

"[...] las mercancías son un fenómeno cultural universal. Su existencia es concomitante a la existencia de las transacciones que involucran el intercambio de cosas (objetos y servicios); el intercambio es un rasgo universal de la vida social humana y, de acuerdo a algunos teóricos, una característica que se halla en el núcleo de dicha vida. En lo que difieren las sociedades es el modo en que la mercantilización, en tanto expresión especial de intercambio, se estructura y relaciona con el sistema social; en los factores que impulsan u obstruyen; en las tendencias a largo plazo para expandirla o estabilizarla, y en las premisas culturales e ideológicas que subyacen a su funcionamiento"¹

¹ KOPYTOFF, Igor. "La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso", p. 95.

2. Un contexto social para el diseño: la producción en la sociedad.

En este trabajo consideraremos al diseño como un fenómeno cultural debido a que el diseño es una manifestación social propia de un espacio y un tiempo histórico muy reciente. Para Jean Baudrillard es a principios del siglo XX cuando se puede considerar el nacimiento del diseño con la nueva racionalidad en la concepción del entorno. Este proceso se institucionaliza por los diferentes planes académicos de la escuela de la Bauhaus que tenían como objetivo un "doble movimiento de análisis y síntesis de las formas (no solo industriales, sino del medio y sociales en general)"². Contextualizar socialmente la labor del diseño requiere recorrer los caminos de la producción material de objetos a la par del desarrollo social. Este proceso de producción que se identifica especialmente como de tipo material en la elaboración de elementos que permitan realizar diversas labores, también conlleva un proceso de producción no material, como la transmisión o acumulación de saberes. Estos procesos son comunes a todas las culturas que habitan en la tierra; se diferencian y dependen de las variadas relaciones adquisitivas o manipulativas del entorno natural o físico que rodea a un pueblo en especial, en este caso los recursos naturales, físicos, imaginativos que le son propios.

Es por ello que la producción en sí misma es resultado de la capacidad creativa humana dentro de un sistema social específico, pues el hombre es partícipe de una relación social. "Despojada de su humanidad, el hombre individual no es útil como base conceptual a partir de la cual sea posible construir una imagen de la sociedad humana. El individuo existe sólo en la medida en que este inmerso en la cultura de su tiempo y lugar. Lamentablemente, la idea del individuo artificialmente sustraído de su contexto ha estado engañando al pensamiento político occidental. Sin embargo, ahora podemos volver a empezar

² BAUDRILLARD, Jean. *Crítica de la economía política del signo*, p. 225.

en un punto en el que convergen las mas importantes corrientes de pensamiento, un punto localizado en el otro extremo: la formación de la cultura”³. La cual se valora o hace evidente a través de los productos mismos, es entonces donde la elaboración de los objetos obedece a unas necesidades sociales e individuales propias de cada región, a su vez su desarrollo corresponde a un desarrollo social.

El argumento central de este apartado es señalar cómo el diseño es el resultado del desarrollo técnico e industrial de este siglo, como época específica y, dentro de esta hipótesis, entender la dependencia activa de la producción de productos, la generación de ideas de diseño como un proceso interdependiente de una red compleja de circunstancias de tipo cultural, económico, ideológico, tecnológico que envuelven en este momento la producción material de la sociedad.

Desde tiempos antiguos, las comunidades humanas se esfuerzan por concretar sobre su entorno una acción recíproca que consiste en humanizar la naturaleza, crear un ambiente propio para las actividades que desarrolle cada comunidad y a su vez encontrar elementos propios de acuerdo con el proceso de adaptación a ese entorno específico.

Existen algunas condiciones materiales ineludibles que definen el desarrollo de esa sociedad a través del tiempo y del espacio tales como: el medio geográfico y las condiciones naturales, los modos de producción alcanzados por esa comunidad y el crecimiento de la población. Este proceso continuo se denomina *dinámica social*⁴. Este proceso genera dos clases de conocimiento: el estudio de las actividades y creaciones históricas del hombre y el estudio de los logros y posibilidades sociales para el mejoramiento de la vida humana. De estas dos clases de conocimiento, ambos afectan directamente la acción del diseño en la sociedad, por cuanto las creaciones humanas son el referente físico del cual el

³ DOUGLAS, Mary e ISHER-WOOD, Baron. *El mundo de los bienes*, p. 78-79.

