

DIEZ MICRO-ENSAYOS SOBRE LA CULTURA DEL DISEÑO INDUSTRIAL ARGENTINO: MIRADAS PARA ALIMENTAR UN DEBATE INFINITO

D'Amico, Enrique

Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires (CIC), Calle 526 e/ 10 y 11 – (1900), La Plata, Buenos Aires, Argentina.

damico.enrique@gmail.com

RESUMEN: En el siguiente artículo reflexionamos en torno a la práctica del diseño industrial argentino, a partir de la articulación con la Filosofía, el Arte, la Sociología y otros campos del conocimiento que convergen en un texto escrito en clave literaria. El objetivo es actuar como disparador para repensar los modos en que los diseñadores industriales perciben y (se) perciben en relación a la disciplina y el universo simbólico que define (y condiciona) a la misma. Se abordarán aquí temas como: la identidad, las fronteras del diseño y su expansión, su vínculo con la tecnología, el desarrollo de conceptos y el diseño situado.

PALABRAS CLAVE: Diseño Industrial; Argentina; Cultura del Diseño.

TEN MICRO-ESSAYS ON THE CULTURE OF ARGENTINE INDUSTRIAL DESIGN: VIEWS TO FEED AN INFINITE DEBATE

ABSTRACT: In the following article we reflect on the practice of Argentine industrial design, from the articulation with Philosophy, Art, Sociology and other fields of knowledge that converge in a text written in a literary key. The objective is to act as a trigger to compensate the ways in which industrial designers perceive and (are) perceived in relation to the discipline and the symbolic universe that defines (and conditions) it. Topics such as: identity, the frontiers of design and its expansion, its link with technology, the development of concepts and situated design will be addressed here.

KEYWORDS: Industrial Design; Argentina; Design Culture.

INTRODUCCIÓN

A las ideas se las respeta anotándolas dice el sociólogo Alejandro Chucá en su libro *Metodología de la dispersión* [1]. Siguiendo esta premisa, estos micro ensayos agrupados bajo el nombre de *“Diez micro-ensayos sobre la cultura del diseño industrial argentino: miradas para alimentar un debate infinito”*, son el resultado de una serie de reflexiones en torno al diseño industrial, sus prácticas y principalmente, su cultura.

La idea de ensayar ideas y “pensar en borrador” resonó en mí a partir de una entrevista que escuché al dramaturgo argentino Mauricio Kartún, y me pareció interesante poder divulgar algunas reflexiones e ideas que están en proceso de desarrollo y cuyo registro de escritura espontánea pretende alejarse de algún modo de las formas que solemos usar en ámbitos académicos o espacios de investigación más formales, en los cuales el lenguaje está mediado por una fase de pensamiento y una serie de normas que lo condicionan y que indirectamente, le quitan frescura y vitalidad a los textos, y por qué no, lo separan de quién escribe, y peor aún, de quién lee esos textos.

Este artículo invita a pensar a las ideas como artefactos conceptuales que nos permiten percibir el mundo. Estos escritos inacabados, ofician como prototipos de dichos artefactos, pueden modificarse, adaptarse, descartarse y tomar diversas trayectorias de acuerdo a la receptividad de cada lector o lectora y la manera en que estos textos los interpelan para pensar y pensar (se) en relación al diseño.

DISCUSIÓN

A continuación, se desarrollarán algunos de los ejes que motorizan un sinnúmero de discusiones y debates alrededor del diseño industrial y su práctica.

El texto está estructurado en diez micro ensayos unitarios, que pueden leerse de manera autónoma, pero, cuyo hilo conductor es la cultura del diseño. Los temas abordados están vinculados a los prejuicios, la identidad y la mística dentro de la comunidad disciplinar, las concepciones en torno a la tecnología, la expansión del alcance disciplinar y las prácticas del diseño en la actualidad y su vinculación con otros campos, por nombrarlos de manera general.

