

Diseño

Del Diseño Post-Industrial al Metadiseño

Resumen

Este documento presenta la idea del metadiseño; el cual se propone no solo como una nueva metodología de diseño, sino como un desarrollo cultural que explora un nuevo espacio del diseño en la preocupación por expandir el proceso creativo emergente en la reinención del mundo en estos días de cambio. El metadiseño representa un cambio cultural del diseño como “planificador”, superando de esta manera al diseño como “manufactura”, promoviendo prácticas colaborativas y transformadoras de diseño, que apoya nuevos modos de interacción humana y sostiene una expansión del proceso creativo. El metadiseño se está desarrollando hacia nuevas formas de entender y planificar con el

Ricardo Romero

Diseñador Industrial,
PUJ.Especialista en
Desarrollo y Diseño
de Producto, DUOC,
Pontificia Universidad
Católica de Chile.
Magíster en Desarrollo
de Producto, Isthmus -
Escuela de Arquitectura
y Diseño de América
Latina y el Caribe,
Panamá.

[https://doi.org/10.53972/
RAD.erad.2022.3.3](https://doi.org/10.53972/RAD.erad.2022.3.3)

Ricardo **Romero**

objetivo de producir sistemas de interacción más abiertos y en evolución. Este, puede ser visto no sólo como un enfoque de diseño que informa una metodología de diseño específica para el desarrollo de medios y entornos interactivos, sino también como una forma de estrategia cultural que plantea e integra diferentes dominios en lugar de un nuevo modelo de diseño; el metadiseño representa un modo constructivo del diseñar y una mejora del proceso creativo en la convergencia del post-industrialismo y la ciencia.

Palabras clave

Diseño, metadiseño,
metaverso,
post-industrial,
sociedad.

Introducción

41

E

Post-Industrialismo

El concepto del post-industrialismo, atado al componente social, describe una etapa en la evolución de una sociedad donde la economía pasa de producir y proporcionar bienes y productos tangibles, a ofrecer principalmente servicios. Una sociedad manufacturera está compuesta por personas que trabajan en la construcción, textiles, carreteras y trabajadores de producción, mientras que, en el sector de servicios, las personas trabajan como maestros, médicos, abogados, trabajadores minoristas o prestadores de un servicio profesional especializado. En una sociedad postindustrial, la tecnología, la información y los servicios son más importantes que la fabricación de bienes reales (bienes de consumo) y tiene las siguientes características (ver imagen 1)



Imagen No. 1: Características de la sociedad postindustrial. Tomado y editado de Economipedia, © 2022

Este concepto describe cierta etapa del desarrollo de la sociedad en la cual el sector de servicios genera más riqueza que el sector manufacturero de la economía. El concepto, fue propuesto por Daniel Bell (1976), sociólogo y profesor de Harvard, y está estrechamente relacionado con las construcciones teóricas sociológicas similares al postfordismo (es decir, más allá de la producción en serie, desarrollada por Ford, a comienzos del siglo XX) en el que se desarrollan ideas como la sociedad de la información, la economía del conocimiento, la economía postindustrial, la modernidad líquida y la sociedad en red. Todos ellos, pueden ser utilizados en economía u otras disciplinas de ciencias sociales como un telón de fondo teórico general en el diseño y la investigación.

Una sociedad post-industrial: más allá del diseño

Los académicos del diseño han estado hablando de la próxima sociedad postindustrial desde que Daniel Bell publicó su libro con ese título en 1970; y eso no es sorprendente. El diseño moderno surgió como el arte y/o la ciencia de la interfaz entre la producción en masa y el consumo masivo; por tanto, si la sociedad se reestructura como post-industrial, entonces tal vez los diseñadores (industriales y/o de producto), se vuelvan obsoletos. Por supuesto, los académicos del diseño han estado respondiendo durante décadas con varias versiones de un “no, no nos estamos volviendo obsoletos”. Una versión dice así: los diseñadores, serán las personas más importantes de todas, “informando” o “dando sentido” a toda esa información computarizada postindustrial que se presenta fragmentada (como el universo de productos de hoy) en todos los ámbitos de la vida humana (ver imagen 2).

