

G. Bonsiepe

Diseño y Crisis

Copyright © Gui Bonsiepe, 2011

Conferencia presentado en la Universidad Autónoma Metropolitana, México, en ocasión de la ceremonia de otorgamiento del título Dr. honoris causa

México, 21 de septiembre 2011

Con profundo agradecimiento recibo la distinción académica en forma del título de doctor honoris causa – un otorgamiento con alto significado institucional y cultural.

Hay varios motivos para estar agradecido por esta distinción.

Primero, a título personal por el reconocimiento de la defensa de un diseño latinoamericano autónomo mediante contribuciones al discurso proyectual y a la enseñanza.

Segundo, porque no es muy frecuente que un profesional y académico del diseño reciba una distinción de esta naturaleza. Por lo tanto interpreto esta distinción también como reconocimiento a la disciplina – una disciplina cuyos resultados de trabajo afectan y posibilitan la práctica cotidiana en los diversos campos de la acción humana como trabajo, salud, transporte, vivienda y ocio para nombrar algunos –. El diseño está presente en los artefactos materiales y comunicacionales en tal grado que los consideramos como *taken for granted*, comparable al oxígeno en el aire. Es la familiaridad con su presencia la que a veces, dificulta distanciarse del mundo de los artefactos y tomar conciencia que todos son resultados de actos proyectuales.

El tercer motivo de mi agradecimiento es que en mi condición de inmigrante, América Latina me ha abierto amplias posibilidades de acción tanto en el ámbito académico, como profesional y como autor principalmente en México, pero también en Brasil, Chile y Argentina. Esta tradición de generosidad, esta apertura cultural queda evidente también en la decisión de otorgar esta distinción. Agradezco a todas las personas que han apoyado esta iniciativa. Ciertamente no es casual que la UAM tenga el lema «Casa Abierta al Tiempo». Recuerdo vivamente al arquitecto Ramírez Vásquez – tan importante figura para esta universidad – en nuestro primer encuentro, a mediados de

los años '70 y más tarde 1979 en ocasión del primer congreso en América Latina del Consejo Internacional de Asociaciones de Diseño Industrial, ICSID. El arquitecto Ramírez Vásquez fue un ejemplo vivo del lema de la UAM. México es reconocido por una noble tradición de país receptor tanto por quienes se vieron obligados a dejar sus países de origen, ante la amenaza de la furia de las fuerzas anti-democráticas, o porque ofrece posibilidades de trabajo, de investigación y de estudios, pues cuenta con una rica tradición académica pública.

Presentaré algunas reflexiones sobre el diseño, formuladas desde diferentes perspectivas en este momento de crisis generalizada. La universidad ofrece este espacio privilegiado para reflexiones, un espacio caracterizado por una comunicación pluralista que permite divergencias. Las reflexiones están – por razones obvias – marcadas por mi experiencia personal que abarca, tanto derrotas como modestos logros. Pero son los proyectos inconclusos, los que me parecen conservar en latencia un potencial para el futuro.

He dividido mi intervención en tres partes. Primero, ofrezco una interpretación de la función del diseño explicando, por un lado, su diferencia con las ciencias, y por otro lado, su estrecha vinculación con las mismas. Segundo, revisaré algunos malentendidos respecto al diseño. Tercero – y esto es el tema central de mi intervención –, comentaré las diferentes facetas de crisis y la manera de enfocarla desde la perspectiva del diseño.

Aunque el diseño se encuentra en la intersección entre la cultura de la vida cotidiana, la tecnología y la economía, constituyendo lo que en alemán se llama *«Lebenswelt»* – un término denso y difícil de traducir – podemos transcribirlo como «el vivir en el mundo» o «el mundo de la vida cotidiana» – no ha atraído, salvo loables excepciones, la atención del pensamiento filosófico. Probablemente, debido a esa indiferencia el discurso del diseño no cuenta con el mismo grado de elaboración y madurez como existe en otras áreas, por ejemplo en la teoría del cine, de la literatura y de las ciencias. Por el momento, el status cognitivo del diseño está cubierto por un velo de dudas, pues se despliega en el dominio de la visualidad, intrínsecamente entrelazado con la experiencia estética, y menos con el dominio de la discursividad. A diferencia con otras disciplinas universitarias, el diseño no está orientado, en primer lugar, a la generación de nuevos conocimientos, pero sí a las prácticas de la vida cotidiana. El diseño enfoca

