



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Escuela de Posgrado
Maestría en Diseño Comunicacional | diCom

TRABAJO FINAL INTEGRADOR

Design for Need:
nociones de “necesidad”
desde la teoría social del diseño
(1973-1977)

estudiante
PINTO RANGEL, Ângela

Trabajo de investigación como requisito parcial para optar al título de *Especialista en Teoría del Diseño Comunicacional* ofrecido por la Universidad de Buenos Aires.

La extensión prevista para este escrito es entre las 12000 y las 16000 palabras. Esto equivale a una extensión de entre 35 y 50 páginas a espacio y medio.

Buenos Aires | Argentina

Fecha de recepción 18.03.2013

Versión editada y corregida del texto original

Design for Need: nociones de “necesidad” desde la teoría social del diseño (1973-1977)

La presencia de la noción de “necesidad” y los usos de este significante son rastreables en la teoría social del diseño en sus diferentes variaciones idiomáticas internacionales. Son reiteraciones reformistas, tanto históricas (Ruskin, Tatlin, Meyer) como más recientes (Bonsiepe y Papanek), que han recibido énfasis en los años 1970 y figuran en la literatura especializada desde la popularización del concepto anglófono “design for need” (DfN). Como si fuera un conocimiento común entre sus pares, el uso de tal terminología abstracta se ha consolidado en estado amorfo, pero consensuado como auto-evidente. De cualquier modo, esta no es una dificultad exclusiva del diseñador. Aún las áreas que han tomado la “necesidad” como objeto padecen de esta imprecisión.

En particular, desde la convocatoria al evento Design for Need (1976), realizado en el Royal College of Art de Londres, se ha adjudicado a las “necesidades humanas” y su satisfacción un valor de fundamento profesional, a ser divulgado y reforzado entre los diseñadores. La variedad de propuestas allí expuestas desvelan la coexistencia de múltiples matices en entendimiento de las “necesidades” y potencia un análisis más detenido. Con el fin de indagar a tal multiplicidad y sus presupuestos, este trabajo está anclado en el diseñador como productor cultural, (Williams, 1981) invariablemente relacionado con la ideología (Baudrillard 1969; Selle 1975).

“Es improbable que se obedezca a una exigencia si esta no va a traer también alguna ventaja además del simple cumplimiento de la exigencia; también es improbable que se imagine alguna ventaja que no esté ligada a la satisfacción de ciertas necesidades. Esto parece misterioso y sin duda lo es: que se haga algo porque la necesidad nos obliga y de ahí, sin quererlo surja lo bello y viceversa: que se tenga la sensación de hacer algo bello y se esté al mismo tiempo llenando una necesidad. Es uno de esos misterios que hacen que la vida sea digna de vivirse.”

Arnold Schönberg



**Ilustraciones de
Schönberg para naipes**

acuarela y gouache
sobre cartón

10 x 5 cm

Austria

1909/1910

- [06] **1. Introducción | Del trabajo final integrador**

- [07] **2. Marco Teórico | De la Crítica en el Diseño**
- [09] 2.1 Referencias metodológicas para la crítica teórica
- [12] 2.2 Referencias para la noción moderna de “necesidad”
- [15] 2.3 Referencias contemporáneas para una crítica de la “necesidad” en el diseño

- [20] **3. Estado de la cuestión | De las nociones e invenciones**
- [23] 3.1 Nociones de “necesidad” anteriores al Design for Need
- [27] 3.2 Necesidades y roles inventados

- [30] **4. Análisis | Del recuento del Design for Need**
- [36] 4.1 Necesidades periféricas y problemas de la gente - 1977
- [40] 4.2 El profesional y el aficionado - 1973
- [44] 4.3 Argumentación disidente - 1975

- [46] **5. Consideraciones Finales | De la capacidad del diseñador de proyectar la satisfacción**

- [47] **6. Referencias bibliográficas**

1. Introducción

Del trabajo final integrador

En calidad de revisión bibliográfica, este trabajo fue generado desde la pregunta – siempre actual – por el rol del diseñador, que nos remonta a las décadas de 1960 y 1970, y si se quiere, más lejos en el pasado. En particular, es por esas décadas cuando el concepto de “design for need” (a partir de ahora DfN) se alardea, como una posible respuesta al rol del diseñador, relacionada a la no menos enigmática idea de “lo social”. Se parte de la premisa de que el DfN conlleva una noción problemática de la “necesidad”, como sistema de prioridades, propia de un pensamiento moderno, desacreditado en la época. En una tentativa de aislar esta premisa desde alguna perspectiva pasible de análisis, el foco del presente trabajo es cuestionar **cómo se presenta la noción de “necesidad” en la teoría del diseño y cuales presupuestos conceptuales recupera.**

En el capítulo que sigue (2.), un breve recorrido por los antecedentes que motivan esa investigación precede la descripción del marco teórico específico a ser tenido en cuenta: los estudios culturales y la crítica del diseño. En el “Estado de la Cuestión” (3.), una búsqueda preliminar por el concepto de necesidad en el diseño, con prioridad a su crítica reciente, nos sirve para localizar al simposio y exposición Design for Need, mencionado reiteradas veces en dichas fuentes. Realizado en el Royal Collage of Art (a partir de ahora RCA), en 1976, el evento está parcialmente documentado en la compilación de las actas del evento, objeto de estudio observado en detalle, junto a otros documentos recuperados. Anterior al análisis, se esbozan algunas posturas de John Ruskin, Vladimir Tatlin y Hannes Meyer – las cuales aceptamos como “teoría social del diseño” (Selle [1973] 1975: 24-30) – ya que presentan reflexiones reformadoras y influyentes acerca las “necesidades” productivas. En el capítulo de análisis propiamente dicha (4.), seguimos la dimensión lingüística de los diseños – que, en gran medida configura su percepción social – pero desde dos participantes del evento Design for Need: Gui Bonsiepe y Papanek. En dos enunciados breves de cada uno de estos diseñadores son indagados más a fondo los usos del significante “necesidad”.

2. Marco Teórico

De la Crítica en el Diseño

En los últimos años, **la pregunta por el rol del diseñador** se ha hecho visible desde una ola de publicaciones (en inglés y en lenguas neolatinas) que reivindican una nueva agenda profesional. Desde estas, los propios diseñadores proponen, entre otras cosas, un cambio en la enseñanza y en las investigaciones académicas, volcadas ahora a una mayor “responsabilidad social” (cf. Baldwin & Roberts 2006; Berman 2009; Boradkar 2010; Cardoso 2012; Coleman *et al* 2003; Heller & Vienne 2003; Ledesma 2003; Meroni & Sangiorgi 2011; Thackara 2005; Wood 2007). En ese contexto, redundan las propuestas de formación proyectual con el siguiente enunciado: “productos, servicios y sistemas que satisfagan las necesidades humanas”. De la misma manera, a contrapelo de la práctica corriente, ideales como “justicia social”, “equidad”, “preservación” y “calidad de vida”, han tomado fuerza ante el emergente concepto de *desarrollo sostenible* (WCED 1987). A la vez, el *diseño sostenible* fue también asumido a modo de propósito – moral y metodológico (cf. Bhamra & Lofthouse 2007; Chick & Micklethwaite 2011; Fuad-Luke 2009; Kazazian 2003; Manzini & Vezzoli 1998; Parra 2008; Sherin 2008). Algo semejante se dio un poco antes – bajo otros conceptos – en el ámbito editorial de los años 1980 (en alemán y neerlandés), y, de a poco, se ha propagado socialmente un discurso eco-humanista, no a partir del diseño, pero luego alzándolo. Desde entonces, las críticas al modelo moderno de sociedad industrial han venido – en distintos grados – de todas las frentes, indiferente del sistema de organización socioeconómica adoptado. La palabra del momento era “ecología”, con todas variaciones imaginables relacionadas a campos específicos. Entre los años 1980 y 1990 la discusión empezó a expresarse (tanto en Europa como en Oceanía) a través de instituciones especializadas e investigaciones, con mayor difusión dado el tránsito informativo entre países. Por fin, en las tiendas, el diseño se ha manifestado con nuevos productos – “verdes”, según los periodistas – con certificación ambiental, pero más caros que lo usual y sin énfasis a cualquier cambio de hábitos. Más que un cambio de hábitos, la falta de un cambio estructural en la “sociedad de

consumo” (Baudrillard [1970] 2009) ha generado la contradicción semiótica del “consumidor verde” y del “capitalista verde” (Whiteley 1993: 54), nada que ver con la motivación ciudadana de boicot al consumo, proveniente del activismo ecológico.

Sea con un tono conservador (marketing e innovación tecnológica) o contra-cultural y militante (heredero de la Escuela de Frankfurt), algunos diseñadores han reaccionado a las apelaciones de este momento y encorajado nuevas agendas de prioridades – disciplinares y socio-políticas – para el diseño. En el ojo del huracán, repensar la práctica culturalmente y discutir cánones teóricos fue también la premisa de publicaciones estadounidenses. Dos ejemplos clave son el periódico multidisciplinario *Design Issues*, desde 1984 – con recopilaciones subsecuentes de artículos en formato libro (cf. Margolin 1989 y 2002; Fry 1994) – y la serie *Looking Closer*, con cinco números entre 1994 y 2006. Vale remarcar que esta reacción crítica, que cuestiona *concepciones* y *teorías* del diseño (Selle [1973] 1975: 45), no es para nada inédita, y de hecho, muchos diseñadores la han asumido como rehabilitación de un desafío profesional reformista, ya frecuentado en las décadas de 1960 y 1970. La considerable distancia temporal permitió recuperar a algunas acciones de estas décadas bajo los sellos de “movimiento” (McDermott 2007; Fuad-Luke 2009), o “tendencia” (Julier 1993), como el llamado “Design for Need”: diseño por/para la “necesidad”. A primera vista, se subentiende que existiría una “formación cultural” (Williams [1981] 1994: 53-80), bajo alguna noción de “necesidad” unificadora de acciones específicas, pero eso no es tan preciso. Aparte, no es la primera vez que se habla de “necesidad” en el diseño. La expresión “Design for Need” es más bien circunstancial, y hace referencia al evento, de 1976, del RCA, que llevó ese nombre – como veremos (en 3.1) podría llevar otro. Lo significativo en ese caso, no fue solo la posibilidad de generarse un espacio de convocatoria internacional dónde se discutió el rol del diseñador, pero también el apoyo de una variedad de instituciones, lo que ha facilitado la permanencia en el tiempo, con el registro escrito, en forma de publicación impresa (Bicknell & Mcquiston 1977), de un suceso tan puntual. El presente trabajo toma como disparadores tales manifestaciones y parte hacia una nueva pregunta, más específica, sobre la **noción de “necesidad” en la teoría social del diseño**. Los métodos y objetos de análisis se explican a seguir.

2.1 Referencias metodológicas para la crítica teórica

Mientras, al presente, el *diseño comunicacional* tiene su teorización en desarrollo, todavía la afirmativa de una *teoría del diseño* genera contradicciones entre sus protagonistas (cf. Bonsiepe 1985: 266 y [1993] 1998: 172-182). Tal vez por una inalcanzable exigencia de consenso, a los diversos discursos (epistemológicos, metodológicos, históricos, estéticos, científicos, filosóficos) alrededor del diseño suele ser vetada la posición teórica. Si seguimos al filólogo e historiador Gert Selle – quien nos conduce metodológicamente – podemos inferir “teorías sociales generales del diseño” (Selle [1973] 1975: 24). Teorías de ese tipo son pasibles de inferencia desde marcos culturales que normalizan históricamente los proyectos, y han servido no sólo para legitimar la práctica, como también para referenciar sus principios. “La teoría – dice Selle – al igual que la forma de los productos, constituye un fenómeno lingüístico” ([1973] 1975: 26). Luego, es verificable tanto en los objetos como en el lenguaje de programas de enseñanza, manifiestos, charlas, publicaciones o en su penetración en los medios audiovisuales como discurso de interés público. “También la teoría se publica, se defiende públicamente, es interpretada por las autoridades, se cita propagandísticamente y se enseña en las escuelas” (Selle [1973] 1975: 26). Sin embargo, la ambigüedad de tales bases teóricas es puesta en evidencia por una literatura especializada (ver capítulo 3) fundamentada en la noción abstracta de “necesidades” (humanas, sociales, del usuario, del comitente). El mismo Selle ([1973] 1975: 218) asume esta fragilidad en su propio texto.

