Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Materiales de divulgación Producción Académica

Diseño: actor principal en la sociedad de consumidores. Diseñadores en la mira

Arámbula Ponte, Paolo

2015-03-12

http://hdl.handle.net/20.500.11777/431

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

Diseño: actor principal en la sociedad de consumidores. Diseñadores en la mira.

M.D.I. Paolo Arámbula Ponte

Resumen

Esta ponencia propone un análisis sobre los argumentos en los que se ha fundamentado el diseño de objetos en la última década para establecerse como agente imprescindible en el desarrollo de la economía. El enfoque que se plantea surge de la afirmación que expone Zygmunt Bauman en su libro *Vida de consumo*:

Además de tratarse de una economía del exceso y los desechos, el consumismo es también, y justamente por esa razón, *una economía del engaño*. Apuesta a la *irracionalidad* de los consumidores, y no a sus decisiones bien informadas tomadas en frío; apuesta a despertar la emoción consumista, y no a cultivar la razón. Al igual que el exceso y los desechos, el engaño tampoco es signo del mal funcionamiento de la economía consumista. Por el contrario, es síntoma de que su salud es excelente y de que avanza a paso firme por el buen camino: la marca distintiva del único régimen que puede garantizar la supervivencia de la sociedad de consumidores.[1]

El análisis propuesto también establece cómo los conceptos de sustentabilidad ambiental, diseño estratégico, responsabilidad social pueden convertirse en valores que instaurados como un modelo guía puede significar desarrollar proyectos de diseño pertinentes al contexto nacional

Finalmente se presentan proyectos desarrollados en la licenciatura de diseño industrial de la Universidad Iberoamericana Puebla, en asignaturas de proyectos como una alternativa para que el diseño, más que hablar de diseño con responsabilidad social, sea digno de las miradas de las personas.

Recordemos que actualmente se está logrando lo que muchos diseñadores pretendíamos, que nuestra disciplina represente un agente imprescindible para el ser humano. El punto es que si lo dejamos fluir hacia posturas individualistas y con miras de inmediatez, el curso del diseño podría inclinarse hacia el lado consumista. Y tendremos que soportar que la sociedad, tarde o temprano, no dudará en señalar culpables, siendo el diseño el que se encontrará en la diana.

Conceptos claves: consumo, consumismo, emoción de usuarios, sustentabilidad ambiental, ética del diseño.

Introducción

El presente trabajo surge del intento de establecer un enfoque del diseño industrial pertinente a su contexto en el ámbito académico mexicano y como profesión en el mismo entorno. Para poder vislumbrar un primer planteamiento se considera como variable importante el aspecto económico ya que impacta directamente en los resultados que se dan de las actividades de los diseñadores y en su posibilidad de materialización. Para profundizar en este aspecto podemos empezar por dejar claro que en toda profesión existen diferentes maneras de desarrollarse dentro de una sociedad, y en el caso del diseño industrial no es diferente. Ya Soto Walls dejó claro seis perfiles de diseñadores industriales que podemos encontrar en México: diseñador proyectista, diseñador consultor, diseñador productor/empresario, diseñador en desarrollo y gestión de productos, diseñador con especialidad técnica, diseñador orientado a las nuevas tecnologías.[2] Si bien, el aspecto de creación/materialización y planteamiento estratégico se encuentran en todos y cada uno de estos perfiles mencionados, el aspecto económico es muy importante sabiendo que "el diseño es una actividad creativa cuyo objetivo es establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas en todo su ciclo de vida. Por lo tanto, el diseño es un factor central de humanización innovadora de tecnologías y factor

[1] BAUMAN, Zigmunt, *Vida de consumo,* Fondo de Cultura Económica, 2007, México, p. 72.

[2] Para profundizar en cada uno de estos enfoques consultar Soto Walls, Luis. 2008. *Competencias de un diseñador competente*. Internet. Disponible en: http://www.esdi.es/congres/papers/LUIS%20SOTO%20WALLS.pdf

crucial de intercambio cultural y económico”[3] Es decir, que el trabajo que los diseñadores desempeñan se convierte en un actor fundamental para que exista este intercambio en la sociedad actual de consumo[4].

