

EL DISEÑO COMO SINÓNIMO DE DESARROLLO INDIVIDUAL Y COLECTIVO

*Tesina de grado para la obtención del
Grado de Licenciado en Diseño.*

Loreto Ureta Covarrubias
Profesor Guía: Juan Carlos Rodríguez

Escuela de Diseño
Universidad de Valparaíso
Agosto 2008

ABSTRACT

El hombre por necesidad crea objetos para solucionar sus carencias, e incluso por placer o gusto, para mejorar su condición de vida, naciendo de este modo la acción de diseñar.

A medida que el hombre y la mujer evoluciona, el diseño también. Hoy en día actúa pensando más allá del presente, se ubica más bien en el futuro, anticipándose a necesidades o carencias que puedan surgir; para así ir en mejora de la calidad de vida de la población. Para esto dispone de la mejor manera elementos para cumplir determinados fines, los que son de uso funcional, simbólico y estético. Siendo, siempre, lo funcional lo más utilizado en la vida del día a día. Pero si todas estas características están juntas será resultado de un diseño más óptimo y más reconocido.

Un adecuado diseño de las cosas que componen el entorno es esencial para mejorar la calidad de vida. Aunque el diseño se encuentre condicionado por el cliente, esto no obsta para que el diseño prescinda de calidad y bien-estar.

El diseño influye en nuestro entorno para servir a nuestras necesidades cotidianas haciendo formas únicas, distinguiéndonos de la naturaleza (entorno natural - artificial). Siendo una actividad de alto impacto social, se diseña para la persona y para las comunidades, es decir, para un desarrollo humano. El cual posee varias dimensiones, variables de diseño, tales como potenciación, cooperación, equidad, sustentabilidad y seguridad.

Esta tesina, trata de esto.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	- 4 -
I: ¿QUÉ ES DISEÑO?	- 5 -
La proyección y anticipación como criterio dentro del diseño	- 6 -
La función del Diseño dentro de la sociedad	- 7 -
1. Fines de uso	- 9 -
2. Fines funcionales	- 9 -
3. Fines estéticos	- 9 -
4. Fines simbólicos	- 9 -
II: DISEÑO, CONSUMO E IMPACTO	- 14 -
Diseño formador del entorno cotidiano	- 17 -
III: CONTEXTOS Y CONTRIBUCIONES DEL DISEÑO	
a) DESARROLLO HUMANO	- 19 -
1. La potenciación	- 20 -
2. La cooperación	- 22 -
3. La equidad	- 23 -
4. La sustentabilidad	- 24 -
5. La seguridad	- 25 -
b) CALIDAD DE VIDA	- 28 -
c) DISEÑO E IDENTIDAD	- 29 -
Diseño en busca del bienestar	- 30 -
IV: DESARROLLO Y DISEÑO: ENTRE CONSUMO Y CONSUMISMO	- 31 -
La contribución del diseño a la identidad cultural	- 33 -
CONCLUSIONES	- 35 -
REFERENCIAS	- 37 -

INTRODUCCIÓN

La presente tesina, corresponde a una reflexión en torno a cómo el diseño es participe del desarrollo individual y colectivo. Su objetivo general pretende documentar a través de distintos objetos de qué forma el diseño incide o afecta de manera positiva al desarrollo económico y social de una comunidad, y a la calidad de vida y bien-estar de las personas, y esclarecer preliminarmente la posición que tiene Chile frente al diseño.

Se espera determinar los puntos cruciales en que el diseño converge con el desarrollo humano, para así mostrarlo como actor proactivo dentro de la sociedad.

Reflexionar y observar los desarrollos del diseño en Chile, a través de creadores emblemáticos y creaciones y su contribución a mejorar la calidad de vida y bienestar individual y colectivo. Se trata de demostrar la gran importancia que tiene en el diseño en el desarrollo de un país, lo que actualmente en Chile no está comprendido.

Nuestra hipótesis será que las aplicaciones formales, funcionales y comunicacionales del Diseño contribuyen a mejorar la calidad de los seres humanos. En términos metodológicos, se trata de un trabajo reflexivo, de ordenamiento de las propias ideas en el camino al desarrollo de un trabajo más amplio como la tesis, sustentado en una revisión bibliográfica que se nutre de ideas y conceptualizaciones que exceden al diseño.

I: ¿QUÉ ES DISEÑO?

El hombre siempre ha tratado de completar por medio de lo artificial su incompleta naturaleza, para poder solucionar o facilitar las necesidades, carencias y deseos que le aquejan, desarrollando verdaderas "...extensiones de nuestro cuerpo que son factura directa de nuestra capacidad de pensamiento, alcanzadas por la transformación de la naturaleza -lanzas, lanzaderas, hachas, cuchillos, herramientas- "(1*) , resolviendo necesidades desde las más básicas, que serían de sobrevivencia, hasta las que son sólo por gusto o placer. Así, podremos decir que nace la acción de diseñar.

Por lo tanto, el diseño es una de las "...características básicas que definen lo humano y un determinante esencial de la calidad de vida. Afecta a todas las personas, en todos los detalles de lo que hacemos cada día" (2*). No es posible concebir la vida humana sin el diseño y las acciones de diseñar.

Diseñadores como Bonsiepe, definen al diseño como: "Hacer disponible un objeto para una acción eficaz."(3*) Esto significa que, uno se ingenia y busca en su entorno algún objeto que cumpla la función que deseamos, si es que ésta no se encuentra disponible. Por ejemplo, si uno desea tomar agua y no tiene un objeto que facilite esta acción, lo primero que uno hace automáticamente es sólo juntar las manos, a pesar de que lo necesitado lo logramos, no es la forma más óptima, y es ahí que uno recurre a ver en el entorno natural la forma más similar a algo que pueda contener líquido (forma cóncava). Así surge el diseño, buscando en primera instancia respuestas en el entorno natural, para luego perfeccionarlas ergonómicamente, es decir, objetos más adaptados al hombre.

(1*) Conferencia dictada por Buitrago Trujillo, Juan Camilo
El Diseño, evidencia del desarrollo humano. Reflexión sobre el Objeto del Diseño, Pp. 2

(2*) Heskett, John (2002) "El diseño en la vida cotidiana"
Editorial Gustavo Pili, SA Capítulo 1, Pp.4

(3*) <http://blogs.iberopuebla.edu.mx/liliana820/2007/11/>

André Ricard, señala que el diseñador "...ha de ser capaz de atender no sólo las carencias que se manifiestan de un modo evidente sino también aquellas aspiraciones latentes en que se expresa, de un modo subliminal, el sentir de un colectivo humano: sus anhelos o su malestar. En este sentido, al diseño le sigue correspondiendo saber entender y anticipar lo que la sociedad espera, sin decirlo, de su entorno objetual más cotidiano: de aquellas cosas con las que la gente convive con más proximidad y de las que depende buena parte de su calidad de vida".^(4*)

La proyección y anticipación como criterio dentro del diseño

Para anticipar hay que estar atento a las claves culturales de la comunidad, sus procesos internos y aquellos externos que le impactan, los distintos cambios generados en diversos planos de la sociedad, identificando problemas presentes y futuros, necesidades y desafíos. Una de las formas de anticipar es buscar a través de la observación las fallas, debilidades o carencias que existen en los objetos de nuestro uso cotidiano, y a través de éstas, tratar de mejorar o sugerir nuevos productos que cumplan mejor la función en la perspectiva del mejorar la calidad de vida.