La propuesta inmediata, en los próximos puntos (2.2 y 2.3), es insinuar algunas teorías de la necesidad, aunque con reservas, amparándonos en Baudrillard ([1969] 1979: 76), quien postula que solamente tendría sentido una “teoría del concepto *ideológico* de necesidad”. De ahí el breve repaso del significado y clasificaciones de la “necesidad”, como reconocimiento de aportes teóricos generales, para, más adelante, poder indagar su proyección en el diseño. Para eso, se concibe el diseño como *fenómeno social total*, igual lo ha asumido Maldonado (1977: 18) en referencia a la expresión antropológica, o como *práctica cultural* (Williams [1981] 1994: 12-13) conforme ya lo han hecho (en relación al diseño gráfico) Devalle (2009), Ledesma (2003) y Villas-Boas (1998). El objetivo de concebirlo bajo tales términos es ampliar el radio de nuestras consideraciones, sin aislar las variables del diseño bajo el mando

de la disciplina. El recupero de la terminología *fenómeno social total* deviene particularmente de la aceptación de su concepto como plenamente adaptable al diseño. Para Mauss, creador de tal terminología, en los fenómenos sociales totales

[...] se expresa a la vez y de un golpe todo tipo de instituciones: religiosas, jurídicas y morales – que, al mismo tiempo, son políticas y familiares –; económicas – y éstas suponen formas particulares de la producción y el consumo o, más bien, de la prestación y la distribución –; sin contar los fenómenos estéticos a los que conducen esos hechos y los fenómenos morfológicos que manifiestan tales instituciones. (Mauss [1925] 2009: 70)

Desde este lugar, la intención es localizar algunos usos de la noción de “necesidad” en el diseño – expresión enmarcada por la cultura y sus cambios institucionales – camino ya abierto en la crítica del diseño por Fry (1992), Ledesma (2003), Lessa (1999) y Nelson & Stolterman (2003). No es lo mismo la necesidad en una perspectiva formal o empírica (Lessa 2009: 106), tampoco se basa en las mismas “necesidades” el diseñador que trabaja desde una perspectiva de consagración o crítica de la sociedad. A cada uso y adjetivación de las “necesidades” son reveladas posiciones y herencias intelectuales. El previo rastreo retrospectivo de esta posible variedad es análogo a la experiencia de Raymond Williams, en su libro *Cultura y Sociedad* (1958), luego, se basa, por un lado, en una historia general del DfN, y por otro, en el estudio de un conjunto de enunciados de individuos.

En la instancia de análisis, a fin de respetar la extensión acotada que corresponde a este trabajo, se pretende dar cuenta de las diferencias individuales entre apenas dos personajes del DfN. Gui Bonsiepe (1934-) y Victor Papanek (1923-1998) son los elegidos, ya que sus textos confluyen una visión todavía presente en el diseño actual. La confluencia en ese caso no significa acuerdo mutuo, sino más bien una pluralidad cuestionadora, característica de instituciones de enseñanza. Este recorte específico saca la investigación del eje anglosajón que suponen tanto su tema como marco teórico. Ambos individuos, implicados en el diseño para el “tercer mundo”, han presentado sus versiones para el concepto de “necesidad” a través

de propuestas proyectuales y teóricas, en diversas circunstancias, entre ellas, las comunicaciones del ya mencionada evento de 1976. Nuestra aproximación consiste en seguir las pistas aportadas tanto por los textos, en sus referencias bibliográficas, como en la trayectoria anterior de sus autores, a fin de reconstruir el escenario desde donde surgen. Asimismo, se pretende inferir, a partir de algunas operaciones argumentativas, los supuestos teóricos y la posibilidad de incoherencias inadvertidas. Fundamentalmente, se sigue el método que usa Selle en *Ideología y utopía del diseño* ([1973] 1975). Como denota el título, el análisis de Selle se centra en una conciencia utópico-ideológica, la cual atribuye en general al diseño, y en particular a su teoría de la “buena forma”. Esta inquietud anhela fomentar una teoría crítica del diseño, en el sentido marxista de ideología, de “desentrañar las fuerzas aparentes y, con ellas, la falsa conciencia” (Selle [1973] 1975: 45). Para hacerlo, él lanza mano de las siguientes verificaciones (del sociólogo Werner Hofmann) para el análisis del plano lógico-lingüístico:

- i. En un enunciado y sin mayor fundamentación, se introducen juicios de valor que ya influyen sobre la opinión del receptor en la comunicación de un simple nexos.
- ii. Las premisas de las que se han derivado determinadas conclusiones son incorrectas o incompletas. Se ha efectuado una pre-elección cuya naturaleza no ha sido explicitada en detalle.
- iii. Lo que debe ser demostrado se ha introducido subrepticamente entre las premisas de una argumentación.
- iv. Suposiciones de carácter hipotético se convierten en afirmaciones tajantes.
- v. Se establecen relaciones causales unilaterales falsas. (Hofmann 1969 *apud* Selle [1973] 1975: 52)

Particularmente, optamos por una ampliación del sentido de ideología, comprendida como “la visión del mundo o perspectiva general características de una clase o de otro grupo social” – en ese caso, los diseñadores – “que incluye creencias formales y conscientes, pero también actitudes, hábitos y sentimientos menos conscientes y formulados e incluso presupuestos,

comportamientos y compromisos inconscientes” (Williams [1981] 1994: 25). Hacia una versión de origen antropológico, semiótico y materialista, a esa idea central se añade la producción cultural en sus manifestaciones, o sea, las formas artísticas. Esta opción es propia de los llamados *Cultural Studies* (Estudios Culturales), un marco teórico para cuestiones sociológicas que tiene un origen militante (Villas-Boas, 2002: 7-13), y, como el DfN, también se ha orientado a investigar los países de economía periférica y el multiculturalismo, tópicos excluidos arbitrariamente del discurso académico hegemónico. Parece pertinente precisar que, aunque no exista una intencionalidad en privilegiar alguna área/especialidad del diseño sobre otra, ciertas manifestaciones no son puestas en evidencia en las fuentes consultadas. En lo que se refiere al tema de la “necesidad” en el diseño, tanto la arquitectura como el diseño de productos (industriales o artesanales) asumen protagonismo en la construcción social del discurso teórico, y relegan otros proyectos, por omisión o por abierto prejuicio, al rango de los superfluos (vease el caso de Tatlin en el apartado 3.2). Cuanto a la periodización (1973-1977), puntualiza el periodo que favorecemos para el análisis específico de la producción de Bonsiepe y Papanek, vinculables al concepto de DfN, y no rigurosamente al lapso en el cual transcurrió el supuesto “movimiento” DfN, problema secundario, pero paralelamente indagada a lo largo de la investigación.

2.2 Referencias para la noción moderna de “necesidad”

La noción de necesidad (así como la noción de diseño) ha sido discutida ampliamente, y por supuesto sigue migrando entre ámbitos de estudios y enfoques. Su relación con el diseño es verificable en reiteraciones reformistas, tanto históricas (en Ruskin, Tatlin y Meyer) como más recientes (en Bonsiepe), y en la crítica de la producción en la sociedad de consumo (en Papanek). Pero, si la *teoría del diseño* tiene una ubicación imprecisa, cuando hablamos en *teorías de la necesidad*, una de las referencias más extendidas viene puntualmente de la psicología humanista: Abraham Maslow (1908-1970). En realidad, el aporte maslowiano es una clasificación jerárquica de las necesidades, perteneciente a su *teoría de la motivación humana* (1943) – terreno ya frecuentado por el psicoanálisis freudiano. La teoría de Maslow, presentada primeramente en un artículo científico para la revista estadounidense *Psychological*

Review, a grandes rasgos, privilegia una perspectiva existencialista de la *motivación*, como motor de una esencia humana para *saciar necesidades*. En este sentido, tanto la cultura, como la fisiología, o los instintos no están muy enfatizados. Las necesidades se presentarían en una escala creciente como impulsos potenciales que se habilitan consecutivamente, tras cada nuevo nivel de satisfacción atingido, en cadena.

El intento de organización de las necesidades, por su naturaleza e importancia, sería más bien una visualización de parámetros humanos comunes, hacia la plena *autorrealización*. Además, según Maslow, existiría la posibilidad personal de limitarse a los niveles más básicos de las necesidades – por decisión autónoma, o por desconocimiento de las propias potencialidades. Así, una racionalidad innata aparece vinculada al motor motivacional. A su vez, en la obra del psicoanalista francés Jacques Lacan (*apud* Coelho 2008: 69) la necesidad es completamente animal. Solamente las necesidades fisiológicas y de seguridad, para la supervivencia, que Maslow considera en los primeros escalones de la pirámide, son realmente clasificadas como “necesidad”. Inserida en el orden del lenguaje, dirigida al otro, la necesidad en Lacan se transformaría en demanda. En su defecto, y producida por medio del lenguaje, en el inconsciente la demanda sería reconvertida en simbolización construída imaginariamente, luego, insaciable: el deseo.

Sin embargo, la noción de “necesidad” no es una especialidad de la psicología, o del psicoanálisis. Aparentemente, la *teoría de las necesidades* tiene su primera expresión moderna en el análisis económico de la mercancía (Heller [1974] 1978: 21). La mercancía es, en palabras de Marx (1867), “un objeto externo, una cosa apta para satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que ellas sean”. En esas primeras líneas de *El Capital*, nos enteramos de que la satisfacción de las “necesidades” vendría de una convención funcional de la mercancía, lo que en seguida conocemos como “valor de uso”, o “valor de cambio”. Como bien nos señala Ágnes Heller ([1974] 1978: 21), Marx explica la mercancía desde la necesidad, pero no se ocupa en definir esa “necesidad”. En todo caso, podemos probar inferir desde sus afirmaciones:

El carácter de estas necesidades, el que broten por ejemplo del estómago o de la

fantasía, no interesa en lo más mínimo para estos efectos. Ni interesa tampoco, desde este punto de vista, cómo ese objeto satisface las necesidades humanas, si directamente, como medio de vida, es decir como objeto de disfrute, o indirectamente, como medio de producción. (Marx 1867)

El contexto de esta noción en Marx es la modernidad cultural y económica. El humano aparece como beneficiario privilegiado (necesidades humanas), ya sea en cuanto (i.) consumidor final de la mercancía, quien disfruta de su valor de uso; (ii.) agente económico, quien recibe los réditos de la mercancía, o su valor de cambio; u (iii.) operario, como instrumento productor de plusvalía, quien subsiste con la producción de mercancías, en esos entonces intermediada por la máquina que pertenece al agente económico. Previo a esta lectura, es en sus manuscritos donde Marx revela el carácter “ideológico” (como falsa conciencia) de las necesidades, más tarde revisitado por Baudrillard.

La necesidad de dinero es así la verdadera necesidad producida por la Economía Política y la única que ella produce [...]

Al reducir la necesidad del obrero al más miserable e imprescindible mantenimiento de la vida física y su actividad al más abstracto movimiento mecánico, el economista afirma que el hombre no tiene ninguna otra necesidad, ni respecto de la actividad, ni respecto del placer, pues también proclama esta vida como vida y existencia humanas. (Marx 1844)

La revelación del poder del dinero y de la mercancía, mejor dicho, el poder de la economía industrial sobre las “necesidades”, como reguladora, distase de la manera autónoma maslowiana de abordar las motivaciones. Aparentemente, un modelo clasista de desarrollo industrial, en constante expansión, sería la causa primera para el desconocimiento del operario de las potencialidades inferidas por Maslow. Después de Marx, si insistimos en la existencia de necesidades “genuinas” (como lo han hecho Maslow y también diseñadores), estas pueden hallarse opacadas por las formas de trabajo alienado (apartado de las decisiones de producción). Siguiendo Marx, de todos modos, la falta de reflexión individual estaría atada a

la falta de libertad de los trabajadores, ya que, “si el trabajo no es voluntario sino impuesto [...] no es la satisfacción de una necesidad, sino sólo un medio para satisfacer otras necesidades.” (Marx 1844). Frente a esa reflexión, vemos que aunque Marx señale la necesidad de trabajo, de dinero y de “mantenimiento de la vida física”, como falsa conciencia, tampoco descarta la existencia de otras necesidades buscadas por el trabajador.

Posterior a Marx, pero anterior a Maslow, el antropólogo Bronislaw Malinowski (1884-1942), quien también ha ensayado un inventario de las necesidades (básicas, derivadas e integrativas), relaciona la “necesidad” a otra abstracción tan afín al diseño, a saber, la *función*. La orientación funcional de la cultura anhelaba tornar más científica la antropología, en contraposición a las versiones especulativas para la génesis de elementos culturales. Su fuente de análisis fue la vida tribal, para la búsqueda de “universales”. Lo que hace Malinowski es usar *necesidad*, *función* y *cultura* como sus ejes teóricos. Los fenómenos culturales tendrían como finalidad las necesidades individuales y la posibilidad de satisfacerlas. El uso de “artefactos y simbolismos” en ese estudio es tenido en cuenta como “intensificación instrumental de la anatomía” ([1944] 1970: 160), así, la existencia de instituciones no remitiría a una visión global de la sociedad y su manutención. Un ejemplo que usa Malinowski es el de la necesidad del abrigo, que devendría de las condiciones fisiológicas de temperatura. La perennidad de tal satisfacción crearía necesidades derivadas, como formas de producción especializada y toda una estructura comercial. Así la cultura sería una reacción a las necesidades, tanto las más básicas cuanto las generes, a partir de las satisfacción de estas primeras necesidades.