Consumo y consumismo en el diseño industrial

Es conveniente en este punto establecer brevemente la diferencia entre consumo y consumismo. El consumo es planteado por Bauman desde el punto de vista sociológico y biológico como parte del ciclo metabólico de las personas, siendo este, “una condición permanente e inamovible de la vida y un aspecto inalienable de ésta, y no está atada ni a la época y a la historia.”[5] También apunta que “el consumismo es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos (si se quiere “neutrales” respecto del sistema) en la *principal fuerza de impulso y de operaciones* de la sociedad, una fuerza que coordina la reproducción sistémica, la integración social, la estratificación social y la formación del individuo humano, así como también desempeña un papel preponderante en los procesos individuales y grupales de auto identificación y en la selección y consecución de políticas de vida individuales”.[6]

Ligando estos conceptos a la actividad de diseño podríamos encontrar diversos enfoques. Uno sería el que se presenta en el libro Conceptos clave para la formación del Diseñador Industrial entendiendo como consumo al “acto con el que culmina el proceso económico y que posibilita el sustento y reproducción de los individuos y las sociedades. Como acto económico corresponde con la satisfacción de necesidades, individuales y colectivas, que poseen una dimensión histórica.” [7]

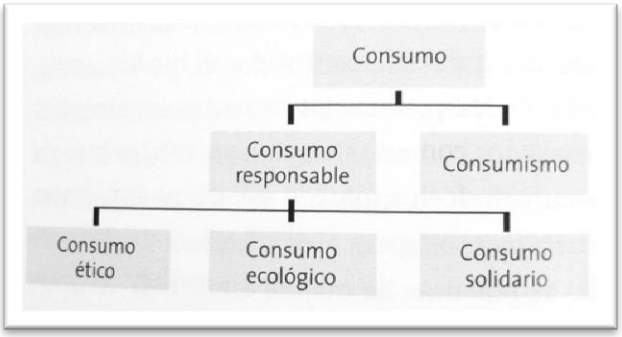


Figura 1 Dimensiones del consumo[8]

En este documento también se define que “El diseñador tiene un papel muy importante pues los objetos fomentan hábitos de consumo que pueden ser compatibles con la sustentabilidad o, por el contrario, estilos de vida negativos, como el consumismo”.[9]

Otro enfoque es el de Fornari en el cual presenta al consumo como parte del ciclo necesidad-consumo de la siguiente manera[10]:

- Necesidades naturales (o innatas), de carácter biológico.
- Necesidades Superiores (o adquiridas), de carácter social, motivadas por las condiciones de vida en la sociedad. Dividiendo las últimas en tres:
    - Necesidades materiales superiores, que son las que requieren para su satisfacción, de objetos artificiales tales como utensilios, instrumento, artefactos, etc.
    - Necesidades espirituales, como las necesidades estéticas, cognoscitivas, etc.

[3] Traducción de la página de internet http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm revisión abril 2013.
[4] Para profundizar en el tema de la sociedad de consumo revisar el apartado: “El consumo” en el libro *Diseño y consumo en la sociedad contemporánea* de César González Ochoa y Raúl Torres Maya de editorial Designio, México, 2012.
[5] *Opcit* BAUMAN, 2007, p. 43.
[6] *Ibidem* p. 47.
[7] GUTIERREZ, Ruiz Francisco Javier coordinador, *Conceptos clave para el Diseñador Industrial*, Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, 2012, México, p. 218.
[8] *Ibidem*
[9] *Ibidem*
[10] FORNARI, Tulio y Chel Negrin, *Diseño y Producción,* Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, 1992, México, p. 9.

- Necesidades funcionales superiores como las necesidades de trabajar, de relacionarse con otras personas." [11]

Más adelante Fornari menciona que "la importancia creciente que, para bien o para mal del hombre, están adquiriendo los objetos artificiales en su papel de satisfactores reales o ilusorios de todo tipo de necesidades con lo que la esfera del consumo material (el uso de objetos para satisfacer necesidades) se amplía incesantemente." [12] Posteriormente, sin mencionar el término consumismo, explica que "en las formaciones sociales mercantilistas, las [necesidades] que tienden a ser satisfechas primordialmente son las necesidades económicas de los productores, no siendo las necesidades de los consumidores finales más que uno de los medio para que aquellos logren sus objetivos"[13].

