

# Dissenyar el projecte

El projecte de disseny està deixant de ser el projecte del disseny. Vull dir: el projecte, fins fa poc identificat amb el disseny mateix, es veu ara desbordat per les possibilitats que s'obren davant el disseny entès, ell mateix, com a projecte. I aquestes possibilitats que ara desborden ho fan des de la riba del futur. Si entenem que el projecte de disseny és un pont entre l'estat de coses actuals i els mons a venir (Agid: 2012, 53), és la novetat que ha desbordat el projecte. Serà difícil localitzar la zona de desbordament per on l'acció de la novetat obliga a repensar la relació entre el disseny i el futur si limitem l'àmbit de recerca a les materialitzacions, als objectes, als resultats finals del disseny. En el "món exterior" del disseny no hi trobarem res més que alguns símptomes del desbordament per la novetat. Un d'aquests símptomes és la recurrència a un repertori de formes i tipologies cada cop més restringit. Un altre, la preferència per la "normalització", ja sigui amb la fixació d'estereotips (com en la defensa del disseny "supernormal" promoguda per Jasper Morrison i Naoto Fukasawa, per exemple), ja sigui per l'apuntament del projecte a partir de dispositius objectivitzants, com ara l'ergonomia, la usabilitat, la sostenibilitat, el fengshui, o bé les diferents combinacions possibles entre tots ells. És, en canvi, en el camp de les afinitats operatives on disseny i novetat s'han distanciat de manera més clara: tot i que el disseny pot seguir fent coses noves, fer disseny ha deixat de ser la manera més nova de fer coses.

El disseny deixa de ser projecte quan "projectar" passa a ser fer projectes d'una determinada manera, potser no única però sí predominant. L'hegemonia d'una idea de disseny que promou el mediador privilegiat entre l'usuari i la producció, és a dir, una idea productivista del disseny, ha conduït a la consolidació d'unes formes característiques de projectar que s'institucionalitzen per damunt d'altres possibilitats, les quals han anat quedant progressivament relegades com a maneres de fer particulars, privades o experimentals.

El disseny productivista defineix el projecte basant-se en criteris comptables. Sovint de forma tàcita, però cada cop amb menys encongiment, el projecte es defineix com allò que té lloc entre l'encàrrec i la facturació. Aquest fet és conseqüència de l'expansió del llenguatge de la gestió: aquesta expansió s'ha fet molt evident els darrers anys en els camps de la recerca i la creativitat i és potser en el disseny on menys resistències ha trobat. Focalitzar el projecte entre l'encàrrec i la facturació atorga la seguretat d'un marc professionalista i posa èmfasi en la repercussió social a través del mercat, que ha de ser l'objectiu de tot projecte. Ara bé, la delimitació d'un principi i un final externs a la pròpia dinàmica creativa (no és responsabilitat "del disseny" decidir quan comença i acaba el projecte) crea una forta dependència d'un agent motor, el client, que regula el procés per mitjà del contracte mercantil. La limitació contractual fa del projecte productivista un producte en ell mateix: no només l'inici i el final del projecte queden fora del marc de decisió del disseny, també els formats estan predefinits i tancats.

Projectar passa a ser fer projectes, produir tots aquells elements que conformen un lliurament per satisfer el compliment d'un contracte. Es pot dir que aquests elements representen el projecte i que no en són més que la seva figuració, però el fet que els formats de presentació final no formin part del procés creatiu i estiguin fixats com a prerequisits condicionen tot el procés i el dirigeixen només a resultats representables amb els mitjans convencionals. La presentació final comença, doncs, a l'inici del projecte, o fins i tot abans.