Para nosotros, la importancia de acercar una teoría de las necesidades al diseño, estaría en reconocer una posible miscelánea de concepciones de diferentes orígenes adoptadas por diseñadores, pero que no están explícitas en sus enunciados. En esa pequeña muestra, la transposición de la *necesidad reificada*, determinada por la industria, hacia la *necesidad-función* antropológica, luego a la necesidad *autónoma* existencialista, o *biológica*, separada de los deseos, no deshabilita sentidos anteriores, sino que amplía y complejiza la noción moderna de necesidad.

2.3 Referencias contemporáneas para una crítica de la “necesidad” en el diseño

Fundamental para el tipo de análisis que buscamos desarrollar son las recientes críticas y categorizaciones de investigadores, dedicados a las diversas ramas del diseño. Desde Brasil, el docente e investigador Washington Dias Lessa (1999) señala, por ejemplo, dos posibles nociones de necesidad, casi opuestas, identificables en el discurso del diseño: la *formal* y la *empírica*. La primera, más funcionalista y, la segunda, más política. Mientras una necesidad formal privilegiará aspectos de la materialidad del proyecto en desarrollo, la necesidad empírica puede privilegiar los aspectos perceptivos y operativos, o económicos y culturales (Lessa 1999: 106-7). En este último caso, Lessa señala a Hannes Meyer, en cuanto director de la Bauhaus, como ejemplo emblemático (desarrollamos la cuestión en el próximo capítulo). Si buscamos las definiciones más remotas, vemos que el término “necesidad” viene del latín *nesesse*, inevitable. Originalmente localizable en escritos filosóficos como algo que no (*ne*) se puede apartar, de imposible desconexión. En la definición denotativa más general (Diccionario Aurelio), la “necesidad” (alem. *Bedürfnis*, fr. *besoin*, ing. *need*) se presenta como un concepto plurívoco, con por lo menos tres facetas destacables: la primera, esencialista – “aspiración natural y muchas veces inconsciente”; la segunda, psicológico-determinista – “deseo ardiente”; y, la tercera, deviene de su plural, fisiológico-biológico-funcional – “necesidades naturales, cosas indispensables a la vida”. En los usos rutinarios, la reubicación del término puede tergiversar principalmente su vínculo denotativo con la conservación de la vida. El relato de “necesidades sociales” satisfechas por el diseño es un ejemplo incisivo aportado por María Ledesma (2003), quien subraya, no sin pesar, que, en definitiva

[...] para leyes del mercado capitalista, la existencia de la publicidad y del diseño son imprescindibles como medios de cubrir la necesidad de compra-venta, incorporando el necesario plus simbólico que diferencie y personalice los objetos, para asegurar el equilibrio de las leyes de oferta y demanda y, aún más, para asegurar con la producción, el ‘pleno’ empleo. (Ledesma 2003: 9)

Lessa (1999), también, como Ledesma, vinculado institucionalmente a carreras de diseño gráfico, completa el diagnóstico con otro uso de la “necesidad”:

A partir de necesidades de reproducción del capital, la necesidad de información pasa a ser casi un “gran tema de campaña” tanto de la industria comunicacional como de quienes participan del espacio de surgimiento [mercantil] para fijar y vender imágenes y marcas, pues es necesario incrementar el consumo de información.

(Lessa 1999: 109)

Es difícil precisar a que se apunta al hablar de necesidad ya que su sentido es tan abstracto e inabarcable como cualquier cuestión filosófica (la verdad, lo bueno, lo bello). Trasladada a situaciones formales y empíricas, la noción se suma a concepciones de función y utilidad, lo que incurre en la tentación de jerarquizar tipos de producciones culturales como necesarias o superfluas. Para Lessa, cualquier “necesidad”, hasta en su faceta biológica, es una “carencia culturalizada”, relativa, diversa, y es este tipo de necesidad que tendría en cuenta el diseñador – en oposición clara a la versión filosófica fatalista, que sobrevalora la utilidad como naturalización de la “necesidad”. En ese sentido, Fry (1994), quien ha emprendido una significativa búsqueda para relevar un origen esencialista de la noción de necesidad es tajante:

Los diseñadores mismos, en su formación y trabajo, adquieren y emplean una variedad de conocimientos, asumidos como correctos, que llevan consigo modelos de “necesidades”. Sencillamente, esto quiere decir que los diseñadores reproducen parcialmente la materialidad y los valores de la cultura la cual son producto, asumiéndola, incluyendo sus configuraciones de necesidad, como fundamento para el accionar en el diseño. (Fry [1994] 2005: 63) [traducción nuestra]

Acercándonos al accionar del diseñador, una herramienta investigativa frecuente es la *needs assesment*, o evaluación de las necesidades (Erlhoff & Marshall 2008: 268). Efectivamente, puede ser aplicada en forma de cuestionario, observación o entrevista acerca un producto específico y las necesidades específicas de uso presentadas por el interpelado. Según Lessa, todo diseño se basa en la caracterización de un problema, la formulación de una pregunta, para que luego sean identificadas las necesidades. Y propone que la participación social del

diseñador debe partir de una postura realista de las mediaciones contemporáneas.

Es en este contexto que se caracterizan las necesidades, es en él que el diseño gráfico actúa. En tales condiciones, este puede tanto contribuir para una confirmación de la ortodoxia del apareamiento mercantil como para un trabajo – según sus posibilidades – de crítica a la mecánica de tal apareamiento, resolviendo, a la vez, las necesidades que les aparecen no mercado, con más o menos eficacia, propia de sus atribuciones. (Lessa 1999: 108)

Menos preocupados con el diagnóstico preciso de imperativos contextuales, Nelson & Stolterman (2003) desconfían del empleo de evaluaciones como supuesto para creación e imposición de necesidades y aportan la idea de una empatía del diseñador con los deseos del comitente. Este abordaje disiente virtualmente de la jerarquía maslowiana y rompe la lógica naturalizada de problemas basados en necesidades y viceversa.

[E]s problemático enfocar muy fuertemente en la necesidad como clave para la motivación humana hacia el cambio o la innovación. El enfoque en la necesidad implica que la situación deseada sea completamente comprendida, y que el estado actual, igualmente comprendido, no sea deseado. La distancia entre la situación deseada y la situación presente es definida como el problema [...] Se asume que el proceso de satisfacción de las necesidades puede ser eficientemente alcanzado por intermedio de un método de solución de problemas, racional y objetivo. (Nelson & Stolterman 2003: 139) [traducción nuestra]

Frente a eso, la respuesta propositiva de Nelson & Stolterman está en abogar por la verificación de *desiderata*. El *desideratum* sería operativo para dar cuenta de las dimensiones conflictivas (razón, ética y estética) implicadas, en distintas proporciones, en procesos que visan generar cambios reales. Supuestamente la visión de futuro intencionada del *desideratum* remodela el proceso del diseño, que deja de ser reacción para ser potencia. En lugar de intentar identificar los síntomas de una situación como “necesidades” o “problemas” objetivos, se intenta dar forma y acercarse a creencias y aspiraciones del comitente. Sin

antever una solución ya existente, sería valorada la complejidad, ya que cada situación de diseño es asumida como única, lo que descarta, por ejemplo, las posibilidades de imitación, rediseño o mejoramiento. Mas allá de la supervivencia y del análisis racional, propios de respuestas negativas a las “necesidades”, las “intenciones de diseño”, afirmativas, del *desideratum*, llevarían siempre a algo nuevo, no generalizable, tanto en términos de proceso como de resultado.

3. Estado de la cuestión

De las nociones e invenciones

La bibliografía especializada en diseño que sigue el formato de diccionario o enciclopedia, abarca distintos perfiles. Algunas publicaciones más técnicas definen términos relacionados a la nomenclatura específica de materiales, recursos formales y teóricos, o mismo ramas de acción, métodos y procesos productivos. Otras, más cronológicas, se ocupan de movimientos colectivos o institucionales y biografías de agentes considerados relevantes. Ambos modelos pueden contar con un aporte visual. El concepto de “necesidad”, lo que nos interesa primariamente, es localizable en libros recientes que siguen un modelo editorial menos axiomático, como son: *Conceitos-chave em design* (Coelho 2008) y *Design Dictionary* (Erlhoff & Marshall 2008). Más que proveer definiciones (etimología), estas fuentes sirven para iluminar la variedad de términos presentes en el discurso del diseño bajo la interpretación de diseñadores y especialistas referidos. En la publicación brasileña, el concepto de “necesidad” *en el diseño*, inspirado por Gustavo Amarante Bomfim, es comprendido “como la causa primera de la *función* de los productos, o sea, la esencia que determina y justifica la existencia de determinado grupo de funciones (prácticas, estéticas, simbólicas, entre otras) en objetos de uso”¹ (Coelho 2008: 76-77). Noción muy proxima a la que vimos en Malinowski (2.2). Para apuntar a una arbitrariedad en el uso del concepto de “necesidad”, se añade que, en el discurso del diseño de los años 1960 y 1970, aparecería una categorización de los objetos en dos niveles: los *bienes de primera necesidad* (*necessity good*), relacionados a la supervivencia, y los *superfluos* o *bienes de lujo* (*luxury goods*), que serían demandas *no-esenciales*, aunque deseables. Estas categorías, una vez establecidas, se imponen como prescripción, ya que fijan “la primacía de las funciones practicas sobre las funciones estéticas y simbólicas” (Coelho 2008: 77). Igualmente, en el *Design Dictionary* hay un fuerte cuestionamiento acerca de la posibilidad de jerarquizar las necesidades, ahora, desde la

1 la traducción es nuestra

perspectiva maslowiana, revisada en el capítulo anterior. Por eso, Claudia Herling, la autora que firma la entrada, insiste en la condición social y localizada de las respuestas a necesidades de usuarios. Así, asume como ingenua a la idea de “*universal design*”, por no respetar la pluralidad cultural tanto entre individuos como pueblos (Erlhoff & Marshall 2008: 267-268). Finalmente, hay una toma de posición hacia la importancia de emprender investigaciones acerca “necesidades desatendidas” para el desarrollo social, considerando simultáneamente sus distintos niveles.

Para hablar de la noción de “necesidad” a partir de la teoría social del diseño – en relación directa con el DfN (concepto y evento) – hace falta retomar las voces a las cuales recurren los diseñadores implicados para certificar coherencia en su práctica. Si empezamos a rastrear el recupero posterior, en fuentes como las recién mencionadas (enciclopédicas), aunque gran parte de los acercamientos al DfN aporten intentos de delineación muy borrosos, es posible tejer una trama que amplía nuestro radio de términos y personajes. En particular, un primer inconveniente en el recupero de los relatos se da por una ligera fusión del “movimiento” con la biografía de Victor Papanek, como su precursor deliberado discursivamente (McDermott 2007: 75-7; Fuad-Luke 2009: 94-5). Después, también se encuentra el cruce de posiciones intelectuales, tanto hacia el pasado como hacia el futuro, con el intuito de evidenciar la influencia del “movimiento” en el presente y sus orígenes remotos (Erlhoff & Marshall 2008: 361-2; Julier 1993; Woodham 2004: 118-9). Ambas estrategias podrían señalar la casi *inexistencia* del DfN como formación cultural de asociación consciente, ya que hasta ahora sólo se detecta la construcción de su discurso *a posteriori*. Uno de los indicios está en la afirmación de que el evento Design for Need nombrará estas acciones afines, como inscriptas en la misma orientación propuesta por el evento, a saber, “asuntos sociales y políticos tales como el Tercer Mundo, el ambiente y el diseño para discapacidades” (Julier 1993). Cuanto al aporte que nos proporcionan desde términos relacionados, entre los destacables están: *slow design*, *arts & crafts*, *diseño alternativo*, *tecnología apropiada*, *ergonomía*, *sectores desfavorecidos*, *green design*, *life cycle* y *uso eficiente de recursos*. En lo que se refiere a personajes, son citados: Victor Papanek, Buckminster Fuller, Richard Neutra, Ian L. McHarg y Vance Packard – estos también

vinculados intelectualmente a las críticas de John Ruskin y William Morris acerca la Revolución Industrial. Estas sugerencias permiten que nos movamos en un terreno que convoca un amplio espectro de profesionales, que no se limitan propiamente al diseño, sino que involucra a arquitectos, artesanos, ecologistas, novelistas, críticos y comunicadores sociales.