El diseño y los prejuicios

“El prejuicio hace que veamos en la realidad lo que hemos decidido ver antes de mirarla” Norberto Chaves [2]

Todo artefacto diseñado surge de un contexto y una situación específica. Las motivaciones y la intencionalidad que hay detrás de cada entidad diseñada pueden ser infinitas. Ya sea porque son producto de la mente humana, y la ésta ha demostrado ser una máquina asociativa compleja que puede obrar en diversos sentidos, o bien, porque hacemos lo que podemos y en el medio está la vida. No siempre diseñamos lo que soñamos. Como señalara Montero en su libro el diseño de nosotros mismos [3]: “existen objetos muy bien diseñados, moralmente cuestionables”.

Complementariamente, el Diseño es una disciplina que concibe al mundo y a la cultura material desde la óptica de la perfectibilidad, es decir, defiende la idea de que todo puede (y debe) ser mejorado.

Esto puede leerse en al menos dos claves: en primer lugar, como un hecho que estimula la producción de un “mundo mejor” con todos los debates y disputas que esa premisa convoca; en segundo lugar, esta mejora continua de la producción del mundo puede derivar en una actitud prejuiciosa hacia el trabajo de los demás, por el solo hecho de que eso que se juzga podría mejorarse”, muchas veces sin una actitud crítica. El prejuicio es crítico sin argumento.

¿Será que criticamos lo que no entendemos?

Vale decir que la comunidad disciplinar del diseño, cuenta con un andamiaje discursivo que ha fomentado desde sus inicios la competencia y la mirada celosa del trabajo del que tenemos al lado. Creo que la cuestión de la “originalidad” y la neofilia (fuerte afinidad a la novedad) de los diseñadores también hicieron lo suyo para aumentar esa brecha.

Me gusta la idea del pensador Jorge Wagensberg [4], cuando plantea que “la perfección existe porque es imaginable, pero no es perfecta porque es inalcanzable”. Funciona de alguna manera como una utopía en la cual muchas veces los diseñadores dejan su vida.

Entonces, considero que el conocimiento tiene que servir para derribar prejuicios, y la manera de conocer un producto, más allá de los aspectos constitutivos evidentes (materiales, sensoriales y configurativos), es comprender cuál fue el recorrido y el sistema de decisiones que tuvieron lugar desde el inicio de la idea hasta la materialización del mismo y que justifican su razón de ser.

Si bien el diseño es recursivo en cuanto a su modo de operar, se trata de una disciplina casuística. Cada proyecto es singular y exige volver al método de manera diferente. Sin embargo, adoptar esa visión analítica y retrospectiva del producto que se está analizando, no solo permite asimilar el contexto del cual emergió, sino también, permite sistematizar esa experiencia y convertirla en un artefacto conceptual que puede servirnos a la hora de diseñar.

En suma, conocer permite salir de los juicios impulsivos y adquirir una visión más amplia de las expresiones que el diseño puede adquirir hoy en día, e incluso puede llevarnos a un nivel de disfrute intelectual de los trabajos de nuestros colegas, como así también el diseño que se ejerce de manera informal cualquier persona.

El diseño y las huellas

“Cualquier tecnología lo suficientemente avanzada es indistinguible de la magia” Arthur C. Clarke [5]

El diseño siempre deja huellas en su andar. Podemos pensar esta disciplina como una suerte de “antropología inversa”, en la cual los artefactos diseñados oficiarán en el futuro como insumos para reconstruir el devenir histórico del mundo, conocer los hábitos y las atmósferas simbólicas de cada época, y la relación que las personas establecían con los objetos.

Sin embargo, existe una tradición por borrar las huellas y asociar al diseño y la tecnología con un hecho mágico. No importa cómo se logra algo, importa *ese* algo que se logra. Incluso, cuanto más misteriosa sea esa relación de causa-efecto, mayor será el asombro de quien atraviesa esa experiencia. El diseño y los objetos son un gran iceberg con el cual nos vinculamos superficialmente, desconociendo toda la complejidad oculta que lo mantiene a flote.

Esta lógica también opera en los procesos productivos. Del mismo modo que cada producto funciona como huella dentro de la trama cultural en la cual está inserto, en los objetos también se imprimen huellas que permiten hacer la *ingeniería inversa* para deducir cómo se fabricó ese producto.

