

| Rol del diseñador en la sociedad de consumo

Nicolás Astorquiza

Taller de Fabricación 2019

Juan Carlos Jeldes

Leonardo Aravena

Escuela de Arquitectura y Diseño e[ad]

20.01.2020

Viña del Mar

|Abstrac

Vivimos en una sociedad consumista, entendiéndose este concepto como un fenómeno social donde el ser humano convierte todos los recursos de su entorno en elementos artificiales para su propio beneficio, que posteriormente serán desechados y remplazados con facilidad, por esto la sociedad de consumo acaba con todos los recursos naturales y humanos. Esta sociedad se basa en los objetos, los cuales poseen una configuración estética para atraer a los consumidores y de esta forma generar más compras, más consumo. Esto mata el diseño.

Este modelo económico consumista es culpable del declive del buen diseño

|Diseño industrial

El diseño se define como el proceso previo de configuración mental, «prefiguración», en la búsqueda de una solución en cualquier campo.

El diseño involucra variadas dimensiones que van más allá del aspecto, la forma y el color, abarcando también la función de un objeto y su interacción con el usuario. Durante el proceso se debe tener en cuenta además la funcionalidad, la operatividad, la eficiencia y la vida útil del objeto del diseño.

Etimológicamente deriva del término italiano *disegno* **dibujo**, *designio*, *signare*, *signado* «lo por venir», el porvenir **visión** representada gráficamente del futuro, *lo hecho* es la obra, *lo por hacer* es el proyecto, *el acto de diseñar como prefiguración* es el proceso previo en la búsqueda de una solución o conjunto de las mismas. Plasmar el pensamiento de la solución o las alternativas mediante esbozos, dibujos, bocetos o esquemas trazados en cualquiera de los soportes, durante o posteriores a un proceso de observación de alternativas o **investigación**. El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe o se modifica algo existente. Referente al **signo**, **significación**, *designar* es diseñar el hecho de la solución encontrada. Es el resultado de la economía de recursos materiales, la forma, transformación y el significado implícito en la obra, su ambigua apreciación no puede determinarse si un diseño es un proceso estético correspondiente al arte cuando lo accesorio o superfluo se antepone a la función o solución del problema.

El diseño industrial va de la mano con la industrialización cultural, en la actualidad la estética de un objeto y su función se define desde el diseño industrial. Por esto el diseño industrial nace de la técnica y la filosofía, que tiene como fin que los hombres se encuentren con los objetos, se superen, progresen, conviertan y encuentren su bienestar.

WUCIUS WONG - “Muchos piensan en el diseño como en algún tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas. Ciertamente, el solo embellecimiento es una parte del diseño, pero el diseño es mucho más que eso. Miremos en nuestro derredor. El diseño no es sólo adorno. La silla bien diseñada no sólo posee una apariencia exterior agradable, sino que se mantiene firme sobre el piso y da un confort adecuado a quien se sienta en ella. Además, debe ser segura y bastante duradera, puede ser producida a un coste comparativamente económico, puede ser embalada y despachada en forma adecuada y, desde luego, debe cumplir una función específica, sea para trabajar, para descansar, para comer o para otras actividades humanas.

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la escultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor. .

En pocas palabras, un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de «algo», ya sea esto un mensaje o un producto. Para hacerlo fiel y eficazmente, el diseñador debe buscar la mejor forma posible para que ese «algo» sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente. Su creación no debe ser sólo estética sino también funcional, mientras refleja o guía el gusto de su época. a el gusto de su época”

|Historia del diseño

La evolución del diseño es una manera de entender la historia y de cómo el hombre va adaptándose y reaccionando a cada contexto. Su origen, por tanto, es imposible de determinar, pues en cada periodo de la historia el concepto de diseño ha tenido distintos significados. El ser humano siempre ha fabricado cosas, nos podríamos referir a esta labor como artesanía. Pero incluso mucho antes que el homo sapiens, sus predecesores homínidos emplearon su creatividad para construir la primera

herramienta, al imaginar que un hueso de fémur podía servirles para aumentar su fuerza.

El diseño "inteligente", tal y como lo conocemos hoy en día, surge cuando se crea un lazo entre el creador y el usuario.

la relación entre el diseño y la élite sufrió un cambio en el siglo XIX, cuando con el origen de las máquinas y la producción en masa se redujo el coste unitario de cada objeto y, por tanto, su precio. El diseñador pasó de atender únicamente a los gustos de un solo cliente a pensar en la demanda de sociedades enteras, cobrando su papel una importancia significativa.