Otra forma de anticiparse, es observar, ya no al entorno cotidiano, si no más bien al entorno medioambiental, reconociendo los recursos de los cuales disponemos para poder fabricar y construir objetos. Así, por ejemplo, podemos visualizar cuál es la **capacidad de carga** que puede sostener el ecosistema y observar cuáles de estos recursos son los que en un futuro cercano o lejano podrían escasear, y de esta forma, de acuerdo a la evaluación sobre los recursos disponibles, mitigar impactos o utilizar elementos más asequibles o de un modo más racional.

^(4*) http://www.joancosta.com/ayer_a_hoy.htm

Claramente, buen ejemplo sería el problema asociado a la escasez o especulación del petróleo, que se vive actualmente. Por lo cual, en España, se creó un auto que no utiliza este tipo de combustible, si no más bien funciona a base de agua.



Ante la falta de combustibles, este auto funciona con una pila que se alimenta de hidrógeno.

<http://www.criticadigital.com/index.php?secc=nota&nid=6448>

Esto demuestra que observando el entorno en que vivimos podemos lograr anticiparnos y hacer frente a problemas. En este caso, fue el hecho de que en un futuro cercano, el combustible (petróleo) va a escasear, o peor aun, desaparecer, debido a que no es un recurso renovable. Así, es como el diseño se encarga de proyectarse en el futuro, y ver las cosas que son una necesidad latente.

La función del Diseño dentro de la sociedad

Para el arquitecto Damiano Franco, el diseño se encuentra hasta en la parte más ínfima de la vida del ser humano. Pregunta: ¿Qué sería de la vida cotidiana sin un diseño apropiado para cada una de las cosas y objetos? Un caos... La necesidad particular que habrá de satisfacerse puede estar completamente bien definida desde el principio. ^(5*)

^(5*) <http://blogs.iberopuebla.edu.mx/liliana820/2007/11/>

En la misma dirección, según el pintor, fotógrafo y crítico de arte Moholy-Nagy (1938), “el diseño es la organización de materiales y procesos de la forma más productiva, en un sentido económico, en un equilibrado balance de todos los elementos necesarios para cumplir una función. No es una limpieza de la fachada, o una nueva apariencia externa; más bien es la esencia de los productos. Diseñar es una compleja e intrincada tarea. Es la integración de requerimientos técnicos, sociales y económicos, necesidades biológicas, con efectos psicológicos y materiales, forma, color, volumen y espacio, todo ello pensado e interrelacionado.”^(6*)

Poner énfasis en lo económico, quiere decir que al momento de diseñar hay que saber estructurar de manera armónica los materiales y procesos con el objetivo de ahorrar recursos, como lo serían el tiempo y el dinero que conllevan producir; ya que hay que ver que sean rentables. En pocas palabras, podemos decir que “...un producto, a veces, se hace más útil si los costos son bajados sin dañar la calidad”^(7*), poniéndolos así al alcance de las personas, evitando que solamente sean productos de lujos para un grupo social y simples caprichos asociados al ego del diseñador o de sus compradores o usuarios.

Por su parte, Tomás Maldonado señalaba que “el diseño industrial es una actividad proyectual que consiste en determinar las prioridades formales (formas esenciales) de los objetos producidos industrialmente”^(8*). La forma tiene por misión, no sólo alcanzar un alto nivel estético, sino hacer evidentes determinadas significaciones y resolver problemas de carácter práctico relativos a la fabricación y el uso. Esto significa que, por ejemplo, el diseño industrial tiene que dar soluciones observando las necesidades y carencias de las actividades cotidianas de los seres humanos, organizándolas según su grado importancia o relevancia, determinando así cuáles son las características más importantes que deberían tener formalmente un producto o servicio, para así lograr cumplir los objetivos propuestos

^(6*) <http://www.alonso-design.es/bloc.htm>

^(7*) <http://fdvmgm.blogspot.com/2007/08/qu-es-diseo-entrevista-con-charles.html>

^(8*) <http://blogs.iberopuebla.edu.mx/liliana820/2007/11/>

del encargo. Se trata de dar al objeto facilidad y comodidad, es decir, que no existan problemas al relacionarnos con este.

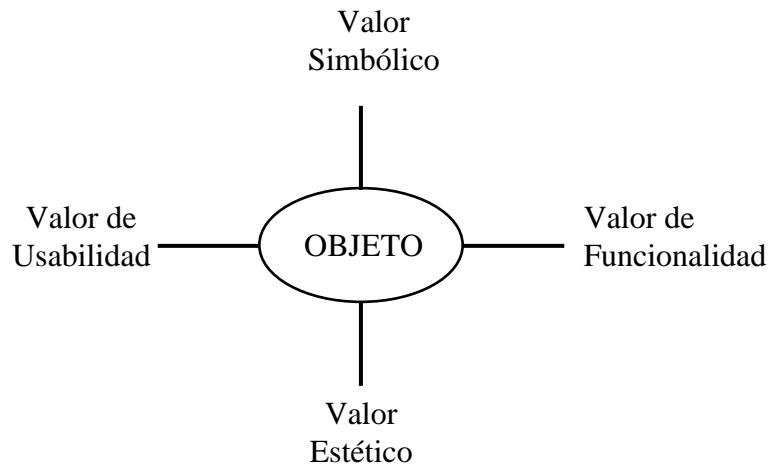
El diseño para Charles Eames (1972) es un “plan” que dispone elementos de la mejor manera posible para alcanzar un fin específico. ^(9*) En este sentido, debemos reconocer que el diseño tiene varios fines específicos los cuáles se pueden ver desde distintos puntos de vista, ya que dependerán de los objetivos del encargo.

Hablando genéricamente, podríamos decir que siempre están presentes, ciertas ideas básicas:

1. Los fines de **USO**, que corresponden a la facilidad que representa un objeto (sistema, interfaz) para sus usuarios, es decir, cuánto más adaptados estén a ellos (y por ende más desadaptados al resto), más usables serán.
2. Los fines **FUNCIONALES** que cumplen las acciones que como seres humanos no podemos desempeñar debido a que la anatomía de nuestro cuerpo nos lo impide.
3. Los de fines **ESTÉTICOS** los que cumplen la función de agradar, de emocionar, es decir, estimular los sentidos.
4. Los de fines **SIMBÓLICOS** que comunican o representan una idea.

^(9*) <http://fdvmgm.blogspot.com/2007/08/qu-es-diseo-entrevista-con-charles.html>

Lo anterior lo podemos observar en la siguiente gráfica.



La predominancia de un factor u otro dependerá del contexto y la situación, que se este llevando a cabo en la acción de diseñar, tomando en cuenta las variables que más influyen en el objetivo a cumplir.

Lo ideal es que todos los factores estén incluidos en un mismo diseño. Esto no apunta a que sea algo fundamental al momento de diseñar, sino que un objeto puede no requerir cierto factor, porque la necesidad a satisfacer así lo estima.

Según mi punto de vista y aprendizaje del diseño, uno de los factores que más predomina es la funcionalidad, debido a que histórica y evolutivamente, en los orígenes del hombre, los primeros objetos que se “diseñaron” fueron pensados en sólo cumplir las acciones que no podían ser cubiertas por la propia anatomía, o les complicaban realizar, y luego se fueron sumando las demás, para dar una solución integrada y cada vez más compleja e infinita.

Hoy, se entiende profesionalmente, que la calidad del objeto se manifiesta cuando todos estos factores se amalgaman de una forma tan óptima, que nos entrega un producto que supera las expectativas esperadas de las personas, es decir, mientras mejor integrados, mayor calidad tendrá el objeto.