Esas huellas son síntomas de la operación mental y el proceso de manufactura que lo hicieron posible. La línea de cierre de matriz o la marca de los expulsores en una pieza inyectada, la rebaba de una pieza cizallada, los bordes de una pieza cortada en láser, por nombrar sólo algunos, son ejemplos de estas marcas involuntarias que, sobre todo en la etapa inicial de la carrera, sirven para que los estudiantes adquieran cierta sensibilidad sensorial del entorno que los rodea. ¿Quién no se regodeó contándole a un amigo cómo estaba hecha una botella de PET?

El último nivel en el ocurre este fenómeno, es en la huella del diseñador en el producto. Dando clases en los primeros años de la carrera, es recurrente que los estudiantes busquen explicitar materialmente la intervención del diseño. En lo concreto, hay una tendencia a la multifuncionalidad de los objetos, y el uso a crítico de los procesos productivos con una lógica lineal de la tecnología y con perspectivas no situadas. Algo así como una especie de prueba concreta y material de la intervención del diseñador en el desarrollo del producto. Esto sería como tener que dejarle la etiqueta a una remera para que se note que es nueva, no funciona así.

Prefiero pensar al diseño como algo invisible, algo que no se define, sino que se reconoce, se experimenta y cuando no está, se padece. Bruce Lee decía que “la simpleza es el camino más corto entre dos puntos” [6]. Creo justamente que el trabajo del diseño es trazar ese puente, generando estímulos que hagan ameno el andar, pero sin carteles luminosos distractivos que nos hagan chocar con la frustración y nos constriñe a cambiar el destino.

El diseño y la expansión.

“Todos los problemas del diseño convergen, finalmente, en un único gran problema: diseñar para la vida” László Moholy-Nagy

En la actualidad se habla mucho de que el diseño expandió sus fronteras. Su onda expansiva alcanza nuevas problemáticas, y a través de diversas estrategias comunicacionales y operaciones de marketing, el enfoque del diseño se volvió omnipresente. Esto se refleja, por ejemplo, en el resurgimiento del enfoque del diseño actitudinal. Esta idea planteada en la década del 30’ por László Moholy-Nagy [7], basada en la premisa de que “el diseño no es una profesión, sino una actitud”.

Hace un tiempo ya, que dejé de pensar al diseño como algo que deba definirse desde los métodos que utiliza. Creo que justamente, la libertad que tiene el diseño es la de poder usar todos los métodos, o ninguno, para llegar a un resultado. En eso el diseño es resultadista, es lo que es, no lo que debería ser.

El “lado b” de esto es que a veces la libertad asusta, paraliza. Además, la enseñanza del diseño, lleva en sus espaldas la tradición racionalista, vinculada a la aplicación de un método específico, una temporalidad cronológicamente organizada, secuencial y lineal, y una coherencia interna entre el binomio proceso-resultado. Estos escenarios controlados-ficticios, resultan útiles para sistematizar la enseñanza del diseño, pero difieren de la práctica profesional real, que suele ser más

caótica y rizomática, dejando entrever, tal como afirma Bonsiepe [8] que a diseñar se aprende en la práctica.

Mi hipótesis de juguete es que el diseño se vuelve un canal de autoexpresión, que permite a aquellos que lo experimentan, posicionarse con relación a un tema y problematizarlo. Independientemente de cómo lo lleva a cabo después y de su ejecución, ese recorte inicial de la problemática (meta-diseño) tiene una potencia enorme que incluso podrá ser capitalizada por otros actores. De juzgar esa solución se encargan las personas, el tiempo y los vínculos que se establezcan entre estas entidades simbólicas.

Es por esto, que reivindicó el diseño industrial emprendedor, el diseño emergente y me interesa prestar atención a las prácticas y modos de pensar el diseño llevado a cabo por aquellos que no estudiaron diseño y no tienen adherida la “cultura del diseño” [9], y están despojados de esa mochila. A pesar del argumento basado en el análisis de impacto económico, que suele desacreditar esta práctica auto-organizada, considero al emprendedorismo (ejercido de manera crítica y con anclaje territorial), como una herramienta clave para la expansión del diseño, y para que las personas, individual y colectivamente, concreten sus proyectos vitales y pongan al diseño a disposición del modo en que conciben el mundo y la expansión de sus sentidos.