Tot i el seu predomini, l'enfocament productivista no esgota els àmbits de mediació possibles del disseny. De la mateixa manera, tot i ser-ne el mediador privilegiat, el disseny tampoc no és l'únic canal entre l'usuari i la producció. Això es fa evident quan observem les fórmules de relació que han anat prenent força des que l'any 1987 Stan Davis les avancés com a "futur perfecte". En temps de *mass customizing*, els dispositius tecnoculturals de personalització del producte i adaptació a la demanda guanyen terreny al projecte. Quan la diferenciació de productes i l'especificació d'usuaris es gestiona des de nous punts de trobada entre la necessitat i l'eficàcia, el disseny s'enfronta a un repte: ha de fer un pas enrere, agafar perspectiva i obrir-se a nous camps on assumir responsabilitats més àmplies.

Només cal repassar la llista dels finalistes de l'edició del 2013 del Design of the Year organitzat pel Design Museum de Londres, per trobar nombrosos exemples que van més enllà dels pressupòsits limitats pel productivisme i evidencien l'obertura de nous camps per al disseny.

**Superkilen** és un parc públic de 30.000 m<sup>2</sup> dissenyat per Superflex, Big i Topotek 1, al barri de Nørrebro de Copenhaguen. El parc està moblat amb més de 100 objectes procedents de 60 països diferents, escollits pels propis veïns per evocar els seus llocs d'origen o bé descoberts en el decurs dels cinc viatges en grup que es van organitzar durant el projecte.

**ColaLife** és un sistema de distribució de productes socials concebut per Simon Berry, gestionat com a organització independent no lucrativa, que utilitza els canals oberts per Coca-Cola per tal d'arribar als països en vies de desenvolupament. El seu primer producte, Kit Yamoyo, és un tractament contra la diarrea infantil que es distribueix dins un envàs que encaixa en els espais buits de les capsas d'ampolles de Coca-Cola i arriba, així, com un paràsit al seu destí sense despeses de transport.

**Kapow** és una novel·la d'Adam Thirlwell que recull les transformacions culturals originades arran dels esclats revolucionaris del 2012 coneguts com "la Primavera àrab", i del paper que hi van jugar les xarxes socials. El projecte gràfic de Studio Frith s'ha desenvolupat a partir del contingut del llibre per, pàgina a pàgina, compondre els paràgrafs en funció dels continguts i no pas a partir d'una retícula predefinida. Això fa de la lectura una experiència específica de dislocació similar a la que viuen els protagonistes de la novel·la.

**E.chroni** és un bacteri dissenyat per Alexandra Daisy Ginsberg i James King en col·laboració amb l'equip de biòlegs de l'IGEM 2009 de la Universitat de Cambridge, per explorar el potencial d'aplicacions de la biologia sintètica a la vida quotidiana. L'E.chroni és un bacteri E.coli modificat genèticament per segregat pigments de colors visibles per a l'ull humà. Entre els escenaris definits pel projecte hi ha la utilització del bacteri per al diagnòstic de malalties que, un cop detectades pels E.chroni ingerits, s'indicarien de forma natural per un canvi de coloració dels excrements.

En aquests quatre exemples, el model productivista no ha estat eliminat però sí s'ha vist superat per convertir-se en l'última fase d'un procés més llarg i de més abast. Si la mediació entre usuari i producció deixava l'usuari fora de l'acció del disseny com un element ja donat, i sovint definit no sobre bases empíriques sinó a partir d'estereotips i idees rebudes, el primer pas enrere per reposicionar el projecte incorporarà l'usuari dins el procés mateix de disseny. Tal com ha observat Tània Costa a partir de l'anàlisi de treballs de Hillary Cottam, del col·lectiu SILK, o de Jordi Canudas:

“Per al disseny ja no hi ha prou amb fer un seguiment de l'usuari o públic objectiu, sinó que tots els agents i circumstàncies participants prenen protagonisme: proveïdors, competidors, observadors, clients, empreses vinculades, usuaris eventuais, canals de comunicació, logística, distribució, tecnologia, manteniment, cicle de vida, etc. La interacció entre tots aquests elements constitueix un sistema, una constel·lació.” (Costa: 2012, 25)