Cuando los relatos de historia y crítica del diseño que mencionan a algunos los personajes listados, divergen las valoraciones personales de los autores, tanto con entusiasmo (*cf* Bhamra & Lofthouse 2007: 3) como con descrédito (*cf* Bürdek 1994: 112). Ya en los manuales teóricos de la época – por lo menos en los que han sido difundidos en castellano – la presencia del DfN es precaria. Lo que sí podemos localizar, son intentos de *definir el diseño* con base en alguna noción de “necesidad”:

[diseño] proceso de adaptación del entorno objetual a las necesidades físicas y psíquicas de los hombres, de la sociedad. (Löbach [1976]1981: 11)

[diseño industrial] proceso de adaptación de productos de uso de fabricación industrial a las necesidades físicas y psíquicas de los usuarios y grupos de usuarios. (Löbach [1976]1981: 20)

Lo destacable en Löbach es su preocupación en diferenciar las posturas existentes en relación al significado de diseño antes de especificar su propia definición. Su postura diferirá, según él mismo, de las del *usuario*, del *fabricante*, del *crítico marxista* o del *diseñador cogido por intereses empresariales*. Las definiciones que citamos priorizan “abogar” por la gente a través de sus decisiones, lo que silencia la dimensión cultural (o de *fenómeno social total*) del diseño y supone una autonomía del diseñador. Autonomía esta, ya entonces cuestionada por Tomás Maldonado (1977: 14), según quien el trabajo del diseñador siempre estaría restringido a un “sistema de prioridades”, deliberado por los intereses específicos de cada ordenamiento socioeconómico. Si seguimos a Maldonado, no estaría en las manos del diseñador deliberar, sin un cambio radical en la profesión, si su trabajo se orienta a la economía, a la tecnología, o,

como cuestionamos nosotros, a las necesidades. Mientras Lobach es prescriptivo, Maldonado es descriptivo. Estas dos posturas son incorporadas subrepticamente, con distintos objetivos, en la teoría del diseño. Los apartados que siguen basan los análisis subsecuentes, a fin de verificar el ineditismo en la propuesta del DfN frente a manifestaciones anteriores.

3.1 Nociones de “necesidad” anteriores al Design for Need

El objetivo de este apartado es incorporar algunas referencias de reflexiones reformadoras acerca las “necesidades” hacia recomponer el repertorio relacionado al DfN. Nuestras fuentes (Height, Esher, Woodham) apuntan a la era victoriana, en Gran Bretaña, desde la cual podríamos restablecer los enunciados de intelectuales considerados románticos, quienes compartían de ideas análogas a las de la charla que transcribimos a seguir:

[C]arecemos de trabajo sustancial, más que aparatoso en su hacer; y refinado, más que suntuoso en su diseño. Los textiles no deben estar hechos para llamar la atención de una duquesa, deben antes tener un aspecto que *sirva a las necesidades*, y apure el gusto de una campesina. El error preponderante del vestuario inglés, principalmente entre las clases menos abastadas, es una tendencia a la mala calidad y a la exageración, consecuente de la torpe imitación a sus superiores. Debería ser una de las prioridades de todo fabricante producir no solo telas admirables en términos de diseño, sino que también adecuadas al destino cotidiano [...] Si por la miope e imprudente ansia de enriquecer ustedes toman cada capricho de la gente hasta darle forma de demanda momentánea [...] ningún diseño de calidad les será realizable, o perceptible [...] cada demanda que se crea por la novedad estimula en el comprador un hábito de descontentamiento. (Ruskin [1859] 1908: 77-78)

Estas palabras fueron proferidas a estudiantes, en Bradford, por el reformista y crítico del arte John Ruskin (1819-1900). Aunque referido por sus opiniones sobre la calidad estética de ornamentos y los modos de producción industrial, si atentamos al registro de charlas públicas como esta, es notable el desborde de tales límites: Ruskin también critica el sentido común de

la época, la sobrevaloración del producto por encima del productor – en contraste a la gilda medieval autogestionada– y hace hincapié en la frivolidad del consumo burgués. En la misma charla, Ruskin sugiere que “toca al fabricante, en cualquier rubro, decidir se irá [...] transformar sus mercaderías en instrumentos de educación o en trastos del mercado” ([1859] 1908: 78). Según Selle, esta etapa “socio-terapéutica” del diseño, “constituye la primera, después de Henry Cole, en que se forma definitivamente una teoría” ([1973] 1975: 63), ya que es superada la discusión de los aspectos formales de una producción para la educación del gusto popular. A favor del ornamento, Ruskin conserva una visión nostálgica del medievo, lo que dificulta absolver las condiciones de producción industriales y la reproducción de formas geométricas abstractas. Sin embargo, si vamos más a fondo en sus textos, descubrimos que hasta llega a asumir la austeridad estética, pero solo en estaciones ferroviarias. Esa salvedad se daría en nombre de una inversión en lo que, en sus palabras, serían “primeras necesidades”: invertir, por una primacía a la velocidad y a la seguridad, tanto en buenos salarios a los empleados como en materiales resistentes y durables, no nobles. Para él, cualquier intento de incitar a la fruición estética – en un ambiente comercial pensado para el tránsito rápido – sería improductiva y onerosa para los viajeros, además de vulgarizar obras que tendrían más prestigio en un museo. Llama la atención que, por su aversión a las nuevas imposiciones de la sociedad moderna industrial, su concesión se inflama a tal punto que se emparenta a la austeridad estética reclamada más tarde por Horatio Greenough y Adolf Loos.

Nunca hubo algo tan obsceno o incongruente que el más mínimo ornamento en todo lo relacionado a ferrocarriles o sus lindes. Sáquenlos del camino, llévenselos al lugar más feo que puedan encontrar, declárenles lo lamentable que son, y no desembolsen en ellos por nada más que seguridad y rapidez. Ofrezcan generosos salarios a empleados eficientes, generosas retribuciones a buenos fabricantes, generosos pagos a trabajadores hábiles; permitan que el hierro sea resistente, y los ladrillos firmes, y los vagones fuertes. (Ruskin 1849: 100)

Es evidente que la excepción de Ruskin reviste irónicamente su enojo y lo transforma en una

reflexión mas bien racional que romántica, aunque antimoderna. Igual que los franceses Émile Zola o Charles Baudelaire, Ruskin se opuso intelectualmente al progreso moderno y al empobrecimiento económico y cultural en Inglaterra, lo cual asocia a la industrialización. Si bien no ha experimentado directamente las condiciones de trabajo de los obreros (como si lo ha hecho Zola), impartió clases en la institución de nivel superior, creada por él mismo, para la formación intelectual de trabajadores manuales. Es interesante como la participación y la popularidad de Ruskin en la vida victoriana es constante en todos los sectores sociales. Conservador, como la burguesía de la época, Ruskin pretendía una reforma social desde el arte y la artesanía como imperativo moral y religioso, proyecto que parcialmente se lleva a cabo más tarde, de la mano de William Morris, así como de estadistas imbuidos por su reflexión. Es importante remarcar que, mientras en Ruskin había una motivación abstracta, si se quiere, metafísica, de un universal de belleza y valor, en Morris, es el socialismo, o la idea que tenía de socialismo, lo que conforma una noción de “necesidad” encarnada en el arte (*cf.* Williams 1958: 134). Una comparación frutífera a la forma victoriana reformista puede ser encontrada en la vanguardia soviética de inicios de siglo XX, particularmente en Vladimir Tatlin, cuyas concepciones teóricas Selle caracteriza como “una de las fuentes más importantes de ideas esteticosociales, después de Ruskin, Morris y el Stijl” ([1973] 1975: 120). Tatlin veía el camino del arte en otros términos, hermanado a la producción industrial. La idea de un “arte de producción” (Julier 1993), compartía con el Stijl la esperanza de que una *nueva estética técnica* podría traer consigo una nueva configuración de la sociedad: una revolución masiva y mecánica. En un relato retrospectivo el mismo Tatlin se presenta como un diciente del arte abstracto de su tiempo:

[...] los “constructivistas” no se preocupaban por las relaciones orgánicas entre el material y su composición. Pero, sin la dinámica de esta relación no puede crearse una forma de necesidad vital. No es extraño pues que los “constructivistas” acabaran convirtiéndose en decoradores o se limitaran al diseño gráfico. En el terreno de los muebles, así como de otros objetos de uso, nuestra actividad se halla todavía en etapa joven. La creación de instalaciones culturales nuevas, imprescindibles por otra parte,

para nuestra vida cotidiana, y en los que las masas trabajadoras puedan servir, pensar y desarrollarse, exige del artista no solo una sensibilidad por lo exteriormente decorativo, sino – sobre todo – una sensibilidad para los objetos que se adecuen a la existencia moderna y su dialéctica. (Tatlin 1932 *apud* Selle [1973] 1975: 122)

Aunque el éxito de un proyecto de transformación social no se limite a la aceptación hegemónica, Tatlin tuvo inicialmente el apoyo del poder estatal, pero no tuvo influencia en la industria. Ese tipo de apoyo también faltaría al proyecto de Hannes Meyer, en la Bauhaus de Dessau (1928-1930), para posibilitar su seguimiento. Tachado de comunista, Meyer demostraba su contrariedad al lujo y a la *necesidad formal* – en el sentido que vimos en Lessa (véase 2.3) – impuesta por la producción de la misma institución, lo que le parecía obstaculizar cualquier avance en el diseño.

¿Y qué es lo que me encontré en el momento de mi nombramiento? Una Bauhaus, cuya fama era mayor que su eficacia y con la que se ganaba una publicidad sin igual. Una escuela superior de diseño en la que cada taza de té se convertí en una figura problemático-constructivista. Una “catedral del socialismo” en la que se practicaba un culto medieval de los revolucionarios del arte de la preguerra, bajo la asistencia de cierta juventud que se arrimaba a las izquierdas, sin perder por ello la esperanza de ser consagrado en aquellos mismos altares.

(Meyer 1930 *apud* Selle [1973] 1975: 125)

En otros texto (1928 y 1929), Meyer prescribe que durante su dirección, la Bauhaus no debería ser un fenómeno artístico (de lo compositivo, emocional y estético), sino que “social”. Lo que hace efectivamente es defender la atención a las “necesidades vitales”, “del cuerpo y de la mente”, pero no sin intentar cientifizarlas con un estudio sistematizado de las mismas. Relacionado a la construcción de viviendas, mediada por materiales y un equipo de especialistas además del arquitecto, Meyer desarrolla una lista de justificativas “biológicas” a ser tenidas en cuenta. Son estas: (i.) vida sexual, (ii.) hábitos de sueño, (iii.) mascotas, (iv.)

jardinería, (v.) higiene personal, (vi) protección contra el clima, (vii) higiene doméstica, (viii) mantenimiento del auto, (ix) cocinar, (x.) calefacción, (xi.) exposición al sol, y (xii.) servicios. Este sistema de prioridades objetiva aportar un diagrama funcional por cada uno de los ocupantes de una casa desde la observación de su rutina, así como atender a las adaptaciones constructivas impuesta por condicionantes del ambiente. Aunque el sistema apunte a una construcción de formas internacionales (adaptable a distintas condiciones, en contraposición a la composición estilística), la necesidad de vivienda, así desmenuzada a modo de método, ya revela muchísimo de los hábitos domésticos de una determinada región. Si la observación de moradores fuera hecha en otro país, o en otra época, esas *funciones* de la vivienda posiblemente serían distintas. Basado en la realidad de los vecinos en Dessau, el listado evidencia también, en la terminología de Malinowski, algunas necesidades *derivadas* (caso vii y viii) por la posesión de bienes que, se supone, suplirían otras necesidades, seguramente no universales. Así, en el intento de objetivización de Meyer, no se puede precisar cuanto hay de descripción, prescripción, o *desideratum*, ya que el listado incluye, desde su parecer intencionado, las necesidades convenientes para una realidad idealizada de orden y satisfacción conectados a la existencia humana.

3.3 Necesidades y roles inventados

Sería una redundancia pensar en un concepto como el DfN si no fueran desarrolladas previamente diversas prácticas de diseño que legitiman su contrario. Tras la segunda guerra, en los países de economías centrales el espíritu reformista del diseño estuvo silenciado por preocupaciones estilísticas y por años de prosperidad económica en la reconversión de la industria bélica y aeroespacial a la de bienes de consumo. En fines de los años 1960, después de defender su tesis de doctorado sobre “el sistema de los objetos”, Jean Baudrillard escribe un artículo acerca de la “necesidad” como discurso ideológico. Desde esta perspectiva, el orden de prioridad de las necesidades estaría controlado por el *sistema productivo*, luego, para el bien de su continua manutención, no existiría ningún objetivo de satisfacer definitivamente cualquier necesidad. Estas reflexiones se publican primeramente en el ámbito académico francés y luego se difunden a través de reproducciones entre estudiantes, hasta

volver a ser publicadas, en 1972, junto a otros trabajos, en el libro *Crítica de la economía política del signo*. En la misma época, tanto en los países de lengua inglesa como en los iberoamericanos, recién se ha podido acceder a traducciones de escritos de la Escuela de Frankfurt, y luego a posteriores herederos del pensamiento de Marx, influenciados por Horkheimer y Adorno. Relacionados al diseño, podemos señalar críticos que guardan esa herencia, como Gert Selle, Wolfgang Fritz Haug, y los egresados de Ulm, Thomas Kuby y Michael Klar (Bürdek 1994: 172). El escenario sincrónico a tales críticas – si no fundado por ellas – es el de la crisis de la “buena forma”, que más que representar una estética específica, ha acomunado todo un repertorio del diseño legitimado. Esta legitimación estaría dada por las manifestaciones del mercado, en la publicidad y en la divulgación del diseño como *bien cultural*, en contraposición al *kitsch*, propio del diseño de bienes de consumo. Según Selle, la buena forma, convertida en signo de cualidad formativa, estaría revestida de una valoración espiritual y cultural: un *valor de uso* justificado por la de erudición elitista. Este valor, en el discurso de venta, se habría proclamado como responsabilidad *social* de empresas (ej. Olivetti), así, “el empleo de medios lingüísticos en los productos como garantía o prueba de un estatus social – lo que engendra una especie de mérito en el consumo – descarta los últimos residuos de la utopía que se albergaba en el diseño, una utopía que otrora era vigente para todos” (Selle [1973] 1975: 146).

