

ArtyHum, 77, 2020, pp. 49-64.

ARTE

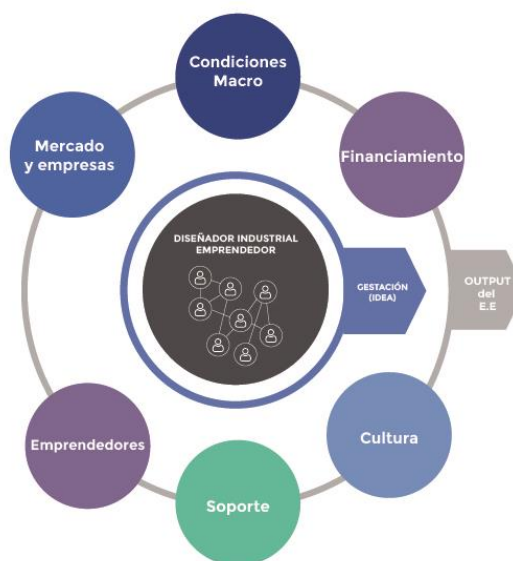
LA PERMEABILIDAD DEL DISEÑO: EL DISEÑADOR INDUSTRIAL EMPRENDEDOR COMO AGENTE DE INTEGRACIÓN DE DISCIPLINAS Y SABERES.

Por Enrique D'Amico.

Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires.

Fecha de recepción: 19/09/2020.

Fecha de aceptación: 26/09/2020.



Resumen.

El objetivo de este trabajo es relacionar algunos conceptos provenientes de las Ciencias Sociales y la estética pero que a nuestro entender un potencial aplicativo en el ámbito del diseño y el emprendedorismo.

En primera instancia, se trabajará la noción de dispositivo de Giorgio Agamben (2015), articulada con el concepto de ecosistema emprendedor.

En segundo lugar, el concepto de discurso, planteado por Foucault (1969), y su aplicación al campo del diseño industrial.

El tercer concepto trabaja la idea de contemporaneidad que propone Agamben (2009 y la relación con la temporalidad propia del diseño industrial).

Por último, se concluye un ejercicio comparativo entre los diseñadores y emprendedores un accionar prospectivo de los futuros diseñadores que decidan emprender de manera crítica.

Palabras clave: *Discurso, Diseño Industrial, Dispositivo, Ecosistema Emprendedor.*

Abstract.

The aim of this paper is to relate some concepts from the Social Sciences and aesthetics that we consider have the potential to be applied in the area of design and entrepreneurship.

Firstly, we will work with the concept of device developed by Giorgio Agamben (2015), together with the notion of entrepreneurial ecosystem.

Secondly, we will deal with the concept of discourse developed by Foucault (1969) and its application in the industrial design field.

The third notion we will discuss will be that of contemporaneity proposed by Agamben (2009) in relation with the internal temporality of industrial design.

Finally, we will finish with an exercise of comparison between designers and entrepreneurs regarding future-related actions of future designers who decide to become critical entrepreneurs.

Palabras clave: *Discourse, Industrial Design, Device, Entrepreneurial Ecosystem.*

Ecosistema emprendedor como dispositivo: La máquina de ser feliz.

Cuando hablamos de ecosistema emprendedor, nos referimos a *“el conjunto de actores, factores y procesos interconectados en una región geográfica específica que de manera formal o informal se conectan, arbitran y gobiernan el ambiente emprendedor local, con el fin de fomentar el espíritu, la innovación y el crecimiento empresarial determinando la creación de empresas innovadoras y de rápido crecimiento”⁵⁷*.

El enfoque propuesto en este trabajo, entiende al emprendedorismo como una herramienta de la *micropolítica*⁵⁸, para alcanzar la

gubernamentalidad, a través de la transformación microsubjetiva de aquellos sujetos que devienen en emprendedores, transformándolos en *“empresarios de sí mismos”*.

La aplicación de estas micropolíticas mencionadas, se logran, mediante la creación de un dispositivo, que engloba e interrelaciona de manera compleja y rizomática, a un conjunto híbrido de actores y factores en una región determinada. Dicho dispositivo, en este caso, es el ecosistema emprendedor en sí y será el espacio en donde se disputen esos *“juegos de poder”* entre dichos actores, incluidos claro está, los diseñadores industriales.

Al referirte, al concepto de dispositivo, Agamben plantea:

“Lo que trato de indicar con este nombre es, en primer lugar, un conjunto resueltamente heterogéneo que incluye discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas, brevemente, lo

⁵⁷ MASON, C.; BROWN, R.: "Entrepreneurial Ecosystems and growth oriented entrepreneurship", *Reporte final para la OECD*, París 30.1, 2014, pp. 77-102.

