

LA ANTROPOLOGÍA DEL PROYECTO COMO FUNDAMENTO DEL DISEÑO SOCIAL¹

Anthropology as the principle of social design project

DI. Félix Augusto Cardona Olaya²

SÍNTESIS:

Este documento hace parte del proyecto de investigación en Teoría y Diseño del programa de Diseño Industrial, por lo cual pretende hacer una reflexión sobre el abordaje actual de los proyectos de diseño. Los discursos disciplinares contemporáneos no hacen hincapié en el estudio de los productos de diseño, sino en el proceso mismo que los lleva a convertirse en productos, lo que define y constituye la antropología del proyecto como fundamento del enfoque del diseño que conocemos como diseño social.

DESCRIPTORES: Objeto, producto, proceso, fenomenología.

ABSTRACT:

This document belongs to the research project of design and theory from the industrial design program. Whereby, intends to make a reflection on the current approach to design projects. The contemporary discourses do not emphasize in the design products studies, the process is the one which has led them to become such, the anthropology that defines the project, and this is the foundation of the design approach is known as social design.

DESCRIPTORS: Social design, Project's Anthropology, Fundamental Theories.

Es necesario partir de la noción clásica de la filosofía, por la cual el universo está compuesto por los seres y las cosas. Los primeros crean y definen a las segundas; así, cada cosa es determinada por su duración, individualidad, singularidad y autonomía esencial, todas integradas en materialidad objetual. A estas cosas les atribuimos una significación a través de su contemplación, de aquello que es frente a las condiciones que nos definen como ser, otorgándoles estados referidos a nuestra propia condición de ser y estar.

La fenomenología surge como programa filosófico, “un colocarse ante la vida”³, en cuanto que enfoca a la filosofía en el acercamiento a las cosas, relacionando la naturalidad de la observación con la creación de abstracciones filosóficas.

Por lo tanto, no se debe tratar de comprender al mundo por las cosas que lo componen, sino por nuestro pensar de ellas, ya que son estas estructuras del pensar las que determinan la concepción del mundo en concordancia con

1 Documento colectivo de diseño industrial del 6º semestre 2011-2

2 Diseñador Industrial de la Universidad Nacional de Colombia; Especialista en Ingeniería de la Organización Industrial, Universidad de Zaragoza (España); Especialista en Pedagogía y Desarrollo Humano de la Universidad Católica Popular del Risaralda; docente Auxiliar del programa de Diseño Industrial e investigador del grupo Cultura y Diseño, del programa de Diseño Industrial de la Universidad Católica de Pereira.

3 Esta frase permitió definir mucho de lo que Husserl esgrime en su fenomenología como enfoque filosófico contemporáneo.

los conceptos que tenemos a disposición en cada uno de los contextos por los que pasa la vida humana.

En este sentido, las cosas solo llegan y están con nosotros en el cumplimiento de su función particular, cumpliendo exigencias, procesos y propósitos, por lo cual no se puede definir la existencia de una cosa bajo una visión absolutista, pues “no hay ya funciones de verdad, el funcionalismo como sistema de operaciones científicas exactas, esta superado, aparece un nuevo criterio de verdad: El uso” (Aicher, 2001, p.154).

Debe ocuparse del uso en la cotidianidad, pues en esta dimensión es que se hace perceptible la forma resultado de su actividad proyectual, hecha con conocimiento del hacer, pero referida a la sensibilidad del ser, lo que Kant define como la intuición (Aicher, 2001), por la cual nada es explicación, todo es descripción, o al menos es más propicio a ella, de manera que las cosas adquieren autonomía por su utilización y disfrute, y en la medida en que esto suceda, se empiezan a entender como objetos.

Es el diseño el que argumenta las configuraciones formales de estos objetos, según el contexto en el cual deberán ser usados, por lo cual ya dejaron de entenderse como cosas, logrando una nueva forma de comprender el mundo. Así, se relaciona lo que la filosofía propone desde su pensar y el diseño desde el hacer, pues las cosas están hechas y es solo en el uso donde se puede establecer su verdadera descripción, lo que permite entendernos y comprendernos como seres, a través de los objetos.

Por lo anterior, se deben hacer estudios de los objetos que son puestos en práctica en el mundo como fundamento de diseño y no en la

creación de iconos objetuales. Son los objetos de la cotidianidad del mundo real los que logran convertirse en el reflejo de las formas de vida de las personas, a pesar de que muchas veces pasen desapercibidos.

Con esta base se podría comprender la manera en que las cosas, luego objetos y finalmente productos “se traman con las prácticas cotidianas de las personas, adquiriendo usos y significados, diferentes e incluso contradictorios, a aquellos que originalmente pusieron en éstos sus productores” (Sanín, 2009), proveyendo maneras diferentes de comprender al mundo y sus componentes.

Puesto que al momento de su comprensión se entretienen múltiples relaciones entre el observador, lo observado y el contexto. Esta interrelación de factores es lo que Mallol (2011) define como el fondo de las imágenes, en su propuesta de la antropología del proyecto de diseño. Lo observado, entonces, ya no será descrito por lo que es, sino por la percepción de quien observa. De allí que somos nosotros mismos quienes aportamos el marco de valoración que determina las cosas que hacen nuestro mundo.

Desde esta perspectiva, el proyecto como producto del diseño debe tomarse no como la cosa misma y sus contenidos fundacionales (color, textura, forma, tamaño, función, etc.) sino como el fluir constante de imágenes, pensamientos y percepciones que le permitieron volverse materialidad perceptible usada para determinados propósitos.

