfoque tradicional del mercado se basa en la idea de aliviar a la gente de muchas tareas de la vida diaria. Las tareas que en el pasado podíamos resolver nosotros mismos o dentro de nuestras familias y redes sociales, ahora son canalizadas por algo (un producto) o alguien (un servicio). Esta lógica "aliviadora" da lugar a una progresiva pasividad de los consumidores. Por ejemplo: dado el problema (lavar ropa en lugar de buscar novio) se ofrece una solución a un precio, liberando así a los consumidores de un trabajo físico. En esta lógica los clientes representan problemas expresados en forma de conjuntos de necesidades. No se necesita de su compromiso para la definición de soluciones, se necesita muy poco de su participación, se necesita muy pocas de sus habilidades. Esta lógica, aunque confortable, es muy cara, no sólo porque requiere transacciones monetarias, sino porque compromete a futuro la capacidad de los consumidores para encontrar sus propias soluciones a los problemas de todos los días. Lo que los consumidores ahorran hoy en esfuerzo físico, lo pagarán en le futuro en términos de habilidades y conocimientos perdidos. La gente necesitará más y más servicios y productos para encontrar soluciones que bien podría encontrar por si misma. Para cambiar a una nueva lógica se requiere un nuevo acercamiento a los problemas sociales que dé prioridad a las capacidades sociales e individuales.

Reviviendo a Papanek

El debate abierto por Papanek puede ser reabierto explorando la posible convergencia entre las lógicas industriales y las instancias sociales. Semejantes convergencias son más evidentes si ponemos el foco en dos puntos:

- la emergencia de las nuevas condiciones contextuales en la producción industrial y las empresas, y
- la posible utilización de la lógica industrial para la solución de problemas sociales (Por ejemplo: la industrialización de soluciones socialmente responsables).

El primer punto reubica la actividad del diseño en un nuevo contexto industrial, en el que el éxito de las industrias multinacionales esta vinculado con su capacidad de resolver problemas locales. El segundo tema está relacionado con la capacidad de los diseñadores de contribuir a problemas locales usando modelos adecuadamente adaptados y criterios tomados de la producción industrial.

El diseño en un nuevo contexto industrial

Aunque muchos de los autores inspirados en Papanek proponen un cambio de paradigma, no se suele discutir el punto nodal que soportaría ese cambio: el vínculo entre los diseñadores y la industria.

Cuando se habla de ese vinculo, implícitamente se hace referencia a clientes de servicios de diseño, generalmente fabricantes. Si miramos más allá de este tipo de vínculo, notaremos que el rol social y económico de las empresas está atravesando un cambio radical. La misma infraestructura tecnológica avanzada que permite la reubicación y administración de actividades de manufactura, hace más y más compleja la oferta de las empresas. De hecho, la globalización se ajusta a la fragmentación en segmentos de mercado, para poder responder a patrones de demanda muy sofisticados, en ocasiones muy locales y personalizados.

Las soluciones locales y contextuales solo son posibles si las empresas multinacionales se convierten en parte activa en las redes locales de actores (instituciones, empresas y consumidores finales). Los negocios globales se enfrentan al desafío de desarrollar capacidad para diferenciar la oferta final (no sólo el producto) más allá de la personalización masiva, hacia la definición de segmentos individuales. Estos fenómenos son señales de un cambio hacia una concepción diferente del rol social de las empresas. Un primer cambio relevante va de la provisión de productos a la organización o asistencia de redes sociales de beneficiarios. Un segundo cambio va de la provisión de soluciones limitadas (productos) que alivian a la gente en sus propias tareas y responsabilidades, a la provisión de plataformas semi-terminadas que incluyan productos y servicios que les permitirán crear valor de acuerdo sus necesidades individuales.[1] En otras palabras, las empresas se están convirtiendo en "organizadoras de creación de valor", cambiando su rol protagónico en el sistema productivo por el de co-productoras de valor.

La revisión del vínculo entre diseñador y cliente está por lo tanto basada en dos temas

centrales:

1. Los diseñadores con los que la industria está dialogando tienen un rol social diferente, que no se limita a la producción de productos sino que se extiende a la definición de soluciones.
2. Los diseñadores deberían tener en cuenta nuevos referentes para sus actividades: instituciones locales, proveedores de servicios, asociaciones y grupos locales e incluso individuos.