⁵⁸ La operación propia de la acción *macropolítica* consiste en insertarse en las tensiones que se producen entre polos en conflicto en la distribución de los lugares establecida por la cartografía dominante en un determinado contexto social (conflictos de clase, de raza, de religión, de etnia, de género, etc.). Son relaciones de dominación, de opresión y/o de explotación, en las cuales la vida de aquéllos que se encuentran en el polo dominado tiene una potencia reducida debido a que se convierten en objetos de aquéllos que se encuentran en el polo dominante y que los instrumentalizan (por ejemplo, la fuerza de trabajo de unos que se emplea para la acumulación de plusvalía de los otros). La acción macropolítica se inscribe en el corazón de estos conflictos, en un combate por una redistribución de lugares y sus agenciamientos con miras a lograr a una configuración social más justa. ROLNIK, S.:

“Furor de archivo”, Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia, 2008, Vol. 9, N° 18-19, p. 17.

dicho y también lo no-dicho, éstos son los elementos del dispositivo. El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos”.

“... por dispositivo, entiendo una especie -digamos- de formación que tuvo por función mayor responder a una emergencia en un determinado momento. El dispositivo tiene pues una función estratégica dominante.... El dispositivo está siempre inscripto en un juego de poder⁵⁹”.

Este concepto es muy valioso para el campo del diseño industrial, ya que los diseñadores solemos estar habituados a una acepción material-sensorial del concepto “dispositivo”, algo así como un sinónimo de artefacto. Sin embargo, la desmaterialización de la noción de “dispositivo” facilita la comprensión del entramado complejo que hay entorno a cada producto, representado en una especie de “aura⁶⁰” que emerge de sus condiciones de producción y que

podrá ser replicable en otros ecosistemas diversos si se logra rescatar la especificidad de cada caso.

Además, da lugar a desarmar la “promesa de felicidad⁶¹” que pregona la retórica emprendedora, y permite potenciar al emprendedorismo como medio para generar valores alternativos a los establecidos, y con un mayor anclaje territorial (en sentido amplio), por parte de los diseñadores.

Asimismo permite tomar distancia y esbozar estrategias de vinculación con los diversos actores e instituciones, y observar el lugar que ocupa el diseñador en la cadena de valor en la que se desenvuelve. Si bien este texto, busca generar un corrimiento del foco que hay actualmente en la variable

cosa. Claro que sólo ella; pero lo que se tambalea de tal suerte es su propia autoridad” (BENJAMIN, W.: La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. Barcelona, Ediciones Godot, 2019, p. 22).

⁶¹ *“Experimentar un objeto en términos afectivos o sensoriales supone dirigirse no solo hacia un objeto sino también hacia aquello que lo rodea, entre lo que se cuenta también lo que está detrás de dicho objeto, es decir, las condiciones de su aparición. Lo que está en torno a un objeto también puede resultar feliz: si uno recibe algo delicioso en determinado lugar, ese lugar se inviste de felicidad, como si fuera la “cosa” hacia la que se dirige la emoción positiva. O, si lo recibimos de alguien que amamos, el objeto mismo adquiere mayor valor afectivo, ya que al verlo pensamos en la persona que nos ha hecho el obsequio. Si algo es cercano a un objeto feliz, puede resultar feliz por asociación” (AHMED, S.: La promesa de la felicidad: una crítica cultural al imperativo de la alegría. Buenos Aires, Caja Negra, 2019, p. 67).*

⁵⁹ AGAMBEN, G.: *¿Qué es un dispositivo?: seguido de El amigo; y de La Iglesia y el Reino.* Barcelona, Anagrama, 2015, p. 1.

⁶⁰ *“La autenticidad de una cosa es la cifra de todo lo que desde el origen puede transmitirse en ella desde su duración material hasta su testificación histórica. Como esta última se funda en la primera, que a su vez se le escapa al hombre en la reproducción, por eso se tambalea en ésta la testificación histórica de la*



económica para la evaluación de emprendimientos, se pretende que las alternativas propuestas sean sostenibles y permitan una integración menos desigual de los diseñadores al sistema productivo.

Por último, en este contexto de expansión disciplinar descrito en la introducción, la noción de dispositivo, amplía el campo de acción del diseñador, ya el diseñador tiene las herramientas para actuar como agente integrador de diversos saberes y disciplinas, aspecto que singulariza el know-how de los diseñadores en relación a otras disciplinas y que permiten edificar su identidad colectiva.