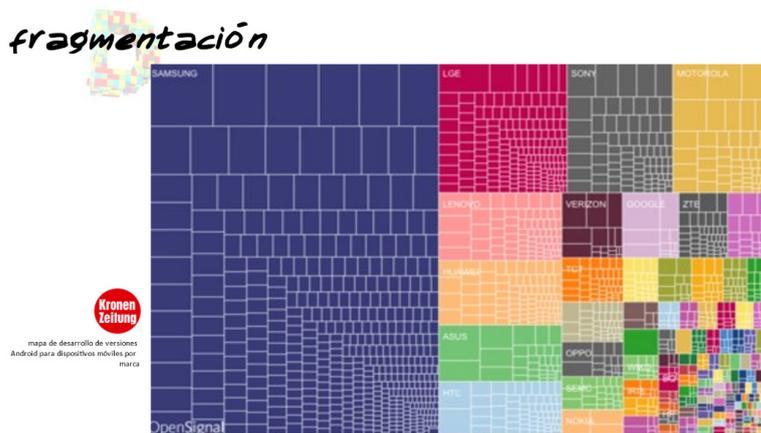


Imagen No. 2: Representación de la Información fragmentada

Otros, argumentan que el diseño industrial convencional podrá ser el sustrato de la inmaterialidad, proporcionando la confiabilidad que nos liberará para vivir virtualmente. Terceros afirman que esta era ofrece una oportunidad para que los diseñadores trabajen de diferentes maneras hacia sociedades socialmente más sostenibles. Por último, una cuarta versión observa, cínicamente, que los diseñadores permanecerán para ocultar a las personas su subyugación por los sistemas postindustriales. Toda esta discusión ha sido prematura, ya que la sub-urbanización continua en el norte y el desarrollo económico en el sur, junto con la personalización posible gracias a la miniaturización digital, asegurando un montón de trabajo continuo para los diseñadores de productos. Las habilidades ganadas en el siglo XX en la entrega detallada de formas materiales, complementan una comprensión más rica de cómo los humanos interactuamos con el entorno cambiante.

Sin embargo, el artículo de Megan Neese (2015) sobre ¿What is a product? parece sugerir que las cosas son por fin diferentes. Todas esas cosas que todavía están “diseñadas como producto”, ahora nos proporcionan (en la clase de consumidores globales) acceso móvil a las plataformas de redes sociales, y cada vez más (según

44

Internet de las cosas) proporcionan a su vez sistemas con datos de uso y rendimiento “en vivo”. La consecuencia, es la “evaporación” de las categorías de productos; un teléfono puede ser un dispositivo de monitoreo de la salud, una lavadora puede ser un servicio de logística de detergente justo a tiempo, un vehículo compartido puede ser la iniciativa política de cambio climático o de creación de empleo en una metrópoli. Como lo expone Neese, en estos sistemas postindustriales es difícil ser un diseñador de productos cuando no hay una indicación clara de lo que es o debería ser un producto. Mejor, -sugiere Neese-, sería vincular lo que está surgiendo más ampliamente en el medio. Entonces, si finalmente estamos experimentando la tan prometida sociedad postindustrial, ¿qué se debería enseñar hoy en una escuela de diseño a los diseñadores (industriales/de producto) para comenzar?

Metadiseño

Cada vez que se utiliza la palabra metadiseño, se genera aún más confusión que la palabra diseño. El término suena vago, esquivo; semánticamente, la adopción del término metadiseño se ha desarrollado dentro de la herencia lingüística que conduce a la sensación de “cambio de lugar, orden o naturaleza”, que es el significado principal de la palabra griega “meta” cuando se usa como prefijo. Históricamente, desde la década de 1960, el término se utilizó para centrarse en las posibilidades de “diseñar el diseño”. Más tarde, en la década de 1980, el metadiseño como concepto, se adoptó en relación al uso de tecnologías de la información con referencia al arte, las teorías culturales y las prácticas de diseño (en un amplio espectro, desde el arte interactivo hasta el diseño biotecnológico). Este artículo presenta las teorías y prácticas de metadiseño, y presenta el despliegue de este como una cultura emergente del diseño que exige una expansión del proceso creativo en el nuevo espacio, mediado principalmente por las nuevas tecnologías.

La idea del metadiseño fue desarrollada originalmente por el ruso Yevgeny N. Lazarev y sus colegas en los años 70, como resultado de una reflexión sobre las relaciones emergentes entre el arte, la tecnología y la ciencia. Preocupado por una expansión de la creatividad humana, Lazarev expuso que las perspectivas específicas del metadiseño son difíciles de definir, ya que como fenómeno es bastante nuevo. Sin embargo, ya es posible ver una vitalidad excepcional en esta tendencia; ya sea que permanezca dentro del dominio del diseño o se transforme en un fenómeno de la creatividad humana que nunca ha existido ni ha sido posible antes. El meta-diseño (o metadiseño), es un marco conceptual emergente destinado a definir y crear infraestructuras sociales, económicas y técnicas en las que se puede dar lugar a nuevas formas de diseño colaborativo, basado en el uso de herramientas y prácticas relacionadas con el diseño.

