

## **Título**

Diseñadores para nuevas ideas de bienestar

## **Autor**

Juliana Restrepo Jaramillo

## **Resumen**

Esta ponencia reflexiona sobre el perfil y las competencias del diseñador desde un enfoque prospectivo y responsable, tanto con el oficio como con el entorno. Reconoce que el reto global más importante hoy es la sostenibilidad, entendida como la construcción de unas nuevas ideas de bienestar que nos permitan sobrevivir. Comenta como los diseñadores han contribuido al deterioro del ambiente, motivando una idea de bienestar basada en el consumo, pero reconoce que esta misma habilidad de persuasión puede contribuir a la solución del problema.

## **INTRODUCCIÓN:**

Estado actual del problema y contribución del diseño. Aunque la alerta ecológica existe hace tiempo y sus consecuencias son bien conocidas, es evidente que nuestros esfuerzos por detener el problema han sido insuficientes. El deterioro del planeta, no solo no ha sido detenido, sino que sigue avanzando. Hasta ahora, hemos planteado el problema en términos de sus consecuencias (contaminación, agotamiento de los recursos naturales no renovables, calentamiento global) pero hemos evitado enfrentar su causa. Tal como dice Fry (2008), aun no reconocemos a los seres humanos como el centro del problema con toda la complejidad que ello implica: El problema es nuestro sistema económico basado en el crecimiento de la producción y consumo (que ya empieza a mostrar signos de crisis), nuestra idea de que la igualdad y el bienestar están basados en nuestra capacidad de compra, nuestro sistema de educación para el consumo, nuestras leyes incapaces de transformar la realidad, y nuestra esperanza fútil en los milagros de una tecnología aun inexistente. Ochoa nos recuerda que el diseño nace después de la revolución industrial, como estrategia para garantizar el consumo de los bienes producidos. El diseño no solo fundamenta nuestro sistema económico, sino que además, es el medio por el cual las personas construyen su identidad, una vez que los linajes y los grupos étnicos dejan de ser importantes. Nuestra identidad se define, desde la revolución industrial, en términos de nuestra labor dentro de la producción (nuestro trabajo) y nuestras relaciones con artefactos que nos rodean (el consumo). Adicionalmente, Ochoa comenta la relación directa entre el consumo y la propiedad como una relación de poder: "es una relación sobre todo de exclusión, un asunto social pues expresa una relación entre un objeto y quien lo posee sólo porque al mismo tiempo expresa también una relación entre el poseedor y los que no lo poseen."

Desde esta perspectiva quedan varias preguntas:

1. Si la academia esta formando hoy diseñadores para cumplir un rol en una economía insostenible, ¿Cuál debería ser el nuevo propósito de los diseñadores en un mundo sostenible?
2. Si los diseñadores tenemos la capacidad de influir positiva o negativamente en la construcción de la identidad. ¿Cuáles son los valores que estamos proponiendo en la actualidad? ¿Cuáles son los valores fundamentales que deberíamos promover?
3. Si las relaciones entre las personas están determinadas por el consumo ¿Qué tipo de relaciones motivan aquellos artefactos que creamos? ¿Qué tipo de relaciones deberíamos crear?

4. Si éticamente debemos formar con una consciencia frente al diseño sostenible, ¿tiene este enfoque inserción en el mercado laboral? Si la respuesta es no, ¿podemos preparar o cambiar el ambiente laboral para que tenga cabida?