El primer diseñador en introducir métodos mecánicos a la producción en masa fue el alemán Michael Thonet. En 1841 patentó un sistema de doblado de la madera en caliente, que dio lugar a diseños tan atemporales como la silla Bentwood Café Chair, producida a gran escala y que a día de hoy sigue viéndose en las cafeterías.

Por otro lado se encontraba el inglés William Morris, cuyo pensamiento es clave para entender la economía moderna. Morris fue el primero en interesarse por dos conflictos que a día de hoy sería imprescindible replantearnos; el rol del placer en el trabajo y la verdadera naturaleza del consumo. Dedicó gran parte de su vida a pintar papeles florales y producir muebles a mano, evitando el empleo de las máquinas, lo que hacía que sus diseños fueran menos asequibles que los producidos en masa. Sin embargo, su teoría aseguraba que si los consumidores estaban dispuestos a pagar el precio justo del producto, el trabajo podía ser dignificado, mientras que si preferían los precios más baratos de la producción en masa, entonces el trabajo acabaría siendo denigrante y miserable. Su conclusión a todo esto fue que la base para una economía estable era la educación de los consumidores, e insistió en la comprensión de hasta qué punto necesitamos las cosas y para qué, de modo que todo lo que no fuera considerado útil o bello era prescindible.

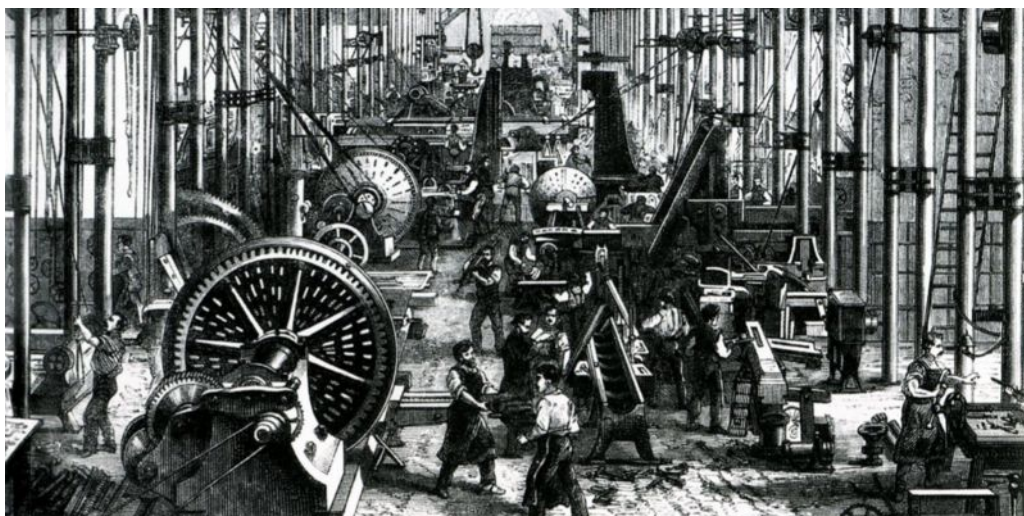
|Revolución industrial

El proceso de industrialización está estrechamente relacionado con el diseño, ya que cuando comienzan a surgir objetos productos de un proceso industrial, estos objetos comienzan a necesitar una configuración funcional y un aspecto estéticamente agradable para los consumidores, estos dos pilares formaron la base de lo que hoy conocemos como “Diseño Industrial”.

Se caracterizó por el uso de nuevas tecnologías aplicadas a la producción en masa. La primera invención que permitió esta nueva forma de producción fue la máquina de vapor, cuyo combustible era el carbón. Sin embargo, tanto sus causas como sus consecuencias exceden el ámbito tecnológico y económico, extendiendo a aspectos sociales, ideológicos y demográficos que se vieron significativamente modificados.

Aunque sus antecedentes datan de mucho antes, el inicio de la Revolución Industrial se encuentra a mediados del siglo XVIII, particularmente en Inglaterra, dado que en ese país se dieron las condiciones económicas, políticas, sociales y tecnológicas para hacerla posible. La Revolución industrial continúa hasta la primera mitad del siglo XIX, época en que los fenómenos que la caracterizaron terminaron de extenderse por el resto de Europa y Estados Unidos.