al carácter operativo o performativo de los artefactos materiales y semióticos, interpretando la función y la funcionalidad no en términos de eficiencia física como pasa en las ingenierías, sino en términos de comportamiento insertado en una dinámica cultural y social. El antaño acalorado debate sobre la relación entre forma y función, se ha calmado. No existe una relación unidimensional entre la forma de un producto y su función. La simplicidad de una forma no implica necesariamente una simplicidad en el uso. A lo sumo puede sugerirlo. Una pelota de fútbol tiene una forma simple, pero su manejo es todo menos que simple. Caso contrario no habría estrellas del fútbol. Lo que sí me atrevería a sostener como una de las funciones centrales del diseño es la reducción de complejidad, hacer el uso de los artefactos e informaciones más transparente y estéticamente más satisfactorio. Esto vale particularmente para el diseño interactivo de medios digitales que puede, mediante el uso apropiado de recursos visuales, auditivos y de animación, aportar a la asimilación de conocimientos. Este campo, relativamente nuevo, de diseño exige la formación de capacidades cognitivas, que no siempre han sido favorecidas por los programas de enseñanza del diseño debido a la existencia de corrientes anti-intelectuales. Solamente la formación de capacidades cognitivas permitirá al diseñador enfrentar el contenido, la cuestión central de los medios digitales.

A pesar del enfoque distinto entre ciencias y diseño, ya que el diseño se caracteriza por mirar al mundo desde la perspectiva de la proyectualidad, y la ciencia lo encara desde la perspectiva de la reconocibilidad, se puede y se debe generar conocimientos y realizar investigaciones en el campo del diseño. Los avances en este sentido son alentadores siempre y cuando se permita aplicar criterios propios de excelencia y competencia, que no sean derivados de otras tradiciones, evitando además el peligro del ritualismo científico. En la fase histórica actual que se caracteriza por una alta intensidad de innovación científica, tecnológica e industrial, se hace cada vez más evidente la necesidad de generar conocimientos desde la perspectiva proyectual, sobre todo si se trata de problemas complejos que exceden el *know-how* de una disciplina particular. Tomemos el caso del tan publicitado diseño sustentable, que rebasa el *know-how* de una disciplina sola y que requiere trabajo en equipo con amplia base científica, no limitándose a los aspectos ecológicos, sino teniendo en cuenta también la sustentabilidad social.

Queda por explicar el extraño fenómeno socio-cultural a partir de la década de los '90 en la que el concepto «diseño» experimentó una explosión en los medios, lo que ha llevado a una pérdida de rigor del significado original, de modo tal que en la opinión pública el término «diseño» es frecuentemente reducido a los aspectos estético-formales, y asociado con lo efímero, lo caro, lo poco práctico y hasta superfluo. Los diseñadores hace décadas se han amparado contra este malentendido. También se vieron obligados a defenderse contra críticas, a veces maniqueístas y simplificadoras que equiparan el diseño a un instrumento de la economía del despilfarro, fomentando la circulación de mercadería estimulando el consumismo y lucro.

Con sorprendente desfase el diseño entró en el discurso de la *business administration*. Se puede aplaudir este fenómeno que, por fin, el discurso de los gerentes registra la existencia del diseño. Pero se observa una versión equivocada, cuando un destacado *management expert* declara, con profunda convicción, que diseño es valor agregado. El diseño no es en términos filosóficos un *accidens*. No se puede agregarlo a nada, pues está intrínseco a cada artefacto. Es *essentia*.

Como una consecuencia de la valoración del diseño en los círculos de la gestión se ha acuñado recientemente el concepto «*design thinking*». Tengo mis dudas si existe algo como *design thinking*, a no ser, que se quiera aludir al enfoque holístico o integral del diseño, que desde siempre sirvió para caracterizar el trabajo de diseño. Si este enfoque multidimensional, encuentra aceptación en otros campos de actividad, tenemos un caso alentador para los efectos o la irradiación del diseño en otras áreas. Contamos ya con ejemplos en el campo de la enseñanza llamada «enseñanza basada en proyectos» o «enseñanza orientada a problemas». Y esto, inclusive, vale para disciplinas como historia y economía, que no se auto-interpretan como disciplinas proyectuales. Los prometedores resultados experimentales logrados aconsejan una re-interpretación del rol del docente y del estudiante. Además permiten especular sobre la posibilidad de que este enfoque se generalice, afectando en el futuro la enseñanza de todas las carreras universitarias. No me parece inverosímil la posibilidad de que, en el futuro, toda la enseñanza universitaria sea orientada al proyecto.