Sin embargo, aún cuando, no sé si es una variable a integrar, pienso que esta posibilidad surge o se da de acuerdo a las condiciones que le proponen como objetivos, al diseñador, o a la autonomía que éste tenga.



Quizás, en algunos casos, sean mayormente considerado el favorecer la funcionalidad y la usabilidad, como en otro lo simbólico y estético. Por ejemplo, un sopapo tiene un alto grado de usabilidad y funcionalidad, pero estéticamente y simbólicamente ninguna. Esto no es por simple azar, sino más bien porque la necesidad lo requiere así. En cambio en un anillo de oro se aprecia todo lo contrario, aún cuando la materialidad también da significación, funcionalmente es nula la participación en las actividades de un individuo, pero simbólicamente puede llegar a representar una importante unión, como estar casado.



Una buena reflexión en entorno a esta conjunción de perspectivas, se puede apreciar en el diseño del exprimidor de Philippe Starck , icono del diseño del siglo XX el cual reúne todas estas dimensiones.



Fuente:

<http://www.blogarquitectura.com/disenos/disenos/juicy-salif/>

Asimismo, Arturo Bustamante sostiene que “el diseñador a su vez es condicionado en su libertad por el destinatario y por el cliente. No es [sólo] libre su accionar, el diseñador no es un artista en el sentido laxo. El diseñador tiene varios cometidos, pero en todos tiene un designio humanístico: calidad de vida, información y placer estético son categorías de su trabajo que son afectadas por el campo de la ética de su libertad de elección.”^(10*) Esto último, en sentido estricto, es la carta de navegación profesional.

^(10*) http://www.joancosta.com/buen_mala.htm

Frente a lo señalado, no podemos omitir la relación entre diseño y encargo, y diseño y mercado. En el momento en que el cliente plantea la idea de lo que quiere al diseñador, limita a éste en su actuar, ya que para desarrollar un proyecto lo primero es ver cuál es el encargo y qué características específicas son las que quiere el destinatario; ya que, obviamente, el cliente recurre al diseñador para poder producir algo comerciable en el mercado. Pero, entonces ¿Los márgenes de maniobra del diseñador, es decir, su autonomía, se expresa en proponer formas creativas y soluciones únicas, completamente originales que se ajusten a lo requerimientos planteados en el encargo?

Por cierto, en función de cómo se resuelva esta pregunta, los diseñadores gozarán de mayor o menor autonomía. Pero eso no obsta para que el diseño prescindiera de elementos particulares como el atributo de la calidad y que su orientación social sea el buen vivir o el bien-estar.

André Ricard (2008) señala frente a esto “... el diseño no debiera nunca olvidar. Solucionar pequeñas dificultades cotidianas contribuyendo así a la mejora de la calidad de vida. De este modo, el papel del diseño en esta sociedad de consumo no ha de limitarse sólo a crear mejores productos sino también ha de velar porque estos lleguen en las mejores condiciones a las manos de quien vaya a usarlos”.^(11*) Entonces, que llegue en las mejores condiciones, significa que al momento de adquirir el producto éste debe estar en las condiciones más óptimas.

Por ejemplo, lo mínimo que uno se fija al obtener algo es ver que el envase venga totalmente sellado, sino procede al instante a tratar de cambiarlo, esto es como requisito mínimo. Pero, después de esto, uno espera que al manipularlo para abrirlo y usarlo, tal intermedio deber ser lo más práctico posible, cosa que muchas veces aun no son logradas o tomadas en cuenta. Por ejemplo, “hay que ver cómo llegamos a maldecir aquel *Compact Disk* que no logramos despojar de un celofán, y que no cede, ni con uñas, ni con dientes, ni con un llavín. Nada. Sólo un cutter, que no siempre tenemos a mano, logra desnudar al

^(11*) http://www.foroalfa.com/A.php/No_basta_cerrar_bien/122

dichoso CD. Son así, infinidad los envases y envoltorios que nos crean dificultades de apertura. Incluso algo tan banal como la simple bolsa de patatas fritas”.^(12*)

En la actualidad, el diseño se ubica más allá de simplemente resolver problemas. Así, afirma Diego Bermúdez (2007), que diseñar es “...el proceso en el cual se amalgaman heterogéneas formas de producción serializada, logrando sintetizar el universo productivo y el simbólico, respondiendo con formas tecnológicas (construcción), ergonómicas (uso), simbólicas (identidad) y estéticas (sensación), de manera coincidente.”^(13*) Esto significa que, hablamos de un diseño que se ubica en todas las dimensiones de la vida humana y que es cada vez más compleja.

II: DISEÑO, CONSUMO E IMPACTO

Todo diseñador quiere que su producto sea adquirido por las personas, porque es lo que también requiere el cliente al cual le diseñamos. Los objetos de diseño se producen, distribuyen y consumen, como parte del círculo económico.

Una de las características que hace que una persona compre un producto, y si es necesario más de una vez, es la conformidad que se produce desde que lo tenemos en nuestras manos, es decir, desde el momento que lo hacemos nuestro. De este modo, cuando ocurre esta relación básica usuario - producto o servicio, debe ser lo más cómoda, confiable, expedita, de



^(12*) http://www.foroalfa.com/A.php/No_basta_cerrar_bien/122

^(13*) http://foroalfa.org/A.php/La_forma_de_la_modernidad/96

cierta forma creando una complicidad. Así, se incentiva a las personas a consumir, ya que se debe “...consumir para “mover” el aparato productor del país.”^(14*). Esto quiere decir que, las personas al consumir generan la necesidad de producir, por ende hacen que la economía del país se expanda.



Fuente: http://cyberwarriorblog.files.wordpress.com/2008/05/fe_supermercado01.jpg

Esta lógica ligada al mercado, también instala la perspectiva de la responsabilidad social del diseño y los diseñadores, ya que las necesidades creadas pueden ser infinitas, pero no necesariamente asociadas a la calidad de vida y a la sustentabilidad ambiental del planeta, que son dos conceptos claves dentro de un diseño comprometido con el bienestar.

En términos amplios, es absurdo pretender que «el diseño salvará al mundo» como alguno ha dicho en un momento de exaltación. Lo que sí es cierto es que un adecuado diseño de las cosas [objetos y servicios] que componen nuestro entorno, es esencial para la mejoría de nuestra calidad de vida. Es en la medida en que nos son más «útiles» las cosas que usamos cuando se incrementa la calidad de nuestra relación con ellas. Sin embargo, la calidad de vida no depende ya únicamente del modo en que se configuran las cosas que nos rodean.^(15*) “Porque el Desarrollo Humano corresponde al proceso por el cual la persona se hace sujeto y beneficiario efectivo de los cambios en curso (...) en un entorno en el que las

^(14*) Conferencia dictada por Buitrago Trujillo, Juan Camilo
El Diseño, evidencia del desarrollo humano. Reflexión sobre el Objeto del Diseño, Pp. 9

^(15*) http://www.foroalfa.com/A.php/Diseno_y_medio_ambiente/92

personas puedan hacer plenamente realidad sus posibilidades y vivir en forma productiva y creativa de acuerdo a sus necesidades e intereses”.^(16*)

El papel que le corresponde al diseño y a la creatividad en general, es el de detectar las carencias y saber hallar el modo de mejorar las cosas para adecuarlas a las nuevas exigencias del presente. La mejora de la calidad de vida que permiten las nuevas tecnologías no ha de limitarse a avanzar sin reparar a los problemas que conlleva. Ha de compensar los efectos secundarios que ellas mismas generan. De lo contrario, no hay progreso. Es necesario desarrollar nuevos ingenios que contrarresten las carencias provocadas por el propio crecimiento ^(17*), es decir, todas las externalidades propias de lo desechable y de la obsolescencia de los objetos.

