

## Ética, diseño, política

Hugo Salas

Sólidamente establecido como práctica y oficio, el diseño comienza a constituirse como objeto y disciplina dentro del ámbito académico. Esto obliga a todas las casas de estudio a plantearse una pregunta: ¿existe, más allá de los códigos del desempeño profesional, un problema ético específico del diseño?

Buscando una respuesta, el artículo indaga la definición de diseño para encontrar en ella un modo específico de relación con los materiales y la producción directamente ligada a la sociedad de consumo post-industrial, vínculo donde lee la ruptura entre diseño, artes y artesanado. De ello se sigue la determinación de la función del diseño en la sociedad presente, lo que lleva, a su vez, a modificar la definición inicial, señalando la estrecha relación entre diseño y sociedad de consumo. El artículo concluye señalando como interrogantes éticos del diseño los que signan hoy al sistema de acumulación del capital —las cuestiones ambientales y humanas vinculadas directamente a la sobreexplotación de los recursos—, haciendo del problema ético del diseño un problema básica y fundamentalmente político.

Sólidamente establecido como práctica y oficio, introducido en las últimas décadas como disciplina dentro de los ámbitos académicos de la región (los europeos ya lo habían incorporado décadas atrás), el diseño comienza a constituir en nuestros días un objeto de reflexión epistemológica por derecho propio. Quienes trabajamos en las facultades y espacios dedicados a su difusión nos vemos involucrados en una aventura excitante: consciente o no, voluntario o no, nuestro trabajo define, con sus virtudes, con todos sus errores, los parámetros de una nueva modalidad de darse el problema de la producción y transmisión del conocimiento en la sociedad actual. Es en virtud de esa aventura, de esa responsabilidad, que quisiera hablarles hoy, de colega a colega, para traer a su consideración una pregunta, un desafío.

Probablemente, el título tentativo de esta conferencia haya despertado entre ustedes cierta curiosidad, incluso —por qué no— cierta suspicacia. ¿Qué puede entenderse por ética del diseño que vaya más allá de los códigos de honestidad intelectual propios de cualquier desempeño profesional? Y aún si fuera posible delimitar un planteo ético, un desafío específico y original de nuestro ámbito, lo ético o antiético del diseño mismo, no de la actuación de tal o cual diseñador en tal o cual momento dado, ¿por dónde vendría a colarse esa tercera pata, la política, tan incómoda en nuestros días?

Algo (me apuro a decir, cierta herencia del siglo XIX) nos dice que el diseño, en tanto ámbito estético, salvo en aquellas oportunidades en que se pone al servicio del juego político partidario o de la propaganda de estado (a los que, por otra parte, procesará como a cualquier otro producto, más allá de sus particularismos), nada tiene que ver con la política, que el diseño, considerado en tanto juego formal, es apolítico en sí mismo. Sin embargo, hoy vengo a plantear lo contrario; no meramente

que el diseño sea político como lo es, inevitablemente, toda práctica social, sino que el diseño tiene, en su meollo mismo, la política como problema fundamental de sus condiciones de existencia y posibilidad.

Antes de avanzar más, no obstante, me apuro a señalar una modificación. El programa que tienen ahora ustedes en mano reza “Ética, diseño y política”. Me gustaría plantear una corrección mínima a ese enunciado, mínima pero no tanto, como habremos de ver luego. Quede entonces el nuevo título como: “Ética, diseño, política”, cambio de la conjunción por la coma que prometo justificar después, tras una breve pausa, quizás esa breve pausa que va dada por la misma coma, en todo lo que tiene de separativo y contrastivo.

Lo primero, desde luego, será definir del modo más claro posible qué habremos de entender por “diseño”, al menos dentro de los límites de esta conferencia. Muchos de ustedes objetarán que no hay un diseño, el diseño, sino distintas prácticas a las que se denomina diseño (gráfico, industrial, de indumentaria, etcétera), con características muy definidas y distintivas. Me dirán: “no hay diseño en abstracto sino diseño en concreto, y ello zanja toda la cuestión”.