Este marco conceptual en la práctica es concreto, pero a la vez extenso, ya que pretende “unificar” las diversas sub-disciplinas del diseño que se especializan y con las que encuentra coincidencias (ver imagen 3). Como metodología, su objetivo es fomentar la emergencia de lo antes impensable, como lo son las posibilidades o perspectivas a través de la colaboración de diseñadores dentro de los equipos de ‘metadiseño’ en la interdisciplinariedad. Inspirado en la propuesta de Maturana (1995) sobre la forma en que funcionan los sistemas vivos, este nuevo campo tiene como objetivo ayudar a mejorar la forma en que nos alimentamos, vestimos, albergamos, reunimos, comunicamos, trabajamos y vivimos juntos.

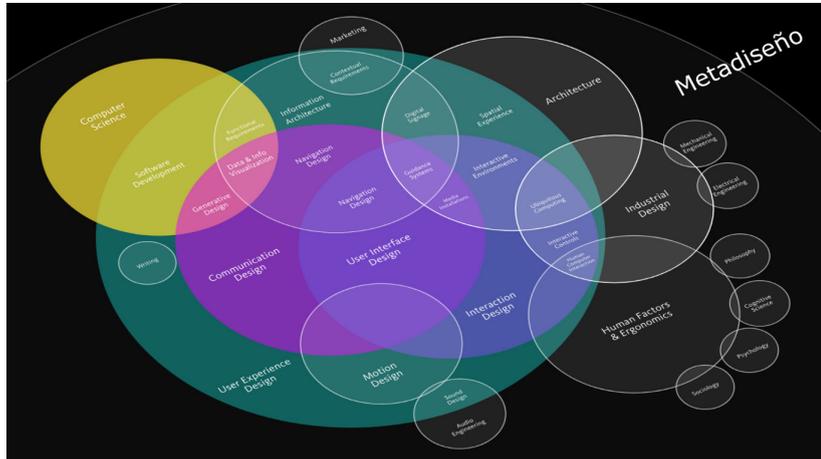


Imagen No. 3: Representación del metadiseño

Desde el ámbito académico este nuevo funcionamiento del diseño plantea la siguiente interrogante: ¿el metadiseño significa ir con la corriente o abolir el diseño? Una respuesta conservadora sería seguir enseñando lo que se ha estado enseñando. Sin embargo, esta respuesta no hace justicia a la situación que Neese describe al plantear que la fluidez involucrada en estos ecosistemas postindustriales de productos conectados no es temporal, o al menos no es algo que un antropólogo o cualquier otro investigador, incluso con una abundancia de tiempo y recursos, pueda dar sentido completo y luego capturar en un informe como un contexto fijo que luego se puede entregar a los diseñadores. No estamos hablando de escenografía, sino de sistemas complicados que se alteran cuando se introducen nuevos tipos de productos y prácticas.

En las últimas tres décadas, la idea del metadiseño ha aparecido tanto como una cuestión teórica como metodológica operativa; sin embargo, ha sido un concepto aislado que no produce ni un enfoque establecido ni una teoría coherente. El desarrollo de la noción de metadiseño puede clasificarse como crítico y reflexivo, pues lleva a pensar en los límites y el alcance del diseño con el objetivo de

hacer frente a la complejidad de la interacción humana natural hecha tangible por la tecnología. El metadiseño, en esencia, busca transformar esta complejidad y se convierte en una oportunidad para nuevas formas de creatividad y sociabilidad.

Conclusiones

Despliegue del metadiseño como una cultura de Diseño emergente

Al trazar un mapa conceptual de teorías y aplicaciones del metadiseño, vemos que algunos elementos emergen como cruciales: un enfoque en el diseño de estructuras y procesos generales en lugar de objetos y contenidos fijos, la necesidad de métodos y técnicas que sean fluidos en lugar de prescriptivos, y la necesidad de configuraciones relacionales que permitan a sistemas basarse en un proceso mutuo y abierto de “afectar y ser afectado”. Teniendo en cuenta el debate actual en la teoría y metodología del diseño, vemos que los contornos de este mapa revelan una reflexión sobre cuestiones de diseño controvertidas, como es el problema de la anticipación, la participación y la emergencia, las necesidades y tareas de los usuarios, así como las situaciones y comportamientos que no se pueden anticipar completamente en el momento del diseño porque están mal definidos y/o cambian con el tiempo.

