

REFORMULACIONES TEORICO-CONCEPTUALES DE LAS ARTES Y LOS DISEÑOS

Silvio V. J. Gadler Barioni

Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño. Centro de Investigaciones Projectuales y Acciones en Diseño Industrial (CIPADI). Grupo de Investigación en Diseño Sustentable (GIDSU)

El diseño como campo de proyecto ha sufrido algunos cambios que debieran tener repercusión en la enseñanza formal de la disciplina. El concepto más central es “el tiempo”. El mundo se ha acelerado en términos inigualados y el tiempo se ha acelerado en todos los aspectos que inciden en el Diseño como actividad proyectual. Un caudal mucho mayor de productos sale al mercado cada día. La prolongación del momento de comprar algo nuevo, se realiza a través de un packaging que en general se descarta inmediatamente después del desempaque y termina siendo un residuo más a considerar. El diseño y la sustentabilidad están desalineándose cuando el paradigma es el consumismo.

El presente trabajo ha surgido como consecuencia de reflexiones asociadas a la investigación en curso y que, no formando parte del cuerpo de la misma, proporcionan una mirada crítica sobre esta relación entre diseño, industria y sustentabilidad, que redundan en el planteo de algunas estrategias posibles.

Palabras claves: Diseño - Sustentabilidad – Industria – Estrategias

Diseño y sustentabilidad

El Diseño en general y el Industrial en particular, están manteniendo una relación tensa con la sustentabilidad. Hay una gran cantidad de herramientas para el control del impacto que tienen las producciones en el ambiente, para establecer estrategias adecuadas en esas producciones con el fin de minimizar dicho impacto. Sin embargo en la gran mayoría de los productos que se lanzan al mercado, estos elementos no están presentes. Claro que los productos que efectivamente tienen Diseño, no son tantos.

Es claro que las grandes empresas ya sean multinacionales o no, han encontrado una manera económica de producir a través de tercerizar o producir en otro sitio. El caso de China es de lo más significativo y ahora, estamos pagando las consecuencias de haber incursionado en esta estrategia de “menor precio” sin haber considerado los “costos” a futuro. Producir sin control ambiental, sin considerar condiciones de trabajo digno y con dudoso pago impositivo ha sido siempre una conducta inapropiada para la competencia en el mercado, pero muy rentable y por ende difundida. Sin embargo, cuando esto es una manera de considerar la producción mundial, el resultado no puede ser otro más que un desastre en ciernes. China produce de múltiples maneras y ha reemplazado a las grandes productoras de Europa y Estados Unidos. Ahora, sus trabajadores no tienen dónde trabajar de lo que solían y sus economías no gozan de buena salud.

En nuestro país la importación de la década de los 90, casi sin mirar desde dónde y cómo se hicieron los productos, ha sido un hito importante que no debíamos volver a replicar. En ese momento se propició esta importación bajo la consigna de mayor productividad y, como punto de comparación se tomó el sudeste asiático, lugar que hoy en día ha dejado de ser la potencia que era. El problema parece ser siempre el mismo. Dentro de la ecuación nunca entraron más que los costos directos de producir. Un caso equiparable es la industria de la confección que en nuestro país es una de las que más mano de obra en negro y con salarios de miseria usa, sin mencionar que gran parte de ella, está en estado de esclavitud o servilismo.

Si hay un aporte que podemos hacer desde el Diseño es justamente el de pensar qué factores considerar en este punto de la sustentabilidad. Para ello, bastaría con tener en cuenta uno de los conceptos más iniciales del Diseño que es la dupla “eficacia / eficiencia”.

Sin dudas, la eficacia es parte sustancial de lo que hace un producto. Si no hace bien su cometido, entonces no podemos ni siquiera empezar a hablar. Ahora, el tema de la eficiencia tiene aristas más interesantes.

¿Cómo consideramos la eficiencia de un producto? ¿Solamente por el grado de consumo que tiene? ¿O también a partir de cuánto material se ha usado para su producción? ¿Podría ser el consumo de energía y otros elementos (agua, descartables, consumibles, etc.) a lo largo de su vida útil? ¿Se podría considerar eficiencia en la producción el empleo de mano de obra en lugar de automatizarla? ¿O será contravenir la ecuación del mercado?