⁴ MENDÉZ, José A. *Dinámica Social de las Organizaciones*, p. 9 -10.

diseño parte, y la crítica social permite encontrar desencadenantes teóricos para la concepción del diseño futuro.

2.1. El cambio social

El cambio social puede ser descrito desde diferentes perspectivas. Desde las ciencias humanas y sociales, el cambio social es la variación a un comportamiento, actitud, actividades de un individuo o de una comunidad. Para que se presente el cambio social se necesitan circunstancias que activen la totalidad del cambio. Entre esas circunstancias tenemos cambios físicos externos a la sociedad, tales como los cambios climáticos, geográficos, cambios físicos como los que se producen al estimular tendencias arquitectónicas, y estos cambios pueden ir hasta los de índole ideológica.

El origen del cambio social proviene de circunstancias complejas y puede tomar mucho tiempo para que una sociedad realice cambios sociales o por el contrario si se trata de hechos muy radicales, probablemente tomará días u horas. Un cambio social nace por una concertación de índole política principalmente, pero puede provenir de conflictos al seno de la misma sociedad, así como conflictos o intercambios con otras sociedades.

Por ejemplo, en el plano del cambio ideológico podemos analizar cómo ha variado a través del tiempo la "idea de progreso"⁵. Desde el siglo XVIII, con la conformación de los países como entidades identificadas por una relación nacionalista, la idea de progreso social fue evolucionando de acuerdo con las circunstancias políticas particulares de cada nación. En Inglaterra se gozaba de una relativa tranquilidad política por un gobierno que aunque oligarca cuidaba por preservar el orden, defender la vida y la propiedad de sus ciudadanos. El gobierno así conformado aseguraba los medios indirectos para mantener las condiciones para que cada individuo pudiese perseguir sus legítimas y propias metas. Así que la idea de progreso estaba definida por la estabilidad de las instituciones y se esperaba que las cosas se mantuvieran, se evitaba el cambio.

⁵ Para la ampliación de esta idea, ver: BURY, John. *La idea de progreso*.

Mientras tanto, en Francia, la idea de progreso tenía mayor significado práctico que para Inglaterra por cuanto se deseaba la liberación de las opresiones políticas. El pensamiento de la revolución francesa, esperaba una remodelación indefinida de la sociedad mediante la acción política. La esperanza de cambio no sólo estaba puesta en la conquista de la técnica, sino en la acción ilustrada de los gobiernos.

Para el siglo XIX, la idea de progreso se unificó a partir de tres pensadores, "Fourier, Saint-Simon y Comte"⁶. Si bien los dos primeros tuvieron una visión romántica sobre la idea de progreso basada en lograr en una conciencia social y un perfeccionamiento ético y moral de la sociedad y sus seguidores terminaron formando sectas, tuvieron un papel influyente en Comte, quién definió la idea de progreso sobre un esquema positivista de la acción científica sobre el orden social. Es así como se plantea la sociología como una ciencia que puede a través de un método científico definir las leyes de funcionamiento social y por ende organizar el orden social.

Esta idea de progreso se extendió hasta nuestro siglo XX pero se fue reduciendo el porcentaje de la acción del pensamiento social y aumentando paulatinamente la idea de progreso centrado en el desarrollo científico, técnico e industrial. Desde Leibniz, Wolf y Kant⁷, se pensó el progreso como un desarrollo continuo, donde unos pueblos prosiguen la labor de otros. Esta idea continua, lineal se reflejó claramente en el proceso de acumulación de conocimientos de la ciencia y la técnica. "El progreso técnico-científico parecía llevar aparejado un progreso de la civilización, a la vez moral y científico"⁸. Esto

⁶ Ibid. p, 251 - 262.

⁷ Ibid. p, 216 - 224.

⁸ HABERMAS, Jürgen. *Teoría y praxis: estudios de filosofía social*, p. 314.

obviamente no ha sido así, pues los “medios técnicos parecen seguir un patrón que les es inherente”⁹ y que está alejado de un verdadero propósito social.