El diseño y la identidad

Carlos Sorín es un cineasta argentino que se caracteriza por hacer películas con muy bajo presupuesto y en las cuales participan personas que no son necesariamente actores sino, habitantes de los lugares en los que filma. Las que más me gustan son: Historias mínimas (2002) y El perro (2004). En una entrevista le preguntaron qué película haría si le dieran el doble del presupuesto que usa habitualmente, y su respuesta fue: haría dos películas. Eso, para mí, es la identidad.

Estas líneas, escritas en clave literaria, me sirvieron para estructurar este relato vinculado a la identidad.

La identidad, como todo aquello que se construye, se manifiesta en el hacer, se hace paso a paso, y no está exenta de mutar en el tiempo. Se refleja en qué hacemos y cómo lo hacemos, y hoy en día, los diseñadores hacemos de todo, porque como dice Ronald Sheakspers “nos enseñan a resolver todos los problemas, excepto a llenar la heladera” [10].

Particularmente, no me incomoda que me cueste explicar de qué trabajo, o titubear ante la pregunta de ¿qué hace un diseñador industrial?

Creo que esa indefinición está en la esencia del diseño. Es difícil poner en palabras una definición que abarque la diversidad de esta disciplina, y no creo que el hecho de que cueste explicarlo se deba únicamente al desconocimiento que otros actores tienen acerca de lo que hacemos, sino también, a nuestra incapacidad de generar un discurso que representa esa complejidad basada en la diversidad.

Tuve la oportunidad de entrevistar a Analía Cervini, vicepresidenta de la Cámara Argentina de Diseño, plantea que “muchas veces se comete el error de querer homogeneizar al diseño y, en realidad, el diseño se caracteriza por la diversidad y no se puede simplificar. Si es diverso,

deben generarse estructuras que nos representen colectivamente respetando esa diversidad” [11]

Si tuviera que hacer un FODA, creo que esa indefinición ocuparía un lugar en el área de debilidades, pero también entraría a los codazos en la zona de oportunidades. La apertura que genera esa indefinición, va de la mano, de la oportunidad de explorar diversos temas y manifestaciones profesionales del diseño, siempre y cuando, insisto, eso permita llenar la heladera. No siempre se puede elegir.

En contrapartida, esa flexibilidad, se refleja en la falta de identidad colectiva y la falta de capacidad de organización que hemos tenido los diseñadores, y que ha impedido la falta de profesionalización e institucionalización de la disciplina, descansando con frecuencia en el argumento de que “somos una disciplina joven”.

Por último, me encanta que la definición que más ha circulado del diseño, la haya pronunciado alguien que no es diseñador. Es interesante que en el germen de nuestra disciplina esté metida esa paradoja. Me refiero a la definición (gastadísima) de Herbert Simon que afirma que: “diseña todo aquel que idea medidas de acción dirigidas a cambiar situaciones existentes en situaciones preferibles”.

Para concluir, comparto la definición de diseño de Ezio Manzini en “Cuando todos diseñan” [12], la cual introduce el aspecto cultural a la definición del diseño.

“El diseño es una cultura y una práctica que se ocupan de cómo deberían ser las cosas para conseguir las funciones esperadas y proporcionar los significados deseados. Se lleva a cabo en procesos abiertos de codiseño donde los agentes involucrados participan de diferente manera. Se fundamenta en una capacidad humana al alcance de cualquiera pero que en algunos casos, en concreto para los expertos en diseño, termina por convertirse en una profesión. El papel de estos expertos es propiciar y sustentar procesos de diseño planteados de manera abierta y cooperativa, haciendo uso de sus conocimientos para concebir y mejorar iniciativas bien enfocadas y definidas”.

El diseño y los conceptos.

“Un filósofo no es solamente alguien que inventa nociones, también inventa maneras de percibir”. Gilles Deleuze [13]

Hay quienes, desde nuestra posición periférica, critican el uso de conceptos y terminologías en inglés dentro del mundo del diseño, el emprendedorismo y la innovación. Mi postura respecto a eso, es que diseñar conceptos y transmitirlos también es tarea de los diseñadores. Esto está más claro en el mundo de la filosofía, por ejemplo, porque al diseñar un concepto o una noción, uno propone un modo alternativo de percibir el fenómeno que se pretende problematizar.