El comercio mundial, la acumulación de capital y los desarrollos urbanos, propiciaron una Segunda Revolución Industrial, que también dependió de la aplicación de nuevas tecnologías. Las tecnologías de esta segunda revolución estaban asociadas al petróleo y a la electricidad.



|Función del Diseño

El diseño industrial es “el servicio profesional de crear y desarrollar conceptos y especificaciones que optimizan la función, valor y aspecto de productos y sistemas para el mutuo beneficio del usuario y el fabricante”. En este orden de ideas sería coherente definir cuáles son las principales funciones del diseño industrial actualmente. Casi todos los productos en el mercado poseen diseño industrial, incluso se pueden mejorar en una forma u otra con un mejor diseño, o un diseño que innove y se renueve constantemente dependiendo de la demanda de los consumidores. Por esto todos los productos que usan, operan o ven personas dependen, del diseño industrial para tener éxito comercial. Sin embargo se puede dividir el impacto que el objeto tiene en la sociedad y el consumidor en dos grandes categorías: la Configuración funcional y la Configuración Estética todas las funciones deben ser intuitivas, deductivas, pero sencillas y todas deben de cumplir con una necesidad o deseo de confort en la acción que el usuario desee ejecutar.

La configuración funcional hace referencia a la función que cumple el objeto y como este se relaciona con el consumidor.

1. **Concepto:**

Es el mensaje que tiene el producto visual, sin ello no se puede alcanzar ningún objetivo.

2. **Atemporal:**

Un buen diseño es ajeno a las tendencias y modas que se disipan, debe conservar cierta universalidad y atemporalidad.

3. **Creatividad y diseño coordinado:**

No se trata de realizar un diseño colorido o vistoso, éste debe guardar cierta armonía para que no se vea sobrecargado y que se entienda el concepto.

4. **Versatilidad:**

Un buen diseño es aquel que se puede adaptar a distintas situaciones, plataformas y público, parecería complicado, pero cuando se logra es muy eficiente.

5. Innovación:

El pensamiento de algo nuevo siempre creará interés y ganas de explorar, el diseño siempre debe demostrar innovación de alguna manera.

6. Simplicidad:

“More is less” es un lema que se aplica en distintas circunstancias y en el diseño se aplica, no se debe saturar la imagen con elementos, colores o información, de lo contrario esto tendrá el efecto contrario a lo deseado.

La casa roja, diseñada para Morris por su amigo el arquitecto Philip Webb, es la materialización de su teoría acerca de la dignificación del trabajo. Completamente todo fue diseñado y construido desde cero, y aunque hubiera sido mucho más barato y rápido comprar los muebles, su objetivo era encontrar el placer en el proceso de producción. Los trabajadores desarrollarían sensibilidad y técnica, sintiendo gran satisfacción al final del día por el trabajo bien hecho, y la idea de que el trabajo era algo mecánico o aburrido quedaba completamente descartada.

|Sociedad de consumo

El consumo como concepto no hace referencia a nada malo ni perjudicial. Podemos definirlo como el simple hecho de consumir para satisfacer necesidades o deseos. El problema llega cuando esta actividad se vuelve patológica. Entonces ya no hablamos de ‘consumo’, sino de ‘consumismo’. La Real Academia Española (RAE) define el consumismo como “la tendencia inmoderada a adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios.”

El modelo de bienestar de la sociedad actual se basa en la posesión y acumulación de bienes, lo cual sirve de justificación para que proliferen el consumismo entre las personas. Si el objetivo de la vida es tener muchas cosas, la principal actividad que se ve beneficiada es, lógicamente, el consumo. La posesión y acumulación de bienes suele darse siempre de forma inmoderada, tal y como apunta la definición de la RAE. Una de las críticas más comunes sobre la sociedad de consumo es la que afirma que se trata de un tipo de sociedad que se ha “rendido” frente a las fuerzas del sistema capitalista y

que, por tanto, sus criterios y bases culturales están sometidos a las creaciones puestas al alcance del consumidor.

Al hablar de la sociedad de consumo se hace alusión a la forma de adquirir bienes que han sido producidos de manera masiva (esto es: en grandes cantidades y a bajo costo). Así, para las empresas, su foco ya no está puesto en la fabricación, sino en cómo vender los productos que han fabricado.

La obsolescencia programada es un concepto determinante en las sociedades de consumo. ¿En qué consiste? En la fabricación de productos que, deliberadamente, tienen una vida útil: de antemano se los fabrica con una durabilidad determinada para que su dueño se vea obligado a descartarlo y comprar uno nuevo.