A esto daré dos respuestas. La primera, muy simple y de orden práctico, en realidad no la daré yo sino que la están dando los propios ámbitos académicos, muchos de los cuales están unificando o en vías de unificar las distintas carreras de diseño, entendiendo cada aplicación específica como una especialización. Se dirá que es un criterio poco estricto, totalmente empírico, y es cierto, pero me apuro a señalar que si este movimiento empírico es posible, si por algún motivo puede ocurrir, es porque da cuenta de un desplazamiento no sé si más profundo, pero sí más significativo, del que esta unificación es, cuanto menos, síntoma (sino consecuencia directa).

La segunda, más compleja, es que en los últimos años, junto con su concentración en las casas de altos estudios, comienza a perfilarse un modo de entender la práctica del diseño en abstracto, deslindada de sus contingencias específicas, que incluso podría llegar a extenderse a otras disciplinas (punto que prometo desarrollar más adelante). De hecho, a ninguno de los aquí presentes resultará oscuro si digo que no es exactamente lo mismo enseñar cine y televisión que diseño de imagen y sonido, historieta y caricatura que diseño de historieta, pasaje que está lejos de ser un mero cambio de nombre y que apunta, directamente, a ese desplazamiento, ese cambio semántico fundamental del que habremos de hablar en pocos minutos, que me atrevo a considerar fundante de nuestra sociedad contemporánea.

Entonces, zanjada esta cuestión, ¿qué habremos de entender por diseño? Tratando de ser muy específicos, diremos que el diseño es un modo particular de concebir la producción de objetos, fundamentalmente desde sus cualidades formales, separada de la producción en sí misma (si bien esta separación dista de ser aproblemática) y cuyo énfasis está puesto en la dimensión proyectual, definición de la que se derivan, a su vez, consecuencias de singular relevancia.

Vayamos por partes. Creo que todos los colegas estarán de acuerdo en que diseñar es proyectar un objeto dado

(sea una plancha, una prenda de vestir, un folleto o incluso, por qué no, una conferencia), entendiéndolo por ello el hecho de planificar minuciosamente, deliberada y escrupulosamente todas sus alternativas de realización (de allí que la separación del ámbito productivo no sea completa), y llevar este proyecto incluso a una realización de primer grado, relativamente virtual. Digo de primer grado o virtual porque en todos los casos la concreción del objeto se da recién en otra instancia que sí involucra el ámbito de la producción no intelectual, la movilización de un número de personas aplicadas a su realización que no son sus diseñadores, ya sea la producción en serie, la realización de un programa y su difusión por los canales masivos de comunicación o –en el caso de la arquitectura, que parecería ser el que más amenaza esta definición– la obra misma. Desde luego, un diseñador puede intervenir en este segundo paso –el arquitecto puede dirigir el plan de obra, por ejemplo–, pero si puede hacerlo (y no debe ni siempre lo hace) es justamente porque esa concreción en sí misma es otra cosa, otro paso, que no pertenece al ámbito estricto del diseño sino de la ingeniería o, menos ampulosamente, de la gestión de personal en sus distintas posibilidades.

Esta separación, esta distancia tan difusa pero al mismo tiempo tan nítida, tan visible (parecida, si se me permite el juego, a la separación, al espaciado, que en el espacio de la escritura instaura la coma), me parece fundamental para entender el diseño, para entender qué se juega en ese desplazamiento por el cual ya no formamos directores de cine y televisión sino diseñadores de imagen y sonido, por ejemplo, y creo que ninguno de los aquí presentes tendrá problema si señalo que esa separación solo es posible desde el momento en que existe la división del trabajo que instaura la producción industrial.

