

**Ámame como soy.
Consideraciones sobre Cultura y Diseño**

MSc. Claudio Sotolongo Menéndez

Resumen

Reflexiona sobre las funciones del diseñador en el contexto mundial actual, por su posición privilegiada en la fabricación de objetos, y su participación en la creación de modelos culturales. Destaca que por medio de la reproducción masiva de objetos se pueden difundir valores estéticos a la población, y recuperar el concepto de cultura homogénea que debe corresponder a la destrucción de las barreras impuestas por la división de la sociedad en clases, aunque reconoce que así se pudiera correr el riesgo de barrer las diferencias locales, las tradiciones de los pueblos y sus culturas particulares.

El rol del diseñador en el mundo contemporáneo está atravesado por su posición como reproductor/productor de cultura, como agente cultural, debido a su posición privilegiada en la fabricación de objetos, pero también debido a su participación en la creación de modelos culturales. Uno de esos modelos está relacionado con lo que se denomina cultura de diseño. Tal cual existe una cultura musical, deportiva, pesquera, existe una cultura de diseño, un nicho de mercado para la venta y distribución de objetos cuyo valor simbólico excede por mucho su valor real.

Mientras estas otras “culturas” no exigen del practicante un compromiso visual, sino que se relacionan en su mayor parte con el conocimiento, la cultura del diseño se conecta directamente con los “productos de diseño” que pueden llegar a convertir al diseñador en un estereotipo de sí mismo, el móvil de diseño, los pantalones de diseño, los espejuelos oscuros de diseño, frases asociadas a una cultura del diseño, donde se reconocen determinados objetos por su calidad de diseño y no por insertarse de forma coherente al entorno en el que se portan. La cultura de diseño no ayuda a conocer la profesión, la manipula, articula un discurso que se basa en el modelo de la expansión y se yergue como consumación del consumismo, el culto al objeto y su posterior reconversión en icono. La cultura de diseño se convierte en una trampa simbólica, en la pretendida representación de estatus y en la falsedad del consumismo.

La diferencia entre esta cultura del diseño y la creación de una cultura para diseñadores no es antagónica. Se puede participar de la cultura de diseño, siempre que se reconozca la existencia de otras expresiones culturales, no solo artísticas puesto que *si el diseñador posee notable habilidad artística, pero no una comprensión o cultura universal que podría facilitarle el medio de entender el problema específico del cliente, entonces, en el mejor de los casos, puede procurar al cliente una interesante decoración artística de buen gusto. ¡Lo cual, obviamente, ocurre a menudo!*¹

El reto para el diseñador consiste en participar de tantos nichos culturales como le sea posible, en virtud de adquirir no solo lo que se denomina alta cultura, eurocéntrica y hegemónica, sino de participar activamente del conjunto de *mitos, ritos y fetiches que componen el patrimonio de una comunidad*, su comunidad. Mientras se enfoca ciegamente en los modelos culturales exportados por el centro y sustentados por el consumismo, se abstiene de mirar críticamente su realidad.

La posibilidad de asimilar, desde el diseño, prácticas desvalorizadas por las instituciones que legitiman la cultura, permite abrir el espectro al entendimiento de la diversidad, al fomento de un pensamiento y un accionar

¹ Gavier, Martin. *La formación de diseñadores*. Revista Diseño. Febrero 1970

alternativo, mientras se respetan, desde las instituciones, otras formas de asumir la representación.

Esta asimilación no se produce cuando se parte de lo pintoresco, o cuando se araña la superficie de las prácticas culturales locales mientras que se intenta producir mensajes y artefactos que conducen inevitablemente a la construcción de nuevos estereotipos, al reforzamiento de los ya existentes y se termina atentando contra la imagen que de cierto grupo social tiene el resto de la sociedad.