Si bien la palabra «crisis» ocupó recién en el año 2008 los titulares de los medios como consecuencia del cataclismo financiero, los síntomas de una crisis generalizada abarcando otras áreas – política internacional, política socio-económica, ambiente,

desempleo, clima, alimentación, genética, energía – hace ya tiempo han sido alertados. También se reflejan, inevitablemente, en el diseño, en su enseñanza, en su práctica y en su discurso. Menciono las diferentes crisis, no por un afán apocalíptico o para hacer pronósticos que generalmente no se verifican, sino con referencia al significado original del concepto en el sentido de un cambio inevitable, decisivo – un cambio para enfrentar las innegables turbulencias y muchas veces a las más que turbulencias de la época actual. Aunque las turbulencias pueden provocar sentimientos de peligro, de amenaza, de inseguridad, de desorientación, desencanto, depresión y hasta la sensación de ser irreversibles, una crisis permite ver con mayor precisión y conciencia los antagonismos y sus causas y de ahí esbozar posibles caminos para superarla. Obviamente hay varias maneras de reaccionar. Descarto al cinismo proyectual y hasta nihilismo proyectual, como una opción para hacer frente a la crisis. Sería presuntuoso afirmar que el diseño pueda jugar un papel decisivo en esta crisis generalizada – pues es también objeto de esta crisis –, pero sería igualmente presuntuoso negar la capilaridad de las actividades proyectuales en el tejido de la sociedad en crisis – pues también es participante activo de la configuración del escenario –. Observadores críticos de la realidad actual, manifiestan su preocupación por la posibilidad de que las diferentes turbulencias puedan ser síntoma de una crisis de todo un sistema de producción y consumo que somete el tejido social y ambiental a tensiones, con consecuencias imprevisibles y hasta la posibilidad de un colapso.

Una crisis obliga a revisar los marcos dominantes de referencia en los cuales uno se ha movido hasta el momento. Obliga a verificar su vigencia o pérdida de vigencia. Observando la historia de las últimas dos décadas, se puede percibir una gradual erosión del dominio público, del espacio público y hasta el ahucamiento del concepto de democracia. Este proceso ha motivado el surgimiento de voces que reclaman la reinvención del dominio público, reduciendo así la creciente asimetría entre intereses comunitarios e intereses privados. Por cierto, el individualismo posesivo es fuertemente arraigado en la cultura occidental actual, pero parece que está excediendo sus límites. En el campo del diseño este proceso se refleja en un auto-referencialismo desconocido en épocas anteriores. La persona del diseñador adquirió más importancia que el diseño propio. Este redoblamiento del diseño sobre si mismo está motivado por la expansión de la dimensión simbólica del diseño, que a su vez tiene su raíz en el *branding*, en la subordinación incondicional a criterios unidimensionales del mercado. En el *branding* culmina un proceso que está ciego, frente a todo lo que no se puede expresar en

valores monetarios. Nadie negará la fuerza omnipresente y hasta aplastante del mercado, pero una cosa es aceptarlo como realidad y es otra cosa imponerlo como *única* realidad. Hoy en día la coraza de la institución llamada «mercado» muestra fisuras. Crecen dudas justificadas, si el mercado como invención social histórica, es el instrumento más apropiado para enfrentar los problemas apremiantes con los cuales la humanidad se enfrenta hoy en día y en el futuro. Cito al científico social y filósofo Jürgen Habermas: «Frente a los problemas del siglo XXI surge de nuevo la vieja duda si una civilización como un *todo* puede permitirse ser capturada por el remolino de las fuerzas motrices de un único de sus subsistemas.» (Habermas, Jürgen. *Kritik der Vernunft*. Philosophische Texte Vol. 5. Frankfurt: Suhrkamp, 2009, pág.97)

La cuestión de la energía, hasta hace poco, no había entrado en la matriz de factores que el diseño tiene que tener en cuenta. Hoy es un desafío central para el diseño industrial: diseñar productos con bajo insumo de energía, tanto en la producción como en el consumo y el post-consumo. La crisis energética actual exige un cambio drástico del paradigma dominante de producción y consumo. Requiere también una revisión a fondo de lo que se entiende por desarrollo.

Recién ahora el apremiante problema del desempleo y de la inclusión/exclusión entran en el horizonte de las preocupaciones del diseño. Relacionar el diseño con problemáticas sociales, provoca una vehemente reacción por parte de los defensores del *status quo* que adhieren a la idea de un diseño socialmente neutro o aséptico. Critican como aberrante e ingenua la esperanza puesta en el diseño como componente activo en la dinámica social, pero sería ciego escamotear y desestimar los efectos sociales de las actividades proyectuales.