El proyecto de diseño legitima un cuerpo de conocimientos y habilidades técnicas que permiten establecer los procedimientos para la determinación de las opciones formales, que se seleccionan para pasar de

configuración de cosa, a la de objeto y, por último, como producto. Desde la interpretación de la antropología del proyecto, antes que productos u objetos, se crean cosas, atendiendo conceptos surgidos de la filosofía, puesto que es la primera fuente de creación (Mallol, 2011).

Esto solo se podría entender en la medida en que comprendamos la relación entre los conceptos de cultura, contexto, identidad y símbolo, con las cosas que componen el mundo, lo que define el marco de acción del diseño, en la medida en que este crea el patrimonio regulador de los comportamientos que dan cohesión y continuidad histórica a una colectividad estable (Ospina, 2011)

Sin embargo, esta estabilidad pierde sentido en el contexto actual, ya que equivocadamente estamos avocados a una homogenización de nuestro patrimonio al ver como el diseño nos comprende como masas consumistas, en donde cohesión y continuidad histórica no existen, por la inmediatez y relajamiento, pues los diseños se definen y validan únicamente a través de su consumo.

De manera que los diseños tienden cada vez más a ser homogéneos, aunque la percepción que se tiene de ellos es cada vez más heterogénea. En esta situación se encuentra el proyecto de diseño, pero no el diseño mismo, convertido en el único sentido de identidad, ya que surge de la construcción racional y consciente de mensajes visuales que manifiestan una cultura con transmisores de códigos que la integran y diferencian al mismo tiempo.

Por tanto, el diseño se convierte en síntoma de cultura (Horta, 2011), y en este sentido, debe entenderse como acto político; no puede seguir siendo neutro, producto de un entusiasmo consumista o de una fachada estilística (Ospina, 2011). Debe convertirse en un pensamiento simbólico, un conocimiento cultural en donde las características de origen sean rescatadas, redescubiertas y/o resaltadas⁴.

Se requiere crear teoría de diseño social; un discurso que surja desde y para nuestros contextos, con sus características únicas, como su transculturalidad, su simbología en tiempos sincrónicos y un mestizaje humano y geográfico que lleva a trasgredir muchos de los conceptos de lo que hasta hoy se ha definido como diseño (Horta, 2011).

El diseño, pues, debe viabilizar y reconocer los procesos de materialización y la socialización, marcando diferencia con el arte, pues debe ser comprendido por el público, no puede ser interpretado y debe ser usado, apropiado, y tal vez luego, exaltado. Al respecto, Ospina llama la atención sobre los productos de diseño que no están dentro de la cotidianidad, pero sí en los museos como ícono de un autor, de un estilo, pero no de una sociedad, y por ende, de una cultura. Asimismo, este producto se distancia de la tecnología, en cuanto no es el cómo, ni el para qué hacerlo, sino el porqué debe realizarse, para los contextos en los cuales se proyecta su uso.

Con lo anterior se puede afirmar que es el diseño quien argumenta las configuraciones formales para el mundo en el cual deberán ser

4 En este caso el diseñador industrial de origen cubano, Aurelio Horta, coloca al diseño latinoamericano como un fenómeno que requiere de esta circunstancia en cuanto que debe mostrar su forma de pensar, de crear con el intelecto de acá, que ha encontrado conciliación con el intelecto de allá. Con lo cual se valoriza lo construido hasta ahora con un discurso propio de diseño.

usadas, logrando una nueva forma de comprender el mundo, a través de descripciones objetuales de contextos que permiten entender singularidades, estableciendo una verdadera crítica que legitima al diseño como un comportamiento proyectual.

El proyecto de diseño se puede definir como un rasgo netamente humano, en donde el debate se da no en el resultado, sino en decidir qué dejamos vivir o qué dejamos perder. Mallol (2011) hace hincapié en que los estudios de diseño, deben virar hacia el estudio del proceso mismo, no al producto final, puesto que los procesos personales y culturales que hacen que un diseñador decida una u otra cosa, cuando está inmerso en el desarrollo proyectual, es lo que realmente permite crear discurso de diseño, teoría propia disciplinar.

Es aquí donde una antropología del diseño se hace vital, pues hasta ahora la teoría del diseño se centra en el producto final y no en las alternativas parciales. En estas es donde realmente se crea diseño, se construye teoría, se hace crítica y un discurso social frente al proyecto en sí, puesto que se visibiliza las decisiones en su desarrollo. Así que es en este proceso mental, en el pensar, en el proyectar y decidir, antes que en el hacer, el que permite tener distanciamiento reflexivo (Mallol, 2001), donde el diseño tiene conciencia social.

En suma, el diseño propone nuevas formas de pensar, antes que productos para un contexto que tal vez nos lleve a responder la siguiente pregunta: ¿Cuándo hablamos de diseño a qué presencia real nos referimos? Este interrogante es formulado por Mallol (2011) y deja muchas inquietudes sobre cuál debe ser el enfoque primero de los estudios de diseño y luego de la definición del diseño mismo, pues plantea que actualmente se va configurando una tercera esfera del conocimiento: la “diseñística”.

La pregunta planteada abre un debate crítico sobre la unidad de coherencia, donde lo empírico y propositivo se constituyen en teoría de diseño, con lo cual el diseño social como enfoque cobra toda validez, sobre todo para contextos como el nuestro.

Referencias

- Sanín, J. (2009). *Patrimonio Cultural Prosaico*. Disponible en <http://www.DisenoLA.org>
- Aicher, O. (2001). *Analógico y digital*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Varios (2011). *III Encuentro de estudios teóricos en diseño. La antropología del proyecto*. Conferencias magistrales de Ph.d. DI. Miquel Mallol Esquefa (España). Ph.D. DI Aurelio Horta Mesa (Cuba- Colombia). Mg. DG. Walter Castañeda Marulanda (Colombia). Mg. Fil. William Ospina Toro (Colombia). Universidad de Caldas, Manizales.