Por lo tanto, dentro de las características del metadiseño, los usuarios deben participar en el problem framing / proceso de planteamiento de problemas, tanto cuando el sistema está diseñado como cuando se delinea. Considerando que las similitudes operativas muestran que el metadiseño, junto con otras disciplinas, se convierte en un desarrollo consistente en teoría y metodología del diseño, un camino cultural que las teorías del metadiseño y la revelación de aplicaciones que no resulta unidireccional. Por un lado, el metadiseño se ha considerado como un modelo de diseño en red dirigido al

48

refinamiento del producto y la personalización en masa. Según este desarrollo, el metadiseño se concibe como una nueva praxis del diseño que no cuestiona el papel del usuario en el proceso de producción como consumidor, sino que empodera al usuario en este rol. Este desarrollo se basa en alguna suposición operativa del metadiseño, pero no cumple plenamente su potencial como nueva cultura del diseño. Por otro lado, y lo que es más interesante, el metadiseño ha sido concebido como co-creación, es decir, un esfuerzo de diseño compartido destinado a sostener la emergencia, evolución y adaptación. De acuerdo con este desarrollo, los términos operativos y el potencial de diseño a un nivel de orden superior debe unirse a un nivel más reflexivo de práctica colaborativa más allá de sus antecesores (ver imagen 4).

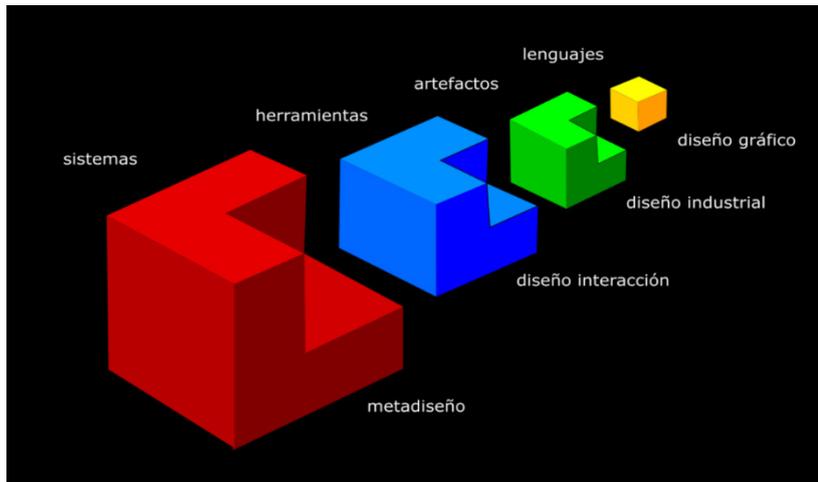


Imagen No. 4: Desarrollo operativo del metadiseño

En definitiva, la necesidad de mantener el sistema abierto a la participación y la evolución en el uso, a veces está destinada a unir los sistemas sociales y técnicos no solo para hacerlos optimizados y eficientes, sino también para permitir que surjan nuevas condiciones, interacciones y relaciones. De este modo, sosteniendo la emergencia y la evolución, nuevas formas de sociabilidad y creatividad pueden

desarrollarse y fomentar verdaderamente la innovación. El enfoque del metadiseño en el éxito de integración de metodologías de diseño por anticipación, participación y emergencia, se traduce en la identificación de un espacio de diseño multidimensional capaz de adaptarse y transformar la sociedad post-industrial.

Referencias

- Bell, D. (1970). "The Cultural Contradictions of Capitalism". The public interest, (21), 16-43.
- De Kerckhove, D. (1997). Connected Intelligence: The Arrival of the Web Society. Toronto: Somerville House Publishing.
- De Kerckhove, D. (1995). "Networked Art and Virtual Communities" en Claude Faure et al., eds., Arslab: I Sensi del Virtuale. Milano: Fabbri Editore.
- Dubberly, H. (2008). Diseño en la era de la biología: cambio de un ethos de objeto mecánico a un ethos de sistemas orgánicos. ACM, Association for Computer Machinery. Interactions.
- H. Maturana y F. Varela. (1995). De máquinas y seres vivos. Editorial Universitaria.
- Neese, M. (2015) What Is a Product? How a New Definition is Leading Us toward a Place-Based Design Process. EPIC: Advancing the Value of Ethnography in Industry. Recuperado de: <https://www.epicpeople.org/what-is-a-product/>
- Thacker, E. (2002) "Bioethics and Bio-ethics" en Towards Human Technologies Conference. Brisbane, Australia: University of Queensland.
- Youngblood, G. (1986). "Metadesign: Toward a Postmodernism of Reconstruction," en Ars Electronica Catalog. Linz, Austria: Linzer Veranstaltungsgesellschaft.