Discurso.

El diseño desde sus orígenes habla el lenguaje de la fábrica, de la producción en serie, y dialoga permanente con el mercado y sus necesidades insatisfechas, y cuando no las detecta, las crea⁶². En términos de Berardi:

⁶² El consumidor real deviene consumidor de ilusiones. La mercancía es esta ilusión efectivamente real, y el espectáculo su manifestación general. DEBORD, G.: *La sociedad del espectáculo*. Valencia, Pre-textos, 2003, p.27.

“El diseñador es la creación de interfaces de utilidad social, y también de traducción del objeto tecnológico al lenguaje de la mercancía. El diseñador es la interfaz entre el inventor y el usuario, pero también, entre la tecnología y la explotación económica de los productos de la mente⁶³”.

Estos son sólo algunos de los rasgos que a nuestro entender forman parte de una *narrativa predominante, hegemónica y centralista* del diseño industrial.

Esta jaula semántica, obtura el campo de visión y excluye a *otro(s)* diseño(s) industriale(s) posibles, y desalienta aquellas experiencias, que coexisten de manera conflictiva desde la exterioridad, y que no hacen más que suscitar otros escenarios⁶⁴ alternativos dentro de las reglas del capitalismo.

⁶³ BERARDI, F.: *Futurabilidad. La era de la impotencia y el horizonte de la posibilidad*. Buenos Aires, Caja Negra, 2018, p. 245.

⁶⁴ En palabras de **Liam Gillick**: *“La producción de escenarios es uno de los principales elementos que permiten mantener el nivel de movilidad y de invención que necesita el aura dinámica de la así llamada economía de mercado”* (citado por BOURRIAUD, N.: *Postproducción*. Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2009, p. 54). En este sentido, y como indica **Debord** (*Op. cit.*, p. 23), la economía transforma el mundo pero lo transforma solamente en mundo de la economía.



En términos faucoultianos:

“el discurso no tiene únicamente un sentido o una verdad sino una historia y una historia específica que no lo lleva a depender de las leyes de un devenir ajeno⁶⁵”, y agrega, “el conjunto de reglas que caracterizan una práctica discursiva (...) comprometidas en aquello mismo que ligan⁶⁶”.

Desde una perspectiva Historiográfica del Diseño, predominaron los discursos basados en una cronología de sucesiones estilísticas, que referencia de manera casi automática a las diversas épocas que atravesó esta disciplina, con diversos estilemas o rasgos semánticos asociados a los respectivos recortes temporales. El Diseño se convierte en adjetivo y es percibido como un rasgo de los objetos (*“mueble de diseño”, “producto con diseño innovador”, etc.*) lo cual fortalece su difusión, pero desalienta la formación de una cultura del proyecto.

Sin embargo, se puede hablar de diseño, sin hablar de Diseño. Como enuncia **María del Rosario Bernatene**:

La Historia del Diseño permite la articulación de lo producido en varios campos del saber, a los cuales, a su vez, enriquece: la Semiótica, la Sociología de la vida cotidiana, la Historia de la Ciencia y la Tecnología, la Historia de la Cultura, la Antropología Cultural, la Historia de la Arquitectura, del Arte y la Historia general, perspectivas que deben ser integradas en el desarrollo de los contenidos teóricos. Bajo este constructo es que la Historia del Diseño Industrial se vuelve rica en cuanto a posturas, miradas, y posiciones ideológicas, ya no solo desde los distintos enfoques de una misma disciplina, sino en la toma de decisiones para definir que otras disciplinas están operando, y cómo éstas brindan nuevas instancias de reflexión⁶⁷.

⁶⁵ FOUCAULT, M.: *La arqueología del saber* (1969). Buenos Aires, Siglo XXI, 1997, p. 216.

⁶⁶ *Ibidem*, p. 217.

⁶⁷ BERNATENE, M^º del R.: *Historiografía del diseño*. Buenos Aires, Universidad de Palermo, 2014. La historiadora reflexiona sobre las múltiples entradas a la hora de abordar la Historia del Diseño Industrial, y pone en crisis los trazados historiográficos heredados del arte y de la arquitectura. Disponible en línea: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/imagenes/trabajos/14527_59717.pdf [Fecha de consulta: 16/07/2020].

En la actualidad, creemos relevante atender la dialéctica existente entre el discurso y la práctica del diseño.