Sin dudas estas y otras cuestiones serán motivo de análisis para realizar futuros cambios.

Al respecto se trabaja con la rueda estratégica que ha desarrollado la UNEP (United Nations Environment Program) en conjunto con la Delft University of Technology, denominado “Diseño para la sostenibilidad (D4S). Un enfoque práctico para economías en desarrollo”. De tal manera que no profundizaremos en los aspectos propios de esta herramienta, sino en otros marcos de referencia que nos proporcionen enfoques de interés.

No caben dudas que el diseñador es un profesional que ha tenido dentro de su formación aportes para mejorar la sustentabilidad en términos generales.

Pensemos (E. F. Schumacher 1984) que desde el encuadre de un economista propició ya en los años 60 una economía de escala para los países del, en ese entonces Tercer Mundo, y sobre todo las consideraciones de las transferencia de tecnología. Sigue vigente este enfoque que proponía no transferir en forma directa tecnología a países con gran cantidad de gente sin trabajo. Fomentar la producción no trae aparejado mayor cantidad de trabajo. Schumacher sugería que un puesto de trabajo del primer mundo costaba alrededor de u\$s1000000 y generaba trabajo para una persona en cada turno. Supongamos una estampadora de una industria automotriz. En el extremo opuesto se ubicaban los trabajadores como el zapatero remendón callejero, cuyo puesto de trabajo no superaba los u\$s100. Evidentemente, la ecuación social no cierra si invierto 1000000 en un solo puesto de trabajo, pero tampoco para generar 10000 puestos de u\$s100. Propuso como más adecuado instalar 10000 puestos de trabajo de u\$s10000, que permitirían un impulso importante en el medio laboral y, al mismo tiempo, una reactivación económica.

Lo mismo podemos destacar en la consideración del PBI como indicador de desarrollo (Kliksberg, 2004) y respecto de las oportunidades y la equidad que implica esa teoría. Una gran ganancia para pocos no implica bienestar para todos. En nuestro país, la

industria agrícola genera cerca del 23% del PBI, sin embargo genera solamente el 0,8% de la mano de obra ocupada (Gadler, Lemme, Zulaica, 2011-2012). Notable la disparidad y por ende en términos de economía, la alta productividad de sistema, que no es más que otro indicador de concentración económica.

La fractura se produce entre lo que se piensa éticamente, solidariamente y lo que ocurre con el mercado, que se sustancia en el aumento de las ventas, el crecimiento económico y el valor de las mercancías que es maximizado por un costo cada vez más restringido.

Es interesante analizar cómo el paradigma del crecimiento económico y por ende, la sociedad de consumo y el consumismo, nos meten en un callejón del cual es imposible salir dentro del marco de esas reglas. La única manera es proponer un nuevo paradigma.

¿Estamos dispuestos a moderar nuestro consumo? El momento de comprar ha sido el punto culminante del planteo consumista. Todo el dispositivo está armado para llegar al momento de satisfacción coincidiendo con la compra. Una vez retirado el producto, ya comienza el inexorable camino hacia la insatisfacción que nuevamente nos ha de llevar a un nuevo acto de compra. De hecho hay mucho estudio realizado sobre la “experiencia de compra” o “experiencia de consumo”. Todos aquellos puntos que hacen que un comprador llegue al momento de efectivizar la adquisición son tenidos en cuenta. Se monta una obra de simulación que lleva al interesado a pasar por un, más o menos largo, ritual centrado en instantes y escenarios que lo hacen sentir como perteneciente a un grupo elegido. Todo esto hasta concretar la compra, luego de este punto, el vendedor pierde interés en el comprador, que ya ha sido relegado a la categoría de “capturado” y empieza a tener interés por fomentar nuevamente el deseo de compra. Hace ya muchos años (Maslow 1943) formuló su teoría de las necesidades humanas que formalizó en forma de una pirámide. Constaba de cinco escalones, cada uno representando un conjunto de necesidades de las cuales los primeros cuatro son necesidades de déficit, es decir que permiten una satisfacción y la quinta, una necesidad de autorrealización cuya satisfacción no llega nunca. Lo interesante es que junto con ellas, se percató que la necesidad es una carencia unida al deseo de satisfacerla. A partir de esto, la ecuación se ha perfeccionado y resulta que activando alguno de los términos, se obtiene el resultado adecuado. Si no necesito, quizá sea porque no sé, que lo necesito. Es posible que carezca de alguna cosa, objeto, etc., pero si no siento el deseo de satisfacer esa carencia, no aparecerá la necesidad.

