

Respuestas a tres preguntas publicadas en la revista dni, número 19, diciembre 2012.

¿El diseño de baja tecnología es una moda, un manifiesto o un nuevo camino para la producción?

1.

Ninguno de los tres. No es moda. Es simplemente el resultado del proceso de desindustrialización que comenzó hace más de tres décadas y no se limitó sólo la Argentina. Ofrece una salida para los jóvenes diseñadores cuyas posibilidades de inserción en la industria son limitadas. El público general tiende hoy a identificar el término "diseño" con este campo reducido – resultado, en buena parte, de la influencia de los medios que funcionan como caja de resonancia para este fenómeno.

Tampoco es un manifiesto, dado que los manifiestos tienen dos componentes centrales: una crítica y hasta una denuncia de la realidad tal como es, y declaraciones sobre las intenciones de cambiar el futuro. El punto débil de los manifiestos es la operatividad, es decir, la traducción de las declaraciones en prácticas concretas.

Respecto al acercamiento a la producción habría que preguntarse para qué empresas?

Las micro y pequeñas empresas? Probablemente, pero no existe una relación condicionante entre el tamaño de una empresa y tipo de tecnología que usa para la producción. Habría que ver que universo de productos constituye el grupo de los productos de baja tecnología y tratar de cuantificar mediante estudios empíricos, el aporte económico del diseño de los productos fabricados con baja tecnología.

¿Esta práctica acerca o aleja la disciplina del diseño de la industria nacional?

2.

Temo que simplemente queda afuera de la industria, si se interpreta al diseño de baja tecnología como diseño artesanal. Las micro y pequeñas empresas son las que más necesitan el diseño, pero son las que menos lo integran. Dadas las limitaciones financieras, en general, no sacan ventaja del potencial del diseño. Para los diseñadores trabajar con baja tecnología es un desafío particular, pues contra las apariencias, requiere know-how técnico amplio, y particular competencia proyectual para obtener productos con adecuado nivel de terminación. Por otro lado, el diseño de productos con baja tecnología puede – sobre todo en los programas de enseñanza – reforzar ciertas tendencias a la desprofesionalización de la actividad de diseño. Habría que saber cual es el porcentaje de productos de baja tecnología que se exporta, o si estos productos se destinan prioritariamente al mercado interno. Los productos llamados “productos de diseño” se

limitan, en general, al sector de muebles, lámparas, pequeños objetos para escritorio, accesorios de moda y se dirigen a un mercado restringido de la clase media que visita los boutiques. Dedicarse al diseño de productos con baja tecnología no debería llevar a la renuncia del uso de tecnología más diferenciada y menos aún, a descartar el know-how para manejarse con alta tecnología.

¿Representa una respuesta efímera a necesidades urgentes o pueden aumentar el valor social del diseño?

3.

La respuesta a necesidades urgentes no es un factor condicionante del tipo de tecnología usada. En vez de usar el término “valor social” prefiero usar el término “relevancia social”. Obviamente la relevancia social de un diseño no depende del mercado, y hasta se opone a los criterios unidimensionales del mercado que se ha transformado en un valor en y para sí, casi de forma apoteótica. El diseño de productos con relevancia social se escapa de los criterios del branding al cual tanta importancia y énfasis se ha dado desde los años '90. La relevancia social de un diseño no depende del tipo de tecnología que se usa, sea baja, media o alta.

cv

Gui Bonsiepe, diseñador (HfG Ulm), docente y teórico. Asesoró gobiernos en políticas industriales (Chile, Argentina, Brasil). Sus últimos libros: "Design, Cultura e Sociedade", "Design como Prática de Projeto" (Brasil) y "Diseño y Crisis" (España).

Copyright © Gui Bonsiepe, 2012