¿Es posible llevar a cabo una práctica del Diseño sin un discurso que lo delimite?, o bien, ¿es posible que el discurso del diseño emerja de las prácticas que llevan a cabo los diseñadores?

Podemos aventurar, que entre el discurso de diseño y la práctica laboral hay un desfase intencional, una “falsa prolijidad”. Tanto los discursos, como la enseñanza del Diseño en las academias, suelen estar estructurados de manera ordenada, y dotados de cierta pulcritud cronológica (valores propios de la visión Moderna), en la cual los procesos se dan de manera ordenada, y los cambios entre una etapa del proceso de Diseño y otra, están bien definidos y son secuenciales.

Lo cierto, es que este aspecto, genera una distancia entre los estudiantes de diseño, y los escenarios reales y las contingencias con las que se enfrentan en la práctica profesional. En ese sentido, coincidimos con **Bonsiepe**, en que a diseñar se aprende

en la práctica⁶⁸, y que la construcción de los discursos de Diseño, deberá ser coral, incluir diversos relatos y experiencias, y deberá resignar la formalidad del discurso “políticamente correcto”, que construye una ficción que dista del escenario en el que se desenvuelven los diseñadores.

En relación a los discursos destinados a los diseñadores industriales emprendedores, y los emprendedores en general, podemos definir algunos de sus principales rasgos:

a) Establecen, una relación casi automática y siempre positiva entre emprendedorismo -generación de empleo- desarrollo económico. Posiciona a este fenómeno como inobjetable, para cualquier gobierno a la hora de diseñar políticas públicas, e incluso cobran aún más fuerzas por tratarse de un “fenómeno de moda” y cuya implementación es menos costosa que la creación de *clústers*, sistemas regionales de innovación, parques industriales, etc.

b) Son discursos basados en la meritocracia, el individualismo, y que tienden a desvincular el desempeño del

⁶⁸ BONSIEPE, G.: *El diseño de la periferia*. México D.F., Gustavo Gili, 1985, p. 39.

emprendimiento, del capital social disponible por el emprendedor. Berardi⁶⁹, sostiene que, en la medida en que el trabajo cognitivo se convirtió en la principal fuerza de valorización, los poderes económicos intentaron someter a los cognitarios a la ideología del mérito, o la meritocracia, con el propósito de destruir la solidaridad social de la fuerza intelectual.

c) Se crean estereotipos y casos de éxitos iconográficos, y se desvinculan esos actores de los contextos de los cuales emergen, dando lugar a lo que *Eric Sadin* denomina “*silicolonización del mundo*”⁷⁰.

d) Discursos que emergen de contextos tecnológicos particulares (plataformas digitales, desarrollo de software, TIC, etc.) y buscan aplicarse acriticamente a cualquier contexto productivo. Generan exclusión y evidencian la necesidad de generar nuevas categorías y enfoques que incluyan a otros sectores productivos, incluido, el Diseño Industrial.

En relación a esto, coincidimos con *Boaventura de Sousa Santos*, cuando afirma que “*el emprendedorismo le da glamour a la precariedad*”⁷¹. Es por ello que identificar el modo en que se muestra el emprendedorismo, también es una manera generar estrategias que funcionen como vías de escape a esos relatos predominantes, y en consecuencia que configuren un lenguaje propio para los emprendimientos basados en diseño.

Temporalidad interna del diseño.

La ampliación de las incumbencias del Diseño es coherente, si enmarcamos al Diseño Industrial como una disciplina que nace con la *Revolución Industrial*⁷², y que se mueve siguiendo los valores de ese “*proyecto inconcluso*”⁷³, llamado *modernidad*, en

⁶⁹ BERARDI, F.: *Futurabilidad. La era de la impotencia y el horizonte de la posibilidad*. Buenos Aires, Caja Negra, 2019, p. 226.

⁷⁰ SADIN, E.: *La silicolonización del mundo: la irresistible expansión del liberalismo digital*. Buenos Aires, Caja negra, 2018.

⁷¹ “Entrevista al sociólogo Boaventura de Sousa Santos”, *Revista Arcadia*, 29 de Octubre de 2019. Disponible en línea:

<https://www.revistaarcadia.com/impresaportada/articulo/el-emprendedurismo-le-da-glamour-a-la-precariadad-boaventura-de-sousa-santos/78712/> [Fecha de consulta: 01/08/2019].

⁷² Con la *Revolución Industrial*, la división manufacturera del trabajo y la producción masiva para el mercado mundial la mercancía aparece efectivamente como una potencia que viene ocupar realmente a la vida social. DEBORD, G.: *La sociedad del espectáculo*. Valencia, Pre-textos, 1967, p. 24.