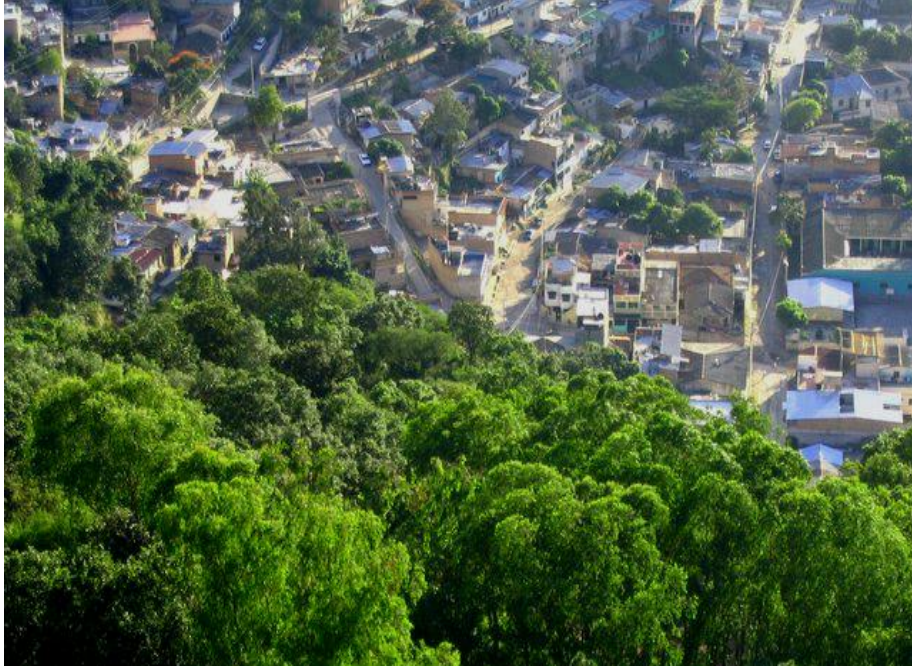
Entonces, para efecto de esta reflexión el diseño será considerado “... como la capacidad humana para dar formas, muchas veces sin precedentes en la naturaleza a nuestro entorno, para servir a nuestras necesidades y dar sentido a nuestras vidas”; afectándonos profundamente “...a todos de diversas formas y constituyendo un inmenso potencial infrautilizado en la vida. Por tanto, los diseños son resultado de las decisiones y opciones de los seres humanos. Si bien las influencias del contexto y las circunstancias son considerables, el factor humano está presente en las decisiones que se toman en todos los niveles de la práctica del diseño.”^(18*)

^(16*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
“Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural”

^(17*) http://www.foroalfa.com/A.php/Diseno_y_medio_ambiente/92

^(18*) Heskett, John “Diseño en la vida cotidiana” Capítulo 1, Pp. 8

Diseño formador del entorno cotidiano



La capacidad para modelar nuestro mundo ha alcanzado tal grado que pocos aspectos del planeta se mantienen en condiciones vírgenes y, contemplado en detalle, la vida está absolutamente condicionada por resultados “diseñados” de uno u otro modo; formas o estructuras del mundo inmediato que habitamos son, indiscutiblemente, resultado del diseño humano, y estas creaciones, no son inevitables ni inmutables, y están abiertas al examen y al debate, al juicio experto y de los legos, a la crítica histórica y a la apreciación de las distintas generaciones.



Diseñar se halla en el núcleo de nuestra existencia como especie. Ninguna otra del planeta tiene esta capacidad. Nos permite construir nuestro hábitat en formas únicas, sin lo cual seríamos incapaces de distinguir la civilización de la naturaleza. El diseño importa, porque junto con el lenguaje, es una característica definitoria de lo humano y por ello se sitúa más allá de lo trivial. El diseño debería ser el yunque crucial sobre el que el entorno humano, con todos sus detalles, se modela y construye para la mejora y el deleite de todos. El punto de referencia más claro reside en campos como la moda, los interiores, el packaging o los coches, en los cuales los

conceptos de forma y estilo son transitorios y muy variables, determinados por el gusto individual, en ausencia de cánones fijos. ^(19*)



^(19*) Heskett, John “Diseño en la vida cotidiana” Capítulo 1, Pp. 8-9

Pero, en su plena expresión, el diseño está más allá del gusto o del deleite, queramos o no admitirlo, el diseño nos rodea en todo momento y etapas de nuestras vidas, desde que nacemos hasta que nos llega la muerte, y muchas veces elegimos pensando qué es lo más conveniente, más práctico, más cómodo. Esto se puede apreciar en un conocido refrán: “la moda es lo que te acomoda”, lo que demuestra que por más que preferimos algo por gusto, puede que no sea cómodo al usarlo eligiendo así algo que nos haga sentir bien. La búsqueda va más allá satisfacer un deseo y el gusto, sino resolver una necesidad.

Frente a lo que se ha venido señalando, no es posible pensar el diseño en sí mismo. El diseño es una actividad de alto impacto social: se diseña para las personas y para las comunidades, por lo que no se puede prescindir de variables psicológicas, antropológicas, sociológicas y ambientales. Por tanto, cada acción de diseño afecta la vida individual y colectiva tanto en lo material como simbólico; y ello, nos ubica inevitablemente en los marcos del **desarrollo humano**, la **calidad de vida** y la **identidad**.

III: CONTEXTOS Y CONTRIBUCIONES DEL DISEÑO

a) DESARROLLO HUMANO

Desarrollo Humano es, en términos precisos, el proceso de ampliación de las opciones que tienen las personas, y corresponde al aumento constante de sus capacidades para realizar los modos de vida que consideran deseables de acuerdo a sus valores. “Desarrollo Humano significa crear un entorno en que las personas puedan hacer plenamente realidad sus posibilidades y vivir en forma productiva y creadora de acuerdo con sus necesidades e intereses” (informe de Desarrollo Humano 2001). ^(20*)

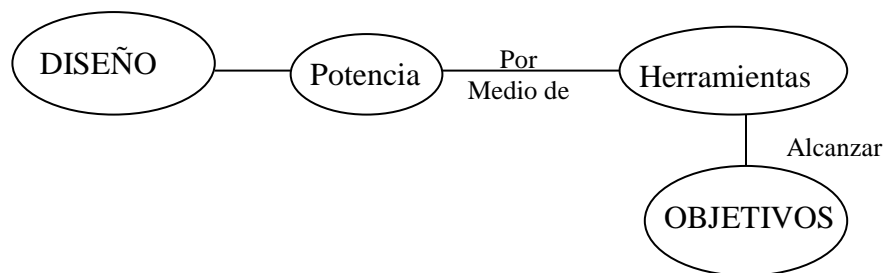
^(20*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD:
“Desarrollo humano en Chile: las nuevas tecnologías: ¿un salto al futuro?” (2006)

El ser humano está en constante cambio y movimiento, lo que lleva a éste requerir nuevos servicios o productos en la perspectiva de la ampliación de las posibilidades, de acuerdo a las necesidades que van surgiendo, es decir, lo que quizás en otros tiempos no hayan sido realmente una necesidad hoy puede serlo. Estos nuevos requerimientos deben manifestarse lo más integralmente, ser posibles y resueltos, y el diseño se encarga de entregarnos variadas alternativas; cuestión que, lleva a que las personas tengan mayores posibilidades de obtener una buena calidad de vida, ya que si existe algo más adecuado, será mejor la solución entregada a la satisfacción de la persona.