Este planteo se ha encarnado en la sociedad de consumo y lo que todo vendedor quiere es que el producto sea “deseable”. Una forma linda es más deseable, una forma novedosa también. La nueva tecnología encarna el pináculo del desarrollo y también se asocia a estar en la “cresta de la ola”. En definitiva estamos hablando de “pertenecer”.

Hay múltiples maneras de pertenecer. A aquellos que tienen poder para comprar, a un cierto grupo social, a los que poseen una tarjeta de crédito, y así podríamos seguir mencionando las innumerables maneras de hacernos sentir dentro o fuera del sistema. Es claro que el que no puede comprar, no es una “persona”, será otra cosa pero no llegará el estatus de “gente”. Sin esta cuestión tan directa es lo que está detrás de toda publicidad.

Por suerte hay otros planteos. Se puede considerar que las necesidades son una oportunidad para el crecimiento y la mejora de las sociedades (M. Max-Neef, 1994). Se propone una tesis muy interesante respecto de las necesidades y parte de dos postulados. El primero, que “las necesidades humanas fundamentales son finitas,

pocas y clasificables; el segundo, que todas las necesidades humanas fundamentales son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Lo que cambia, a través del tiempo y de las culturas, es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades. El planteo general es un doble sistema clasificatorio que utiliza cuatro (4) categorías existenciales y nueve (9) categorías axiológicas. La combinación de ambas proporciona una matriz en cuyas intersecciones, aparecen diversidad de satisfactores. A modo de ejemplo, de la combinación de las necesidades de “protección” (categoría axiológica) y de “tener” (categoría existencial), surgen los siguientes satisfactores: seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud, legislaciones, derechos, familia, trabajo, etc. Como se puede observar no se trata de elementos concretos sino de marcos de referencia a los cuales hay que llevar a la práctica con otros elementos. En el caso del Diseño y particularmente del Industrial, son bienes de capital los que surgen a partir de los satisfactores.

Entre los que se han puesto de manifiesto, el caso del “trabajo” es un tema más que central del encuadre que el Diseño debiera tener en su acción directa y estratégica.

Diseño, industria y estrategia.

Ya se ha expuesto algún punto de interés respecto del tema estratégico y el trabajo. Vale la pena seguir pensando en industrias basadas en la producción automatizada y por ende reducción de mano de obra, o por el contrario en aquellas más intensivas en personal humano. No es tan simple y el tema adquiere múltiples matices. Para comenzar el tema del precio que estamos dispuestos a pagar por una mercancía en relación a las prestaciones que nos brinda. Dentro de ellas, la calidad, la duración, adecuación al usuario e imagen, son entre otros, algunos puntos que sin dudas generan categorías de productos muy determinadas.

Estas prestaciones están presentes en todo producto, sin embargo al momento de tomar en cuenta alguna de ellas como la más importante, puede que alguna otra comience a ser una prestación negativa. Tomemos una combinación en la cual la duración es el aspecto más importante del producto. Evidentemente la imagen deberá ser “conservadora o clásica” para poner términos que den cuenta de una capacidad de resistir a los cambios de moda. Toda una definición de mercancía que luego debe posibilitar la venta. Por ende es el comprador y futuro usuario el que debe adherir a este criterio.

Nuestra industria actual, en la que la novedad es parte de la competencia en el mercado, exige que comencemos una nueva promoción de valores en la sociedad para que el cambio de imagen no sea algo tan deseable. Nada simple.