Con el anterior ejemplo se ha descrito la variación de pensamiento sobre una idea, en este caso la idea de progreso, que se ha transformado influenciada por las teorías sociales, filosóficas y científicas y la manera como la sociedad las percibe, buscando su propio beneficio. Por eso, en este siglo se ha visto en el progreso técnico una pseudosolución a los problemas sociales.¹⁰

2.1.1.1. Clases de cambio social

El cambio social, puede clasificarse en dos grandes grupos: un cambio de las estructuras de pensamiento y un cambio material. A continuación se describirán brevemente las dos clases por cuanto ambas se relacionan directamente con el diseño. Por un lado, el diseño promueve los diversos tipos de cambios materiales; una vez más los límites con los fenómenos sociales no son nada claros, pues enfrentarnos a la discusión de que si primero se da un cambio en las estructuras de pensamiento o que si lo sigue un cambio material sería muy infructuosa. De todas formas, es en el cambio donde surgen las posibilidades de la acción del diseño, de esta manera tuvo que existir un cambio de las estructuras mentales así como un cambio material, para que se manifestaran las condiciones que dieron lugar a la práctica del diseño.

2.1.1.1.1 Cambio de la estructura de pensamiento

Este tipo de cambio se refiere al que se da en las estructuras conceptuales de la sociedad y por ende en el pensamiento de sus integrantes. Este concepto es relativamente nuevo, en las ciencias sociales empieza a plantearse desde los años sesenta con el trabajo de Kuhn: *La estructura de las revoluciones científicas*. En este

⁹ Ibid, p. 315.

¹⁰ Para una propuesta más detallada ver el capítulo No. 9 “Consecuencias prácticas del progreso técnico-científico”. Ibid.

libro expone como cada sistema de la sociedad, aunque se refiere especialmente al sistema científico, va desarrollándose sobre un mismo paradigma, que determina los límites de transmisión del conocimiento y que se recrea en sí mismo por mucho tiempo, hasta que se presentan postulados teóricos que derrumban ese paradigma y se construye otro que vuelve a desarrollarse.

A partir del trabajo de Kuhn se utiliza el concepto de paradigma en dos sentidos distintos, uno de tipo sociológico como “toda la constelación de creencias, valores, técnicas, etc., que comparten los miembros de una comunidad dada”¹¹, y también en un sentido científico-técnico, donde el paradigma “denota una especie de elemento de la constelación, las soluciones concretas de problemas que, empleados como modelos o ejemplos, pueden reemplazar reglas explícitas como base de la solución de los restantes problemas de la ciencia normal”¹².

Desde el área económica, Douglass C. North, premio Nobel de economía de 1993, propone como origen del cambio ideológico de la sociedad el cambio institucional¹³. Describe cómo las organizaciones, que son organismos sociales que prestan un servicio cohesionador para diferentes grupos de individuos, pueden exigir el cambio a las instituciones, que son los entes reguladores de diversos acuerdos sociales, por ejemplo la institución jurídica de un país puede ser presionada de tal forma por las organizaciones familiares, económicas o políticas para alcanzar los cambios en materia legislativa.

¹¹ KUHN, Thomas S. *La estructura de las revoluciones científicas*, p. 269.

¹² Ibid.

¹³ NORTH, Douglass C. *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*.

2.1.1.2. Cambio material

El cambio material es la evidencia directa de cualquier cambio en las estructuras conceptuales de la sociedad. Para la antropología física, económica o cultural, el entorno material representa el terreno propicio para analizar las relaciones sociales particulares de una comunidad. Por ejemplo, el análisis del valor de cambio de los productos o el uso social de los productos como parte de un ritual o como la dote matrimonial.

El diseño y los conocimientos que logra generar hacen parte del cambio material. Este cambio material está definido por la reestructuración de los medios de producción y es por ello que el diseño cumple un papel de mediación entre los medios de producción y las formas de vida que suscita.

El cambio material depende de la sociedad que exige un entorno diferente al que estaba acostumbrada a llevar. Sin embargo, el cambio material también provoca cambios ideológicos, como los que observamos con los objetos de comunicación masiva, como el televisor, el teléfono, el fax, el modem. El uso de estos aditamentos y el propósito de quiénes los inventaron se quedó corto en comparación con las consecuencias en el cambio de hábitos que generaron.

