

Antropología del Diseño, ¿para qué?

Analía Fava

Universidad Nacional de Rosario

analiaefava@yahoo.com

Introducción

El presente trabajo es un intento de demostrar la utilidad e importancia de los aportes de la Antropología al campo del Diseño y fundamentar de este modo la necesaria presencia de esta disciplina en los planes de estudios de dicha carrera.

Está centrado en la arista social de las carreras relacionadas con el diseño. Se parte de un preconcepto del diseño como: “Una actividad creativa cuyo objetivo es establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos y servicios así como sus sistemas y sus ciclos de vida vitales de forma total. Por lo tanto, el diseño es el factor central para la innovación y la humanización de las tecnologías y un factor crucial para el intercambio cultural y económico.

El diseño trata de descubrir y valorar las relaciones estructurales, organizativas, funcionales, expresivas y económicas con la misión de ofrecer:

Ética global: mejorar la sostenibilidad global y la protección del medioambiente.

Ética social: ofrecer beneficios y fomentar la libertad de la humanidad, sea de forma individual o colectiva.

Velar por los intereses de los usuarios, de los productores y de los protagonistas del mercado.

Ética cultural: velar por la cultura a pesar de la globalidad impuesta.”

Esta es la definición del Concilio Internacional de Asociaciones de Diseño Industrial.

Se desarrollará los ejes donde la disciplina antropológica se cruza con contenidos y objetivos de la carrera de diseño para formar profesionales competentes en el campo del diseño, y luego se plantearán algunas de las temáticas a tener en cuenta en la carrera del Profesorado en Antropología para la formación de profesores competentes para la inserción en educación dentro del área del diseño.

Desarrollo

Si se realiza una revisión general de objetivos presentes en los planes de estudio de las carreras de Diseño y Comunicación Visual encontraremos algunos como estos: comunicar visualmente información, procesar y expresar en términos de forma factores sociales, culturales, indagar en el mundo perceptivo del hombre para generar situaciones de comunicación que se inserten adecuadamente en el circuito operativo y simbólico con el cual el individuo convive cotidianamente, dominar las competencias para ocupar el lugar intermediario en la decodificación y codificación de mensajes, entre el emisor y el receptor, tomar decisiones en soluciones de comunicación visual, enfrentando consecuencias de impacto ambiental y cultural. A su vez se nombran valores humanistas que impulsen la identidad y la cultura, se destacan verbos como diagnosticar, proyectar, supervisar, evaluar, gestionar.

Ahondando en cursos relacionados con el ambiente del diseño como por ejemplo Branding (valor de marca) surgen módulos y materias en relación a temáticas como: identidad visual, imagen global, relevamiento de campo, análisis de mercado, usos permitidos y usos prohibidos, investigación de mercado; o el Cool Hunter (caza de tendencias), afloran materias como: técnicas de investigación social aplicadas a los estudios sobre tendencias, análisis transcultural, investigación y experimentación, el trabajo de campo y la recogida de información, triangulación de las tendencias (etnografía), movimientos culturales, paradigmas socioculturales. El diseño es una creación pensada y plasmada en un proyecto que considera el ambiente sociocultural donde esa creación va a insertarse. Un diseñador diseña objetos pensados para solucionar problemas específicos acordes a creencias particulares de una sociedad. Desde que como homínidos tuvimos la capacidad de proyectar y

fabricar objetos, nos relacionamos con ellos, convivimos, forman parte de nuestra cultura material, son un elemento de nuestra identidad.

En relación a todo lo anterior la Antropología como disciplina, explica Marc Augé, aborda las relaciones sociales que se dan en un conjunto cultural dado tiene mucho que ofrecer a un Diseño como mediador en las prácticas sociales.

Siguiendo este planteo los objetos industrializados de la vida se consideran desde una triple existencia: 1 – desde una exigencia técnica relacionada con su forma, 2- desde una exigencia estética relacionada con los gustos y 3- desde una exigencia cultural que define el marco de juego con los hábitos y tradiciones (se involucra en lo social) (Augé, 2000).

Este autor le da especial importancia a los objetos de diseño industrial como mediadores entre relaciones humanas. Explica que los objetos diseñados para satisfacer diferentes tipos de necesidades circulan, se intercambian, se utilizan, como instrumento de relación entre hombres.

A su vez otro antropólogo y diseñador Fernando Martín Juez describe la importancia de la antropología del diseño de este modo “De esto trata la antropología del diseño: de usos e ideas sobre los objetos, y de objetos configurando la vida material y las ideas; asunto cuyos ámbitos son los cotidianos, la imaginación y lo concreto, las creencias y los *paradigmas* desde los que construimos aquello que nos parece lo real y lo importante.” (Juez, 2010: 23). Cada objeto porta ideas, creencias, habilidades, preferencias, plasmadas en su diseño por individuos formados en una cultura, en una comunidad.

Volviendo al ámbito de la enseñanza en Diseño y luego de esta breve aproximación llama la atención la ausencia de profesionales antropólogos en este campo.