⁷³ MIGNOLO, W.: *La idea de América Latina (la derecha, la izquierda y la opción decolonial)*. CRÍTICA Y EMANCIPACIÓN, [S.I.], pp. 251-276, Junio de 2009. Disponible en línea:

el cual el horizonte al que se pretende llegar, se aleja con cada paso que damos.

Se da entonces, un proceso de reinención y relegitimación permanente del escenario planteado por el capitalismo. Sin embargo, estas transformaciones suelen ocurrir dentro de los perímetros que proponen el capitalismo, y su lógica de acumulación permanente.

El contexto al que debió adaptarse el diseño, y del cual también éste es autor material, es la globalización: en términos de *Castells*, *globalización* no es sinónimo de *internacionalización*. En sentido estricto es el proceso resultante de la capacidad de ciertas actividades de funcionar como unidad en tiempo real a escala planetaria⁷⁴.

A partir de esto, se desprende un interrogante: ¿Cuál es la temporalidad del Diseñador Industrial Contemporáneo? ¿Desde qué temporalidad se diseña el futuro?

Si analizamos el quehacer profesional, el diseñador configura escenarios futuros a partir de herramientas del presente.

Dicho de otro modo, el presente es un proyecto anterior, y en este sentido, resulta interesante pensar, en los términos de *Barthes*, que lo contemporáneo involucra lo intempestivo, la no coincidencia, el desincronismo y el anacronismo.

Por su parte, Agamben propone que:

“El contemporáneo no es sólo aquel que, percibiendo la oscuridad del presente, aferra su luz que no llega a destino; es también quien, dividiendo e interpolando el tiempo, está en condiciones de transformarlo y ponerlo en relación con los otros tiempos, de leer en él de manera inédita la historia, de “citarla” según una necesidad que no proviene en modo alguno de su arbitrio sino de una exigencia a la que él no puede dejar de responder⁷⁵”.

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/ojs/index.php/critica/article/view/188>

[Fecha de consulta: 10/07/2020].

⁷⁴ CASTELLS, M. et al.: *Globalización, identidad y estado en América Latina*. Santiago de Chile, PNUD, 1999, p. 1-18.

⁷⁵ AGAMBEN, G.: "¿Qué es ser contemporáneo?", *Diario Clarín*, 29, Buenos Aires, 2009, pp. 28-29.



Esto lleva a repensar la cuestión de la temporalidad heredada de la Modernidad. La vinculación del Diseño con una temporalidad única, lineal y en avance, que se materializa en un *loop* de innovaciones permanentes y que parecieran referenciarse a un “estado del arte global”. Es decir, lo nuevo, lo original, debe ser nuevo “para el mundo”.

Paul Virilio (2012), plantea que esta visión puesta en el futuro, y la inmediatez con la que suceden las cosas, genera una “pérdida lateralidad”, lo que a nuestro entender, resulta en una desvinculación de las condiciones de posibilidad del territorio en el cual se desempeña el Diseño. Además, genera una sensación de atraso, que es meramente relacional, y le confiere al diseñador una idea restrictiva de la originalidad, en la que toda propuesta de diseño (vinculada a la mejorabilidad de las condiciones presentes), debe ser disruptiva en relación a esa univisión espacio-temporal.

Siguiendo con esta concepción espacio-temporal, y habiendo abordado la definición de “Dispositivo”, podemos relacionar ambos conceptos con un modo de pensar a la obra de Arte (en nuestro caso, los productos), y vislumbrar alternativas que amplíen la noción de originalidad para los diseñadores.

Nicolas Bourriaud enuncia que:

“La obra de arte puede entonces consistir en un dispositivo formal que genera relaciones entre personas o surgir de un proceso social - un fenómeno que he descrito con el nombre de estética relacional cuya principal característica es considerar el intercambio interhumano en tanto que objeto estético de pleno derecho⁷⁶”.

Pensar de este modo a cualquier aporte que haga el Diseño a la Cultura material, da lugar a que la originalidad pueda estar puesta justamente, en qué tipo de relaciones se generan en ese intercambio humano con otros actores para la materialización de productos y que no solo se perciba al profesional como un operador de

⁷⁶ BOURRIAUD, N.: *Postproducción*. Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2009, pp. 35-36.



Diseño puesto al servicio de fines meramente tecnocráticos.