Esta apreciación tiene la virtud de revelarnos al diseño en toda su historicidad, vale decir, como una categoría que tiene su momento específico en la historia y, en mi opinión, es el fenómeno que nos permite delimitar con mayor claridad la ruptura entre el diseño, las artes e incluso el artesanado. Muebles, objetos, ropa y ornamentos ha habido siempre, pero es recién a partir de la revolución industrial que podemos comenzar a pensar el diseño. Así, cuando se dice que los ornamentos geométricos de las vasijas del neolítico anticipan el diseño o forman parte del diseño, por el mero hecho de ser decorativos y no figurativos, se comete un barbarismo, del mismo modo que cuando se pone a Homero en la historia de la literatura. Este tipo de “historias”, por lo general sin darse cuenta, buscan deshistorizar sus objetos, demostrar –de un modo forzado– que han existido siempre, desde los orígenes. Nosotros, sin embargo, diremos aquí: “no, muy lejos de haber existido siempre, el diseño es una práctica íntimamente ligada a la producción industrial y, como tal, propia de un determinado momento histórico”.

Este punto de vista nos permite advertir una característica fundamental del diseño, a menudo ignorada, que se deriva de su propio carácter proyectual, y que constituye una diferencia ya no de grado sino absoluta y cualitativa con las artes y el artesanado: la relación con el material. Si bien muchos artistas, a lo largo de la historia, han trabajado de formas más o menos programá-

ticas, una premisa fundamental de la práctica del arte es el hallazgo que se produce en la lucha o el encuentro con el material mismo (la famosa “página en blanco” del escritor y su posición frente al lenguaje, el lienzo y los pigmentos del pintor, el mármol o la arcilla en la escultura). En el arte, el artista se somete al material; en la artesanía, el artesano llega a un compromiso con el material que es único en cada pieza; en el diseño, por el contrario, el diseñador debe dominar por completo al material, es más, este dominio es un supuesto de antemano, un a priori, ya que su horizonte de expectativas es la replicabilidad de la pieza.

Algunos de los presentes, un arquitecto, por ejemplo, me dirá que estoy diciendo un disparate, que el diseño sí toma en cuenta los materiales, pero no estoy diciendo aquí que él –por ejemplo– ignore la diferencia entre el hierro y el ladrillo, desde luego, sino que para él los materiales son en abstracto, vale decir hierro y ladrillo, y no esa pieza de hierro o ese ladrillo concretos y singulares, que el diseño lo lleva a suponer de antemano la anulación total y completa de diferencias que pueden existir en un grupo determinado de elementos de la misma especie técnica.

Esto trae consigo otra diferencia fundamental, en la que todos estaremos de acuerdo pero cuyas consecuencias prácticamente nadie se ha molestado en considerar. El artista produce siempre objetos únicos (y cuando no lo hace, como en el caso de las vanguardias del siglo XX, su gesto solo tiene sentido por ese horizonte de expectativas). El artesano, incluso el más diestro o aún el más embrutecido por la necesidad de producir piezas a destajo, jamás produce dos piezas idénticas. El diseñador, por último, proyecta (y no produce) en masa.

Llegamos así a una primera conclusión, que nos será de mucha utilidad más adelante: el dominio del material a priori y la negación absoluta de la singularidad como características distintivas del diseño comparado con otras modalidades del hacer.

Lo que me lleva a advertir, de inmediato, una nueva diferencia que hace al corazón de nuestro problema: mientras que el arte, durante el siglo XIX, atraviesa un proceso de autonomización, por el cual genera no solo su propio mercado sino también su propio mercado simbólico (siguiendo aquí la distinción establecida por Bourdieu), con su dinámica propia, y el artesanado se ve recluido al reino de la economía informal, el diseño –como hemos visto– está sólidamente integrado al mercado de los bienes de consumo (vale decir, las mercancías). Es más: el mercado de los bienes de consumo, tal como lo conocemos hoy, es impensable sin el diseño. ¿A qué se debe esto?