De todo esto podemos asumir que este enfoque de consumismo planteado por Fornari conduce a lo descrito por César González Ochoa y Raúl Torres Maya cuando establecen que "si en las sociedades de productores la felicidad estaba en producir cosas y almacenarlas, además de apropiárselas y aprovecharlas, en las sociedades de consumidores la felicidad, al final de cuentas, se orienta hacia su eliminación. Como no es posible contener ni asimilar la enorme masa de productos originada por las nuevas necesidades y compulsiones, la sociedad de consumo tiende cada vez más a caracterizarse por ser una sociedad del desecho y de la eliminación; la única manera de mantener a raya la enorme cantidad de novedades de la economía actual es separándose cada vez más rápidamente de los productos que antes ocupaban el lugar de los recién llegados y que ahora no son más que basura." Y se preguntan finalmente… "hasta cuándo va a resistir el planeta esta acumulación de desperdicio."[14]

Por todo lo anterior resaltamos que más que señalar culpables del estado actual de las sociedades capitalistas y el por qué el diseño se encuentra en una postura "incomoda" apareciendo como el generador de los productos que se convierten casi inmediatamente en basura, se pretende identificar la oportunidad de que esta disciplina, apoyándose en las competencias y habilidades que poco a poco ha ido apropiándose, forme parte del cambio de visión de las personas conformadas en sociedad al indagar en lo que realmente necesitan, lo cual se considera un asunto imperante.

El papel del diseñador en la satisfacción de necesidades

Una vez establecida la relación de consumo, consumismo y diseño industrial trataremos de vislumbrar el panorama que en la primera década de este siglo guió y estableció la pauta para que esta sociedad de consumo presente como un actor principal al diseño, y cómo éste ha enfrentado el reto de dar soluciones a los problemas de consumismo (degradación) social, económica y medio ambiental en la dinámica global actual.

El diseño industrial ha avanzado en la construcción de su utilidad para las sociedades, pasando de solventar necesidades innatas del ser humano a necesidades superiores (planteadas con anterioridad en el trabajo). Las soluciones que se dieron en esta primera década del siglo XXI resultaron de querer cubrir las necesidades superiores de la misma manera que se cubren las necesidades innatas, asumiendo que las políticas económicas establecidas en la sociedad de producción, que en primera instancia parecían resolver las necesidades innatas también sirven para cubrir las necesidades superiores. Es decir, que el diseño industrial se instauró en el sistema económico como el hacedor de cosas, como satisfactor de todo tipo de necesidades, innatas y superiores.

Entendiendo que era muy complicado lograr cubrir el tipo de necesidades superiores de la misma manera que la innata han surgido enfoques de diseño valiosos pero que siguen tratando de manera

[11] *Ibidem* p.9
[12] *Ibidem* p.10
[13] *Ibidem* p.12
[14] *Opcit* GONZÁLEZ Ochoa, p. 46

aislada de solucionar esta ecuación. El diseño considerando la sustentabilidad ambiental, el diseño estratégico, el diseño emocional, el diseño con responsabilidad social y el diseño participativo.

Si bien no se pretende en este trabajo abordar a profundidad estos enfoques, se dará un breve panorama de cada uno de ellos con la intención de construir la propuesta final de este documento, englobándolos en tres valores:

a. **Saber investigar:** diseño estratégico y diseño emocional.
b. **Saber materializar:** diseño sustentable.
c. **Saber convivir:** diseño con responsabilidad social y el diseño participativo.

Como parte estructural del valor **Saber investigar** podemos mencionar los esfuerzos que han representado la integración de investigación cualitativa desde disciplinas como la etnografía, para documentar de mejor manera las características de los grupos de personas que usarán los objetos.