También, invita a salirse de la lógica de inmediatez que exige el contexto actual, y pone en relevancia el rol que con frecuencia experimentan los diseñadores, que se transforman en una suerte de “*especialistas temporales*” de acuerdo al proyecto en el que se encuentran trabajando, y a su vez pone en práctica una capacidad de absorción de los saberes para resolver proyectos de diversas índoles.

Por último en relación a la temporalidad, en la era del capitalismo cognitivo que atravesamos actualmente, se habla de un mercado laboral vinculado a la economía temporal [gigeconomy]⁷⁷, implica pensar al diseñador industrial como una especie de “*trabajador golondrina*” que ya no establece vínculos estables con los sectores productivos, sino que se relaciona de manera temporal y estratégica de acuerdo a la demanda de su servicio, y se desarticula poco a poco su estrecha relación con los

sectores industriales. Esta idea fue expresada por **Casullo**, quien expresó que “*las mutaciones tecnológicas productivo de corte cibernético-informático-comunicacional quebraron el roll de los actores sociales de la clásica era industrial, y desestructuraron el poder político, ideológico, e institucional obrero, y el destino que les fijaba una “vieja” historia*⁷⁸”.

Este concepto de la economía temporal, si bien representa de algún modo la esencia flexible del diseñador, como muchos *neologismos*, sirven para disimular aspectos vinculados a la informalidad, y la precarización laboral y la escasa capacidad de absorción del mercado laboral, que impulsan a los diseñadores a volverse emprendedores, estableciendo lo que **Ricardo Blanco** resumen en la siguiente frase: hoy el Diseño en Argentina, es una cuestión entre el diseñador y el objeto, la industria no participa⁷⁹.

⁷⁷ Ver: **Nick Srnicek** (2018) *Capitalismo de plataformas*, en la cual aborda la economía del trabajo temporal [gigeconomy], la economía compartida [sharingeconomy] y “*cuarta Revolución Industrial*”.

⁷⁸ CASULLO, N.: *Las cuestiones*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2007, p. 15.

⁷⁹ BLANCO, R.; NAPOLI, R., *Op. cit.*, p. 47.



Aproximaciones finales: El diseñador industrial emprendedor y los outsiders del diseño⁸⁰.

“El diseño no es una profesión, es una actitud⁸¹”.

Como se ha expuesto, el emprendedorismo se presenta como un fenómeno abierto y plural en el que cualquier persona con actitud emprendedora está habilitada a participar del mismo. No se necesita un “título” para ser emprendedor. Y cabe preguntarnos: ¿Hace falta un título que legitime el ejercicio del Diseño Industrial?

En primer lugar, tanto el diseñador como el emprendedor, deben lograr que “*las cosas pasen*”. Es decir, deben utilizar recursos del presente para configurar escenarios futuros. Pareciera que los diseñadores, inevitablemente deben ser emprendedores, imaginar lo ausente.

A su vez, tanto el diseño industrial, como el emprendedorismo, se caracterizan por la ausencia de discurso disciplinar rígido o unívoco.

Así es como no existe una definición cerrada sobre qué es ser un emprendedor, y más aún, cuáles son habilidades específicas, sino que esta actitud se demuestra con el quehacer en sí mismo.

Otro rasgo común, es el *pensamiento Integrador y sincrético*: Tanto los diseñadores, como los emprendedores se enfrentan a la necesidad de articular un sinnúmero de variables endógenas y exógenas que les impone el contexto de producción, y que deben funcionar de manera sinérgica para lograr que sus proyectos se realicen.

Existe una hibridación de actores y factores que no es sinónimo de fusión sin contradicciones, sino que refleja el rol que cobra el diseñador cómo una especie de traductor de todas esas fuerzas e intereses que tensionan a la hora de diseñar y llevar a cabo un producto, y cuya resultante es la forma final que se le designa al producto.

⁸⁰ Por *Outsiders del Diseño* entendemos aquellos actores que emprenden y ejercen el diseño sin tener título académico formal.

⁸¹ MOHOLY-NAGY, L.: *Vision in Motion*. Chicago, Bauhaus Dessau Foundation, 1947, p. 42.

En el caso del Diseño, este modo de comprender al diseño corresponde al enfoque que propone al Diseño Industrial como una disciplina integradora⁸²:

“Las disciplinas integradoras tienen como finalidad servir al enriquecimiento de la vida humana a través del entendimiento, la comunicación y la acción”.

En palabras de **Franco Berardi**: El diseño es arte e ingeniería en cuanto a artista, el diseñador concibe un mundo para un objeto; como ingeniero, construye un objeto para el mundo⁸³.