Si la buena forma es clasista, es decir, no “sirve a las masas”, no prioriza a los intereses o necesidades del usuario y tampoco lleva a cualquier emancipación, ya que “crea lo contrario de una satisfacción cultural de las necesidades” (Selle *idem*) en su ausencia de moralidad o valor cultural. Eso revela un nuevo perfil de diseñador que aboga por una práctica presuntamente realista, diferente de los académicos que reivindican a Ruskin, Tatlin o Meyer. Este nuevo perfil, en el parecer de Maldonado es mas bien necio que realista.

Efectivamente, no hay forma más típica de comportamiento alienado que la del proyectista que proyecta sin creer ni en la necesidad ni en la utilidad de su tarea, que actúa sin convicción alguna, sólo como respuesta rutinaria a las exigencias igualmente rutinarias de un determinado encargo. En suma: un proyectista desprovisto de motivos,

o lo que es peor aún, de deseos. (Maldonado [1971] 1972: 25-26)

El discurso proyectual, como proyecto moderno, se debilita con la variedad de presupuestos teleológicos encarnados en los productos inmersos en la cultura del consumo. Mientras en el discurso proyectual las “necesidades” delimitan un ideal emancipador – la producción orientada al uso – en la práctica los mismos productos se independizan de cualquier intención proyectual y pueden atender cualquier otra necesidad. Pareciera que los distintos usos del significante “necesidad” conllevan modelos específicos de diseño. Estos modelos de objetos (y objetivos) encuentran en la noción de “necesidad” la justificativa social de su existencia, luego, la “necesidad” de seguir diseñando.

Como respuesta a las contradicciones del sistema de producción y consumo elitario, Selle reivindica “una radical politización de la teoría del diseño, cuyos trazos están históricamente dados” ([1973] 1975: 201). Para el autor, “el diseño dominante reproduce la dominación” ([1973] 1975: 202), independiente del sistema económico en que se inserte, lo que va de la mano con las reflexiones de Victor Papanek y su “diseño alternativo”, como veremos a seguir. En ese sentido, Selle discorda, por ejemplo, de la solución de Bonsiepe, en inicios de los años 1970, de diseñar en las “libertades intersticiales” existentes en el sistema hegemónico, ya que justamente no altera el sistema. En definitiva, esta solución se limitaría a una actividad asumidamente “paliativa”, sin negar las condiciones sociales desde las cuales se proyecta. Orientación que Selle compara al pensamiento de Buckminster Fuller, más creyente en la transformación del ambiente artificial, anticipador y creador de demandas futuras, que en una transformación de los hombres, como “correctivo social”. En la producción enmarcada por el concepto de DfN, a su vez, además de la búsqueda por un “diseño alternativo”, que se diferencie en sus procesos de *producción y significación*, también se vislumbra un corrimiento institucional. Es llamativa la apertura al “valor de uso” y a las “necesidades sociales” en los proyectos que renuncian al espacio empresarial como espacio natural del diseño, y se dislocan hacia instituciones *intermedias y gubernamentales* (Williams [1981] 1994: 51). Pero tampoco este cambio de “patrono” por si solo garantiza nuevas prácticas proyectuales, por lo menos no con el perfil libertario y contra-hegemónico reivindicado por Selle.

4. Análisis

Del recuento del *Design for need*

Como registro más consistente de lo que puede haber sido el DfN, uno de los escasos recursos accesibles es el libro de actas del evento, distribuido por el ICSID al año siguiente. Intitulado como *Design for need: the social contribution of design* (Bicknell & Mcquiston 1977), el libro documenta apenas parcialmente las propuestas recibidas. De todos los trabajos presentados, alrededor de un centenar, entre ponencias y muestras expositivas, apenas una quinta parte fue finalmente editada, con primacía a ponencias. Desde relatos posteriores se percibe que la exposición, abierta después del simposio, ha sido una oportunidad de presenciar y analizar algunos proyectos finalizados, ya comentados en las ponencias, así como un espacio oficial para divulgar proyectos autónomos, en busca de financiación. De acuerdo con los editores, la presentación reducida de las actas fue un intento de evitar la redundancia y producir un material de fácil acceso a lectura, además de económico. Cuanto a la convocatoria, Frank Height, miembro docente de la comisión organizadora, revela – en el prefacio – una inquietud general con la falta de oportunidades “socialmente útiles” entre diseñadores e ingenieros, así como con la negligencia de tales profesionales. Su enunciado es abiertamente fundado en una concepción del diseño como “elemento condicionante y reformista en la sociedad” (Height 1977: 3), para él, establecido en William Morris y Bauhaus. La idea de ese tipo de oportunidades reivindicadas tendría que ver con una polaridad presente en el discurso de la época. Por una lado, con la difusión de la finitud de los recursos naturales, los diseñadores tenían que sumar este dato en sus requisitos de proyecto. Por otro lado, una marea de críticas a los objetos y al consumo retaban a los diseñadores a enfrentarse con dificultades cotidianas impuestas por el mismo ambiente artificial diseñado en contextos de abundancia.

En el marco del evento, se propuso una clasificación didáctica para análisis de las propuestas presentadas, con el intuito de también facilitar antecedentes para futuras

investigaciones orientadas a un *diseño para la necesidad*. Sin embargo, el archivista del RCA, Neil Parkinson relata que no existen registros de tales análisis en la institución. La clasificación distinguiría cuatro campos de acción: (i.) recursos, (ii.) ambiente, (iii.) asistencia y (iv.) desarrollo (Height 1977: 4). Acá, ya podemos visualizar cuales nociones temáticas de “necesidad” el evento convoca (aunque no abarque la variedad de lo que en efectivo va ser expuesto por los ponentes). Fundamentalmente, hay un tono de urgencia por sanear la vida de cada más gente. El anclaje con el diseño se da en la preocupación por el ciclo de vida de los productos y en las posibles limitaciones enfrentadas – sean físicas, mentales o económicas – en la interacción con el entorno. En la práctica esta clasificación servía a la dinámica del evento para dividir por afinidad las ponencias y grupos de trabajo, transcurridos siempre en paralelo, en cuatro ambientes del RCA. Las formas de actuar como diseñadores en estos campos de acción invocaban a cuatro aproximaciones delimitadas también en la convocatoria:

1. El diseño de productos y sistemas.
2. Estudios sobre la modificación de productos o sistemas existentes.
3. Diseño Gráfico y Comunicación – incluyendo cine, televisión y fotografía.
4. Estudios teóricos y analíticos.

La generalidad de estas aproximaciones ha generado ponencias inflamadas sin conformar un grupo unísono de voces. La convocatoria relativamente indicaba los tipos de trabajos, pero no los contextos y metodología, y hasta para los organizadores era difícil imaginar el carácter del evento ante la variedad de propuestas posibles.

Yo considero que la necesidad deriva de la responsabilidad [...] Somos responsables por nosotros, y a veces por otras personas.

La responsabilidad más básica es con nosotros mismos, para la manutención de nuestro bienestar. Debemos mantenernos nutridos, limpios, abrigados y vestidos de forma aceptable, en contacto con nuestro entorno.

[...] Deficiente [*handicap*] es la interacción fallida entre usuarios y ambientes.

[...] Si reducimos la necesidad de adaptación de los usuarios, promoviendo ambientes compatibles a las habilidades de toda la población, inmediatamente quitamos la barrera entre responsabilidad y satisfacción. (Mitchell 1977: 68-69)

Es interesante, y triste a la vez, que nunca haya ocurrido una conferencia en este país llamada “Art for Need”. El interrogante, “¿hay necesidad de arte?” no podría ni siquiera ser aplicado dando el mismo sentido a la palabra “necesidad”. Supongo que exprese “diseñar para suplir necesidades”, en oposición a “diseñar para crear necesidades”.

[...] El “tercer mundo” ha demostrado, con los ejemplos de Cuba, Chile y Angola, que en sus contextos el arte es visto como la vanguardia del pensamiento progresista, como un medio de concientización, necesario para alcanzar la autodeterminación.

[...] El hecho de que arte y diseño sean vistos como divorciados de los medios de producción luce el tipo de alienación occidental que aísla a la expresión artística, en galerías comerciales, teatros y salas de concierto, y al diseño, en elegantes oficinas de dibujo – forjando ambos socialmente impotentes. (Braden 1977: 78-80)

Fatalmente, el Design for Need se enfrenta a la política. No es apenas otro encargo que uno realiza como diseñador; vos no podés invertir siete horas de tu jornada laboral diseñando para antojos (*wants*) y una hora más diseñando para la necesidad. [...] El Design for Need debe posicionarse políticamente al lado del pobre y del desfavorecido, de lo contrario fracasará. (Kuby 1977: 37)

La búsqueda de “necesidades” que validen las propias acciones abarca, desde el Deshanagari, alfabeto fonético alternativo, para unificar la comunicación entre los idiomas de India (Joshi 1977: 42-50), hasta estructuras para la explotación de petróleo, sin causar daños a comunidades escocesas de pescadores (Boylan et al 1977: 81-82). Si los rubros eran diversos, cuando se acercaban, las aproximaciones metodológicas tampoco tenían una uniformidad,

principalmente en lo que se refiere a la intrincada discusión sobre los medios de producción en el diseño. Mientras Mitchell (1977: 68-70) hablaba de ambientes universales, para “toda la población”, Hawkins (1977: 114-117) apuntaba a algo extremadamente específico, para un cliente único, con limitaciones físicas. Un dato llamativo, es que el evento fue originalmente pensado bajo otros nombres, como “Design Action” y “Design for Survival”, lo que podría haber inclinado las ponencias a otra dirección, tal vez menos vaga, hasta otro tipo de público y tono. Aparentemente, la simple elección del nombre del evento tuvo esta capacidad de hacer reflexionar acerca cuáles serían específicamente las “necesidades” suplidas desde el diseño, y, a la vez, ha ampliado *ad infinitum* las posibilidades de interpretaciones y apropiaciones. Peter Lloyd Jones, en una comunicación para la radio BBC de Londres, tuvo la oportunidad de hablar para una audiencia más amplia sobre el tema, transmitido en directo, en sincronía con el evento. En esa ocasión él se pregunta sobre el vacío conceptual del diseño de la época, y la búsqueda, sin mucho criterio, por algo en que creer. En su juicio, la belleza, elemento fundamental para el diseño, estaba siendo relegada con los diseños de impronta política.

Otro registro más informal del evento es la revista *Ark* (1976: 79-96), editada por estudiantes del RCA, entre ellos, Liz McQuiston, quien también comparte la edición del libro de actas y participa del grupo de realización del evento. Posterior al evento, a través de la revista, no sólo docentes y el rector, pero también los mismos estudiantes que han ayudado en la divulgación y montaje expositivo, dan sus pareceres acerca la repercusión percibida. Esta referencia parece pasar por alto en los análisis acerca la existencia de un “movimiento” integrado en el DfN, ya que los entrevistados dejan bastante claro lo inestable e improvisado de los procesos que llevan a la existencia del evento. Un dato señalado en general fue la incipiente adhesión de los estudiantes del RCA al evento, lo cual tiene sus justificativas oscilantes entre (i.) una escasa campaña de divulgación, (ii.) el elevado precio de suscripción, y (iii.) el desinterés juvenil por el tema, que podría parecer “pasado de moda” o simplemente no figurar entre sus prioridades, ya que el RCA dictaba diversos tipos de formaciones de arte y diseño. Esta baja adhesión estudiantil, según el rector de la época, Lord Esher, avala el criticado comportamiento de la institución, que en detrimento de “problemas fundamentales del mundo”, se habría volcada a “aspectos superficiales de la vida” – un comportamiento que

a su vez no se limitaba al RCA, sino que correspondía a un perfil individualista perceptible en la sociedad en general. Independientemente, a los ojos de Esher, pareciera importante una toma de posición oficial por parte de la universidad. Así, llevar adelante el evento, aunque sin esa tradición o apoyo masivo dicente, significaría demostrar la “responsabilidad social” del RCA ante el mundo (*Ark* 1976: 94-95). Su ambición apuntaba a un protagonismo de la universidad pública, y luego de su país, en la desmistificación del diseño profesional, o en sus palabras, “el diseñador descalzo, un trabajador como cualquiera, sin pretensiones de clase media, mas con un papel tan central como el del lechero” (Esher, 1977: 135), lo que imagina ser posible con la inserción del diseño en la educación básica. Esta ambición deviene del “sueño medieval”, que según Esher se asomaba nuevamente frente a la evidencia de que los especialistas no estarían tan seguros en sus prescripciones de modos de vidas para los demás.