1. ¿Cuál debería ser el nuevo propósito de los diseñadores en un mundo sostenible? El propósito del diseño se ha ido matizando durante su historia. Basados en la descripción que hace Bayasit (2004) podemos distinguir al menos tres propósitos diferentes: En un primer momento entre los años veinte y los sesenta, el diseño intenta comprender los métodos creativos para hacerlos mas eficientes, poderlos enseñar y usar voluntariamente. Podemos decir que el propósito para el cual se adiestra a los diseñadores en este momento histórico, es para dar solución a los problemas de la industria a través de métodos creativos. Una primera generación de métodos, surgen a partir de la teoría de los sistemas y las teorías de la información entre los años sesentas y setentas. En este momento el propósito de formación del diseñador es usar los métodos con propiedad y dar valor agregado a los objetos. Una segunda generación desde los setentas hasta hoy, nace de la visión de Horst Rittel que asocia los métodos de diseño con las teorías de Poper. A partir de esta nueva visión, se integra el trabajo interdisciplinario al diseño, son convocadas disciplinas como la ergonomía, la psicología y la antropología a las discusiones. El propósito de formación del diseñador en este momento, es diseñar objetos para satisfacer las necesidades usuario y que puedan adaptarse al contexto inmediato de uso. Una tercera generación tendrá que desarrollar métodos de diseño para enfrentar la creciente complejidad de los problemas para lograr la sostenibilidad. El propósito de formación de estos diseñadores, deberá ser asegurar el bienestar del planeta y de los usuarios. Para poder determinar los conocimientos y habilidades que deben desarrollar los estudiantes de diseño para lograr la sostenibilidad, primero tenemos que aclarar cuales son algunas de las estrategias. Estrategias para lograr la sostenibilidad: 1. Desarrollar el potencial de las personas: Para Manzini (2006) la idea de bienestar hoy esta asociada con minimizar la participación. Las ideas que se conciben como mejores son siempre aquellas donde se requiere el mínimo esfuerzo físico, atención y tiempo y por lo mismo, menos habilidades y destrezas. De esta idea debemos pasar a diseñar sistemas que le permitan a sus usuarios lograr sus metas y desarrollar su potencial. Para poder lograr esta estrategia es necesario que los diseñadores sean capaces de comprender cuales son las habilidades cognitivas y físicas de los usuarios, sus necesidades e intereses.

2. Diseñar acciones sociales sostenibles que puedan ser luego replicadas globalmente: Manzini los llama procesos de innovación social. Son actividades que se desarrollan de manera local y que prueban ser efectivas para lograr la sostenibilidad. Una vez se reconoce su eficiencia se replican en diferentes puntos del planeta para lograr una cobertura global. Esta estrategia requiere diseñadores que reconozcan las problemáticas locales en su complejidad, que tengan habilidades de indagación para comprender estas problemáticas y claridad sobre métodos que les permitan resolverlas. Adicionalmente juegan un papel muy importante en el desarrollo de esta estrategia la capacidad para establecer vínculos con otras personas a través de las redes de comunicación y desarrollar la competencia en un segundo idioma. Sin embargo esta labor de diseñar acciones sociales, no puede ser una actividad aislada del diseñador. Tal como apunta Findeli (2008) el diseñador debe estar en capacidad de constituir o participar en equipos de diseño para poder lograr metas como esta. Cuando el objetivo del proyecto, es ajustarse a los requerimientos del usuario, se necesita transdisciplina es decir, la habilidad de ordenar varias disciplinas proyectuales.

3. Promover nuevos valores sociales. Tal como lo dijimos arriba, el diseño tiene la habilidad de promover valores comunitarios y personales. Manzini propone los siguientes: “El sentido del balance personal como armonía y alegría. El sentido de comunidad como comunicación, protección, participación, recreación, identidad,

libertad y generosidad. Un nuevo sentido del tiempo con el redescubrimiento de la lentitud como un componente deseable, para darle atención a las cosas importantes de la vida.” Promover nuevos valores sociales implica que los estudiantes se familiaricen con ellos, y desarrollen una capacidad crítica y de análisis, que les permita argumentarlos, debatirlos y discutirlos. Los estudiantes deben ser conscientes de su capacidad de persuasión, y por tanto de su responsabilidad frente a los mensajes emitidos.

4. Reducir el consumo y la producción al 10% Manzini también nos recuerda que para lograr la sostenibilidad es necesario reducir el consumo y la producción. Para lograr esta estrategia existen varias acciones posibles: Diseñar intangibles: Es decir, privilegiar las soluciones a los problemas por medios no materiales, como por ejemplo la creación de servicios, interfaces o nuevas relaciones entre las personas o entre las personas y los objetos. Recontextualizar: Transformar un objeto creado para darle una nueva función. Usar la sostenibilidad como una ventaja competitiva: El diseño sostenible debe convertirse en una ventaja estratégica para las empresas que les permita sobrevivir. La reducción de la producción se logrará si nuestros estudiantes desarrollan habilidades para crear valor transformando objetos ya diseñados, habilidades para crear servicios y para usar los atributos sostenibles como ventaja estratégica.

