

Con el mundo auestas

Por Andrés Mignacco

Algunos diseñadores y arquitectos, dejándose llevar por un optimismo y entusiasmo desmesurado, cargan al profesional con responsabilidades imposibles y frustrantes.

En relación al artículo de Luís Grossman «[¿Servirá el diseño para salvar al mundo?](#)», que concluye con una respuesta afirmativa a la pregunta, me permito opinar, y decir que esa frase es solo plausible, si la escuchamos en un contexto poético y de amor hacia el diseño. No encuentro sensato creer que una profesión, pueda o deba «salvar al mundo». Sacar frases de contexto, ideas, expresiones, etc., produce desentendimiento y confusión.

Quien haya acuñado la frase, seguramente ha de ser un gran amante de su profesión y la habrá pronunciado su máxima en un contexto de emotividad y romanticismo. En ese contexto no sería posible desacreditar tal expresión ni otra parecida. Sería como cuestionar a un niño, al oírlo decir que su papá es «más fuerte que Superman» o que su mamá es «la más linda del mundo».

En el contexto de un artículo de opinión, la frase comienza a sonar altanera y provocativa, incómoda para unos y soberbia para otros. Podemos opinar muchas cosas sobre el diseño, pero decir que salvará al mundo es demasiado! Cualquier cosa que tenga el poder de salvar al mundo, también tendrá el poder de destruirlo. A mi criterio, responsabilidades —o misiones— exageradamente grandes para el diseño y para los diseñadores.

El diseño es una poderosa herramienta al servicio de quien quiera utilizarla. Como toda herramienta, tanto puede ser usada con destreza y sabiduría como con descoordinación y negligencia. Pero el uso que se le da siempre está signado por el requerimiento de quien solicita el trabajo de diseño. Siempre responde a sus intenciones, que no necesariamente han de coincidir con las del diseñador.

No obstante, los diseñadores siempre soñamos con dar lo mejor de nosotros para optimizar nuestro entorno. Pero, si el mundo necesita ser salvado (no tenemos claro de qué o de quiénes) seguramente no ha de ser una tarea tan sencilla, como para que un grupo de profesionales dedicados pueda lograrla.

Dudo que el diseño de una lavadora de autos que gaste 10 veces menos agua que otra vaya a salvar al mundo, mientras en las plazas y parques el agua siga fluyendo incansablemente en los bebederos, desprovistos de botones o algún sistema de cierre.

Los diseñadores trabajamos altamente condicionados por los costos de producción, la rentabilidad, los objetivos de venta, los perfiles de consumidores, o incluso los caprichos

—justificados o no— de nuestros clientes. En ese contexto de trabajo, que es el más frecuente, nuestras posibilidades de «salvar al mundo» son realmente bajas. A veces, a lo sumo logramos «no empeorarlo demasiado».

Ayudar al cliente en el logro de sus objetivos no implica acordar con ellos. Si queremos hacer un aporte al mundo, cuando detectamos un problema, podemos sugerir un replanteo de los objetivos, o estrategias más «sanas» para alcanzarlos; cosa nada fácil, ya que no solo depende de la flexibilidad del cliente y su apertura al diálogo, sino también de la capacidad de negociación del diseñador.

Sin embargo hay un problema adicional, que es el más difícil de resolver: cómo determinar en cada caso qué es bueno y qué es malo. Un diseñador puede considerar «bueno para el mundo» algo que otro entienda como muy nocivo, y viceversa. No existe ningún libro ni escrito sobre diseño que defina como determinar qué es bueno para todos. Analicemos un ejemplo:

Un proyecto de infraestructura turística que instalará hoteles, locales gastronómicos, etc. en un pueblo alojado en medio de un paisaje paradisíaco, puede ser visto por muchos diseñadores y arquitectos como muy positivo para la comunidad, que se beneficiará con más trabajo para todos, mejor abastecimiento, crecimiento, progreso, etc., y también para los turistas, que podrán acceder a un destino inigualable con todas las comodidades. Otra mirada del asunto puede llegar a la conclusión de que el emprendimiento traerá gran contaminación, deterioro del paisaje y la irrecuperable pérdida de identidad del pueblo. ¿Cuál de los diseñadores es el que aboga por el bien común en este caso? ¿Cuál sería el replanteo a sugerir al cliente en un caso semejante?

El único parámetro válido al que un profesional debe ceñirse es el cumplimiento de las leyes vigentes. Cualquier otro criterio, en tanto no esté escrito y consensuado al menos por alguna asociación o grupo social, surgirá únicamente del criterio de cada individuo. En base a sus propias valoraciones personales, en algún caso podrá decidir rechazar el trabajo por cuestiones de principios.

Suele decirse que, como diseñadores, debemos tratar de aportar al mejoramiento de la vida en el mundo. Suponiendo que pudiéramos ponernos de acuerdo en qué es aporte y qué no, no cabe duda que existe una gran diferencia entre «aportar al mundo» y «hacerse cargo del mundo».

Publicado el 23/07/2007



ISSN 1851-5606
<https://foroalfa.org/articulos/con-el-mundo-a-cuestas>