El arte de comunicar o lo feo no se vende

Por décadas se ha girado en torno a la especificidad del diseño, qué es diseño y qué no. Se ha hablado de su relación con la ciencia y la tecnología, se ha utilizado para nombrar disímiles acciones ligadas a la planificación, la previsión o a otros procesos previos a la ejecución de un proyecto. Es utilizado en todas las ingenierías y en algunas ciencias naturales y sociales, sin acarrear mayores discusiones. Sin embargo, cuando movemos el dial hacia el Arte encontramos ensayos, debates, libros y muchas opiniones polarizadas.

Interesante en este “debate” es que la mayor parte de los diseñadores han hablado alguna vez de esta relación. Algunos han colocado a los objetos diseñados bajo la sombrilla del Arte, mientras otros demarcan terrenos para colocar al Diseño, excluyendo todo aquello que parezca artístico. De esta exclusión siempre se perdonan un conjunto de objetos que se encuentran en la isla en el medio del río cuyas orillas son el Arte y el Diseño. Al decir de Víctor Margolín: *La designación de un producto, como antiguo o coleccionable lo mantiene en circulación porque se considera que se ha convertido en parte del acervo cultural.*² Integrantes y portadores de la cultura, los objetos que trascienden el marco de la profesión para formar parte de espacios reservados a lo trascendental, lo patrimonial, lo que merece ser preservado dentro de cada sistema, dota a estos artefactos realizados para terceros y planificados para cumplir con requisitos definidos de antemano: funcionales, formales, estéticos, simbólicos, informativos, identificadores, materiales, ergonómicos, persuasivos, económicos, etc.³ de un aura que los sacraliza y convierte en iconos de la sociedad.

*En el mundo del diseño, que es un mundo de símbolos, las palabras son fundamentales.*⁴ Pero las obras que consecuentemente se convierten en acciones definen a una profesión que niega su naturaleza efímera en la persecución de un carácter permanente, y lo logra en circunstancias extremas, ya sea pasando a integrar la vida cotidiana y estableciendo una permanencia que desborda cualquier previsión o incorporándose a otros espacios de circulación. La naturaleza masiva del diseño, también negada en algunos

² Margolin, Víctor. *Las políticas de lo artificial. Ensayos y estudios sobre diseño. México: Disegno75*

³ Bellucia, Raúl. *Que hacen cuando diseñan. ForoAlfa.* (publicado en julio de 2005)

⁴ Costa, Joan. *La eterna e inútil discusión. ForoAlfa.* (publicado en octubre de 2005)

momentos, contribuye de manera decisiva a su permanencia y como portador simbólico de cultura recae en él la responsabilidad de preservar las prácticas locales, de asumir las posiciones de renovación sin caer en vacíos formalistas, de politizarse y comprometerse con los principios éticos, estéticos, funcionales o productivos, de tal manera que transparente una verdadera responsabilidad social.

Ya que *por medio de la reproducción masiva de objetos podemos difundir los valores estéticos vigentes a la masa de población sin distinción de clases, recuperando el concepto de cultura homogénea que debe corresponder a la destrucción de las barreras impuestas por la división de la sociedad en clases,*⁵ aunque se corra el riesgo de barrer las diferencias locales, las tradiciones de los pueblos y sus culturas particulares. Y es que el diseño no existe separado del hombre que lo crea y del que lo vive, pero solo podrá situarse en el centro de los debates cuando los diseñadores entiendan que no son el epicentro de las transformaciones.

Una de las responsabilidades de los diseñadores está en prever el futuro. Encontrar los espacios propicios para cada preocupación ligada a esta previsión es lo que separa al buen diseñador del resto de sus colegas. Si bien la tarea de diseño se mantiene alejada de cualquier precepto de responsabilidad social, existen otros muchos espacios donde se pueden expresar las consideraciones de tipo ético y donde se pueden desplegar un conjunto de actividades, incluyendo proyectos de alto impacto social.

⁵ Segre, Roberto. *Significación del diseño en la cultura contemporánea*. Revista Diseño. Febrero 1970