La relación entonces entre los cambios conceptuales y materiales es totalmente recíproca, su estudio permite vislumbrar una gran complejidad, que es aún más palpable cuando se analiza el papel del diseño en los últimos años, cuando se ha debatido entre un espíritu idealista en torno a la solución de la monotonía de las formas cotidianas que nos rodean o entre un espíritu mercantilista, donde se estimulan los procesos de adquisición de productos de consumo -sin sentido-.

2.2. El entorno material

El entorno material, es el ambiente físico construido por el hombre y que obedece de manera directa a la cultura. Decimos que la cultura determina el entorno material, por cuanto esboza a través de las relaciones sociales la clase de objetos y espacios que rodearán a una comunidad particular. Las relaciones

sociales mencionadas se vuelven cada vez mas complejas pues involucran los sistemas de organización de las sociedades.

Estos sistemas organizativos tales como el sistema político o el sistema económico o el sistema productivo, se entrelazan de una manera estrecha, tal como la trama de un telar. "El análisis cultural ve el tapiz entero como un solo conjunto, integrado por el dibujo y el proceso de tejido, antes que demorarse en los hilos individuales"¹⁴ . Estos sistemas constituyen el marco de referencia de una cultura. De ahí, que los objetos y espacios, permitan la realización de esas interacciones entre los sistemas realizadas por los individuos.

El diseño cumple un papel "articulador" pues permite evidenciar las clases de relaciones sociales que están institucionalizadas en una sociedad, pero a su vez cumple un papel revelador de los cambios o desarrollos culturales que una sociedad está afrontando. El diseño suele ser dinamizador de las relaciones sociales de intercambio entre sociedades y para ello los productos cumplen un papel importante, puesto que "jamás podremos explicar la demanda si sólo consideramos las propiedades físicas de las mercancías. El hombre las necesita para comunicarse con los otros hombres y para dar sentido a lo que sucede a su alrededor. En realidad, ambas necesidades son una sola, puesto que la comunicación tiene lugar únicamente en el marco de un sistema estructurado de significados "¹⁵

Se puede apreciar cómo el diseño ha impulsado desde la década de los años cincuenta un efecto homogenizador de la cultura del producto industrial, el objeto de diseño ha logrado un lenguaje común que va de continente a continente y que ha hecho que se pierdan las identidades; por ejemplo, antes se conocían los objetos de acuerdo con su procedencia, las espadas de Damasco, la seda de China, las

¹⁴ DOUGLAS, Mary y ISHER-WOOD, Baron. *El mundo de los bienes*, p. 78 - 79.

¹⁵ Ibid, p. 111.

perlas de Madagascar, ahora los objetos no identifican formalmente su procedencia, la cual es solo importante para identificar los prejuicios o el prestigio que posea un país ensamblador o productor.

2.2.1. La producción material humana

Desde los mismos orígenes del hombre se tuvo la necesidad de trabajar, en diferentes actividades que constituían la base de supervivencia de esa tribu nómada y después sedentaria. Conforme fueron creciendo esas comunidades y volviéndose pequeñas aldeas y pueblos, se distribuyeron aún más las actividades laborales, las mujeres dedicadas a la preparación de alimentos, los niños aprendiendo de la imitación a sus padres, los ancianos enseñando o dedicados a las artes manuales y los hombres buscando el alimento. Desde ese entonces la producción estuvo dividida, Marx lo denominó "*comunismo primitivo*". Actualmente ha cambiado la forma, mas las necesidades y la división del trabajo siguen siendo las mismas, y aunque la mujer ha sido llamada también a la producción industrial, generalmente es otra mujer quien la reemplaza en su hogar en los oficios domésticos.

Podríamos hacer una comparación entre la forma como satisfacían sus necesidades de alimentos los pueblos primitivos y los pueblos actuales. Los pueblos primitivos salen a cazar y a recolectar, los pueblos actuales salen a la carnicería y al mercado. La necesidad sigue siendo la misma, pues es una necesidad natural, el comer, pero la forma cómo se satisface modifica la necesidad y se convierte en una forma social.