Según una idea corriente, el diseño procura la satisfacción de una necesidad humana preexistente. Esta noción, sin embargo, es totalmente falaz, ya que no describe convenientemente al diseño sino a cualquier tipo de construcción de herramientas y objetos de la cultura (con lo que volveríamos a la idea de que el primer hombre que talló una piedra para usarla como cuchillo era un diseñador), pero si ha podido extenderse tanto es porque va pareja a otra definición, no menos falaz, según la cual también los bienes de consumo existen para satisfacer necesidades humanas. ¿Falaz en qué sentido? Que una

silla, en tanto objeto, me sirva para sentarme, no explica en absoluto por qué en el mercado de los bienes de consumo existen tantos tipos diferentes de silla, tantos objetos además que cubren la misma “necesidad” (que, por otra parte, solo ha llegado a ser una “necesidad” por obra y gracia de una cultura), y que el acceso a esas sillas esté mediado por el dinero. El diseño y el mercado de bienes de consumo tienen sus propias particularidades históricas, que no se explican de ninguna manera apelando a una necesidad preexistente que los justificaría. Si el diseño está directamente relacionado a la era industrial, ello se debe a que el diseño (y esto nos fuerza a modificar un poco nuestra definición inicial) no tiene nada que ver con los objetos, con cosas, cualquiera sea su especie, sino específicamente con la producción de mercancías (que son algo completamente distinto de un objeto, por más que cierta economía falsamente ingenua las confunda). Como bien señalara un gran teórico alemán, la mercancía no es una cosa sino una forma, la forma elemental del sistema de producción industrial (lo que explica que en determinados contextos un cuerpo, una persona, hayan podido convertirse en mercancías). Mientras que un objeto es considerado en función de su valor de uso (es decir, para qué sirve), esta forma solo es considerada en función de su valor de cambio (es decir, a cuántas otras formas equivale, sistema de igualdades que se reduce en un significante último y fundamental que todos bien conocemos, el dinero).

Esto aparta radicalmente al diseño de todo utilitarismo ingenuo: el diseñador, sea consciente de ello o no, por su propia contingencia histórica, no proyecta objetos para determinados usos sino formas capaces de circular en un espacio de equivalencias (de allí la necesidad de liquidar toda singularidad de eso que diseña), formas susceptibles de adoptar un determinado valor de cambio. Y algo que hoy, quizá, nos resulta más claro, con la proliferación de las casas que venden “objetos de diseño”, es que el diseño no forma parte de la mercancía meramente como un mero valor agregado, como un excedente, como un adorno para hacerla más atractiva, sino que el diseño es un componente fundamental de la propia estructura de la mercancía.

¿Cuál es la función del diseño en la estructura de la mercancía? Cómo señalaba antes, nada que tenga que ver con la utilidad de la silla, vale decir con el objeto silla, nos explica que existan tantos tipos distintos de silla. Esta singular multiplicación de lo mismo es un efecto directo de la mercancía, y allí aparece el diseño. Básicamente, lo que un diseñador produce es diferencia, una diferencia competitiva, dentro de un mercado determinado, posibilitando esa multiplicación.

De este modo, el diseño se incorpora a la lógica actual de la sociedad de consumo. Como todos sabemos, el actual funcionamiento de la economía mundial (que algunos llaman, de hecho, globalizada) se asienta sobre la capacidad de una fuerte circulación monetaria alimentada por el consumo. En nuestras sociedades, por ende (si bien este “nuestras” admite salvedades, no es lo mismo hablar de Europa que de América Latina o de África), no se consume lo necesario; es más, podríamos decir que lo necesario es lo que menos se consume, o aquello que solo se consume ocasionalmente. El objetivo de este con-

sumo acelerado es, desde luego, ampliar el margen de ganancia de las empresas, en un claro proceso de acumulación del capital que signa la sociedad capitalista. Para poder favorecerla, la sociedad de consumo gasta aceleradamente todo tipo de recursos (finitos e infinitos).