Lo efímero ha ocupado un lugar predominante. La sociedad y sus vínculos se ha vuelto líquida (Baumann, 200..), sin forma, adaptándose a los incesantes recipientes que se le ofrecen. Dentro de estos aspectos, la consideración del derecho al trabajo digno parece terminar allí donde comienza el precio de una mercancía que ya no resultará tan asequible. Hace poco menos de 50 años, un auto seguía siendo un bien que pocos podían tener, caro por cómo se producía y pensado para durar justamente por lo que implicaba su compra. A pesar del pensamiento inicial de Ford y la producción en cadena, con una gran estandarización, todavía no se daban las condiciones para que los vehículos fueran más populares. La industria automotriz supo captar los deseos de la gente de tener un vehículo que le posibilitara circular por múltiples lugares, de llevar a la familia de paseo, de ir a realizar compras al

supermercado, vacacionar y sobre todo, el individualismo. El paradigma se enraizaba en el ideario de “libertad” tan propio de los Estados Unidos. Esto originó la producción de infraestructura para que todo esto fuese posible y así creció una cantidad de espacio dedicado al vehículo muy importante. Autopistas para circular rápido, calles muy amplias, lugares para estacionar, etc. Todo esto hace que el que no tiene un vehículo no pueda vivir alejado de los lugares de trabajo, ni en sitios sin tiendas cercanas o infraestructura de salud y educación. Nuevamente el modelo económico se mejoró en favor de la concentración aunque maquillado de una supuesta difusión de la calidad de vida.

Un sistema de transporte pensado para la gente en relación a las ciudades, los centros de trabajo y demás cuestiones relacionadas con la equidad de y en la sociedad, sería fundamentalmente diferente al actual.

En el caso de los parques industriales, llevamos la producción fuera de las ciudades para que no contaminen cerca. Luego, la gente que trabaja allí debe viajar con los costos en tiempo y dinero que implica. Como resultado, se instalan viviendas precarias cerca de estos lugares lo que resultará en el cordón de marginalidad que toda ciudad tiene por cuestiones de pobreza estructural funcional al sistema. Obviamente, la solución no es erradicar las industrias fuera de las ciudades para que luego queden mal incluidas en nuevos territorios urbanos sin urbanización planificada, sino pensar en los nuevos modelos macro-sociales a desarrollar.

El diseño ha sido y es, una disciplina que se aprende en relación al paradigma de la producción en serie, con optimización de los medios productivos para las cantidades a producir en una unidad de producción determinada.

Es decir que el resultado lógico es mejorar la productividad por la incorporación de tecnología que permita producir más, en menos tiempo y con menor costo. En general esto implica aumentar la producción con la misma o menor mano de obra. No queda más que pensar en un futuro en el que la mano de obra no exista y la producción se haga automáticamente (Tofler 1979). La gente trabajaría en actividades más importantes. Una cuenta rápida y muy intuitiva muestra que la base de la pirámide social está compuesta por gente que realiza trabajos con menor especialización por lo cual, llevarla a realizar tareas más complejas implica estudio y perfeccionamiento que debemos asumir como sociedad si queremos llegar ser más equitativos. Hoy en día, las actividades dedicadas a la producción de “servicios”, va en aumento. ¿Podemos vivir en un mundo de servicios para que la gente trabaje y bienes producido por máquinas?

Por el momento las alternativas son, al menos en el ámbito local, tener capacidad de producir los bienes que necesitamos y de manera tal que el empleo de mano de obra sea una constante. Hay experiencias valiosas de regionalización de ciertas actividades productivas, la generación de consorcios de producción, “clusters” y otras formas asociativas que permiten enfrentar estos desafíos de manera más social, menos individual y por ende, más participativa.

Esta son cuestiones de estrategias que no pueden quedar en manos sólo de los privados. Es imperioso que las formulemos desde el Estado, en nuestro caso desde la Universidad, para pensar un futuro más adecuado a la gente.

