

Branzi's Dilemma: Design in Contemporary Culture

Richard Buchanan, 1994

Palabras Clave: **Identidad, Cultura e Ideología**

Richard Buchanan

Filósofo graduado de la Universidad de Chicago en 1968. Inauguró programas de Diseño de Interacción en el Master y Doctorado de Carnegie M. University.

Se desempeña como Profesor de Diseño, Gestión y Sistemas de Información de la Weatherhead School of Management en la Universidad de Case Western Reserve. Hoy en día se encuentra participando activamente como co-editor de **Design Issues**, revista internacional de historia del diseño, teoría y crítica publicada por el MIT Press.

Andrea Branzi

Nacido en Florencia en 1938, es Arquitecto y Diseñador además de urbanista, decorador y director artístico. Fue galardonado en dos ocasiones con el **Compasso d'Oro** (uno de los premios de diseño de productos internacionales más influyentes y antiguos). En 1982, fundó la escuela de diseño **Domus Academy** y dirigió la revista **Modo**, que contempla el diseño y arquitectura.

Ha participado varias veces en la Trienal de Milán y actualmente enseña en el Politecnico di Milano.

Puntos centrales del artículo

La disyuntiva de Branzi sobre "La identidad en el Mundo Contemporáneo" vista desde dos posibles alternativas

1. La creación de una nueva ideología general en el mundo, llamada la segunda modernidad, que proponga la posibilidad de crear una especie de comunicación internacional, y por lo tanto una ideología unificadora dentro de la cultura.

2. El reconocer al individuo en el mundo actual como uno que pueda encontrar su propia identidad y un propósito moral. Se propone que ya no exista una cultura global sino que solo existan individuos que hagan orden en el mundo.

Necesidad de diversas visiones en el mundo

Según el autor se requiere del pensamiento y cuestionamiento diario para evitar así caer únicamente en la visión personal. Señala además que nadie posee el conocimiento y sabiduría suficiente como para actuar responsablemente en éste mundo, y depender de ésta solo nos llevaría a cerrar nuestras mentes, alejándonos más de la cooperación global común.

El diseño necesita de ese pluralismo para asegurarse de que el producto final y su exploración no venga de solo una ideología.

La función del Diseño

Se debe pensar en el Diseño inmerso en la sociedad como una vía para crear productos que expresen, concilien e integren los valores de lo que es **bueno, útil, justo y placentero**, cuatro elementos esenciales para comprender la magnitud de su compromiso con el mundo de formar el curso de las corporaciones. La misión del diseño es hacer para el individuo y su contexto inmediato. Ser un camino.



Cultura, identidad y su tarea con el diseño

Tanto cultura como diseño se presentan como fuerzas que ya no mueven al mundo, pero que sin embargo se declaran como mecanismos de emociones y adaptabilidad al cambio que transforman la sociedad en una más diversa. Se reconoce además la cultura como una actividad de ordenar, des-ordenar y reordenar en la constante búsqueda de principios, dando paso a una nueva alternativa de discusión global, en donde la tarea de cada individuo es encontrar su lugar e identidad en relación a otros, percibiendo lo que es verdadero y valorable.

Lo útil: Apoyando a los seres humanos para que logren sus intenciones

Lo placentero: Satisfaciendo las necesidades tanto físicas como psicológicas de los seres humanos

Lo justo: Apoyando las relaciones equitativas entre los seres humanos, incluyendo la distribución de bienes

Lo bueno: Ratificando el lugar apropiado de los seres humanos en el orden espiritual y natural del mundo

Opinión Personal

El hecho de proponer una ideología global como una vía alternativa para encontrar la identidad del mundo moderno, pareciese ser una medida demasiado radical. No es necesario el tener que elegir entre las dos alternativas que propone Branzi. En cambio se puede optar por el *acontecer de una discusión* entre participantes que en conjunto determinen y debatan los valores, creencias y propósitos contemporáneos.

Pero si debiese existir internacionalmente, una *visión compartida* tanto por la cultura como por la comunidad del diseño, sobre qué es lo correcto y lo que no.

Además de una *visión* (no ideología) global para finalmente llegar a crear productos más reales que además guíen nuestro trabajo desde la premisa de *lo bueno, justo, útil y placentero*. Haciendo así del proceso en el diseño una profundización de pensamiento más consiente para crear. Los diseñadores tenemos la responsabilidad de tomarnos en serio a nosotros mismos, de actuar responsable y moralmente al momento de tomar decisiones. Cultura cultiva y lo que vayamos haciendo de ahora en adelante condicionará de cierta manera la *próxima nueva modernidad*.