Vale la pena recordar que el RCA es una institución británica de enseñanza pública que tiene su origen, en 1837, como una de las Government Schools of Design, espacio dónde se oficializa la calificación técnica y estética para la industria creciente. Queda evidente que en ese contexto, los intereses industriales eran también intereses públicos – no solo privados – por eso el interés estatal en promover la educación “artística”: competir frente a productos de otras naciones. En el 2012, por ocasión de los 175 años del RCA, el rector Paul Thompson, en entrevista a Gina Lovett (en línea), hizo mención al evento que venimos comentando, el Design for Need. De acuerdo con Thompson, tal evento estuvo en sintonía con la inclinación social (y patriótica) del recién jubilado ex-presidente del ICSID (1958-1961), entonces *Sir*, Misha Black, quien habría inspirado a los organizadores. Thompson añade que la presencia de Papanek, por ejemplo, se oponía en gran medida, desde la práctica, a los diseños desarrollados en el RCA, lo que ha convertido el evento en un punto de inflexión hacia el diseño *centrado en lo humano*, discurso tan presente en las carreras actuales, aunque no siempre homogéneo.

La gestación del evento ha durado cerca de seis años. Según cuentan los docentes Christopher Cornford y Frank Height a la revista *Ark* (1976: 93-94), a principio estuvo previsto para acontecer en 1974, pero no se dieron las condiciones. Desde fines de los años 1960 la visión de prosperidad económica ya no correspondía a los discursos vigentes y la academia parecía desfasada en relación a las demandas sociales. Aunque, en la industria,

hubiese gran oferta de nuevos materiales, tras la difundida “crisis energética” en los países centrales – dependientes del petróleo del Medio Oriente en guerra – la escasez de los recursos naturales ha marcado un importante espacio en el imaginario sociocultural de la época. Libros como *Silent Spring*, de Rachel Carson (1962), compujan ese escenario comunicacional, por veces apocalíptico, que planteaba la importancia de la preservación. Más tarde, indemne a las manifestaciones populares por el desarme nuclear, la construcción de centrales nucleares para la producción de energía ha motivado la proliferación de ONGs como Friends of the Earth, en los EEUU (1969) y Greenpeace, en el Canadá (1971). Compromisos internacionales, como la redacción de la *Declaración de Estocolmo* (1972), en la primera conferencia de la ONU dedicada al “medio humano”, echan luz a los contrastes entre pobreza y desarrollo tecnológico y lanzan el reto a los países industrializados para que reduzca la distancia socioeconómica que los separa de los países “en desarrollo”.

Particularmente, en el repertorio del diseñador europeo, el pensador austríaco Ivan Illich aparece como una referencia recurrente, visible en los textos de participantes del evento del RCA en 1976. Igualmente, una variedad de manifestaciones parece apuntar a una búsqueda por reorientar la práctica profesional en un sentido “socioterapéutico”, y anticlasista, entre ellas se puede destacar: (i.) la colaboración entre Unesco y ICSID (1963); (ii) la publicación del “First Things First Manifesto” en el periódico británico *The Guardian* (1964); (iii.) las discusiones sobre el tema “Necesidad” en el Helsinki Design Lab (1968) en la capital finlandesa (con las presencias de Fuller, Papanek, Kaj Franck y del ambientalista Hans Palmstierna); (iv.) los eventos *Design, Society and the Future* (ICSID, 1969) y *Design Participation* (1971) en Gran Bretaña; (v.) la publicación del libro *Small is Beautiful*, del economista E. F. Schumacher (1973), que aboga por el recupero preindustrial de la escala humana en el desarrollo de “tecnologías intermediarias”, recursos energéticos y procesos de trabajo; (vi) Las experiencias de diseñadores europeos fuera de los países centrales, con tecnologías endógenas y accesibles (*cf.* Coelho 2008: 112).

En el RCA, la conformación de la sociedad SANE (Society for the Advancement of Natural Environment) es reconocida como un embrión del DfN. En la práctica, este era un espacio académico de discusión, para comenzar a plantear cuestionamientos entre docentes y

estudiantes, acerca temas ambientales (*Ark 1977: 93*). Entretanto, no había una experiencia empírica desde lo proyectual ligada a la sociedad. Paralelamente, en la escuela de ingeniería, ya se estaban desarrollando proyectos de “tecnología intermedia” en un programa orientado a soluciones para el “tercer mundo”. Debido a la falta de propósitos claros, luego el grupo de SANE se disolvió, pero los temas de discusión fueron incorporados al programa de los cursos.

Finalmente, el evento compuesto por un simposio de cuatro días, una exposición de “diseños para la necesidad” y una muestra de fotografías, se llevó a cabo en la primavera británica de 1976. El establecimiento de las condiciones para su realización puede ser reconstruido por una serie de factores, entre ellos: (i.) la preexistencia internacional de diversos proyectos de diseñadores relacionados a la temática propuesta; (ii.) el apoyo institucional y financiero, del ICSID, del Icograda, de la Royal Society of Arts, del Design Council, de la Design and Industries Association y de la Society of Industrial Artists and Designers; (iii.) la parceria con UNESCO, que ha facilitado en contacto con diseñadores que trabajaban para el “tercer mundo”; (iv.) el auspicio de organizaciones financieras, fundaciones del ámbito de la salud y empresas como Unilever, Olivetti, Dunhill y Letraset; además de (v.) la dedicación de docentes y de un pequeño grupo de estudiantes – a quienes el auspicio de Letraset no ha ahorrado el constringimiento de que les faltaran letras para exhibir los nombres de los mismos auspiciantes del RCA. Aunque la exposición se haya organizado casi a ciegas, ya que cada trabajo inscripto sólo era conocido por los mismos organizadores en las vésperas, cuando recibidos, hubo una variedad de proyectos iexpuestos relacionados a los recursos naturales, la ergonomía y la asistencia a países periféricos, y a modos no hegemónicos de diseñar, más abiertos.

4.1 Necesidades periféricas y problemas de la gente - 1977

Si tomamos como referencia el cronograma del simposio Design for Need, en el 12 de abril de 1976, a la mañana, Gui Bonsiepe se presentaba en la sesión plenaria que daba inicio al evento. Anterior a él, hablaban los *Sirs* Misha Black y Brian Flowers, a modo de bienvenida. Luego, seguían a Bonsiepe las palabras de Christopher Cornford y Frank Height. Esta sesión, diferente de las que se darían a la tarde, no estaba sellada dentro de la clasificación propuesta

por el evento, ya que se componía, con la salvedad de Bonsiepe, por representantes de la comisión organizadora. “*Precariousness and ambiguity: industrial design in dependent countries*” es el título de la ponencia del invitado, lo que nos lleva a enmarcarla en el mismo campo de acción en que estuvo clasificada la ponencia de Victor Papanek: “desarrollo”. En la tercera mañana del simposio, y sincrónico a otras seis otras ponencias, Papanek, como pocos privilegiados, tenía prevista más de una hora para su participación. Desafortunadamente, la precariedad de la edición de las actas dificulta la reconstrucción de su aporte, ya que el ponente habló de improviso, con base en imágenes de trabajos de estudiantes y suyos, desarrollados en el Reino Unido y en Dinamarca. Bajo el título “*Twelve methodologies for design – Because people count*”, Papanek ha ejemplificado distintas metodologías de diseño a partir de tales imágenes, pero que no están presentes en el libro. Para su registro, la ponencia fue grabada, transcrita y editada, reducida a ocho páginas.

En la ponencia de Bonsiepe para el simposio Design for Need rastreamos una serie de usos para el significante “necesidad”, son ellos: “n. básicas”, “n. de las clases de altos ingresos”, “n. de la masa”, “n. de las personas desprivilegiadas”, “n. de los países dependientes” y “n. locales”. En su aplicación, plantea lo particular de las “necesidades”. Para Bonsiepe las “necesidades locales” deben moldear la “tecnología apropiada” al clima, a las costumbres y a los recursos disponibles (humanos, energéticos, financieros). Este énfasis se da en un contexto de los “países dependientes”, expresión realista que Bonsiepe emplea para esquivar la idea, vista como falsa, de que los países de economía periférica realmente estarían “en desarrollo”, o sea, que dejarían de servir de base económica y productiva a los “países desarrollados” para igualarse a ellos. El énfasis en la localización en el aporte de Bonsiepe, más que un simple recorte geográfico, es una prescripción de la importancia de la independización del diseño periférico ante los modelos concebidos en los países centrales. Una posición antipaternalista, contra el posible asistencialismo de la transferencia tecnológica centro-periferia.

En contradicción al juicio de Selle, quien acerca Bonsiepe a Fuller por su búsqueda por cambiar la sociedad a través de los *objetos*, Bonsiepe enuncia una mayor atención a los *objetivos* del diseño, análogo a los parámetros explicitados por Lessa cuanto a la contribución

social del diseñador (véase 2.3). En sus palabras:

Las revoluciones, definitivamente, no son alcanzadas a través de objetos, y menos todavía por objetos “diseñados”. Sin embargo, existen opciones en la política de principios del diseño industrial que ofrecen una variedad de objetivos a los cuales la práctica del diseño puede orientarse. En la formulación y expresión precisa de estos objetivos es posible detectar cual práctica del diseño resalta y aumenta el subdesarrollo y la dependencia, así como cual los reduce. Cualquiera sea la orientación de la profesión del diseño, esta es inevitablemente progresiva o regresiva, promotora o impeditora de la justicia social. (Bonsiepe 1977: 13) [La traducción es nuestra]

La noción de “necesidades básicas” en Bonsiepe ayuda a entender que no hay nada de anticipatorio en su discurso, como sí había en Fuller, quien creía en la creación de nuevos paradigmas como modo de evidenciar lo obsoleto de lo ya existente. Bonsiepe, a su vez, explicita estas “necesidades” con referencias objetivas a la supervivencia presente – *nutricción* – pero, principalmente, desde una aproximación a la infraestructura urbana – *saneamiento, transporte, salud, comunicación y producción*. En ese sentido, es un moderno al modo de Meyer, lo que se evidencia es el cambio de contexto, ya que las “necesidades locales” se expresan en objetivos muy generales, tan universalizantes como las justificativas de Meyer para la construcción “universal” de la vivienda. Lo que sí se percibe, es una preocupación por respuestas locales a problemas generales, identificados y asumidos desde una perspectiva progresista de planificación social.

En la ponencia de Papanek, la noción de “necesidad” no está tanto en el uso del mismo significante, sino que en algunas otras expresiones y afirmaciones, como “problemas de la gente” o “*people-problems*” (1977: 119). Según él, la preocupación holística del diseñador con los diversos factores del proyecto, así como el compromiso con un diseño terapéutico y no elitista, estaría más allá de la cuestión “centro-periferia”. Con eso también desacredita la idea de “fuerzas sociales” determinantes sobre el diseño, como lo había afirmado Thomas Kuby (1977: 33-38) desde aquel mismo lugar, dos días antes. Eso porque,

en su juicio, el diseño estaría rutinariamente implicado en las más diversas dinámicas sociales: “capitalista, social-imperiaista, economía mista, comunista, socialista, comunidades disidentes, trastornados [sic], entre otros” (Papanek 1977: 119). En lugar de volver a pensar en terminos de “diseño alternativo”, su interés del momento estaría en los “problemas de la gente”. El “diseño alternativo”, acapararia, en Dinamarca, Filandia y Suecia, las propuesta de los años 1960 para el diseño orientado a los países “en desarrollo”, a los discapacitados, a la niñez y a la vejez, en los cuales él mismo estuvo fuertemente implicado. Pero, en su juicio, la amplia difusión de estas prácticas específicas las habrían convertido en victimización y explotación para experimentos de misiones voluntárias. Uno de los síntomas sería la selección irresponsable del beneficiario, con criterios como el confort climático o las condiciones de la estadía del diseñador.