En cuanto al valor **Saber materializar** podemos decir que la mayoría de los procesos de producción implementados a partir de la revolución industrial para el desarrollo de proyectos de diseño industrial no contemplaban de inicio un ciclo de vida completo, es decir, desde su concepción hasta su desecho, sin embargo, considerar las características de los materiales y su impacto en el medio ambiente natural durante el proceso de producción, el periodo de "vida útil" y el momento de desecho se ha convertido en una característica muy importante en la actualidad incluyendo a México.

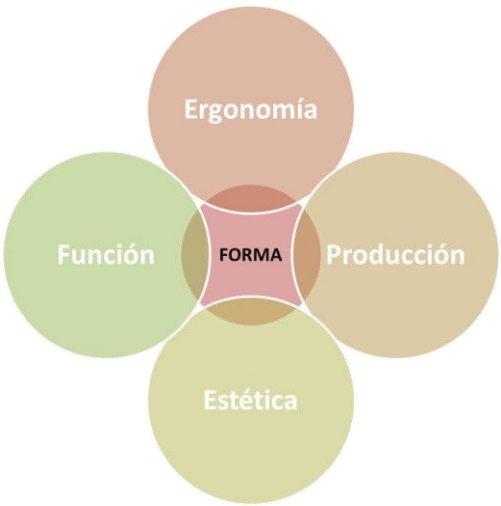
En cuanto al valor **Saber convivir** podríamos mencionar la preocupación cada vez más propagada de considerar en los proyectos de diseño aspectos de equidad de género, respeto por las diferencias étnicas en pro del mejoramiento económico de los grupos más vulnerables, así como, los proyectos desarrollados con los usuarios finales para que las necesidades de las personas que usarán los objetos o espacios sean incluso detectadas por ellos mismos y participen en la generación de las estrategias y mejoras para su comunidad.

Para concluir este apartado, podemos decir que el planteamiento global para seguir siendo sostenibles en términos económicos, sigue rigiendo la actividad del diseño generando que planteamientos con intensiones loables como los mencionados unas líneas antes, no funcionen completamente. Pareciera entonces que en el contexto mexicano estos acercamientos han sido intentos aislados, es aquí donde surge este trabajo y la propuesta que se describirá más adelante, que implica aglomerar estos enfoques en un solo entendimiento lo que significaría actuar de manera holística.

Propuesta para la formación de diseñadores industriales

Los diseñadores industriales se han apoderado de la manera de ser del ser humano, hacen consciente esa forma de resolver problemas mientras el resto de la sociedad pretende dejar de pensar y pasa a lo inmediato, al consumo, es ahí donde el diseño ahora no sólo materializa, sino que genera estrategias porque el grueso de la población al establecerse en comunidades cerradas, perdió el interés de resolver sus necesidades por ellos mismos.

La propuesta que aquí se presenta está fundamentada en la tradición de la disciplina del diseño industrial, es decir, es acumulativa. En ésta se consideran los aspectos que han regido la enseñanza de esta disciplina de diseño, específicamente, se consideran los factores que en el Centro de Investigaciones de Diseño Industrial de la UNAM se han acuñado a lo largo de sus años de existencia como guía para la materialización de objetos/productos y la formación de diseñadores industriales. Los factores que se establecen para dar FORMA a los objetos son: Función, Ergonomía, Producción y Estética.



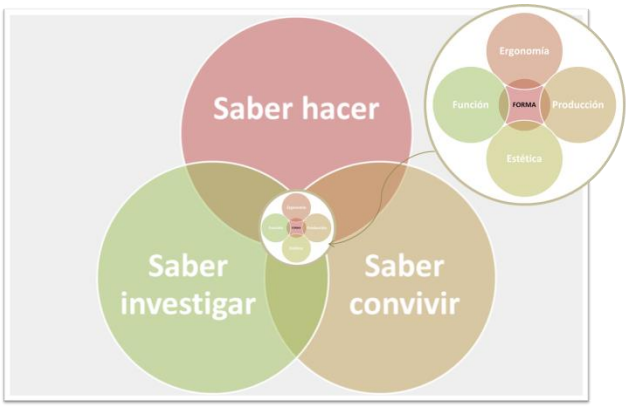
Esquema de factores para el desarrollo de proyectos de diseño industrial utilizados en el CIDI UNAM

Como se mencionó, estos factores permiten dar forma a los objetos sabiendo que no son los únicos a tomar en cuenta, pero dentro de estos pueden englobarse otros como los aspectos de comunicación, de comercialización, entre otros, siempre considerando el entorno en el que se dará la interacción entre el usuario y el objeto al realizar la actividad.