El desarrollo industrial, impulsado a una escala sin precedentes a partir de la revolución industrial, supuso una serie de relaciones sociales muy distintas a las conocidas anteriormente, si bien gran cantidad del trabajo de los pueblos anteriores se debían al trabajo colectivo, así como también a una concepción de productividad. Después de la revolución industrial, surge una nueva organización en cuanto a la distribución de las tareas dentro de la sociedad, la cual trae como resultado una redistribución de la riqueza centrada en la posesión de dos clases de bienes: los bienes de capital o producción y los bienes de consumo.

Los bienes de producción anteriores a la revolución industrial, era principalmente la tierra, que se podía rentar a los pequeños agricultores o ganaderos. Después los bienes de producción pasan a ser las máquinas, dispositivos, equipos, que permitan construir grandes volúmenes de bienes de consumo. Estos bienes, tanto de producción, como de consumo dependen de un conocimiento tecnológico, y ya no de circunstancias, como la posesión de tierras, por ejemplo.

2.2.2. La producción de conocimiento

Como se dijo anteriormente, es por primera vez en la historia de la humanidad que el conocimiento tecnológico hace parte fundamental del desarrollo social. Anteriores culturas utilizaban parcialmente el conocimiento tecnológico como estrategia militar o como forma constructiva de grandes edificios.

El conocimiento adquirido por una sociedad se ha construido sobre los cimientos del conocimiento de otras culturas que han existido anteriormente. Es durante la época paralela a la revolución industrial, donde se sientan las columnas de la civilización contemporánea. El conocimiento por sí mismo hace parte de un sistema conformado por una interrelación entre el conocimiento científico, y el conocimiento tecnológico. De un sistema abstracto, como es el conocimiento que se imparte en el plano académico, se materializa y se lleva a un plano convencional.

El conocimiento a pesar de que debiera conservar su independencia ideológica se hace parte del sistema económico al convertirse en plataforma sustancial del desarrollo de los medios de producción, así mismo es en la manipulación del conocimiento donde se obtiene el poder económico o político de una nación. El conocimiento no es un elemento abstracto sino por el contrario, es un índice que mide el desarrollo de un sistema.

2.2.3. La producción de objetos

El desarrollo industrial trae consigo una nueva concepción en el desarrollo de productos. Los productos son diseñados antes del proceso de producción y se

diseñan teniendo en cuenta dos premisas fundamentales: ser diseñados para ser usados, ser diseñados para ser producidos de manera serial, sin necesidad de conocimientos posteriores al proceso de planeación; sus partes se vuelven partes estándar y se pueden ensamblar como un rompecabezas tanto por personas especializadas en esa tarea como por personas no especializadas.

El papel de los productos cambia, se vuelven objetos, como plantea Baudrillard, pues son concebidos racionalmente, pero también son mercancías, pues se hacen el fundamento motor de los procesos de intercambio dentro del sistema socioeconómico.

Los objetos son considerados bienes, se interrelacionan de manera distinta con la sociedad pues los objetos hacen parte de los cambios sociales que se gestan en la sociedad industrial. Existen muchos ejemplos sobre este aspecto, desde la concepción de los electrodomésticos que facilitan la vida cotidiana de las amas de casa que salen a trabajar hasta las computadoras personales que llevan el trabajo de la oficina al hogar. Si bien es difícil medir el progreso por la cantidad de bienes materiales, se puede decir que este siglo se caracteriza por la multiplicación de los elementos de los que se rodea un ser humano para realizar sus actividades.

2.3. Las relaciones del hombre y los objetos

Hay una relación estrecha entre el desarrollo de los objetos y el desarrollo social, uno perteneciente en el entorno material y el otro al entorno social, pero ambos finalmente interconectados en la esfera cultural; una esfera cambiante, que se mueve y envuelve a los individuos, sus organizaciones y por supuesto a ellos con sus objetos.