Las “doce metodologías” propuestas por Papanek en el RCA eran mas bien imperativos: (i.) reconecte, (ii.) expanda, (iii.) redefina, (iv.) simplifique, (v.) humanize, (vi) demuestre, (vii.) decentralice, (viii) posibilite, (ix.) intervención mínima, (x.) ajuste, (xi.) “alternative”, (xii) devolución. Aunque dos de los ítems hayan sido obviados en la edición de las actas (ix., x.), se entiende el tipo de abordaje que cruza todas las propuestas, siempre prescriptivas:

El diseño debería ser una actividad colectiva, prospera y multidisciplinar, que incluya trabajadores y usuarios. El diseño debe interesarse por la estabilidad social, política, ecologica, ambiental y por las consecuencias de su intervención en los recursos. El diseño no debería ser ni elitista, ni aterapeutico, una vez que estejan implicados diseñadores, ya que muchos diseñadores inclinanse a diseñar para si mismo. (Papanek 1977: 119)

A grandes rasgos, existe una pre-elección de temas y situaciones “dignas” que aparecen a la vez en los ejemplos propuestos. Una es la elección del marco institucional y patronal de trabajo. Papanek prescribe y describe, por ejemplo, el trabajo del diseñador en sindicatos, en contacto directo con los problemas de trabajadores industriales, con el objetivo de mejorar sus

condiciones de trabajo. Sobre procesos de producción, defiende el trabajo en pequeña escala, no alienante, que también presume la toma de decisiones y la reutilización de materiales en lugar de la fabricación de nuevas piezas. Explicado en comentarios como “el vehículo no está hecho en una fábrica (lo que es para mí su aspecto relevante). Está hecho en pequeños talleres de bicicleta [...] con partes usadas – de camiones, bicicletas, cajas de velocidades, y lo que se tenga a disposición ” (*ibidem*: 122).

Esta predilección de Papanek le ha generado algunos contratiempos entre sus pares. Considerado *persona non grata* en una entidad de clase del diseño estadounidense, debido a las críticas al funcionalismo, a la HfG de Ulm y al *styling*, retrospectivamente, su trabajo es descrito por Bernhard Bürdek con cualquier desprecio. Lo expone así:

En California se pusieron en práctica modos alternativos de vida y de trabajo; en este contexto se han de interpretar los estudios del austriaco, residente en los Estados Unidos, Victor Papanek (1972, 1977) que abogaba por un abandono de la fabricación en serie. No obstante, sus propuestas para el diseño en el tercer mundo estaban teñidas de una ingenuidad propia del aficionado (Bürdek 1994: 112)

Lejos de ser un aficionado, Papanek se graduó en arquitectura y diseño en la Cooper Union de Nueva York y cursó estudios de postgrado en el Massachusetts Institute of Technology (MIT). Posiblemente las palabras de Bürdek no devienen del desconocimiento de la trayectoria de Papanek, sino del desprecio por su intransigencia en generar formas y procesos intencionadamente no hegemónicos. En 1973, es Bonsiepe quien va a cuestionar a Papanek. Veámoslo más de cerca.

4.2 El profesional y el aficionado - 1973

La popularización del trabajo de Victor Papanek se dio, no solo con la publicación del libro *Design for the real world* (1971), lanzado primeramente en sueco (1970), pero también con una serie de repercusiones desencadenadas en relación al diseño hegemónico. Los entusiastas de Papanek recalcan en que al año 1985 el libro ya tendría traducciones en 20 idiomas. Esta consideración preliminar, aunque anecdótica, no se trata de una digresión, ya que anticipa

algunas informaciones que quedan afuera de nuestro recorte temporal. En el año de 1973, Bonsiepe escribe una crítica sobre el libro de Papanek en la revista alemana *Form*. En el mismo año, se publica también una traducción de la crítica en la revista argentina *Summa*, con el título “Piruetas del neocolonialismo”. El texto está dividido en cuatro partes, y su primer titular es tajante: “Fraseología radical de un conservador” (1973: 69). Bonsiepe se refiere a Papanek. Aunque, para él, muchos de los temas atacados por Papanek en *Design for the real world* fuesen pertinentes, no hay conciliación en la manera en que ambos se acercan al diseño y generan propuestas.

En tanto el “diseño” es elevado a la “fuerza de cuño primario de la vida” y, además, entrelazado al concepto de “orden” – uno de los conceptos básicos de la estética conservadora y cosmológica – en lugar de recurrir al concepto en necesidad, de inspiración antropológica, saturado de significación revolucionaria, Papanek se cierra la posibilidad de formular una ética del diseño basada en presupuestos políticos y orientada hacia adelante. Esta postura de fondo conservador – indudablemente con una fachada moderna y bastante radical – se revela en varios fragmentos del libro. (Bonsiepe 1973: 69)

Con base en la interpretación de Bonsiepe, Papanek casi se igualaría a Ruskin perdido en el siglo XX, con concepciones anticuadas y conflictivas entre sí. A lo largo del libro, y en una infografía en su cierre, Papanek demuestra, no sin ironía, la diferencia entre necesidades verdaderas y falsas, lo que para Bonsiepe recae en una intención disidente. Sobre eso, señala que Papanek no cataloga como “necesidad verdadera” a los objetos de consumo individual, sino los de uso compartido, en una alternativa de absolución moral frente a los intereses del capital.

[N]o puede olvidarse el hecho de que el capitalismo satisface una necesidad solo cuando esa contiene un potencial de mercado. En última instancia, contra las actuales relaciones de producción estrellan las acciones de buena voluntad. Aun cuando la

actividad de los grupos de diseño pudiese desplazarse drásticamente y sin obstáculos hacia proyectos de interés social, los resultados del trabajo quedarían apresados en las redes del capital. La pálida cruzada del pequeño burgués se manifiesta en el hecho de que no se habla en absoluto de las relaciones de producción y del rol de las fuerzas productivas, en especial el de la clase obrera, cuya participación constituye un presupuesto indispensable para cualquier cambio de la práctica del diseño. (Bonsiepe 1973: 69)

Bonsiepe toca el ámbago de la cuestión y nos ayuda a localizar cómo, progresivamente, el discurso de Papanek (en 1975 y 1977) empieza a inyectarse con datos empíricos y de un repertorio de proyectos más inmerso en el mercado (*cf.* Papanek [1994] 2007). En la segunda parte de la crítica, Bonsiepe tampoco adiere a la propuesta de Papanek de sumar subjetividad al valor de uso, y trata por simplista la concepción de funcionalismo que el autor trata de combatir, en sus palabras: “batir el parche de los 'valores humanos y emotivos' ha sido siempre la ocupación predilecta de los 'anti-iluministas'.” (Bonsiepe 1973: 70). El ejemplo que aporta es el afamado caso de la radio de lata de jugo, desarrollada por Papanek y George Seeger, entonces estudiante (en 1962), para comunidades asiáticas analfabetas. La radio funcionaba a base de estericól de vaca, para que fuera muy económica. En 1966, presentada en la HfG de Ulm, no fue bien recibida, y le han aconsejado que deberían haberle previsto una mano de color (gris), ya que todavía conservaba la impresión del producto que contenía anteriormente. Lo que para Papanek parecía absurdo (1971) era abrir mano del ahorro en la producción y distribución del aparato por un imperativo estético sin fundamento endógeno. Para él las funciones estéticas y simbólicas (ornamentales) deberían ser aportadas en ese caso por el usuario y no por el diseñador. Aquí podemos recuperar la categoría de necesidades formales aportada por Lessa, que, en ese caso, es justamente lo que confronta Papanek. Lo artesanal en lugar de lo industrial, lo personal en lugar de lo universal, la reutilización explícita en lugar de lo aparentemente nuevo y semantizado.

En efecto, las necesidades formales atestatan la inestabilidad teleológica (y estética) del diseño, por lo menos en lo que se relaciona a procesos de producción y objetivos. La

necesidad formal ulmiana se presenta casi opuesta a la necesidad formal bauhausiana, ni hablar de las formas ornamentales en Morris. Al mismo tiempo, los diseñadores atribuyen a sus diseños una serie de otras necesidades, de esta vez empíricas, propias de la gente, las cuales caracterizan con una injerencia que presupone el dominio de conocimientos tácitos. En ese grupo también está Papanek, ya que su intención era que los analfabetos pudiesen tener acceso a información sin grandes inversiones. Para Bonsiepe, aunque decorado por los usuarios Indios e Indonesios, el aparato continuaría siendo una tecnología extranjera infiltrada. Finalmente, el proyecto fue desarrollado por la Unesco, pero en sus inicios fue subsidiado por ejército de EE.UU., aunque no aprobado, ya que les parecía de grande peligro la posibilidad de una transmisión comunista llegar a los oyentes.

La tercera parte de la crítica se concentra en la “des-especialización” del diseño, ya que Papanek no considera el diseño como “una actividad profesional, sino una forma de contemplar el mundo y cambiarlo”. Esta concepción nos hace acordar el deseo del rector Esher, por una “desmistificación del diseño profesional”. Pero Papanek lo afirma, no lo imagina. Lo que sí encara como propuesta es la concepción de un “diseño integrado”, que domine todos los tipos de escalas de proyecto, y pueda “contribuir a la formulación de objetivos para toda la sociedad”. Bonsiepe estremece:

Para esto no se necesita un diseñador, se necesita una revolución

[...] Aquí se revela una concepción del utopismo tecnocrático, que atribuye las carencias del mundo a un determinado grupo de personas y no logra descubrir las reales causas en la constitución de la sociedad de clases y en los intereses de dominación, tan duros de morir. (1973: 70)

En la cuarta y última parte del texto, Bonsiepe ataca las proyecciones de sociedad ideal en el libro de Papanek, y su descuido con la sistematización de un programa didáctico para todo ese proceso, que germinaría “orgánicamente” de la “necesidad” de la sociedad. Para Bonsiepe son todas proposiciones descabidas que no miden sus consecuencias sociales reales. Esta crítica fue escrita en el mismo año en que luego se va dar el golpe de Estado en Chile, suceso que

abortó los proyectos de Bonsiepe en el gobierno de Allende y lo trajo a Argentina, entre los golpes locales de 1966 -1973 y 1976 - 1983, dónde termina colaborando en los diseños para el Mundial de 1978.

4.3 Argumentación disidente - 1975

Escrito para la revista *Iconographic*, entre *Design for the real world* y el simposio *Design for Need*, el texto de Papanek “*Edugraphology – The Myths of Design and the Design of Myths*” denuncia la crisis en la autoimagen de los diseñadores. Con roles ampliados ante las exigencias del mercado, la constatación de que el diseño es un proceso colectivo y envuelve varias disciplinas profesionales, contribuye muy poco para la liberación de las “necesidades”. Luego, el diseño como saber *monopolizado* (Papanek, 1975: 304), sinónimo de funcionalidad universal, es cuestionado a la par de la satisfacción de cualquier “necesidad” desde una producción material dominante. Según Papanek, la noción de “necesidades básicas” relacionado al “tercer mundo”, serviría para que un grupo de especialistas detuviese un saber específico desde una profesión internacionalizada. Esta posición de dominio, garantizaría la dependencia externa en las manos de una elite profesional. El texto se dedica a descalificar la especialidad en diseño gráfico al ejemplificar una serie de actividades dañinas a las cuales se dedicaría la profesión, entre estas, persuadir la compra de superfluos y derrochar materiales. Asimismo, el respeto por la profesión, según Papanek, estaría fundado en *mitos* transmitidos en la enseñanza del diseño. Algunos de estos mitos merecen observaciones, por ejemplo: *el mito de que el diseño es para las personas*. Papanek se refiere al circuito de aburguesamiento del diseño, con exposiciones y méritos, pero lo concluye de esta forma: “Si el diseño fuese realmente para las personas, les permitiría participar en el diseño y en la producción, *ayudaría a preservar los recursos escasos y minimizar el daño ambiental*” (Papanek 1975: 304). Sin darse por vencido, Papanek injerta la cuestión ambiental una y otra vez, en cualquier tema que esté desarrollando. Después, pasa lo mismo en *el mito de que el diseño soluciona problemas*: “un diseñador gráfico 'soluciona el problema' de publicitar los trenes afirmando que son ecológicamente preferibles a los automóviles, pero a costa de dejar de lado las caminatas o la bicicleta, y así disminuyen las opciones que el público puede elegir”.

Acerca de la necesidades y su satisfacción Papanek también dedica un mito, y lo desarrolla con el ejemplo del aerógrafo, el cual, si contrapuesto al pincel de martha, demanda de su portador muchísimo más que lo que ofrece. Esa comparación habla más de su repudio a la especialización del diseñador gráfico que de la satisfacción de necesidades, haya visto que no plantea en ningún momento cual sería la necesidad a cual corresponde el uso de tales herramientas. Pero Papanek también ofrece alternativas al diseñador, a modo de los reformistas modernos, para “devolver el diseño al cauce central de la vida”. Son algunas de estas: trabajar en sindicatos o para grupos autónomos de peatones y ciclista en lugar de trabajar para industrias o empresas del sector automotivo; interesarse por la importancia de los recursos renovables y no renovables; conformar participativamente equipos multidisciplinarios de productores y usuarios; desmistificar el diseño y el objeto, contra el consumismo; y, poner estudiantes en contacto con necesidades reales. Todas demostraciones ya expuestas en negación anteriormente. Ese discurso panfletario, a veces exhaustivo, no quita el mérito del aporte de Papanek al diseño, principalmente frente a los estudiantes. Las subrepticias inserciones de la “participación”, de la “preservación” y de la “necesidad”, tienen un efecto didático que puede ser visto en las nuevas generaciones de diseñadores “socioambientalmente” intencionados, providos de motivos y deseos.