Y en el caso de los emprendedores, al igual que algunos artistas por ejemplo, ejercen de manera inconsciente (o no) la *postproducción*⁸⁴, es decir, toman de manera desprejuiciada elementos ya existentes, para crear nuevos relatos y nuevas

significaciones, elaborando nuevas encadenamientos relacionales y propone nuevos productos en nuevos contextos.

Como enunció **Duchamp** en relación a la palabra “*crear*”: es insertar un objeto en un nuevo escenario, considerarlo como un personaje dentro de un relato⁸⁵.

Esta capacidad está vinculada con otro rasgo común, que es el *ingenio* como elemento identitario: Muchos autores que han abordado el tema de la identidad del Diseño Industrial argentino, coinciden en que no se puede hablar de una identidad en forma unívoca, sino que debe hablarse desde la pluralidad, es decir, de identidad(es).

Fundamentalmente, coinciden en que el común denominador que existe a la hora de hablar de las identidades del diseño industrial argentino, no debe buscarse en ciertos estilemas o aspectos morfológicos, sino que esa respuesta se halla en el quehacer de los profesionales, destacando como rasgo principal, el *ingenio*⁸⁶.

⁸² BUCHANAN, R.: "Wicked problems in design thinking", *Design issues*, 8.2, 1992, pp. 5-21.

⁸³ BERARDI, F.: *Futurabilidad. La era de la impotencia y el horizonte de la posibilidad*. Buenos Aires, Caja Negra, 2019, p. 243.

⁸⁴ La obra de arte puede entonces consistir en un dispositivo formal que genera relaciones entre personas o surgir de un proceso social, un fenómeno que he descripto con el nombre de estética relacional cuya principal característica es considerar el intercambio interhumano en tanto que objeto estético de pleno derecho. BOURRIAUD, N., *Op. cit.*, pp. 35-36.

⁸⁵ *Ibidem*, p. 25.

⁸⁶ Recomiendo la lectura de: BIANCHI, P.; SANGUINETTI, M.: *Hecho en Argentina: Reflexiones en torno a la identidad del diseño industrial local*. 1ª ed. Rafaela, Ediciones UNRaf, 2018.



Es decir, hay una valoración a la resolución creativa de problemas con recursos limitados, aspecto que **Ronald Sheakespeare** sintetiza de manera contundente cuando afirma que “no existe un diseño industrial argentino, pero existen soluciones argentinas para problemas de diseño⁸⁷”.

El Diseño, por ejemplo, tiene la capacidad de tener un lenguaje unificador que permite poner en diálogo a los tres enfoques que participan en el desarrollo de productos: la ingeniería/tecnología de fabricación (entendiendo a la tecnología en sentido amplio y no como mero aspecto tecnocrático), a su comercialización (marketing) entendiendo que ese producto debe ser vendible, y a sus destinatarios (usuarios).

De este modo, el producto es sólo un elemento más del proceso de Diseño, y el diseñador, en rigor, se encarga de diseñar el sistema que lo rodea.

Conclusiones.

Este texto buscó hacer un ejercicio de asociación de conceptos teóricos provenientes de diversas áreas, con el fin de que aporten a la construcción de una *intención de diseño crítica* y con apertura epistemológica.

Por otro lado, invita a la visibilización de aquellos relatos que son desacreditados por los discursos dominantes, que aplican una suerte de “*sordera defensiva*⁸⁸” a través de la generalización y descrédito de experiencias que proponen narrativas divergentes a la retórica moderna, presentándolas como experiencias aisladas, de bajo impacto en la Cultura material y principalmente insostenibles desde la perspectiva económica.

Adicionalmente, incorpora una visión diversa de los diseños industriales que se construyen cotidianamente en la práctica del Diseño Industrial, y que en el contexto laboral actual erosionan la subjetividad de los diseñadores con el fin de que sean emprendedores a cualquier precio, o mejor dicho, poniendo su subjetividad como recurso

⁸⁷ Entrevista televisiva. *Vivo en Argentina - Diseño argentino: Ronald Sheakespeare*. Emitida el 16 de Febrero de 2012 por la TV Pública Argentina. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=4vH5odx8IMg> [Fecha de consulta 16/02/2012].

⁸⁸ ROLNIK, S., *Op. cit.*, p. 122.

competitivo para paliar las ventajas comparativas que poseen las empresas ya establecidas contra las cuales compiten.