Ahora, esto no significa bajo ningún punto de vista que el desarrollo humano se exprese en una lógica de la posesión de objetos sino de cómo los objetos que provee el diseño pueden ser compartidos socialmente. En este sentido serán parte de un parque, de la infraestructura urbana, de la recreación colectiva y del hogar. ^(21*)

De este modo, es de consenso que el Desarrollo Humano posee varias dimensiones, que son variables de diseño:

1. La **POTENCIACIÓN** se refiere al aumento de las capacidades de la gente para actuar a favor de sus objetivos y para incidir en el ambiente en que vive. (véase informe de Desarrollo Humano en Chile, 2006) Por lo que, el Desarrollo Humano considera cuáles son las capacidades que poseen las personas para alcanzar sus objetivos y según las habilidades se deben potenciar.



^(21*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD: “Desarrollo humano en Chile: las nuevas tecnologías: ¿un salto al futuro?” (2006)

Así, el diseño contribuye a, potenciar el aumento de la capacidad que pueden alcanzar las personas, ya que entrega ayuda en función complementaria a las capacidades, otorgando las herramientas que influyen en la obtención de los objetivos propuestos a alcanzar.

Por ejemplo, si una persona tiene como objetivo cultivar la tierra para producir y vender, gracias al diseño puede encontrar objetos que le ayuden a ejecutar todas las acciones que debe hacer para lograr realizar sus objetivos propuestos.



2. La **COOPERACIÓN** resalta la participación y el sentimiento de pertenencias en las múltiples redes sociales que generan la necesaria cohesión social, desde la familia hasta los procesos transnacionales. (Ibid)

Para que exista desarrollo debe haber unión entre todos los individuos, en todos los diversos planos de la vida. Ya que los problemas más importantes exceden la capacidad creativa de un sólo individuo, incluso ya no son propios de un país o de un continente. Hay factores globales que nos afectan a todos y que sólo pueden resolverse con la participación activa de todos, tanto a nivel nacional como internacional, tanto a nivel profesional como individual.

Para lograr cumplir objetivos, lo más apropiado es la confrontación de ideas para así tener varios puntos de vista y obtener de esta forma una solución mucho más adecuada a un determinado problema.

Como el diseño, por un lado, busca resolver problemas, no queda ajeno a ésta dimensión, debido a que el proceso de diseño implica a más de una persona para llevarlas a cabo -por lo dicho anteriormente-, y además, no está dirigido a una persona en particular. El diseño se enfoca a una necesidad colectiva o satisfacer una carencia que se ha observado en la sociedad. Por lo tanto, articula nexos y puede estimular la participación.

El diseño ayuda a desarrollar esta dimensión en la personas, entregando formas o modos de expresión, logrando crear sentimientos de pertenencia, es decir, haciéndonos sentir parte de un grupo social, con ideales colectivos. Favoreciendo la cohesión social, estimulando la solidaridad grupal, cuestión que potencia la identidad.

En otro nivel, un ejemplo actual son las tribus urbanas, las cuáles tienen adoptada ciertas formas de expresión visual, las cuáles han sido organizadas por medio del diseño.

3. La **EQUIDAD** alude, más que a la igualación de ingresos y riquezas, a la equidad en las condiciones básicas de la existencia y en el acceso a las oportunidades para su despliegue. (Ibid)

Este punto hace relevante lo siguiente: para que exista desarrollo humano, debe haber un equilibrio entre las personas, en las condiciones esenciales que tengan al momento de desenvolverse en el entorno.

Se trata de la búsqueda del bienestar en su vida y la felicidad, es decir, alcanzar la satisfacción de las necesidades básicas fundamentales, tanto en su carácter individual y social, lo que vendría a ser la preocupación por mejorar “...los niveles de educación, salud, alimentación, seguridad social, vivienda, desarrollo urbano y medio ambiente”; en lo colectivo e individual, “consiste en que se encuentre bien en los diversos niveles: físicos, ambientales, sociales, psicológicos, espirituales, entre otros”.^(22*)

Cuando nos referimos a equidad apuntamos a que el diseño debería llegar igual para todos, es decir, democratizarse. Esto, diseñando objetos prácticos para diversas personas y diferentes usos, los cuáles están dirigidos para todo el público. El diseño debe buscar diversas soluciones para que todos tengan la oportunidad de cumplir su necesidad de la forma más cómoda posible. Por ejemplo, las personas que son zurdas, actualmente pueden encontrar productos pensados especialmente para ellos, teniendo así más oportunidades para desarrollarse en la vida.

^(22*) <http://www.efdeportes.com/efd48/bienes.htm>

4. La **SUSTENTABILIDAD** remite a la equidad intergeneracional, actuando hoy para asegurar la oportunidad de las nuevas generaciones de construir en forma libre sus vidas (Ibid), de acuerdo al mundo heredado por las generaciones adultas.

Debe existir una conciencia medio ambiental durante el transcurso de nuestras vidas.

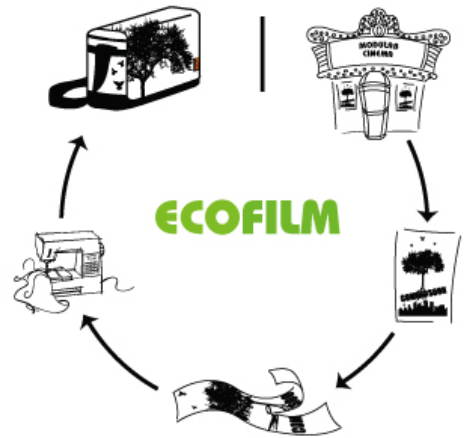
Las personas deben respetar el entorno en que viven evitando hacer el menor daño posible, para que futuras generaciones tengan las mismas oportunidades de desenvolverse a través del tiempo, y así poder realizar sus vidas en forma más plena.

El diseño aporta a este fin a través del “diseño sustentable”, el cuál busca conseguir y provocar el menor impacto ambiental. Por ejemplo, en Chile, unos jóvenes diseñadores crearon la empresa Modulab, la cuál trabaja con el concepto de reutilización, y hacen diversos productos con los banner de la industria cinematográfica, es decir, con los afiches publicitarios de las películas. Estos banner tienen como característica: que son impresos en tela de PVC, y cuentan con una excelente calidad gráfica que además conlleva a una narrativa detrás (historia que encierra el film) y además son de poca de vida útil. Es así como ellos transforman “desechos”, en materiales para sus productos, contribuyendo a disminuir la contaminación que se acumulaba anteriormente.^(23*)

^(23*) <http://www.modulab.cl/>

**ECO
FILMS**

Es una línea que se basa en la reutilización de los banner de la industria cinematográfica para la elaboración de diversos productos.



5. La **SEGURIDAD** apunta al derecho de estar libre de riesgos evitables, de amenazas crónicas y de perturbaciones súbitas en la tarea de construir la propia vida. Esta dimensión va más allá de la seguridad física y la seguridad jurídica, aunque las incluye. (Ibid)

Esto señala como derecho, que al momento de desenvolvemos y desarrollarnos a través del paso del tiempo en pro de nuestras vidas, ésta debe ser de la forma más segura y estable, tanto a nivel físico como al nivel psíquico. El diseño cuando se

encarga de crear buenos productos, para que una persona que los tenga la satisfaga 100%, se ubica más allá de seguridad física y jurídica, ya que apunta a una seguridad interna, de calidad de vida. Por lo tanto, el diseño se encarga de crear servicios y productos que otorguen seguridad al comprarlos, es decir, que al momento de tenerlos en las manos saber que no se romperá, que durará mucho o que no venga fallado.