Hay toda una discusión en relación a los modos de producción que en este momento tiene un cierto quiebre con el auge de las impresiones en 3D. Si el comercio ha tenido un cambio importante en el modo de relación entre productor y comprador, llevando a través de la red los bienes y servicios directamente al consumidor, en el mismo sentido

la capacidad de un usuario de producir sus bienes es un tema que sin dudas introducirá cambios que aún no logramos percibir en toda su dimensión.

Desde la personalización más absoluta a cuestiones más marginales como el pago de impuestos por la producción y venta de productos, son temas que sin dudas nos ocuparán en el futuro cercano.

Diagramar la industria que necesitamos implica que quizá no tengamos una industria en términos formales sino una manera de producir. Una referencia no menor, aunque muy superada, es la Hong Kong de los 60 en la que todo se producía en los barcos. Toda la industria del “hecho en Hong Kong” se sustentaba en el trabajo incesante de miles de personas que con medios que simulaban elementos industriales, replicaban productos a un precio muy bajo. Ese mismo modelo lo usó la industria relojera mecánica suiza. Miles de trabajadores que en sus casas producían piezas para las fábricas de relojes y que al cambiar el paradigma del reloj mecánico a digital, quedaron sin la posibilidad de trabajar. Quizá tengamos que pensar si las industrias que vale la pena montar son las que permiten la producción de elementos de base, como son la siderúrgica, la química, etc. El resto, es posible que no requiera de infraestructura masiva, sino por el contrario de una distribución más adecuada en el territorio.

Conclusiones.

Las conclusiones son pocas. En principio, que nos hace falta pensar, dentro del campo disciplinar, las estrategias posibles de intervención en los diversos niveles que se plantean en la “competitividad sistémica” (IAD 1999) y en particular en los niveles micro, meso y macro que se muestran como permeables a introducir cambios para lograr intervenir en el nivel meta, que es el de los patrones culturales y sociales promotores de la competitividad y por ende, donde se debieran de operar los cambios para afrontar los nuevos desafíos.

Los modos de enseñar y aprender la disciplina también son temas a considerar, ya que las habilidades y modos de pensar de las nuevas generaciones de alumnos, difieren aquellas que cristalizaron los conocimientos de la carrera hace ya bastante tiempo. Estos cambios son difíciles de hacer puesto que requieren aprobación del Ministerio y en particular de la CONEAU. Así, cada cambio tiende a permanecer por mucho tiempo en vigencia. En una Carrera cuyos egresados debieran ser flexibles, para trabajar en un entorno de gran dinamismo, es un contrasentido que no tenga la capacidad de ajuste de contenidos en forma permanente. De este modo, surge que tanto un replanteo curricular como una estrategia de adecuación curricular constante, son necesarios.

Una visión de futuro para el país y la región sería, entonces, un tema de elaboración. De lo que no quedan dudas es que para seguir adelante, serán necesarios el esfuerzo y dedicación conjunta de los diversos actores para lograr visiones de futuro, posibles y deseables.

Bibliografía:

- “*Lo pequeño es hermoso*”, E. F. Schumacher, Blume 1984
- “*A Theory of Human Motivation*” A. Maslow, 1943.
- “*Más ética, más desarrollo*” B. Kliksberg, Temas 2004.
- “*Diseño para la sostenibilidad (D4S). Un enfoque práctico para economías en desarrollo*”, UNEP (United Nations Environment Program) en conjunto con la Delft University of Technology, 2007, ISBN: 978-92-807-2915-3

- *“Una aproximación al diseño sustentable: agua, materiales y energía.”* Proyecto de investigación 15/B227 y ARQ232/11. Di. Gadler y otros, Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño. Universidad Nacional de Mar del Plata.
- *“Desarrollo a escala humana”*, Manfred Max-Neef, Icaria 1994.
- *“Modernidad líquida”*. Z. Bauman. Fondo de Cultura Económica 1999.
- *“La tercera ola”*, A. Toffler, Plaza & Janes 1979.
- *“Teoría de la competitividad sistémica”*: Instituto Alemán de Desarrollo. Altenburg, Esser, Hillebrand y otros. 1999.