

Qué es el diseño social

Por Jorge Luis Muñoz

El impacto social del diseño es un área de investigación que no ha sido suficientemente cubierta por los diseñadores.

La importancia social del diseño ha dado ya con el «diseño social», el cual, pese a que carece de una definición clara, ya perfila la temática que le da cuerpo. En efecto, muchos entienden al diseño social como el ejercicio ético y responsable del mismo, o bien como diseño militante al lado de movimientos políticos y sociales, o como un esfuerzo que se suma al mejoramiento social mundial. En realidad el diseño social más que una práctica, es una tendencia que ciertamente puede dar con el ejercicio ético o con el diseño militante, pero lo que lo define es el conocimiento y ejercicio del impacto social del diseño. Tal cual se ejerce en sus diversas acepciones, el diseño social apunta a definirse como el estudio de las relaciones del diseño y la sociedad.

En tal sentido, el conocimiento del diseño social comprende tres grandes campos. En primer lugar, dado el impacto social profundo del diseño, su largo alcance y duración en el tiempo, este refuerza necesariamente el imaginario social y por consiguiente la representación que la sociedad tiene de ella misma. Por lo que el diseño social tiene como primer objetivo el estudio de la autorepresentación social general, grupal e individual. Es decir, un primer objetivo del diseño social consiste en conocer qué es, cómo se genera esa autorrepresentación social, y cómo la impacta el diseño, tanto para efectos de comunicación como de conocimiento de los efectos que produce.

Un segundo objetivo que se delinea para el diseño social, es el estudio de la influencia del diseño en las pautas culturales y en las estructuras de una sociedad, ya sea para influirlas, cambiarlas o desambiguarlas. Por su naturaleza, el diseño comunica, al hacerlo difunde consignas que operan como ciertas o como algo investido de un alto grado de certidumbre. En tal sentido, dichas consignas operan como pautas culturales o como refuerzo de pautas. Esto se conoce ampliamente en el diseño comercial y aún en el institucional, y bien pudiera utilizarse en apoyo de la comunicación humana además de su necesaria aplicación en el ámbito social.

Un tercer y primerísimo objetivo del diseño social sería la facilitación de la comunicación humana. Si se tiene un buen conocimiento de las relaciones sociales, de la cultura en que se mueven y del modo de ser de grupos y clases sociales, además de los componentes técnicos y artísticos del diseño gráfico, entonces se puede coadyuvar a la comunicación humana.

Es ya tema común el hecho de la incomunicación existente, toda vez que cada individuo percibe de acuerdo con su estructura perceptual, además de que la comunicación difícilmente rebasa la difusión de consignas, debido precisamente al condicionante perceptual

individualizado. El diseño podría ser el paradigma del siglo XXI en el contexto de la comunicación humana. Pero el tema del diseño social desprendido del contexto social del diseño da para mucho; por lo que el diseñador debería resolver si quiere ser apéndice publicitario o vanguardia de la sociedad en que vive. Es decir, limitarse a los campos de trabajo comercial e institucional por ser los más lucrativos o junto con ellos internarse en las posibilidades de comunicación del diseño.

La temática mínima que permite entender las relaciones del diseño y la sociedad es la siguiente:

Temática Antropológica

- Hombre, Familia, Sociedad, Cultura, Raza, Evolución, Civilización
- Naturaleza, cultura y sociedad
- Pauta cultural
- La cultura como orden simbólico
- Cultura, subcultura y contracultura
- Aculturación, endoculturación y transculturación
- Cultos, creencias y prácticas
- Lengua, lenguaje, habla y dialecto
- Jerga y modismos
- Antropología de las relaciones interculturales
- Alteridad y cultura
- Expresiones faciales y corporales

- Medio ambiente
- Antropología urbana, rural e indigenista
- Problemáticas de integración de los grupos sociales
- Lo político y la política
- Poder y control

Temática Sociológica

- Rol y estatus social
- Clases sociales, comunidades, grupos y clasificación percentil
- El lazo social: Solidaridad y Conciencia Colectiva.
- Ordenes institucionales: familia y comunidad; sociedad y Estado
- El concepto de rol como vínculo de la dimensión objetiva y subjetiva de lo social
- El proceso de socialización
- Concepto de grupo. Características de los grupos. Clasificación de los grupos. Funciones de los grupos en relación al individuo y a la estructura social
- Colectividad, multitud, masa, auditorio
- Liderazgo. Tipos de líderes
- La estructura social: su función constreñidora y habilitante

- Reflexividad, conciencia discursiva y conciencia práctica.
- Tiempo y espacio como constitutivos de los sistemas sociales
- Sociedades y sistemas sociales
- Comunicación y cultura
- El imaginario social

Temática Neurocientífica

- Neurofisiología de las necesidades humanas
- Motivación: mecanismos y sistemas cerebrales de recompensa
- Semiología de las funciones Psíquicas
- Estructura perceptual
- Ideación y asociación de idea
- Juicio y Razonamiento
- Conciencia y Orientación
- Pensamiento y el Lenguaje
- Emociones, sentimientos, pasiones
- Inteligencia, imaginación y volitividad

- Neuromarketing

Se trata de temas que ayudarían al diseñador a entender a su sociedad, y de ninguna manera se induce a la formación de socio-diseñadores, antro-po-diseñadores o algo así. Se parte de la noción de que el diseñador en principio debe de poseer una amplia cultura, además de sus habilidades técnico-artísticas. El viejo diseñador apéndice del cliente ya no cabe en esta época, en donde la mera saturación del mercado, exige el conocimiento del último percentil social.

Publicado el 08/11/2011



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/que-es-el-diseno-social>