Asuntos sociales y lógicas industriales

El segundo punto relevante de la nueva agenda del diseño tiene que ver con la forma en que los diseñadores pueden contribuir a nuevas soluciones. Los problemas sociales más evidentes se caracterizan generalmente por un sentido de urgencia y condiciones críticas. Habitualmente surgen en zonas no cubiertas por políticas del mercado y a menudo la intervención pública tampoco provee soluciones válidas a esos problemas. En este contexto parece un poco difícil hablar de diseño industrial, especialmente cuando la actividad del diseño está encuadrada en el contexto industrial tradicional.

Sin embargo, la cultura industrial ha generado un "paradigma operativo"[2] para intervenir en procesos de producción y consumo dentro del paradigma productivo tradicional. Esta cultura puede proveer algunos puntos de vista interesantes sobre cómo producir soluciones sólidas y sustentables. Por ejemplo: soluciones que no sólo resuelvan necesidades individuales sino también den a los individuos y otros actores sociales (proveedores de servicios, instituciones) el poder de generar nueva calidad social.

Como se mencionó antes, la solución a problemas que no puede resolver la producción global, debe ser resuelta movilizando el conocimiento y las habilidades de los individuos. Se pueden dar varios ejemplos en los que la actitud creativa de las comunidades locales ha dado lugar a soluciones innovadoras.[3] Aunque esas soluciones tengan lugar en sus contextos geográficos y culturales, la disciplina del diseño podría ayudar produciendo indicaciones sobre estructuras organizacionales, productos y servicios para aplicar en otros contextos para resolver tipos de necesidades similares.

Hacia una conclusión

El desarrollo de la propuesta de Papanek a la luz del escenario presente, sugiere un cambio épico que es similar al cambio del artesanado a la producción industrial. Aunque el trabajo del artesano era el resultado de un saber implícito y una secuencia de acciones y eventos que no se ponían por escrito, todo aquello estaba muy claro en su mente. En la industrialización, el proceso de diseño que consistía en desensamblar el proceso productivo en sus componentes simples, para que pudiera ser re-ensamblado en un nuevo sistema productivo. La producción del artesano se basaba en saberes implícitos, mientras que el diseño industrial hizo ese conocimiento explícito y claramente transmisible a lo largo del tiempo y el espacio.

Por lo tanto, los fabricantes industriales eran capaces de crear economía de escala, optimización de recursos y claras divisiones de tareas. Un proceso similar de industrialización, aplicado a complejos sistemas de interacciones a nivel local, podría captar y transformar parte del conocimiento existente, para activarlo en una plataforma capaz de proveer un conjunto de soluciones sistémicas que respondan a necesidades individuales.

Esas plataformas serían estructuras modulares con competencias y roles específicos para los diferentes actores y organizaciones. En esa base, las diferentes combinaciones posibles permitirían a cada actor generar una economía de alcance.[4]

Mi aporte llega hasta aquí, frente a un nuevo punto de inicio para la exploración de un paisaje de oportunidades y tareas que la nueva perspectiva ofrece a la disciplina del diseño.

Publicado el 08/01/2007

---

1. Esta condición probablemente contradiga la idea de Margolin (Margolin & Margolin, 2002) de que "mientras las necesidades diseño mundiales son evidentes, reinventar la profesión del diseño no lo es". Cuando los patrones de la demanda lleguen a los grupos de individuos en los hechos, la necesidad de diseño mundial será menos evidente, pero el diseñador tendrá probablemente un rol diferente para atenderla.

2. La expresión "paradigma operativo" fue introducida por Arbnor y Bjerke (Arbnor & Bjerke, 1997).

3. Un proyecto reciente en Estados Unidos, llamado EMUDE, recopiló una serie de casos de innovación social generada por miradas de los problemas sociales de abajo hacia arriba. Se detectaron comunidades creativas que, en lugar de esperar apoyo del gobierno, resolvieron algunos problemas sociales (protección de la niñez, aislamiento de los ancianos, problemas sociales en grandes ciudades) usando su propia red social y movilizando las capacidades de sus individuos. La colección de casos ha sido publicada en www.sustainable-everyday.net.

4. (N. del E.) Se dice que hay economía de alcance cuando se logra un ahorro de recursos y costes como consecuencia de producir dos o más bienes o servicios de forma conjunta.

Traducción: Florencia Rodríguez Daniel.

FOROALFA
ISSN 1851-5606
https://foroalfa.org/articulos/entre-la-logica-industrial-y-la-responsabilidad-social