Ejes y cruces del Diseño con la Antropología

Se presentan al menos dos ejes posibles de intervención desde una Antropología del Diseño: por un lado el abordaje desde una mirada que busca indagar sobre identidades, semejanzas y diferencias, creencias, hábitos y tradiciones entre y dentro de comunidades para captar las necesidades, problemas a solucionar desde el desarrollo de proyectos de intervenciones y objetos que sepan incluir el carácter simbólico propio de cada una de esas relaciones humanas. Ya que nos movemos en un mundo de objetos, objetos creados por humanos, pensados desde alguien y para alguien, objetos que son cultura material con un sentido que excede la utilidad, la funcionalidad, y que en muchos casos son utilizados o reutilizados para cumplir tareas para las que no fueron diseñados. Un conocimiento de las diferentes teorías antropológicas, del desarrollo de la ciencia hasta la actualidad permite introducir al estudiante en la complejidad de la mirada hacia el otro fuera y dentro de la comunidad, el tratamiento de los conceptos de identidad, cultura, etnocentrismo, endoculturación, entre otros, propios del campo disciplinar antropológico enriquece sobremanera la visión y tratamiento del diseño.

Por otro lado, otro de los ejes en los que la Antropología enriquece al Diseño es desde la etnografía como método de investigación y planteo del problema a desarrollar. Necesariamente un proyecto de diseño contiene una evaluación del terreno donde va a circular. Una fase de investigación en el campo, investigación bibliográfica, identificación de conflictos expresados en carencias, planteo de posibles soluciones y aplicación de las mismas identificando la de menor impacto económico y ambiental.

Es decir, como explica Marc Augé, el diseñador en esta fase de su trabajo utiliza una antropología aplicada. Otro asunto que no se va a desarrollar ahora es la inclusión de los trabajos del diseñador en el mercado. Tema importante que posee incumbencia en un plan de estudios comprometido con el futuro de la profesión. En este sentido también es significativo el aporte de nuestra disciplina. En palabras de García Canclini, en un aspecto general una Antropología del Diseño incluida en los planes de estudio contribuirá en la formación de profesionales conscientes de ser “mediadores entre campos simbólicos, en las relaciones de diversos grupos, (y esto), contradice el movimiento del mercado hacia la concentración y monopolización” (Canclini, 2001: 332) Como explica Néstor García Canclini la cultura no se limita a los objetos de valor sino que además debe analizarse “la producción circulación y el consumo de los procesos creativos en todo el arco de la vida

cotidiana” (Canclini 2011:20) y aclara “el acceso inequitativo a la formación cultural en la escuela y en los medios, tanto para producir cultura como para apropiarse de sus bienes, mostró que en las diferencias y desigualdades culturales se manifiestan las disputas por lo que la sociedad produce, así como los modos de distinguirse entre las clases y los grupos.” (Canclini, 2001:21)

Este antropólogo, especialista en cultura dentro de la modernidad y posmodernidad en la perspectiva latinoamericana y en el consumo al que definió como “el conjunto de procesos socioculturales en los que se realizan la apropiación y los usos de los productos”, remarca el lugar de la cultura en el ciclo económico de “la producción de valor y en el ciclo simbólico de organización de las diferencias” (Canclini, 2001:21)

La falta de reconocimiento del papel social y económico de la cultura estanca “el desarrollo de sociedades periféricas contra el avance de intereses de corporaciones transnacionales.

Dentro de este escenario regional, nacional e internacional es donde los nuevos diseñadores como productores de cultura se situarán y por lo tanto necesitarán las herramientas para moverse en tan complejo escenario.

En cuanto al Profesorado en Antropología

En relación lo trabajado arriba algunos contenidos a incluir y/o profundizar están relacionados con el conocimiento, función circulación, intercambio de cultura material que se trata en las diferentes corrientes antropológicas a lo largo de la historia de la disciplina pero que habría que profundizar en la mirada actual, en la “sobremodernidad”, junto a esto se incluiría la problemática del desarrollo y la industria cultural desde una visión crítica.

Además un acercamiento a una antropología de la imagen y del cuerpo donde se desarrolla la importancia como objeto de expresión y modo de interacción con el medio social.

En relación a los objetos como materia elaborada a partir de conceptos y formas de la cultura se necesita un estudio más profundo y sistemático para poder recorrer esas historias de vida desde su realización hasta su muerte, pasando por diferentes etapas de reutilización y transformación física y simbólica.

En cuanto a la metodología, en general el profesorado requiere de más horas de residencia y práctica docente y dentro de eso una aplicación del método etnográfico a la resolución de problemas concretos a partir de una noción de Antropología Aplicada.

Solo por nombrar algunos puntos con los cuales enriquecer el plan del profesorado para incrementar el campo de inserción en la educación terciaria en lugares donde ya está incluidos elementos, métodos y miradas antropológicas como parte de diferentes carreras en el diseño, pero, en las que no son los propios antropólogos los que las imparten.

Breve conclusión

Este conciso escrito solo procura instalar el tema en el ámbito de las incumbencias del título de Profesor en Antropología en campos donde están presentes contenidos, métodos y miradas pero no lo están los profesionales de la antropología.

Quedan claros los objetivos y materias vinculados al aspecto social del ámbito del diseño que tienen evidentes cruces con la disciplina antropológica.

También son evidentes los aportes que una antropología bien implementada en estos casos brindaría, no sólo en conceptos y métodos para el trabajo sino también en la introducción del problema actual de la cultura y el desarrollo en América Latina, escenario donde los futuros profesionales desarrollarán su actividad.

Bibliografía

APPADURAI, Arjun. 1991. La vida social de las cosas. Grijalbo

AUGÉ, Marc. 2000. El diseño y el antropólogo. Revista Experimenta n32 Barcelona.
Concilio Internacional de Asociaciones de Diseño Industrial. Publicación del primer congreso de Diseño Industrial en Málaga. Internet

GARCÍA CANCLINI, Néstor 2001. Culturas Híbridas. Paidós
2012. Cultura y Desarrollo. Paidós

JUEZ, Fernando Martin. 2010. Contribuciones para una antropología del diseño. Merida