Pero, para tener un “diseño seguro” se tienen que ver que todos los procesos de elaboración sean los correctos, que los materiales empleados sean de buena calidad, y así obtener productos de un óptimo uso. También y conforme a la idea de sustentabilidad, saber cuál es el lugar del cual proviene el recurso y en qué condiciones se explota.^(24*)

Al diseño le toca entregar **confianza a las persona**, dar seguridad al comprar sus productos, ya que a nadie le gustaría que al momento de construir su hogar, los objetos que te rodeen sean inestables y produzcan inseguridad usarlos, o provengan del trabajo infantil, de abusos laborales, o de países donde no se respeten los derechos de los trabajadores.



^(24*) Por ejemplo, si la madera es de un bosque nativo o de plante; en qué condiciones de trabajo se extrae el recurso.

Cuando se piensa en el Desarrollo Humano el foco es la persona, pero la realización de esta es sólo posible si vive en un entorno favorable que permita el despliegue de sus potencialidades. Ese entorno es la sociedad que mediante la cultura, la economía y la democracia construye las condiciones de la realización humana. La persona no alcanza por sí misma el Desarrollo Humano, sino gracias a la cooperación, al reconocimiento mutuo y a la igualdad de oportunidades. Por tal razón, en este enfoque están estrechamente relacionados la realización de la persona, el fortalecimiento de los vínculos sociales y el despliegue de la ciudadanía.

A través de su condición ciudadana, la persona construye el derecho de ser beneficiaria en condiciones equitativas de las capacidades creadas por la sociedad. Pero, tan importante como eso, es que adquiere el derecho y el deber de participar en la construcción colectiva de ellas. Gracias a la participación de los ciudadanos, la sociedad adquiere poder para actuar como conductor de su desarrollo. “Las personas devienen sujetos y beneficiarios efectivos del desarrollo en la medida en que moldean los procesos de cambio. Y no logran tal tarea sino actuando en conjunto. No hay Desarrollo Humano sostenible sin una sociedad fuerte” (Informe Nacional de Desarrollo Humano, 2000)

Si se desea alcanzar un desarrollo como sociedad (a nivel de país), se debe tener muy en cuenta que el diseño es una de las claves, ya que por medio de él nos podríamos mostrar (dar a conocer) nuestra identidad como país y haría crecer la economía del país, es decir desarrollarla, ya que podríamos exportar productos o distintas formas de “hacer” a diferentes países y así no ofrecer netamente materia prima, sino más bien productos “...que se integren al intercambio internacional (...)capaces de comunicar identidad...” adquiriendo “...sentido desde lo local, para tener una oportunidad en el mundo global que busca lo único, lo diferente, lo que puede crear identidad para quien lo usa.”^(25*)

Frente a lo señalado, podemos hablar de que el Desarrollo Humano está ligado a la práctica del diseño y sus impactos, pero asociado a esto, al desarrollo local, la identidad, el trabajo y el trabajo digno.

^(25*) http://www.foroalfa.com/A.php/El_diseno_como_estrategia_cultural/59

b) CALIDAD DE VIDA

Según un estudio que se hizo en el 2006, arrojó que “Chile cuenta con la mejor **calidad de vida** de Latinoamérica, (...) realizado por el semanario británico *The Economist*, que ubica a Irlanda en el primer lugar de la lista. Nuestro país ocupó el puesto 31 del *ranking* y es seguido en el subcontinente por México (32), Costa Rica (35), Brasil (39) y Argentina (40).”^(26*)

Que tengamos una buena calidad de vida a nivel de país, no significa que tengamos un buen desarrollo, ya que se suele tener como definición que "...es un proceso en el cual se amplían las oportunidades del ser humano. En principio estas oportunidades pueden ser infinitas y cambiar con el tiempo. Sin embargo a todos los niveles del desarrollo, las tres más esenciales son disfrutar de una vida prolongada y saludable, adquirir conocimientos y tener acceso a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida decente. Si no se poseen estas oportunidades esenciales muchas otras alternativas continúan siendo inaccesibles.”

El diseño está inmerso en la cultura del hombre con la misión de aportar responsablemente valores para la sociedad, ya que cumple una función social indiscutible al intervenir o impactar en la calidad de vida de las personas y en la calidad del entorno. El buen diseño contribuye a hacer la vida más fácil (ejemplo: la señalización de los espacios públicos, los aeropuertos, las carreteras,...)^(27*)



^(26*) http://www.cooperativa.cl/p4_noticias/site/artic/20041117/pags/20041117202756.html

^(27*) <http://www.alonso-design.es/bloc.htm>

c) DISEÑO E IDENTIDAD.

Más allá de los roles que desempeñan cada persona, existe en la condición humana una demanda de sentido. El ser humano ha de otorgar significación a su existencia para constituirse como un Yo individual en relación a Otro. Está en constante búsqueda de diferenciación ante los demás, para así construir su identidad. “El proceso de individualización significa que cada persona ha de definir por cuenta propia quién es”^(28*), y quién quiere ser.

“Pero, ¿Qué recursos podría ofrecerle esta sociedad para enfrentar los retos de la individualización?”^(29*) El diseño es una de las respuestas a esta pregunta, ya que este entrega una variada gama, para elegir cómo mostrarnos (según nuestros gustos) y sentirnos distintos a los demás.

A través del diseño se busca dar buenos servicios o productos. Siempre se piensa en los posibles usuarios o compradores, para que sientan que tales objetos los identifican, para que así quieran o sientan la necesidad de hacerlo parte de sí, o sea de su identidad. Entonces, la identidad comunica la diferencia. Así, más gráficamente, el diseño se dedica a hacer imagen corporativa (entre otras tareas) a las empresas, lo que en el fondo tiene como objetivo forjar una identidad, para comunicar y atraer a posibles clientes, por medio de las características que tiene la empresa o que quiere informar, para que las personas pongan su confianza en éstas.

^(28*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
“Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural”

^(29*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
“Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural”

Diseño en busca del bienestar

El ser humano busca el bienestar en su vida, la felicidad, es decir alcanzar “...la satisfacción de las necesidades básicas fundamentales...”, puede ser de carácter social que vendría a preocuparse de satisfacer “...los niveles de educación, salud, alimentación, seguridad social, vivienda, desarrollo urbano y medio ambiente” y de carácter individual que “...consiste en que la persona se encuentre bien en los diversos niveles: físicos, ambientales, sociales, psicológicos, espirituales, entre otros”.^(30*)

Por cierto, las respuestas para alcanzar este *bien - estar*, no son universales sino locales. Son los entornos geográficos, las concepciones políticas y religiosas, las tradiciones, los ingresos, la educación y escolaridad, la tolerancia para la innovación cultural y la transgresión, y los modos de percibir de cada sociedad las que determinan las opciones y posibilidades.

Dependiendo del cómo busquemos satisfacer y lograr un bienestar (del tipo que sea), vamos a estar eligiendo más que una forma de “sentirnos bien”, vamos a estar eligiendo cómo actuar, cómo mostrarnos a los demás, desenvolviéndonos en el medio o entorno, según lo elijamos.