Sin embargo, sin ánimos de romantizar al emprendedorismo, este análisis permite ver que la figura del emprendedor y del diseñador tienen muchos puntos de contacto, y que esa laxitud que ofrecen las definiciones del diseño puede ser las que le otorgan licencias para ingresar, cuando lo necesita, a otras áreas del conocimiento, para generar asociaciones particulares o transpolar soluciones de un contexto a otro, generando respuestas que sean originales para su contexto de aplicación.

Por último, compartimos una idea de **Macedonio Fernández**, engloba de algún modo, el tono de este trabajo:

“Las cosas tienen una constante: estorbar, y una momentánea: servir. Quizás al conocimiento o la memoria les ocurre lo mismo⁸⁹”.

Tal vez, una forma de ejercer el Diseño desde cierta emancipación epistemológica, sea justamente, generar olvidos momentáneos, y dejar al margen ese bagaje histórico configurado desde los países del Centro, es decir, desde otros campos de enunciación ajenos al nuestro, y que buscan configurar prácticas que así como ocurre con la academia y la práctica profesional, están separadas por una enorme distancia.

En fin, ante la pregunta, de por qué los diseñadores siguen emprendiendo, si las condiciones en las que se desarrolla el diseño en nuestra región no son las adecuadas, y dichas prácticas son desacreditadas constantemente? Creemos que la respuesta es ¿Por qué no?

⁸⁹ FERNÁNDEZ, M.: *Cuadernos de todo y nada*. Buenos Aires, Ediciones Corregidor, 2014.



BIBLIOGRAFÍA.

AGAMBEN, G.:

- (2009): “¿Qué es ser contemporáneo”, *Diario Clarín*, Vol. 29, Buenos Aires.

-(2015): *¿Qué es un dispositivo?: seguido de El amigo; y de La Iglesia y el Reino*. Barcelona, Anagrama.

AHMED, S.:

- (2015): *La política cultural de las emociones*.

OLIVARES, M. (Trad.). México, Universidad Nacional Autónoma de México. Programa universitario de estudios de género.

- (2019): *La promesa de la felicidad*. Buenos Aires, Caja Negra.

BENJAMIN, W.: *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Barcelona, Ediciones Godot, 2019.

BERARDI, F.: *Futurabilidad. La era de la impotencia y el horizonte de la posibilidad*. Buenos Aires, Caja Negra, 2019.

BLANCO, R.; NÁPOLI, R.: *Sur, diseño y después*. Buenos Aires, Red Argenta Ediciones, 2009.

BONSIEPE, G.: *El diseño de la periferia*. México D.F., Gustavo Gili, 1985.

BOURRIAUD, N.: *Postproducción*. Buenos Aires, Adriana Hidalgo, 2009.

BUCHANAN, R.: “Wicked problems in design thinking”, *Design issues*, 8.2, 1992, pp. 5-21.

CASTELLS, M. et al.: *Globalización, identidad y estado en América Latina*. Santiago de Chile, PNUD, 1999, pp. 1-18.

CASULLO, N.: *Las cuestiones*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2007, p. 15.

DEBORD, G.: *La sociedad del espectáculo*. Madrid, Castellote, 1967.

FERNÁNDEZ, M.: *Cuadernos de todo y nada*. Buenos Aires, Ediciones Corregidor, 2014.

FOUCAULT, M.: *La arqueología del saber*. Buenos Aires, Siglo XXI, 1997.

ROLNIK, S.: “Furor de archivo”, *Revista Colombiana de Filosofía de la Ciencia*, 2008, Vol. 9, Nº18-19, pp. 9-22.

SADIN, E.: *La silicolonización del mundo: la irresistible expansión del liberalismo digital*. Buenos Aires, Caja negra, 2018.

SRNICEK, N.: *Capitalismo de Plataformas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, Caja Negra Editora, 2018.

MIGNOLO, W.: “La idea de América Latina (la derecha, la izquierda y la opción decolonial)”, *Crítica y emancipación*, Vol. 2, 2009, pp. 251-276.

MOHOLY-NAGY, L.: *Vision in Motion*. Chicago. Bauhaus Dessau Foundation, 1947.

VIRILIO, P.: *La administración del miedo*. Madrid, Pasos perdidos, 2016.

WEBGRAFÍA.

BERNATENE, M^a del R.: *Historiografía del diseño*. Buenos Aires. Universidad de Palermo, 2014. Disponible en línea:

https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/imagenes/trabajos/14527_59717.pdf

*Portada: *Esquema del Ecosistema Emprendedor*. Fuente: elaboración propia (2020).