- Las personas consumen bienes y servicios con el objeto de satisfacer necesidades superfluas o creadas artificialmente.
- Las compañías fabrican productos de baja calidad, para que se descarten y reemplazan rápidamente.
- El éxito económico se encuentra al tope de la escala de valores.
- Los consumidores se valen de diferentes formas de financiamiento, como pagar en cuotas con tarjeta de crédito, para gastar por encima de sus ingresos.
- Los consumidores se muestran predispuestos a usar y tirar productos de manera constante.
- La identidad de las personas se construye en base a lo que consumen.
- La marca se vuelve un indicador del estatus social al que pertenece o aspira pertenecer su consumidor.

Una sociedad de consumo va transformando a los diseñadores en meros realizadores de productos sin fundamento, sin alma.

La lógica de consumo vertiginoso, según Moles, ve al objeto en un momento transitorio entre la fábrica y el tacho de basura: entre su fabricación y su desecho. El objeto,

entendido como portador de cultura, es ahora perpetuamente provisorio en donde el objeto se transforma en producto y el sujeto en consumidor y portador de signos. la velocidad que rige nuestras vidas, y el capitalismo imperante, hace que enseguida un diseño pase de moda, aunque haya sido sacado al mercado apenas hace unos meses

|Filosofía de consumo

"Ética del consumo", un saber capaz de defender con argumentos que hay formas de consumir más éticas que otras, capaz de esgrimir algún criterio para discernir entre las que levantan la moral y las que desmoralizan. Y, sin embargo, a lo largo de la historia distintas propuestas éticas han intentado ofrecer ese criterio, que importa conocer para potenciar formas de vida más humanas. "Humanidad obliga" en las distintas facetas vitales y, por supuesto, también en ésta del consumo; por eso conviene conocer al menos algunos de los criterios más relevantes de nuestro siglo, para optar por una humanidad más presentable.

Una ética del consumo que intente responder a la pregunta "qué se debería consumir, para qué se debería consumir y quién debería decidir lo que se consume" en sociedades que se precian de afirmar que toda persona es igual en valor, debería tener en cuenta las dos grandes dimensiones de la moral, es decir, que el consumo debe ser justo y propiciar a las personas una vida buena.

Será justo, como indica Ulrike Knobloch, si las personas están dispuestas a aceptar una norma mínima, según la cual, sólo se consumirán los productos que todos los seres humanos puedan consumir y que no dañen ni al resto de la sociedad ni al medio ambiente. El primer criterio para discernir si una forma de consumo es justa consiste, pues, en considerar si puede universalizarse.

Ahora bien, los consumidores carecen de la información necesaria sobre las consecuencias de los productos para el conjunto de la sociedad y para el entorno, razón por la cual es preciso complementar esta dimensión individual de la ética del consumo con una institucional. El consumidor necesita que le asesoren sobre la naturaleza de los productos, sobre la relación calidad-precio y sobre las consecuencias para él, pero también sobre las consecuencias que tiene el consumo de determinados productos en el conjunto de la sociedad y en el medio ambiente. Por eso, de la misma forma que existen organizaciones preocupadas por el "comercio justo", urge crear y fomentar organizaciones preocupadas por el "consumo justo", preocupadas por advertir qué productos originan un daño social y están, por tanto, vedados a una sociedad que se pretenda justa. Tales organizaciones deberían ser tanto políticas como civiles, y en este sentido las organizaciones de consumidores podrían ampliar su papel reivindicativo al conciliativo, potenciando una opinión pública crítica, que mantenga un amplio debate sobre qué tipo de productos podrían consumirse sin atentar contra la sostenibilidad social y medioambiental.

|Diseño para consumo

Sin embargo, como ya sabemos, los objetos tienen la tendencia a convertirse en desechables, lo que importa es que funcionen bien en su corto momento de uso, ya que su duración está calculada para poco tiempo. Por otro lado, está la abundancia, lo cual corresponde a la cantidad de objetos disponibles en el mercado.

Podemos decir también, que sin duda alguna, incluso los objetos en los cuales es evidente el factor funcional, también se encuentra la estética presente, ya que no tendría sentido producir un objeto duradero y eficaz pero que carezca de todo sentido estético. Sin embargo, el factor estético en la mayoría de los productos es el factor que prima, un claro ejemplo es los envases de productos alimenticios. Todos estos tratan de generar la sensación de limpieza, de calidad, pero pocos tienen facilidad para abrir, guardar o incluso desechar.