A lo largo de los últimos años, muchos pensadores incluyendo a Marx, Keynes, Malthus, Baudrillard, han tratado de discernir esos intrincados y estrechos lazos que existen entre los niveles culturales: lo social y lo material, Marx lo hizo a través de sus diversas teorías económicas, consiguió explicarnos fenómenos como el consumismo cien años antes de que se propagara a los niveles actuales; Baudrillard, desde la perspectiva simbólica, trata de describir el sistema

de objetos inmersa dentro de una ley social¹⁶ regida por signos y símbolos. Ambos, de alguna manera nos presentan la polémica entre una concepción material-económica y otra social-simbólica. Sin embargo, estas posiciones no se oponen sino que se complementan.

El desarrollo de los objetos y del entorno material, tal como la conocemos hoy en día, corresponden a nuestro momento histórico y a nuestra propia conciencia de los hechos; todo lo demás acerca del pasado vendría a ser una suposición histórica, que puede servir para interpretar los diversos fenómenos, tal como están ocurriendo en la actualidad más no nos permitiría abordar nuestro problema de la búsqueda de una interpretación socio-cultural del diseño. Para hacerlo, empezaremos analizando el problema del diseño desde las relaciones del hombre y los objetos.

¹⁶ BAUDRILLARD, Jean. *Critica de la economía política del signo*.

2.3.1. Los hombres y los objetos

Podemos decir que las relaciones entre los hombres se parecen en cierta medida a las relaciones entre los hombres y los objetos. Los objetos como extensiones y parte de los hombres, establecen lazos que se vinculan de alguna manera con el hombre. Se originan una serie de relaciones que van desde la pasión hasta el aburrimiento o distanciamiento; el hombre es un ser que se renueva día a día, se contagia del ambiente en que vive, se involucra o abandona un grupo social, ama, quiere, desprecia. Si así son las relaciones humanas con nuestros congéneres, que son los seres más bellos de la creación, cuanto más podemos esperar hacia un desdichado objeto inerte, que puede utilizarse u olvidarse. Hay relaciones patológicas con los objetos, ya es de preocuparse cuando se empieza a hablar con las paredes o cuando la silla se convierte en nuestro mayor confidente, pero sobre ellas no vamos a comentar.

Nuestro mayor interés radica en tratar de discernir en qué relaciones puede un objeto ser o no ser, pues como vemos hasta ahora, el objeto depende de un ser humano para tener vida, para ser aprobado, involucrado en la vida cotidiana.

Desde la semiótica podemos establecer que el objeto es un signo que posee ciertos códigos de comunicación, algo así como elementos que pueden ser interpretados a partir de su propia forma¹⁷. A través de esos códigos podemos definir el status que puede tener un objeto para cierto grupo que comparte los mismos elementos de significación; por ejemplo la capa morada que lleva solo un jerarca de cierta iglesia, pertenece a un cierto grupo de raza y abolengo, en cambio para otro grupo ese lindo tejido podría ponerse en los pies como alfombra y crearía agradables sensaciones, ese mismo objeto; pasa de lo icónico-venerativo a lo útil-superfluo, pues quien categoriza finalmente a ese objeto es el hombre

¹⁷ Apuntes de clase de Semiótica. Prof. César González. 25 de septiembre de 1996. Maestría en diseño industrial. UNAM

social, el hombre que se relaciona con otros, que establece esos códigos de comunicación en un tiempo y espacio geográfico definidos.

Las relaciones de los objetos de una misma cultura evolucionan con ella, dependen de las relaciones sociales que se mantengan o se vayan dando, así mismo de las relaciones que se establezcan como resultado de los intercambios con otras culturas y los diferentes aprendizajes técnicos y tecnológicos alrededor de la producción material; este proceso se ilustra en la figura 2.

Figura 2. Elementos conceptuales de estudio y su interrelación.

Las relaciones sociales están regidas a su vez por códigos más complejos: el lenguaje, la ética, la política, las normas y las reglas, que surgen en esa sociedad en particular; se aprenden estas normas y procedimientos a través de la educación¹⁸, así inculca el lenguaje y sus acepciones, por eso también podemos decir que aprendemos a apreciar los objetos de la misma manera como lo hace nuestra cultura de origen; adquirimos los valores estéticos: lo que nos hace sentir un objeto, por supuesto, no con códigos enseñados de una manera formal como el lenguaje escrito, sino a través de sensaciones de introspección donde combinamos lo observado, lo aprendido y lo sentido. Sabemos a partir de la fisiología del desarrollo humano de qué colores y qué ve un bebé a cierta edad; mas no sabemos en que momento empieza a combinar las sensaciones para producir los diferentes cánones de belleza o fealdad que equilibrarán las percepciones desde ese momento y después a lo largo de toda la vida. Esto no solo referido a los objetos en el plano háptico y visual, sino a todas las sensaciones como el sonido, el sabor, el olor.