Entendamos lo siguiente: el actual sistema tiende, *per se*, a que todo lo existente, reducido a una expresión única, el valor, simbolizado por el dinero, se acumule, se agrupe. Crudamente dicho, el capitalismo reduce el mundo a dinero, convierte los recursos naturales en materias primas, las materias primas en mercancías y de cada uno de estos pasos saca su rédito, rédito que tiene su propio flujo de circulación y que tiende, básicamente, a acumularse. Esta acumulación, lejos de ser una abstracción teórica, resulta clara en nuestros días: según el Informe sobre Desarrollo Humano, elaborado por el PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), en 2000 un 20% de la humanidad concentraba el 86% de toda la riqueza del mundo y los activos de las 400 personas más ricas del planeta equivalían a la participación de la mitad de la población mundial en el PBI. Los subsiguientes informes del PNUD han demostrado que, año a año, esta tendencia va en aumento.

Ahora bien, debido a la ampliación del consumo, la producción (vale decir, la conversión del mundo en capital) también va en constante aumento, y en varios países ya sobrepasa las capacidades naturales. Este proceso, como todos sabemos, tiene aristas complejas, sobre todo en lo que respecta a lo ambiental: según señala el Informe planeta viviente, elaborado en 2002 por el World Wide Fund for Nature (que tomo aquí de Paul Virilio), si todo el mundo consumiera como los estadounidenses, nos harían falta cinco planetas. Como diría el propio Virilio, este sistema económico basado en la sociedad de consumo comienza a encontrar un límite difícil de sortear: la finitud del mundo.

Para mí, comenzamos aquí a vislumbrar uno de los problemas éticos del diseño, vale decir, una pregunta fundamental no del diseñador, sino del diseño mismo, tal como lo conoce nuestro momento histórico: la posibilidad del diseño sustentable. El problema del *packaging* sería uno, solo uno, de nuestros mejores ejemplos, ¿en qué punto la multiplicación de opciones de consumo que el diseño produce no aumenta el gasto inútil de los recursos naturales? Tema, por otra parte, que muchos diseñadores han comenzado a incorporar en sus cavilaciones, algunos solo por moda (paradójicamente, algunos objetos “ecológicos” son en realidad más nocivos para el medio ambiente que los que no lo son) y otros por verdadera convicción.

Pero aún teniendo esto en cuenta, no podemos dejar pasar por alto un punto fundamental en la discusión. Nótese que hemos dicho “si todo el mundo consumiera como los estadounidenses” y que hemos resaltado, también, que la acumulación de capital tiene una concentración desigual en distintos puntos del planeta. Esto no solo quiere decir que la sociedad de consumo funcione de un modo desigual, sino que esconde una triste comprobación: que la sociedad de consumo solo puede funcionar de un modo desigual. Para que dentro de un mercado haya salarios altos que permitan un elevado nivel de consumo pero que, al mismo tiempo, las mer-

cancías mantengan un precio bajo que las haga accesibles, es preciso importar trabajo, el famoso *outsourcing*, vale decir, que las mercancías se produzcan en realidad en otros mercados a un precio mucho menor del que podría producir las ese mercado interno. Esto, desde luego, no es ninguna novedad. La industria de la indumentaria, por ejemplo, lo sabe muy bien. Todos conocemos que buena parte de la indumentaria de primera marca se produce en países del sudeste asiático a precios irrisorios, por no decir infames, en condiciones laborales que muchas veces distan de ser siquiera dignas.

Ahora bien, esta polarización no es solo internacional y se da también dentro de las distintas economías nacionales, sobre todo en nuestra realidad regional. La distribución del ingreso se polariza con creces en América Latina, a un ritmo incesante, aún –y sobre todo– en aquellos países en los que se habla de “milagro económico”, y la brecha entre pobres y ricos se vuelve cada vez más pronunciada, por no decir insalvable. Sin ir más lejos, aquí en Argentina, el año pasado, el escándalo de la mano de obra esclava inmigrante utilizada en la industria textil (del que, dicho sea de paso, ya nadie habla y por el que ninguna empresa pagó consecuencia alguna), reveló en qué condiciones de producción se asienta no solo la indumentaria, sino el diseño en general, en tanto la mayor parte de las compañías involucradas eran marcas con fuerte identidad de diseño.