A finales de la década de 1910 y luego de la Primera Guerra Mundial, la capacidad productiva y de consumo de Estados Unidos tuvo un auge sin precedentes. Este auge llevó a una sobreproducción de productos, los cuales si no se vendían rápido, serían descontinuados con facilidad. Por esto, los diseñadores dejaron de enfocarse en la funcionalidad como prioridad de los objetos, y comenzaron a producir Styling lo cual significa “estilización de los productos” esto apoyo al capitalismo tradicional, se basaba en la reducción de precios y en el derroche de los objetos. Estos cambios de estilo, eran meramente cosméticos, simplemente para generar un atractivo físico, más ventas. Esto trajo consigo una cultura donde lo más importante era la estética física del objeto.

|Rol del diseñador moderno

“La sencillez de los objetos bien diseñados los enaltece por encima de productos que tienen en la complejidad de su diseño su principal defecto”.

Como nueva generación de diseñadores nos vemos en la obligación de crear con fundamento y consciente. no podemos darnos el lujo de crear objetos de bajo nivel de diseño.

Por ejemplo, el diseño sustentable es fundamental en nuestros días, eso no significa que sea la solución al problema. Contextualizar al diseño, puede ayudar a identificar que productos sí tienen posibilidades de impactar en el bienestar de las personas. Por ejemplo, afirmar, que el mobiliario de autor impacta en el bienestar general de las personas es debatible, ya que está reproduciendo el clasismo considerando que solo ciertas estructuras sociales (con alto poder adquisitivo) y cierto tipo de estructuras familiares pueden tener acceso a este tipo de productos.

Si bien es cierto que el diseño es parte integral del capitalismo, entenderlo y tenerlo presente ayuda a decidir qué tipo de diseñador se quiere ser. En otras palabras, ayuda a asumir una postura que impacte en la manera de hacer diseño, y quizá generar alternativas al modelo económico vigente.

|El objeto de diseño

El objeto es producido por el diseño; “Al diseño le corresponde proyectar, de una manera coherente y consecuente, la forma y la disposición de los distintos elementos que serán sometidos a la percepción sensible, es decir: aquellas partes del producto que entraran en contacto directo con algunos de nuestros sentidos...”

(Rodríguez Villate, 2006, pág. 144)

De lo anterior, podemos decir que un objeto se puede considerar estético, en la sociedad industrial, siempre y cuando cumpla con las siguientes condiciones:

Contacto: El uso de este objeto debe tener un contacto directo con hombre, solo aquellas partes que se encuentren en contacto con el hombre, en el proceso de uso, pueden ser susceptibles a ser llamadas “Estéticas”

- Percepción sensible: En los procesos de contacto e interacción con el hombre, este objeto debe generar una percepción sensible, positiva, en el humano. Esto quiere decir que debe producir sentimientos de placer, goce o satisfacción.
- Transformar: El objeto a través de de la experiencia de uso, debe transformar al usuario. (Rodríguez Villate, 2006)
- Relaciones sensibles: El usuario a través del objeto debe establecer relaciones sensibles con su entorno, borrar los límites entre la capacidad de uso y la sensibilidad. También entre la estética y la función.
- Trascender: el objeto debe trascender su función estética y crear un ámbito de interés funcional, donde la estética hace parte de su función.

|Estallido social y diseño

Desde el 18 de octubre sacude Santiago y el resto de Chile una masiva protesta social, en la que amplios sectores medios y de las clases populares han concurrido a manifestar su rechazo al modelo neoliberal vigente.

Chile ha experimentado en este periodo un cambio de conciencia profunda, al percibir los ciudadanos la situación precaria en las que han estado sumidos por un sistema

político excluyente, así como de las profundas desigualdades que se han naturalizado, creándose hoy sólo un cuerpo social que busca romper el individualismo y el miedo al otro.

Esto sucedió debido a que somos hijos del neoliberalismo y sociedad de consumo.

El estallido social hace despertar a Chile, haciéndolo más consciente del problema que conlleva ser una sociedad neoliberal y de consumo. Esto hace que la sociedad chilena tome más valor en los diseños y objetos de origen independiente y elaborados con sentido que seguir potenciando a las grandes industrias que han arruinado el diseño como tal.



Conclusión

Nuevas generaciones de diseñadores no pueden rendirse a la sociedad de consumo ya que este modelo se acrimina contra el diseño real, el diseño consciente, funcional y estético.

Eliminando la posibilidad de que nazcan nuevos diseños, ya que obstaculiza esta creación por la fama que carga el diseño industrial debido a los años que fue sometido al styling y al consumo.

Respecto al estallido social en Chile, se aprecia el cambio que tienen los chilenos por las cosas, evidenciándose en las bajas ventas del retail y el creciente interés por lo Hecho en Chile.

Bibliografía

https://elpais.com/diario/1999/01/21/opinion/916873203_850215.html

https://www.researchgate.net/publication/329076031_El_Diseño_Industrial_en_la_Sociedad_de_Consumo