Todo lo que nos rodea significa algo... o por lo menos lo interpretamos a nuestra manera; imaginemos por un momento cómo sentiríamos si hubiésemos vivido en un sencilla pagoda de ventanas de papel, con olor a madera y a bambú.

¹⁸ SCHAFF, Adam. *Historia y Verdad*, p. 94. La educación considerada como la transmisión de la experiencia social en la filogénesis.

Si el intento es infructuoso, lo que podemos asegurar es que la apreciación del mundo sería distinta, así como sería distinta la relación personal con los objetos. Hasta este momento lo social se ha convertido en individual, interiorizado; aún no sabemos en que momento nuestro gusto depende de nosotros como individuos solos, y en cuál momento en nosotros como seres sociales, -el hombre es el conjunto de las relaciones sociales-. En este momento de la era industrial, donde dominan las tecnologías inalcanzables, donde la electrónica controla las relaciones sociales, la relación con los objetos puede que se haya tornado más fría, más calculadora; más fascinante para algunos y mucho mas estresante para otros. A raíz de esa masificación surgida por los grandes volúmenes de producción de ciertos productos y de los medios masivos de comunicación se ha vuelto a mirar la tradición vernácula de cada pueblo y cultura, emerge un respeto y gusto por lo artesanal, por lo hecho a mano, por lo delicadamente construido. También hay nuevas relaciones con los objetos a finales del siglo veinte.

2.4.2. Las funciones de los objetos

Los objetos de diseño siempre se encuentran dentro del concepto *utilitas*, acepción griega que denota utilidad práctica, ése es el límite entre un objeto de diseño y un objeto de arte. El *utilitas* es aquella cualidad que hace insustituible a un objeto en la realización de una determinada tarea, ésta a su vez se define a través de las necesidades humanas.

El concepto de necesidad se ha definido desde el nivel biológico hasta el psicológico, en su orden desde el hambre o mecanismos de supervivencia hasta la necesidad de comunicación o de autorrealización.¹⁹

La relación del hombre con los objetos se plantea de manera comunicativa; el hombre necesita de los objetos para realizar sus actividades y así mismo los objetos necesitan del hombre para ocupar un lugar dentro de la esfera social y categorizarse de acuerdo a esa significación grupal. Los objetos de diseño hacen parte del mundo material, aquel espacio del universo donde las cosas pueden ser

¹⁹ Abraham Maslow, psicólogo norteamericano, definió estas categorías en los años cincuenta.

sentidas, en el mundo material rigen unas leyes también sociales pero dominadas no sólo por el lenguaje y la comunicación, sino por el poder; en estos momentos el poder económico, en ese mundo que a la vez es sensible es de posesión, surge otra clase de relaciones como el consumo, el mercado, la publicidad, el marketing, esta serie de actividades responden a las necesidades del hombre pero desde una concepción del valor de cambio²⁰ de los productos. De esta manera el objeto es una mercancía, hace parte de un intercambio comercial. No pierde sus otros valores y funciones, se suma un valor más: el comercial, que a menudo rige o prevalece entre los otros.

2.5. Conclusiones

Después de analizar la posición del diseño en el ámbito conceptual, podemos tener en cuenta las siguientes consideraciones.

La materialización del entorno²¹ es un proceso social, impulsado por las consecuencias del desarrollo industrial, tales como la reducción de costos por los altos volúmenes de producción o de distribución, un nuevo poder adquisitivo al lograr mantener un salario mínimo para la clase trabajadora, que a su vez es la clase consumidora. También por que las mismas circunstancias sociales estimulan la adquisición de bienes, entre ellas, la evaluación del prestigio social por la cantidad de bienes, así como por la posibilidad de compra rápida de los productos que salen al mercado. La valoración positiva de los objetos desechables, por valor de compra, higiene y cortos períodos de uso.