Por ejemplo el mall es uno de los lugares donde convergen los más diversos diseños, en todas sus formas posibles, Y “el visitante del mall hace más que “salir de compras”. Usa los productos como símbolo, lo que será para representarse a sí mismo ante los otros (“tengo un buen gusto”)...y” es así como el diseño es una herramienta que nos ayuda a comunicarnos y expresarnos frente a los demás o ya sea para “...afirmarse en su identidad (“me lo merezco”)”^(31*)

^(30*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
“Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural”

^(31*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
“Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural”

En este sentido, “Podría decirse que la biografía individual tiende a realizarse como una estilización del yo. Llevado al extremo, el individuo “es” su estilo de vida, la imagen proyectada de su estilo. Y esa preeminencia de la imagen- lenguaje estético y no verbal.”^(32*)

En este punto es donde se produce un primer divorcio entre el diseñador y el usuario. “En esa forma de emplear los productos dados, el consumidor les atribuye una interpretación y un sentido que nunca son idénticos a los que propuso el productor (Chartier 1996).^(33*) De modo que, “los diseñadores, a través de los objetos y las comunicaciones, creamos realidades culturales y modos de relacionarse entre las personas, contribuyendo a su bienestar e identidad”.^(34*)

IV: DESARROLLO Y DISEÑO: ENTRE CONSUMO Y CONSUMISMO

El consumo es distinto al consumismo, ya que en el primero se refiere a consumir sólo lo necesario, lo básico para sobrevivir con una buena calidad de vida. Por el contrario, consumismo apunta a lado extremista del consumo, es decir, consumir sin que sea por necesidad básica, sino comprar sólo porque se tiene la oportunidad y la capacidad, sin que sea algo fundamental.

^(32*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
“Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural”

^(33*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
“Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural”

^(34*) http://www.foroalfa.com/A.php/El_diseno_como_estrategia_cultural/59>

El diseño está estrechamente relacionado con el consumo y el consumismo, el cual "...es un factor de "producción de sentidos" que contribuye, a su manera, a darle significación a la vida cotidiana de las personas..."^(35*) Siendo así, el diseño un gran proveedor de identidad y sentido.

Cualquier persona en el mundo está en constante búsqueda de satisfacción de las necesidades, pero cuando esto pasa a ser más que una necesidad se convierte en deseo, lo que lleva al "consumismo: qué horror. Pero todos desean consumir, disfrutar las cosas útiles y bonitas que ofrece el mercado. Sin duda, en esta dinámica muchos chilenos están al margen y apenas alcanzan a comprar lo necesario. Sin embargo, también ellos, quisieran aprovechar las oportunidades de satisfacer sus necesidades y deseos, pero todos consumen estratificadamente"^(36*), ya que el poder de adquisición de los distintos niveles sociales no es igual, influyendo en el momento de tomar la decisión de elegir ya que existirían ciertos límites que impedirán la libre elección. Es decir, existirán las opciones pero las posibilidades no serán las mismas, lo que hace que las personas satisfagan sus necesidades con menor grado de satisfacción y plenitud, y que esto se exprese en diferentes grados de calidad de vida. Es probable que no se alcance a obtener lo más adecuado o lo más óptimo.

Debido a que el mundo está globalizado la imagen de los productos y de los objetos aparece mayormente amplificada, y nuestro país no está ajeno a estos cambios. Es por eso, que cada día nos enfrentamos a un bombardeo de una infinidad de productos extranjeros, los cuáles por sus bajos costos –a propósito de los tratados de libre comercio-, los hacen provocativos. Estos están siendo cada vez más intensamente adquiridos por las personas y a medida que pasa el tiempo terminamos interiorizando, es decir, haciéndolos casi como parte de nuestras costumbres, olvidando que son producto de otras culturas.

^(35*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
"Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural"

^(36*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
"Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural"

Por ejemplo “la hamburguesa (McDonalds) ilustra el proceso de interiorización a través del cual objetos «extranjeros» son apropiados y re-significados por las culturas nacionales, sin dejar de ser algo ajeno. Ella representa «lo extranjero», al mismo tiempo que algo «propio».”^(37*)

Este consumo, a propósito de las fronteras abiertas, “la tradición cultural ha ido desapareciendo hasta quedar olvidada en la mente de los chilenos que ya no reconocen el concepto de chilenidad. [¿Qué se hizo de la empanada y del vino tinto? ¿Dónde queda lo nuestro?] (...) La creciente globalización a provocado en la sociedad chilena un fuerte sentimiento de «subvaloración de lo nuestro» que aplicado a la vida cotidiana de cada individuo se convierte en una «subestimación de lo propio».”^(38*)

La contribución del diseño a la identidad cultural

Los seres humanos a través del tiempo han querido comunicarse, por eso crearon formas para hacerlo. Pero, estos tipos de comunicaciones han ido evolucionando y adquiriendo características propias según cada ubicación social, ambiental y cultural, plasmándolas en cada forma que creaban y así distinguirse de los demás. Por medio del diseño se crean distintas formas de objetos y comunicaciones, pero más allá de una simple apariencia física, de lo tangible, sino más bien modos de uso (relaciones), dependiendo de las necesidades y de la ubicación geográfica, influyendo distintos factores como el contexto, el clima, el medio ambiente, entre otros. Estos mismos influyen a la vez en la formación de los gustos de las personas, obviando que cada persona tiene distinta forma de pensar y de elegir; esto no significa que no se puedan establecer, dentro de una cultura, ciertos parámetros, definiendo que gustos predominan o son parte de la mayoría de los individuos que la conforman.

^(37*) Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD
“Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural”

^(38*) Proyecto de Título de Castillo Moyano, Raquel (2004) Diseño de vestuario femenino en tejido de punto semi-industrial inspirado en la iconografía étnica de Chile para proyectar valores de identidad nacional dentro de un mercado global. Escuela de Diseño, Facultad de Arquitectura, Universidad de Valparaíso. Pp. 71

Respecto de esto mismo, tal como lo dice Junichirō Tanizaki “¿Cuál puede ser el origen de una diferencia tan radical en los gustos? Mirándolo bien, como los orientales intentamos adaptarnos a los límites que nos son impuestos, siempre nos hemos conformado con nuestra condición presente; no experimentamos, por lo tanto, ninguna repulsión hacia lo oscuro; nos resignamos a ello como algo inevitable: que la luz es pobre, ¡pues que lo sea!, es más, nos hundimos con deleite en las tinieblas y les encontramos una belleza muy particular. En cambio los occidentales, siempre al acecho del progreso, se agitan sin cesar persiguiendo una condición mejor a la actual. Buscan siempre más claridad y se las han arreglado para pasar de la vela a la lámpara de petróleo, del petróleo a la luz de gas, del gas a la luz eléctrica, hasta acabar con el menor resquicio, con el último refugio de la sombra.”^(39*)

Así, como cada comunidad tiene su propia cultura, lo que se expresa en distintos hábitos, deseos y costumbres, al momento de diseñar siempre se consideran estos puntos como vitales, solamente así se puede lograr obtener un bienestar por medio del diseño. Y este, siempre debe ser un camino a explorar en su magia y en sus posibilidades económicas.

Por otro lado, actualmente el diseño tiene como misión rescatar las identidades de las distintas culturas que habitaron en nuestro país, revalorizando lo conceptual y formal (colores, materialidades, texturas, formas, entre otros). Ya que, “si se entiende la cultura como visión de mundo y modo de vida, el diseño adquiere gran importancia, al ser el responsable de generar producto con carga cultural que se identifique con la sociedad que los crea.”^(40*)

^(39*) Escobar, Julia (1994) Junichirō Tanizaki, el elogio de la sombra, Editorial Siruela, S.A. Madrid Pp. 71-72

^(40*) Proyecto de Título de Castillo Moyano, Raquel (2004) Diseño de vestuario femenino en tejido de punto semi-industrial inspirado en la iconografía étnica de Chile para proyectar valores de identidad nacional dentro de un mercado global. Pp. 71 Escuela de Diseño, Facultad de Arquitectura, Universidad de Valparaíso. Pp.71

CONCLUSIÓN

A través del desarrollo de esta tesina, hemos demostrado por medio de diferentes autores y reflexiones propias, como el diseño es parte fundamental dentro de la sociedad, siendo principal agente para que lo social se desarrolle y la economía se expanda.