En los últimos años la mayoría de los países en América Latina ha conmemorado los 200 años de independencia. Este proceso quedó abierto, de lo contrario no se hablaría de la Segunda Independencia, es decir, el proceso de independencia parece no haber alcanzado el estado de plena autonomía en los diferentes dominios. No es ningún secreto, que en la división internacional de trabajo se asigna a los países de la Periferia la función predominante de exportadores de *commodities*, es decir de recursos naturales no elaborados, en forma de minerales, petróleo, maderas, energía, soya, carne, cereales como insumos para los países industrialmente más diferenciados. Son productos crudos, sin componente proyectual. Contra esta asignación del rol de

exportador de *commodities* por un lado y de importador de productos industrializados por otro, se dirigen esfuerzos locales de diseño que se preguntan, o deberían preguntarse: ¿Sirve el diseño que se desarrolla localmente para reducir la heteronimia? O formulado en términos positivos: ¿Sirve el diseño elaborado localmente para fortalecer la autonomía? Esta pregunta tiene varias facetas, y una de ellas es la faceta político-social que no se puede evitar. En esto yace la principal diferencia entre el diseño en la Periferia y en el Centro, o mejor en los Centros. El diseño en el Centro no está confrontado con esta cuestión de la autonomía. Puede resultar hasta inconcebible este planteo en el Centro. En la Periferia una política de diseño fluctúa entre dos polos: por un lado una política heterodirigida y por otro lado una política de auto-afirmación, una política para consolidar la Segunda Independencia, una política de fortalecimiento de la identidad.

El concepto de identidad es un tema que aparece, constantemente, en los debates sobre el diseño en América Latina. Se pregunta: ¿Qué es la Mexicanidad o Brazilianidad del diseño? En general se interpreta la identidad en términos de una determinada configuración formal y cromática de un producto o de un diseño gráfico. Pero no habría que limitar la identidad a los aspectos estético-formales, pues la identidad se manifiesta también y, sobre todo, en el tipo de problemas que surgen en determinado contexto.

En la historia de los últimos 60 años, todos los países latinoamericanos, bajo diferentes corrientes políticas han coincidido en la formulación e implementación de políticas de desarrollo. Pero solamente en casos excepcionales han tenido en cuenta la necesidad de incluir el diseño industrial en esta política, ni hablar del diseño gráfico o de comunicación visual. No se reconoce aún que, políticas de desarrollo que no tengan en cuenta el componente proyectual quedarán trucas y tendrán, a lo sumo, un éxito parcial. Pero frente a las consecuencias alarmantes de un sistema de producción y consumo, se impone la necesidad de revisar el modelo vigente de desarrollo. Ya no se trata de imitar, con desfase en el tiempo, un modelo de desarrollo de los países centrales, sino concebir un modelo menos intensivo en el uso de recursos, sobre todo energéticos, y trazar nuevos caminos para lo que se denomina con el término «prosperidad sin crecimiento» – una idea que es anatema para las corrientes dominantes de la economía cuya lógica no registra la posibilidad de colapso del sistema biótico y social.

En una oportunidad T.W. Adorno respondió a la cuestión sobre la función del arte, que la función del arte consiste justamente en no tener una función. Esto no se puede decir del diseño. El diseño tiene una función imprescindible que es integrar la ciencia y la tecnología en la vida cotidiana de una sociedad, concentrándose en la zona intermediaria entre producto o información y usuario – lo que he llamado con el préstamo conceptual de la informática «diseño de interfaces». De esta manera el diseño contribuye – en la formulación del poeta Bertold Brecht sobre la literatura – a hacer más habitable el mundo de los artefactos materiales y simbólicos. Este objetivo, modesto y ambicioso a la vez, está íntimamente ligado al concepto de utopía que ocupa un papel central en el discurso de la modernidad. Hoy en día el concepto de «utopía» no tiene buena promoción. Ha sido objeto de críticas y hasta denuncias por parte de la corriente de pensamiento etiquetado con el término post-modernismo. En algunos casos los críticos llegan a tal extremo de querer establecer una conexión entre autoritarismo y utopía, lo que me parece una lectura bastante tendenciosa e injusta. Pues sin componente utópico no hay proyecto, o a lo sumo será un proyecto desvinculado de sus lazos sociales. Es ahí donde modernidad y post-modernidad revelan sus posiciones antagónicas.

Para terminar cito a una obra de Voltaire que puede servir para ejemplificar posturas alternativas en tiempos de crisis. Al final de su narrativa clásica *Cándido*, el autor pone en la boca del protagonista, que ha sufrido desgracias de toda índole sin perder nunca la convicción de vivir en el mejor de los mundos, estas palabras: «Tenemos que cultivar nuestro jardín.» Se puede interpretar esta frase como expresión de un estado de ánimo resignado, como retracción al pequeño rincón personal, como una renuncia al proyecto. Esta postura es opuesta al diseño: La resignación no es una actitud de diseño.