Referirse a conceptos es referirse al lenguaje, y hablar de lenguaje implica sumergirse en un juego de poder.

Cuando nos fastidiamos al escuchar que alguien promueve el “design thinking” como algo novedoso o vemos a un emprendedor incipiente presentarse como el “CEO” de su empresa, cuando ni siquiera cuenta con

un modelo de negocios viable, lo que en realidad estamos presenciando es una colonización discursiva y cultural. Se modifica la subjetividad de esos diseñadores, los cuales piensan y (se) piensan bajo esa lógica, y actúan en consecuencia como una suerte de impostores, reproduciendo modelos que nada tienen que ver con su realidad cercana.

Elaborar conceptos permite transmitir con mayor facilidad las ideas, genera sentido de pertenencia en los equipos de diseño, explicita intereses y expectativas en relación a un tema, y a su vez, permite sistematizar modos de accionar que pueden devenir en metodologías concretas.

Algunos ejemplos que podríamos nombrar de referentes de nuestro contexto son:

El concepto de *contra-diseño* de Eduardo Naso, el de *eclectismo tecnológico* de Hugo Legaria o el de *proyectualidad situacional* de María Ledesma, por citar solo algunos.

Tal vez, la tradición utilitarista y pragmática del Diseño no propició esta tarea entre los diseñadores, los cuales concebimos a las entidades “diseñables” solo a aquellas vinculadas a artefactos o dispositivos tangibles, y más recientemente, a servicios intangibles.

En suma, pensar *artefactos conceptuales* que nos permitan concebir y operar el mundo de manera creativa puede enriquecer la práctica del diseño. En lo personal, fue un proceso complejo aceptar que el ejercicio teórico era una manera “legítima” de practicar el diseño. Sin embargo, me parece necesario que cada uno atravesara esa encrucijada para encontrar desde qué lugar puede colaborar a enriquecer la disciplina, y qué faceta del diseño le entusiasma más, ya que, si bien no todo es diseño, todo es diseñable.

El diseño y la mística

“Toda identidad es una cárcel” Michael Foucault [14]

Uno de principales enemigos que tiene el Diseño Industrial somos los diseñadores industriales.

Considero que con el fortalecimiento de las redes sociales se exacerbó una conducta muy presente en nuestra comunidad disciplinar, dada por el hecho de que los propios diseñadores se encargan de boicotear la profesión poniéndolo en la postura de antihéroe, o de genio frustrado, incomprendido.

¿De qué modo sucede esto? ¿Cómo se construye esa mística?

En primer lugar, a través de una tendencia a los lenguajes encriptados/endogámicos, al chiste interno y denigrante hacia los clientes, o las personas que no estudiaron diseño, el uso de la victimización como compensación de la falta de valoración por parte de los clientes, los cuales además son acusados de “no entender nada de diseño” cuando manifiestan disconformidad con las propuestas de diseño que les ofrecemos.

Se alardea de manera generalizada con el hecho de no dormir, de llegar “con lo justo” o tarde a las entregas, con “atar todo con alambre”, con ser impuntuales por provenir del mundo del “arte”, y la lista podría seguir.

E. D’Amico / Inv. Jov. 10 (1) (2023) 1-6

¿Quién quisiera contratar a un profesional así?

Si el cliente “no entiende nada de diseño” hay que explicarle, persuadirlo, sensibilizarlo aprender conjuntamente lo que sea necesario en relación al problema a resolver.

Si el cliente “no activa” hay que generarle sentido de urgencia, explicarle porqué es necesario que haga algo con el problema que tiene, y anticiparle los que podría tener si no los enfrenta.

Kathryn Best [15] afirma que: “Actualmente, muchas culturas empresariales no comprenden el valor o la inversión del tiempo y dinero en el proceso de diseño...Y muchos diseñadores profesionales no saben justificar el valor de diseño, en efecto, los clientes no saben cómo comprar diseño y los creativos no saben cómo venderlo”.

Un primer paso para enfrentar estas cuestiones es no dejar pasar esta clase de comentarios, o al menos pedirle a quién los emite, algún tipo de argumentación que sustente ese enunciado.