5. Generar nuevas alternativas de futuro viables y deseables: Krippendorff (2006) nos invita a pensar como los objetos que diseñamos se transformarán en el futuro, no solo porque eventualmente se desintegraran, dejaran de funcionar o serán desechados, sino, a pensarlos como una manera de visualizar desde hoy el futuro, en la medida en la que sabemos que ellos estarán ahí y podemos preveer en que estado se encontrarán. Para generar nuevas alternativas de futuro viables y deseables es necesario que los diseñadores se arriesguen a usar su intuición informada, para poder innovar radicalmente en la producción de un futuro que otros no son capaces de visualizar. Es necesario que los diseñadores generen capacidades para la inferencia y la valoración abstracta de ideas hipotéticas.

6. Crear conocimiento útil para diseñadores y no diseñadores y compartirlo. Manzini dice que dada la complejidad de los problemas de la sostenibilidad, se hace necesario crear espacios para la construcción de bases comunes de conocimiento que puedan irse nutriendo a partir de la investigación en diseño y que puedan ser utilizadas tanto por diseñadores como por no diseñadores. Sin embargo esta construcción de conocimiento solo se hará posible si los diseñadores conocen las características que permiten que los resultados de la investigación sean útiles.

Estas características incluyen la capacidad para el registro, la divulgación, la posibilidad de replicar las experiencias y obtener resultados parecidos etc. Niveles de desarrollo del diseñador: Dorst (2008) cita a Dreiffus para explicar las diferentes etapas de desarrollo de un diseñador: el inocente, el principiante, el principiante avanzado, el competente, el experto, el maestro y el visionario. Podemos inferir que el nivel de un estudiante de diseño en pregrado corresponde con un diseñador “competente” es decir aquel que en palabras de Dorst es capaz de “Seleccionar los elementos de una situación que son relevantes, desarrollar planes de acción para lograr las metas y capaz de buscar oportunidades, y crear situaciones de diseño a través del pensamiento estratégico.”

## **CONCLUSIONES:**

Aunque los diseñadores hemos contribuido y seguimos contribuyendo al deterioro del planeta, podemos contribuir a su preservación siempre que seamos capaces de proponer nuevos valores sociales, nuevos modelos de identidad que no se fundamenten en el consumo y repensar nuestro rol en la economía y la sociedad. Que el propósito más importante del diseñador hoy es asegurar el bienestar de los usuarios y el planeta. Que las habilidades y competencias más importantes para los diseñadores que enfrentarán el reto de la sostenibilidad son la capacidad para analizar

problemas complejos, la intuición informada, la capacidad de liderazgo y para trabajar en equipos inter y transdisciplinarios.

## **BIBLIOGRAFIA**

Fry, T. (2008) "The Voice of Sustainment: The Gap in the Ability to Sustain" en Design Philosophy Papers, núm. 1, 2008, [en línea], disponible en: [http://www.desphilosophy.com/dpp/dpp\\_journal/journal.html](http://www.desphilosophy.com/dpp/dpp_journal/journal.html), recuperado el 17 de Julio de 2008.

Ochoa, C. El diseño y las ciencias humanas. Hacia una concepción integral, s.d.  
Bayazit, N. (2004) "Investigating Design: A Review of Forty Years of Design Research", en Design Issues, vol. 20, núm. 1, pp. 16-29.

Manzini, E. (2006) "Design, ethics and sustainability", [en línea], disponible en: [www.dis.polimi.it/manzini/papers/06.08.28/Design\\_ethics\\_sustainability.doc](http://www.dis.polimi.it/manzini/papers/06.08.28/Design_ethics_sustainability.doc), recuperado el 30 de agosto de 2007.

Krippendorff, K. (2006) "An Exploration of Artificiality", en Artifact, 21 April 2006, vol.1, núm. 1, pp. 17 - 22

Dorst, K. (2008) "Design research: a revolution waiting to happen", en Design Studies, vol. 29, núm. 1, pp. 4/11.

Findeli, A. et al. (2008) "Research Through Design and Transdisciplinarity: A Tentative Contribution to the Methodology of Design Research", en Swiss Design network Symposium, 2008, pp. 67/91.