Si la cuestión ambiental constituía en cierta medida un planteo ético para el diseño, creo que aquí encontramos lo que llamaría el abismo ético del diseño, su relación con el trabajo humano, la explotación y, curiosamente, una categoría de la que se habla muy poco, prácticamente nada, en este ámbito nuestro: la miseria, la pobreza. Las actuales currículas de diseño, merced a una compleja derivación de las viejas currículas de arte, proceden como si el diseñador actuase dentro de un universo donde solo los consumidores existen o, para decirlo

más crudamente, en un mundo sin pobres, cuando en realidad –y sobre todo en una región como la nuestra– está inserto en un mundo donde los pobres constituyen el grueso de la población (y, en oportunidades, el propio diseñador, como integrante de las clases medias en decadencia, corre el “riesgo” de sumarse a ellos).

¿Qué volvemos a encontrar aquí, en este abismo? Ni más ni menos que esa separación, esa distancia al mismo tiempo nítida y difusa, que marcábamos al principio, entre el diseño y la producción. Esa distancia, ese hacer de cuentas que el diseñador trabaja puramente proyectando formas ideales, no es casual: sirve para esconderle, de un modo tajante, de qué modo su práctica incide en el espacio social que habita. Peor aún, su relación tan estrecha, tan imbricada con la proyección de mercancías, termina por ocultarle la realidad misma de su propio trabajo, lo que en las actuales condiciones de acumulación del capital equivale a decir la realidad de su propia explotación. En el modo en que se le enseña a dominar absolutamente los materiales, siempre dóciles y siempre iguales, van implícitas las condiciones de su propia sujeción a las leyes del consumo, del mismo modo en que la total negación de la singularidad de sus piezas le devuelve, como un reflejo invertido, su situación de trabajador especializado que, a pesar de su capacidad de producir diferencia (y porque la produce industrialmente), resulta siempre reemplazable, conmutable, descartable.

He aquí la pregunta, el desafío, que quise plantear ante ustedes, como colegas, hoy día: ¿de qué manera será posible ligar al diseñador nuevamente con esa realidad que lo rodea? ¿de qué manera será posible llegar algún día a plantear la relación entre ética, diseño y política, saltando definitivamente la necesidad de esa coma, esa separación, que hoy día nos imponen nuestras propias condiciones, haciéndonos decir, por separado, “ética, diseño, política”?

## El problema como herramienta de aprendizaje

Una alternativa didáctica de la ergonomía

Gustavo Adolfo Sevilla Cadavid

### Introducción

La Materia de Ergonomía y Diseño del Programa de Diseño Industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana comenzó a implantar el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) como método de enseñanza de la ergonomía en el 2006. Tras haber realizado una revisión sobre el marco conceptual del ABP y cómo se ha aplicado en metodologías para la formación en innumerables facultades de muchas otras áreas del conocimiento, se planteó adaptar este modelo de enseñanza al contexto educativo del diseño industrial, más exactamente al área

de ergonomía. El programa de diseño industrial nació formalmente en 1974 con el objetivo de formar profesionales con alta capacidad investigativa, creativa y de gestión para concebir proyectos de diseño industrial. Desde ese planteamiento inicial, la universidad se ha comprometido en la búsqueda de un sistema de enseñanza que respondiera a los siguientes principios:

- Favorecer el aprendizaje activo del estudiante
- Proponer un mecanismo de aprendizaje al estudiante
- Integrar la teoría y la práctica cotidiana
- Favorecer el trabajo en equipo.

El Aprendizaje Basado en Problemas se estableció como el método que más se aproximaba a la declaración de principios previa y ha sido, por tanto, aplicado de manera progresiva a la asignatura de Ergonomía y Diseño.

### El ABP

El ABP es una metodología didáctica basada en el rol