5. Consideraciones Finales

De la capacidad del diseñador de proyectar la satisfacción

El ejercicio de investigar a la noción de “necesidad” en el diseño es apenas un intento de desnaturalizar la percepción de que existiría una historia concisa y homogénea a ser contada. Redescubrir estas nociones desde el Design for Need es también confrontar enunciados diversos y asumir imprecisiones propias del lenguaje y de la interpretación. El hecho de que la necesidad aparezca como fundamento del diseño y que se adapte a situaciones diversas, demuestra la diversidad misma del diseño y su posibilidad de adaptación.

Si se puede pensar el diseño como una práctica cultural y comunicacional es porque él interviene y reacciona a las nociones propias del espacio desde donde emerge. Por más acotado que parezca este recorte (bibliográfico), ya evidencia que es imposible pensar en la necesidad en el diseño sin pensar en la forma y en la estética, pero de la misma manera no se puede obviar la política y la ética. La pequeña variedad de textos tomada como corpus, ha intentado presentar algunas fuentes no tan divulgadas, de corta extensión, que puedan ser leídas integralmente sin mayores inconvenientes, y ya revelan el potencial de tal discusión.

El desafío que se abre de ahora en adelante es entender cómo, a través del estudio de estas memorias del discurso del diseño se puede operacionalizar conocimientos en la enseñanza y en la práctica del tiempo presente en Latinoamérica. Ya que si levantamos la bandera del diseñador como alguien capaz de proyectar la satisfacción de necesidades, pareciera importante, a partir de lo expuesto, emprender un estudio más anclado en los procesos y herramientas de la práctica proyectual que en su historización como fin en sí mismo. La crítica debe mantenerse presente, pero desde la metodología, en una escala más cercana al hacer del diseñador, en el momento de establecer los criterios (ideológicos, éticos, técnicos, políticos) que finalmente servirán como bases para el desarrollo de sus proyectos y la “identificación” o determinación de “necesidades”.

6. Referencias bibliográficas

Fuentes / Corpus de análisis

Ark (1976). Royal College of Art. [facsimil] pp. 79-96.

BICKNELL, Julian & MCQUISTON, Liz, Eds. (1977). *Design for need: the social contribution of design: an anthology of papers presented to the symposium at the Royal College of Art, London, April, 1976*. Oxford: Pergamon Press. 154 pp.

BONSIEPE, Gui (1973). "Piruetas del neocolonialismo", *Summa* vol 67. Argentina. pp. 69-71.

PAPANEK, Victor (1975) "Edugrafología: Los mitos del diseño y el diseño de los mitos" en BIERUT, Michael et al ed. (2005). *Fundamentos del diseño gráfico*. Buenos Aires: Ediciones Infinito. 171 pp.

Conferencias citados desde las actas del Design for Need (Bicknell & Mcquiston, 1977)

BONSIEPE, Gui. "Precariousness and ambiguity: industrial design in dependent countries"

BOYLAN, Brian; FLETCHER, Mike & PRIEST, Keith. "After the oil boom – Design for a service centre"

BRADEN, Su. "The artist as producer"

ESHER, Lord. "Concluding Adress"

HAWKINS, Oliver. "Person to person design"

HEIGHT, Frank. "Foreword"

KUBY, Thomas. "Social forces determine the shape of technology"

JOSHI, Raghunath K. "Deshanagari – A commun script for all indian languages"

LLOYD JONES, Peter. "Designing for need – Radio talk"

MITCHELL, John. "Low handicap technology – The reduction of need by design"

PAPANEK, Victor. "Twelve methodologies for design – Because people count"

Libros, artículos y documentos citados

BALDWIN, Jonathan & ROBERTS, Lucienne (2006). *Comunicación visual: de la teoría a la práctica*. Barcelona: Parramón, 192 pp.

BAUDRILLARD, Jean ([1969], 1979). "La génesis ideologica de las necesidades", en *Crítica de la economía política del signo*. Mexico D.F.: Siglo XXI, pp. 52-87

_____ ([1970], 2009). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Mexico D.F.: Siglo XXI, 310 pp.

BERMAN, David B. (2009). *Do good design. How designers can change the world*. Berkeley: New Riders & AIGA, 180 pp.

- BHAMRA, Tracy & LOFTHOUSE, Vicky (2007). *Design for Sustainability. A practical approach*. Hampshire: Gower Publishing, 184 pp.
- BONSIEPE, Gui (1985). *El diseño de la perifería. Debates y experiencias*. México D.F.: Gustavo Gili, 272 pp.
- _____ ([1993] 1998). "Teoría. Punto ciego del diseño", en *Del objeto a la interfase. Mutaciones del diseño*. Buenos Aires: Ediciones Infinito, pp. 172-182
- BORADKAR, Prasad (2010). *Designing things. A critical introduction to the culture of objects*. Oxford: Berg Publishers, 336 pp.
- BÜRDEK, Bernard E. (1994). *Diseño – Historia, teoría y práctica del diseño industrial*. Barcelona: Gustavo Gili, 290 pp.
- CARDOSO, Rafael (2012). *Design para um mundo complexo*. San Pablo: Cosac Naify, 264 pp.
- CHICK, Ann e & MICKLETHWAITE, Paul (2011) *Design for sustainable change: how design and designers can drive the sustainability agenda*. London: AVA Publishing, 183 pp.
- COELHO, Luiz Antonio Luzio et al. Org. (2008). *Conceitos-chave em Design*. Rio de Janeiro e Teresópolis: Editora PUC-Rio y Editora Novas Idéias. v. 1, 280 pp.
- COLEMAN, Roger et al (2003). *Design for Inclusivity. A Practical Guide to Accessible, Innovative and User-Centred Design*. Hampshire: Gower Publishing, 268 pp.
- DEVALLE, Verónica (2009). *La travesía de la forma. Emergencia y consolidación del Diseño Gráfico (1948-1984)*. Buenos Aires, Paidós Comunicación, 442 pp.
- Diccionario Aurelio en línea. "Necesidad" Nova Fronteira, página web sin fecha. 18.01.2013.
- ERLHOFF, Michael & MARSHALL, Tim, Eds. (2008). *Design Dictionary - Perspectives on Design Terminology*. Board of International Research in Design, BIRD: Basel; Boston; Birkhäuser, 465 pp.
- FRY, Tony (1992). "Against an Essentialist Theory of 'Need': Some Considerations for Design Theory" en *Design Issues*. Vol. VIII, nº 2, pp. 41-53
- _____ (1994). *Remakings. Ecology design philosophy*. Sydney: Envirobook, 190 pp.
- FUAD-LUKE, Alastair (2009). "Key Design Movements and Groups, 1850–2000" en *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World*. Londres: Earthscan, pp. 203-213
- HELLER, Agnes ([1974] 1978). "El concepto marxiano de necesidad" en *Teoría de las necesidades en Marx* (J. F. Yvars trad.) Barcelona: Ediciones Península, pp. 21-42
- HELLER, Steven & VIENNE, Véronique, Eds. (2003). *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*. Nueva York: Allworth Press, 260 pp.
- JULIER, Guy (1993). *The Thames and Hudson Encyclopedia of 20th Century - Design and Designers*. London: Thames and Hudson, 216 pp.

- KAZAZIAN, Thierry ([2003] 2009). *Haverá a idade das coisas leves. Design e desenvolvimento sustentável*. San Pablo: Editora Senac São Paulo, 194 pp.
- LEDESMA, María (2003). *El diseño gráfico, una voz pública (de la comunicación visual en la era del individualismo)*. Buenos Aires, Editorial Argonauta, 128 pp.
- LESSA, Washington Dias (1999). “Os conceitos de necessidade, utilidade e funcionalidade para o design gráfico” em *Revista Arcos: design, cultura, material e visualidade*. Rio de Janeiro: ESDI/UERJ, v. 2, n. único, outubro, pp.104-115.
- LÖBACH, Bernd ([1976] 1981). *Diseño Industrial. Bases para la configuración de los productos industriales*. Barcelona: Gustavo Gili, 205 pp.
- MALDONADO, Tomás ([1971] 1972). *Ambiente humano e ideología. Notas para uma ecología crítica*. Buenos Aires: nueva visión, 170 pp.
- _____ (1977). *El diseño industrial reconsiderado. Definición, historia, bibliografía*. Barcelona: Gustavo Gili, 93 pp.
- MALINOWSKI, Bronislaw ([1944] 1970). “A Teoria das Necessidades”, en *Uma teoria científica da Cultura*. Rio de Janeiro: Zahar Editores. pp. 160-163.
- MANZINI, Ezio & VEZZOLI, Carlo ([1998] 2002). *O desenvolvimento de produtos sustentáveis: Os requisitos ambientais dos produtos industriais*. São Paulo: Edusp, 366 pp.
- MARGOLIN, Victor, Ed. (1989). *Design Discourse: History, Theory, Criticism*. Londres: The University of Chicago Press, 291 pp.
- _____ (2002). *The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies*. Londres: The University of Chicago Press, 273 pp.
- MARX, Karl (1844). “El trabajo enajenado” y “Requisitos humanos y división del trabajo bajo el dominio de la propiedad privada”, en *Manuscritos Económicos y Filosóficos*.
- _____ (1867). “La mercancía”, en *El Capital*. Tomo 1.
- MASLOW, Abraham H. (1943). *A theory of human motivation*. Classics in the History of Psychology. Disponible en <http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>
- MAUSS, Marcell ([1925] 2009). *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Buenos Aires: Katz Editores, 269 pp.
- MCDERMOTT, Catherine (2007). *Design: the key concepts*. Oxon: Routledge, 250 pp.
- MEYER, Hannes (1928). “Building” y (1929) “Bauhaus and society”, en SCHNAIDT, Claude (1965). *Hannes Meyer: Buildings, Projects, Writings*. Teufen: Arthur Niggli Ltd, 122 pp.
- NELSON, Harold G. & STOLTERMAN, Erik (2003). “Desiderata”, en *The Design Way. Intentional Change in an Unpredictable World - Foundations and Fundamentals of Design Competence*. Englewood Cliffs: Educational Technology Publications, pp. 133-151.

- LOVETT, Gina. "175 Years of Design at the Royal College of Art: From Public Spaces to Social Value". *Royal College of Art*, página web sin fecha. 18 de enero de 2013. Disponible en <http://www.rca.ac.uk/>
- PAPANÉK, Victor ([1995] 2007). *Arquitectura e Design - Ecología e Ética*. Lisboa: Edições 70. 288 pp.
- PARRA, Brenda G. (2008). *Ecodiseño. Nueva herramienta para la sustentabilidad*. Mexico D. F.: Editorial Designio, 80 pp.
- RUSKIN, John (1849). *The seven lamps of architecture*. Nueva York: John Wiley 161 Broadway, 186 pp.
- _____ ([1859] 1908). *The two paths, Lectures on architecture and painting, Pre-raphaelitism and Notes on the Turner gallery*. Londres: Cassel and Company Ltd, 382 pp.
- SELLE, Gert ([1973] 1975). *Ideología y Utopía del Diseño. Contribución a la Teoría del Diseño Industrial*. (Eduardo Subirats Rüggeberg trad.). Barcelona: Gustavo Gili, 245 pp.
- SHERIN, Aaris (2008). *Sostenible: manual de materiales y aplicaciones prácticas para los diseñadores gráficos y sus clientes*. Barcelona: Gustavo Gili, 192 pp.
- SHÖNBERG, Arnold ([1911] 1974). *Tratado de Armonía*. Madrid: Real Musical, 501 pp.
- THACKARA, John (2005). *In the bubble: designing in a complex world*. Cambridge: The MIT Press, 321 pp.
- VILLAS BOAS, André (1998). *Utopia e disciplina*. Rio de Janeiro: 2AB, 152 pp.
- _____ (2002). *Identidade e Cultura*. Rio de Janeiro: 2AB, 119 pp.
- WILLIAMS, Raymond ([1958] 2001). *Cultura y sociedad - 1780-1950 - De Coleridge a Orwell*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 286 pp.
- _____ ([1981] 1994) *Sociología de la cultura*. Barcelona: Paidós Ibérica, 231 pp.
- WCED (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. United Nations Documents. Disponible en <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>
- WHITELEY, Nigel (1993). *Design for society*. Londres: Reaktion Books. 192 pp.
- WOOD, John (2007). *Design for micro-utopias. Making the Unthinkable Possible*. Hampshire: Gower Publishing, 211 pp.
- WOODHAM, Jonathan M. (2004). *A Dictionary of Modern Design*. Nueva York: Oxford, 520 pp.