Caso contrario, estamos condenados a reproducir ese modelo. Se me viene a la cabeza la misma lógica que emplean los feminismos cuando se habla de los llamados “micro-machismos” y los modos de intervenir ante dichas situaciones.

Tal vez, esa sea una manera de generar una mística distinta entre los diseñadores.

El diseño y los bordes

¿No hay algunos aspectos de la vida humana que no pueden ser reemplazados por las “experiencias” generadas por el diseño “centrado en el usuario”? Anthony Masure [16]

Pienso en voz alta, pero creo que hay un error en aquellos planteos y metodologías que enuncian al “diseño centrado en...” (las personas, los usuarios, la sustentabilidad, la experiencia, etc.)

Entiendo qué hay momentos iniciáticos o de ruptura en los que estos modos de pensar la disciplina sirven para enfatizar aspectos e intereses desatendidos en otras épocas y contextos, pero también considero que es una manera de sesgar la mirada y de reformular el Diseño por el sólo gusto de reformularlo.

Cuando leí por primera vez “*Desarrollo a Escala Humana*” [17] de Manfred Max Neef, tuve la sensación que las necesidades de los seres humanos podían resumirse en una sola carilla, y aún hoy lo creo. Si bien los modos y las tecnologías de satisfacer dichas necesidades van cambiando (satisfactores), la esencia es siempre la misma.

¿Y qué pasa si el Diseño es ni más ni menos que eso? Si tal como afirma Simon, “diseña todo aquel que proyecta cursos de acción dirigidos a cambiar las situaciones existentes en situaciones deseadas”. En todo caso los diseñadores deberíamos discutir cuáles serían esas “situaciones deseadas”

Desde sus inicios el Diseño se centró en las personas, en las experiencias, en el uso, etc.

Bonsiepe lo expresa de manera contundente: *“¿Si ahora los diseñadores diseñan experiencias, antes qué diseñaban?”*.

Me gusta más la idea de un Diseño que integra, el mundo de lo conocido con lo desconocido, que se corre del centro y toma distancia para poder ver mejor. El Diseño que aupado en otras disciplinas y saberes logra ver por encima de los laberintos complejos en los cuales se ve atrapado.

En síntesis, un diseño que se corre del centro y jerarquiza y “pone en el centro” a los diversos actores y situaciones que constituyen a la problemática ya que al decir de Alan Fletcher: “resolver el problema no es el problema”.

El diseño y sus circunstancias.

La palabra circundar (rodear, estar alrededor) viene del latín circumdare (trazar alrededor, rodear, dar algo a otra cosa para que la rodee).

Cuando diseñamos, somos nosotros y nuestras circunstancias, y el resultado de ese proceso de diseño (producto), también será consecuencia de las circunstancias de las cuales emerge, de esa “situacionalidad” en la que aparece algo nuevo en el mundo.

Los diseñadores hemos alimentado un monstruo: el de la retórica de “diseño para diseñadores”. Este nos lleva a centrarnos más en el producto que en las circunstancias y en diseñar con una doble vara, la del cliente y la de nuestros colegas.

Está claro que todos queremos diseñar productos “bien resueltos” y que aporten algo “nuevo”, sin embargo, muchas veces, los límites se desdibujan, esto se vuelve un mandato. Buscamos alcanzar lo que Luis Montero [18] denomina el “salario ideológico” del diseñador, haciendo referencia a “toda compensación no pecunaria que recibe el diseñador a partir de su trabajo: estatus, sensación de responsabilidad, idea de impacto en el mundo, relevancia social, liderar su época, conformar una élite cultura, etc.”.

Esto deriva en algunos problemas que desalientan el proceso de construcción de una cultura del diseño. Se distorsionan los criterios bajo los cuales será evaluado el producto. Puede que un diseño no sea “innovador” para el diseñador que lo hace, pero sí para el contexto en el cual se va a introducir esa solución o los umbrales de innovación que domina nuestro usuario. Beatriz Galán [19] lo dice fácil, “el diseño es inteligencia en contexto”.

El resultado es que los diseñadores no compartan (por miedo ser juzgados) todo lo que diseñan, y esto transmite una imagen falseada de lo que es realmente la práctica del Diseño.