²⁰ Este término lo utiliza Baudrillard tomado de Marx. Ver: BAUDRILLARD, Jean. *Critica de la economía política del signo*. Ibid, p. 61.

²¹ Materialización del entorno, en el sentido de substituir con elementos físicos cada actividad que se desarrolla con un solo objeto. Por ejemplo: la diversidad de herramientas de corte especializado en la cocina: el tradicional cuchillo se transforma en cuchillo de pan, de mantequilla, cortador de papás, cortador de manzanas, rallador, descorazonador de frutas, y en elementos mas complejos como el picador o rallador del conocido ayudante de cocina.

La construcción del entorno material y sus implicaciones son conceptos muy utilizados en las ciencias sociales, en especial en la antropología. Son términos que describen el medio de acción del diseño así como de otras formas de producción de objetos. Los estudios sobre el entorno material que se desprenden de las ciencias sociales deberían ser parte importante de los estudios de diseño.

Hay nociones que comparten muchas disciplinas sociales y económicas, entre ellas, la idea de mercancía, las relaciones sociales a partir de los objetos, la transacción mercantil, el intercambio intra y extracultural que se facilita a través de los objetos. Los límites de esta clase de estudios no están claros, si provienen de la economía o si de la antropología. No obstante, para el diseño el estudio integral de estos fenómenos permitirá la base teórica sobre la cual construir un discurso sólido frente a su papel transformador y propositivo frente al uso social de los medios de producción.

Las relaciones sociales y económicas son complejas. Su complejidad requiere responsabilidad. Esta responsabilidad sólo nace del conocimiento. A pesar de que la ciencia positivista ha reducido el conocimiento a la racionalidad, al pensamiento lógico, matemático, analítico. Es importante, dar un salto del conocimiento simplemente tecnológico, sobre el qué es un producto y cómo se produce. A un conocimiento cultural o social del producto, para dar respuestas a preguntas, como: el para qué de los productos, y el cómo afectarán la sociedad.

Las fronteras entre el diseño técnico y el diseño social deben ser claramente definidas. Para ello es necesario el diálogo constante con el panorama cultural. El diseño es una estructura propia del siglo XX, cuyo principal objetivo es racionalizar el entorno a través de productos pertinentemente definidos. Pertenece también a un deseo cultural de cambio, de posibilidad de desarrollo y mejora de las condiciones de vida de una sociedad.

El diseño no puede concebirse fuera de un contexto que no sea racionalizado, y operado por unos lineamientos de políticas públicas, económicas o sociales enfocadas a la producción industrial en serie o de grandes volúmenes. Las estrategias del diseño varían de acuerdo con su contexto, pues deben plantearse como diferentes las formas de hacer diseño de los países productores, que en

términos generales fueron los fundadores del diseño, y de los países no productores como los países latinoamericanos, donde se adoptaron políticas educativas o de promoción del diseño, sin tener una infraestructura social de valoración del diseño.

La diversidad de las estrategias del diseño debe ser asumida y especialmente indagada por cuanto de ello depende la creación de una estructura de diseño propia para Latinoamérica, especialmente. Una estructura que permita nuevas relaciones del diseño con la producción objetual artesanal, por ejemplo, o con las relaciones particulares de nuestras culturas con la materialidad.

El diseño es un fenómeno compuesto, al igual que es un proceso, pues requiere de condiciones culturales propicias, surge a partir de esfuerzos conjuntos al interior de la sociedad. El diseño es una actividad de promoción de la cultura sobre el entorno material, pues los hábitos, las costumbres, -la vida misma, en general- definen su acción social. Y después, como resultado de esta acción, son los objetos de diseño los que definen la cultura a la que corresponden.

La producción creativa del diseño tiene como marco de referencia un propósito social, por cuanto su campo de acción proviene de las mismas premisas culturales, esta relación puede parecer obvia, especialmente si con ligereza abordamos esta clase de relación, o si se asume su estudio desde el área de la mercadotecnia o de las estadísticas de ventas de un producto. Sin embargo, estamos llamados a un proceso de investigación social menos frívolo y centrado en los cambios sociales voluntarios e involuntarios causados por la acción del diseño en la sociedad.