A nivel individual, la satisfacción ya no consiste sólo en saciar una carencia. Muchas veces, el valor de una cosa no radica en lo que es o lo que hace, si no lo que significa. Es una manera de autorrealización personal o de mandar señales a otras personas, y de simbolizar las relaciones sociales.

La valoración del consumo depende del tipo de necesidades que experimenta la persona, en función de su posición social y económica. Desde luego, la significación no puede ser la misma para alguien luchando por sobrevivir que para aquel satisfecho con su condición. Pero esto no quita que, a pesar de las diferencias, todos tengan sueños, expectativas y anhelos que desean cumplir, por más complicada que sea la situación económica es inevitable no soñar.

Podemos decir que es necesario educar en diseño, ya que hay países “desarrollados” y con mayores ingresos que el nuestro, donde el DISEÑO está bien asimilado e internalizado, y claramente tiene un rol en la sociedad. Ha sido acogido como parte importante dentro del discurso que exponen las autoridades políticas, ya que es parte de una política de bienestar y desarrollo.

Por ejemplo, esto se vio en la reunión de países de Asia pacífico APEC realizada hace no mucho tiempo en Santiago, donde se entrevistaron a tres mandatarios de países asiáticos. Para ellos fue dirigida la siguiente pregunta: ¿Cuáles fueron los tres ámbitos fundamentales para el desarrollo de su país? a lo cual respondieron los tres: EDUCACIÓN - TECNOLOGÍA y DISEÑO.

Entonces, como hemos visto en esta tesina, no es casualidad que estos tres ámbitos estén estrechamente ligados, por la sencilla razón que para desarrollar tecnología se debe tener buen nivel de educación y para que la tecnología se perfeccione, se comunique y se venda en otras regiones se necesita diseño en todas sus formas.

En Chile aun no es utilizado el diseño como respuesta para hacer que el país logre un desarrollo más importante. Hasta ahora, siempre se prefiere traer un producto de otro país, es decir, los empresarios prefieren importar a invertir en diseño. Esto, desconoce un aspecto fundamental de nuestro país: que las características de nuestro país dan para “hacer” diseño, porque somos un país con alta riqueza identitaria y altamente competitivo en recursos y materias primas.

Para lograr un real desarrollo, a nivel de país se debe tener bien claro que se hay que comenzar a considerar al Diseño dentro de los discursos políticos, haciéndolo parte de la sociedad, viéndolo como una inversión no como un gasto innecesario prefiriendo productos de afuera. Por ahorrar se produce un estancamiento en el desarrollo, ya que si se produjera habría más trabajo y a la vez no se estaría desperdiciando la materia prima vendiéndola a precio bajo y luego comprándola más cara por venir con el discurso de otra cultura, es decir trabajada. Además, es fundamental considerarlo como una dimensión substantiva para expandir la economía, ya que es la clave para darnos a conocer como país al exterior, logrando por medio del diseño la diferenciación en el gigantesco mercado que formó la globalización.

REFERENCIAS

LIBROS

Heskett, John (2002) “El diseño en la vida cotidiana”

Editorial Gustavo Pili, SA

Capítulo 1 Pp. 2-11

Capítulo 2 Pp. 13-21

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD:

“Desarrollo humano en Chile: las nuevas tecnologías: ¿un salto al futuro?” (2006)

Editorial Ograma

Chile

Capítulo 2 Pp. 65

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. PNUD

“Desarrollo humano en Chile 2002: Nosotros los chilenos: un desafío cultural”

Editorial Fyrma Gráfica

Chile

Capítulo 1 Páginas 26-34

Capítulo 3 Páginas 98-104

Escobar, Julia (1994) Tanizaki, Junichirō el elogio de la sombra

Editorial Siruela, S.A. Madrid

Proyecto de Título de

Castillo Moyano, Raquel (2004) Diseño de vestuario femenino en tejido de punto semi-industrial inspirado en la iconografía étnica de Chile para proyectar valores de identidad nacional dentro de un mercado global. Escuela de Diseño, Facultad de Arquitectura, Universidad de Valparaíso, Chile.

Conferencia dictada por

Buitrago Trujillo, Juan Camilo

El Diseño, evidencia del desarrollo humano. Reflexión sobre el Objeto del Diseño (Universidad del Valle / Grupo de Investigación en Diseño: NOBUS. Colombia)

El jueves 2 de agosto en el 2º Encuentro Latinoamericano de Diseño 2007, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

SITOS WEB

Foro Alfa (2008)

La Forma de la Modernidad

[en línea] Disponible en <http://foroalfa.org/A.php/La_forma_de_la_modernidad/96>

[Consultado 14 de junio de 2008]

No basta cerrar bien

[en línea] Disponible en <http://www.foroalfa.com/A.php/No_basta_cerrar_bien/122>

[Consultado 14 de junio de 2008]

Diseño y medio ambiente

[en línea] Disponible en <http://www.foroalfa.com/A.php/Diseno_y_medio_ambiente/92>

[Consultado 14 de junio de 2008]

El diseño como estrategia cultural

[en línea] Disponible en

<http://www.foroalfa.com/A.php/El_diseno_como_estrategia_cultural/59>

[Consultado 14 de junio de 2008]

Del vecchio, design management (2007)

¿Qué es diseño? Entrevista con Charles Eames

[en línea] Disponible en <<http://fdvmgm.blogspot.com/2007/08/qu-es-diseo-entrevista-con-charles.html>> [Consultado 5 de junio de 2008]

Bitácora de Teoría e Historia del Diseño I (2007)

Just another Blogs.iberopuebla.edu.mx weblog

Trabajo final parte I

[en línea] Disponible en <<http://blogs.iberopuebla.edu.mx/liliana820/2007/11/>>
[Consultado 5 de junio de 2008]

Joan Costa (2008)

De ayer a hoy en el Diseño Industrial

Disponible en <http://www.joancosta.com/ayer_a_hoy.htm>

[Consultado 5 de junio de 2008]

Buen diseño, ¿mala comunicación? Contra la basura visual.

[en línea] Disponible en <http://www.joancosta.com/buen_mala.htm>

[Consultado 5 de junio de 2008]

Bloc-design (2007)

El valor del diseño

[en línea] Disponible en <<http://www.alonso-design.es/bloc.htm>>

[Consultado 5 de Junio de 2008]

Cooperativa (2004)

Chile tiene la mejor calidad de vida de Latinoamérica, según estudio

[en línea] Disponible en

<http://www.cooperativa.cl/p4_noticias/site/artic/20041117/pags/20041117202756.html>

[Consultado de junio de 2008]

Revista Digital EF y Deportes

Buenos Aires - N° 48 - Mayo (2002) Desde el concepto de felicidad al abordaje de las variables implicadas en el bienestar subjetivo: un análisis conceptual [en línea].

Disponible en <<http://www.efdeportes.com/efd48/bienes.htm>> [Consultado 15 Abril de 2008]

Getty Images

[En línea de imágenes]. <<http://www.gettyimages.com/Home.aspx>> [Consultado 29 de Julio 2008]