Para esclarecer la descripción de la propuesta, esta se esquematiza por medio del siguiente modelo en el que se aprecia como estos factores (F.E.P.E.) se expanden al incluir en el tratamiento de los proyectos de diseño una postura hacia los valores propuestos, quedando un modelo que pretende generar propuestas de tipo holístico y lo más importante pertinentes al entorno mexicano.

Previo a la generación de este modelo se llevaron a cabo ejercicios durante los ciclos escolares Otoño 2012 y Primavera 2013 como parte de la asignatura de proyectos II de la Licenciatura de Diseño Industrial de la Universidad Iberoamericana Puebla.[15] El planteamiento del problema inicial durante estos semestres fue la generación de propuestas de objetos para la comunidad de artesanas de San Antonio Oaxaca quienes por medio de la Red Binacional Niu Matat Napawika[16] (Red NMN) han elaborado accesorios para el hogar con técnicas únicas de tejido de palma, comercializándolos en la República Mexicana y el extranjero en función de insertarse con propuestas que compitan a la par con objetos desarrollados desde un pensamiento occidental mercantilista.

Los proyectos desarrollados cubrían en gran medida las características necesarias para poder competir, lo que se logró con un enfoque incipiente del modelo que aquí se presenta y con el nivel de alcance que el nivel académico en el que se encuentra la asignatura permitía (segundo semestre).



Modelo propuesto para la consideración de valores como parte del desarrollo de proyectos de diseño industrial.

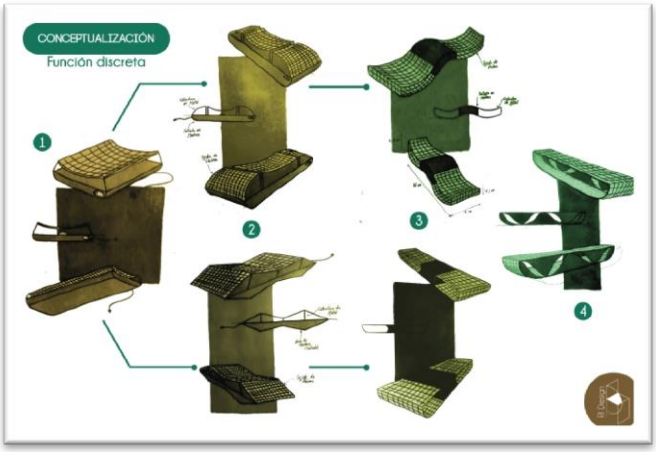
[15] Durante el ciclo otoño 2012 estuvo a cargo del proyecto el Mtro. Jabín R. Mora Espinosa cuya labor fue de gran valor para poder realizar el ciclo primavera 2013 que estuvo a cargo del Mtro. Paolo Arámbula Ponte

[16] Para mayor información sobre la Red Binacional Niu Matat Napawika consulta su página de internet http://www.larednmn.com/

A continuación se presentan dos trabajos resultantes de esta asignatura.

Modelo de banco elaborado por la alumna Mildred Figueroa Carrera.

Prototipo de lámpara de escritorio elaborada por el alumno Uriel Palacios.



Bocetos de propuestas para lámpara de escritorio elaborada por el alumno Uriel Palacios.

Es importante señalar que estos trabajos representan el inicio de una cooperación entre la UIA Puebla y la Red NMN para lograr las metas de la red y mejorar la estructura de los proyectos de esta asignatura, con la posibilidad de incorporar el modelo aquí planteado.

