

El diseño como estrategia cultural

Por Alejandro Rodríguez Musso

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.

El diseño es un factor del bienestar humano porque contribuye a la calidad de los productos y servicios en los que se integra, desde los procesos productivos hasta los de comercialización, formando parte de la vida cotidiana e integrando en ella valores de uso y valores simbólicos que constituyen la cultura contemporánea.

Para el desarrollo de su trabajo, el diseñador considera factores productivos, tecnológicos, materiales, ecológicos, humanos, perceptuales, culturales, artísticos y de innovación, entre otros elementos para generar el espacio artificial en el que se desenvuelve el ser humano.

Por lo mismo los diseñadores no diseñamos objetos, sino las formas en que las personas se relacionan entre sí, que son el resultado de las dimensiones simbólicas del diseño. El diseño es entonces una estrategia cultural, que comunica identidad y se manifiesta como un valor constitutivo de los productos, servicios y organizaciones. En efecto, el diseño es un valor constitutivo y no un valor agregado, como generalmente se le presenta, porque forma parte del ser de los productos y servicios desde el momento de su creación.

En el mundo global en que el intercambio de productos y servicios crece, para los países emergentes, el diseño debe formar parte del discurso político del desarrollo, es decir, que cuando se hable de desarrollo, la palabra diseño debe estar presente. Principalmente porque los productos que se integran al intercambio internacional deben ser capaces de comunicar identidad y deben adquirir 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.

Al igual que la palabra ecología se reconoce hoy como un factor cultural es necesario que la sociedad en su conjunto (particularmente de países emergentes o en desarrollo) comprenda y valore el diseño como un componente fundamental de la cultura, de su calidad de vida y de la calidad de sus productos. Para ello es necesario que los diseñadores seamos capaces de crear un discurso que permita instalar el valor del diseño en la esfera cultural de nuestras comunidades nacionales.

Hacer conciencia que el diseño es una disciplina transversal que utilizada sistémicamente articula y da sentido a las acciones cotidianas y permite el desarrollo estratégico de las organizaciones, las empresas, las instituciones y cualquier grupo humano que demande identidad y requiera un desarrollo inteligente.

Al analizar cómo las grandes corporaciones utilizan el diseño en sus estrategias de comunicación y producto, nos damos cuenta de lo poderosa que puede ser la creación de un sistema producto coherente con la marca y con las estrategias de marketing.

Los diseñadores latinoamericanos hemos sido un importante factor de modernización de nuestros países al integrar inteligencia en el desarrollo de productos y servicios, y contribuir en la creación de discursos formales y estéticos, coherentes y significativos, que aportan identidad y calidad a bienes y servicios, generando condiciones para el desarrollo cultural y mejorando las condiciones de vida de nuestros pueblos.

Publicado el 02/10/2006



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-como-estrategia-cultural>