Por suerte, hoy en día, la narrativa en torno al diseño se hace presente en el modo de comunicar y promocionar el Diseño. Sobre todo, en los emprendimientos, el discurso y la historia que va asociada al producto, se comunica estratégicamente como parte del “valor cultural” que se ofrece, y que los clientes, claro está, están dispuestos a pagar.

El diseño y las etiquetas

“Lo que me etiqueta me niega” Søren Kierkegaard

¿Quién no sintió alguna vez o escuchó a un colega decir, en relación su propia práctica profesional, que lo que hacía “no era diseño”?

La cultura del diseño se encarga de configurar ese ser y hacer de los diseñadores. Esta cultura no es un concepto abstracto o que sea dado. La construyen y retroalimentan los mismos diseñadores, y los espacios de formación académica cumplen un rol fundamental en eso, dado que las universidades, -como diría Blanco-, son los espacios en los que se “diseñan diseñadores”.

Creo que en ese dilema hay un terreno que merece ser explorado. Ese desfasaje entre las prácticas del diseño y lo que el diseño, -en teoría- debería ser, genera frustración y desconfianza cuando uno se siente excluido.

Todo el imaginario sobre cómo deben ser y pensar los diseñadores condiciona el modo en que nos percibimos en relación a la disciplina.

Reyes Fabella [20] sostiene que el diseñador es un “sujeto creativo, propositivo siempre de nuevos modos de ser, hacer, y también de pensar, jamás mecánico, jamás el mismo. Como sujeto, formado profesionalmente siempre proyecta su propio background, se proyecta a sí mismo. Sus intereses sus capacidades creativas, pero también su propia personalidad”.

Como corolario, considero que es importante hacer ese juego individual/colectivo para construir la diversidad que involucra definir al diseño en conceptos que encorseten o limiten diferentes expresiones de esta disciplina que en los tiempos que corren, se entrecruzan con los modos de proyectar la propia vida.

El diseño y los lenguajes

En el diseño local se da mucho que los “los profesionales que diseñan productos no escriben y los que escriben no diseñan productos”. Schön [21] escribió un libro que es muy recomendable, El profesional reflexivo. Allí, sostiene que el diseño es una disciplina que puede nutrirse a partir de reflexionar sobre su práctica profesional.

Dominar el lenguaje escrito es tan necesario como dominar otras formas de representación, dado que –parafraseando a Eduardo Naso, “no se puede diseñar lo que no se puede representar”.

Reinaldo Leiro [22] defiende la idea de que en el proceso de diseño el concepto de un producto debe ser casi “telefónico”, es decir, se lo deberíamos poder explicar a cualquier persona por teléfono, sin apoyarnos la necesidad de otros soportes bi y/o tridimensionales. Me gusta esa idea. Me interesa como herramienta para imaginar, crear asociaciones, conceptos y analogías que luego pueden evolucionar y materializarse. Me interesa la capacidad de síntesis y de enunciar un problema de manera escrita, y a lo largo de la vida profesional también a ha sido una herramienta útil, no sólo para armar el discurso que acompaña a aquello que diseñamos, sino también para relacionarnos con otros agentes del proceso, cuando explicamos una idea, solicitamos un crédito financiero para un proyecto, etc.

Cierro con una frase de Frank Memelsdorff en su libro Estrategias y diseño. Diálogo entre empresas y diseñadores [23]: “A veces no alcanza con diseñar, es preciso explicar el qué y el por qué. Escribir lleva tiempo, pero se aprende otra forma de diseñar: expresarse redactando”.

En algunos casos pareciera que ser un diseñador que no lee y no escribe termina siendo un medio diseñador.

CONCLUSIONES

Las reflexiones aquí expuestas son un intento de registro en tiempo real del acoplamiento constante que se da entre la profesión y la disciplina. Son fruto de la articulación de la vida como docente, investigador ya su vez como diseñador dentro de una Pymes, y de pensar estas actividades como distintos campos de (auto)observación de la práctica profesional.

En este artículo se buscó exponer algunos de los temas o dimensiones que a nuestro entender condicionan e informan el modo en que los diseñadores entendemos el diseño y la manera en la cual formamos parte de una comunidad más amplia y con frecuencia endogámica.