Actualmente existen proyectos (que van más allá de la materialización de objetos) elaborados por grupos de personas que buscan dotar su labor con estos valores, entre estos podríamos mencionar Fabrica Social, Capeltic y el Centro de Diseño de Oaxaca entre muchos otros, así como el esfuerzo que tendrá lugar el mes de octubre del 2013 en el Centro de la Ciudad de México denominado Abierto Mexicano de Diseño y cuyo tema principal son los oficios, dejando ver que entre los diseñadores mexicanos se encuentra la preocupación de considerar su entorno para que su trabajo sea realmente pertinente a las problemáticas locales. Cabe aclarar que, aunque parezca que se introducen en el mismo “saco” todos los esfuerzos mencionados, se describe de esta manera no con la intención de borrar posibles límites entre las diferentes posturas de cada diseñador o hacer un análisis simplista de lo existente, sino con la intención de estructurar la propuesta de este trabajo en pro de generar una guía para el mejoramiento de los planes de estudio de las universidades, sabiendo también que cada una de éstas presenta características únicas y la aplicación de este modelo en su currícula significaría una respuesta única.

Lo que busca esta postura es el empoderamiento de las personas, es devolver al ser humano lo que ha ido perdiendo, no podemos regresar al estado inicial, pensar eso sería ingenuo, pero los diseñadores tienen la posibilidad de que su trabajo sea sustantivo no sólo en el abstracto, en el aspecto económico que hemos construido y creído como sociedad. Es curioso cómo somos ateos porque no podemos ver a un Dios, pero somos capaces de establecer todas nuestras creencias de valor y éxito en algo como el dinero que se dice tiene sustento en la riqueza adquirida y que nunca llegaremos a ver. Apostemos por las relaciones humanas, por la capacidad que tenemos de pensar y sentir, para solucionar localmente en función de nuestro

entorno social y cultural las necesidades innatas y adquiridas por nosotros mismos.

Finalmente se puede agregar que este trabajo representa un primer borrador y que su implementación requiere de seguir analizando los factores aquí mencionados y otros más.

Conclusiones

Podemos decir que los diseñadores industriales tenemos puesta una venda que nos permite generar propuestas sin temor a ignorar los valores éticos aquí presentados.

Si bien, como diseñadores tenemos grandes habilidades para desarrollar objetos, considerando valores y puntos de vista personales, partir de los valores que aquí se presentan busca mejorar la pertinencia del trabajo del diseñador industrial mexicano en su entorno.

Es necesario establecer desde las instituciones universitarias un planteamiento que considere en su estructura de formación de nuevos diseñadores industriales los valores aquí mencionados, para que la venda utilizada por convicción propia, deje de ser el pretexto para asumir que la vida como diseñador en el aspecto económico es muy difícil. Sabiendo que los diseñadores también tenemos que saciar nuestras necesidades y deseos, la pregunta es si el precio de seguirlo haciendo sin considerar lo aquí planteado, puede sepultar las posibilidades de dejar de ser ese actor "negativo" en las sociedad actual y poder al fin quitarnos de la diana.

Bibliografía y Referencias de internet

BAUMAN, Zigmunt, *Vida de consumo,* Fondo de Cultura Económica, 2007, México.

FORNARI, Tulio y Chel Negrin, *Diseño y Producción,* Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, 1992, México.

GONZÁLEZ Ochoa, César y Raúl Torres Maya, *Diseño y consumo en la sociedad contemporánea,* editorial Designio, 2012, México.

GUTIERREZ Ruiz, Francisco Javier coordinador, *Conceptos clave para el Diseñador Industrial*, Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, 2012, México.

Centro de Diseño de Oaxaca, consultado Junio 2013, http://cdo.gob.mx/es/

Fábrica Social, consultado abril 2013, http://www.fabricasocial.org/

ICSID, consultado abril 2013, http://www.icsid.org/about/about/articles31.htm

Red Binacional Niu Matat Napawika , consultado junio 2013, http://www.larednmn.com/

SOTO Walls, Luis. 2008. *Competencias de un diseñador competente*. Internet. Disponible en: http://www.esdi.es/congres/papers/LUIS%20SOTO%20WALLS.pdf