Como puede apreciarse, hay aspectos que son tratados desde la mirada del potencial que tiene el diseño para intervenir en la configuración de la vida social actual, pero también, se señalan cuestiones que, de no ser analizadas, pueden convertirse en obstáculos conceptuales para desarrollar el diseño.

Por último, fue intención de este texto, llevar al límite esa potestad que tiene el diseño y el campo de la creatividad para nutrirse de diversas fuentes, y referencias provenientes de otros ámbitos. Con el convencimiento de que para diseñar no alcanza sólo, el diseño, invitamos a quienes pretendan reflexionar en torno a la disciplina, que utilicen esas licencias que brinda el diseño para articular lecturas, autores, y experiencias diversas, porque, al fin y al cabo, en el mundo contemporáneo y tal como quedo expuesto en los micro ensayos, todos somos diseñadores.

REFERENCIAS

- [1] A, Chuca. Metodología de la dispersión. Plan B. Buenos Aires, **2021**
 [2] N, Chaves. Conferencia sobre "Métodos del diseño" - Encuentro Latinoamericano de Diseño. **2019** Universidad de Palermo.
 URL:https://www.youtube.com/watch?v=cF7nT7rrbvo&t=3106s&ab_channel=UniversidaddePalermo [3] L. Montero, El diseño de nosotros mismos: una lectura filosófica del diseño. Madrid, Experimenta, **2020**.

- [4] J. Wagensberg. *El pensador intruso: El espíritu interdisciplinario en el mapa del conocimiento*. Madrid. Tusquets, **2014**.
 [5] A. Clarke. *Profiles of the Future*. Australia Hachette, **2013**.
 [6] B. Lee. *Apuntes filosóficos*. Bikini Ninja. Rafaela, **2019**.
 [7] L. Moholy-Nagy. *Moholy-Nagy: Experiment in Totality*. Nueva York. Harper & Brothers, **1950**.
 [8] G. Bonsiepe. *El diseño de la periferia: debates y experiencias*. México. Gustavo Gili, **1985**.
 [9] G. Julier. *La cultura del diseño*. Barcelona. Gustavo Gili, **2010**.
 [10] R. Shakespear. *Señal de diseño: memoria de la práctica*. Buenos Aires. Ediciones Infinito, **2003**
 [11] E, D'Amico. *Relatos sobre el diseño industrial*. La Plata. Enrique D'Amico, **2021**
 [12] E. Manzini. *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social*, Madrid, Experimenta Theoria, **2015**.
 [13] V. Tentoni. *Tener una idea es como una fiesta* [online]. Buenos Aires: Eterna Cadencia, 2015 Disponible en: <https://www.eternacadencia.com.ar/blog/contenidos-originales/youlit/item/tener-una-idea-es-como-una-fiesta.html>. Visitado en Agosto de 2021.
 [14] M. Foucault, citado en P. Ferrés. Las series infinitas. Buenos Aires, Nudista, **2022**.
 [15] K. Best. *The fundamentals of design management*. Bloomsbury Publishing, **2010**.
 [16] A. Masure. *Manifesto for an acentric design*. Interface Critique Journal 2. pp. 63-78, **2019**. DOI: 10.11588/ic.2019.2.66983
 [17] M. Max-Neef. *Desarrollo a escala humana*. Buenos Aires, Econautas editorial, **2021**.
 [18] L. Montero, El diseño de nosotros mismos: una lectura filosófica del diseño. Madrid, Experimenta, **2020**.
 [19] B. Galán. *Diseño y complejidad*. Revista Huellas, Búsquedas en Artes y Diseño, 22-39, **2008**.
 [20] A. M. Reyes Fabella y R. Pedroza. *La Profesión del Diseño: expresiones y experiencias*. México, Universidad Autónoma del Estado de México (CIME-UAEM), **2018**.
 [21] D. Schön. *La formación de profesionales reflexivos*. Barcelona, Paidós, **1992**.
 [22] R. Leiro. *Diseño, estrategia y gestión*. Buenos Aires, Ediciones Infinito, **2006**.
 [23] F. Memelsdorff. *Estrategias y diseño. Diálogo entre empresas y diseñadores*. Buenos Aires, Wolkowicz Editores, **2011**.