Ara bé, si per a Costa això suposa situar el ciutadà en una posició de control sobre el procés de disseny, haurem de convenir que aquesta posició no és anàloga a la que ocupava el client en el projecte productivista. Si bé el client era l'agent responsable de la definició de l'usuari objectivitzat com a *target* extern, ara, en canvi, el nou contracte (no mercantil) amb la ciutadania, o amb la comunitat, o amb qualsevol forma d'associació humana interroga el disseny sobre l'acció comuna. Ja no es parteix, per tant, de la soledat de l'usuari-subjecte autònom, sinó de la coimplicació en una mutualitat compartida. En lloc de dissenyar en perpendicular, sobre perfils, o sobre les ombres retallades dels *blocks* d'autocad que poblen els projectes, el nou disseny realista col·labora, doncs, en paral·lel amb constel·lacions de relacions intersubjectives per eixamplar-ne els límits.<sup>1</sup>

Tant el disseny productivista com el disseny realista serien dues formes d'immersió del projecte en l'estat de coses actual. Tots dos comparteixen una mateixa direcció temporal: és des de l'acceptació del present que es planteja la transformació futura a partir d'uns pressupòsits limitats pel seu encaix amb la realitat actual. Queda fora de l'abast d'aquest article considerar la immersió com a anticipació de futurs i no com a adaptació de presents. Això permetria afegir dos nous reposicionaments del disseny, dues noves passes enrere per agafar embranzida i ampliar l'horitzó. A la primera situació s'hi arriba retrocedint des de la comunitat fins als processos en curs en els centres de recerca per dotar, així, d'imaginació social els avenços tecnocientífics. El segon comporta que no partim de les coses tal com han estat fins ara, ni tan sols de les

coses tal com la direcció de la recerca científica pot fer-les plausibles, sinó dissenyar des de la capacitat d'iniciar coses noves de manera fins ara insospitada. En el seu conjunt, aquestes quatre opcions del disseny esbossades són, en realitat, una de sola amb un desplegament telescòpic. La posada en acció de cada nou segment del telescopi comporta, sense sortir del disseny com a projecte, redefinir els principis del projecte de disseny. Comencem a dissenyar, per tant, dissenyant el projecte.

## **Bibliografia**

Agid, Shana. 2012. "Worldmaking: working through theory/practice in design". *Design and Culture* 4 (1): 27-54.

Costa, Tània. 2012. "Art i disseny: Processos sense objecte". *Situaciones. Revista de historia y crítica de las artes de la Escola d'Història de l'Art de Barcelona* 5: 22-26.

Garcés, Marina. 2013. *Un mundo común*. Barcelona: Edicions Bellaterra.

- 
1. És només des d'aquesta acció en paral·lel que es pot evitar que del disseny col·laboratiu o comunitari sorgeixin noves formes de privatització que facin de la mutualitat una simple suma de jos. L'entorn gràfic del mur de Facebook seria, des de la seva frontalitat i focalització en l'individu, la millor figuració de la pervivència dels obstacles a la coimplicació. Si reaprendre el "nosaltres" passa per no deixar lloc a la ficció omnipotent de l'autosuficiència, ni a la llibertat autoadjudicada i expropiadora de l'individu propietari (Garcés: 2013, 50), tots dos obstacles han trobat en els entorns virtuals de les "xarxes socials" un terreny adobat. De la mateixa manera, el disseny comunitari hauria de tenir molt clara la diferència entre donar veu des de l'emancipació i actuar com a ventríloc o, com a molt, convidant a participar en un karaoke social de repertori tancat. ⇐

Si t'ha agradat aquest article i vols rebre informació dels pròxims que publiquem, envia'ns el teu nom i el teu correu electrònic.

He llegit i acceptat les condicions establertes en l'[avís legal i política de privacitat](#).

### Octavi Rofes

Antropòleg, professor d'Art, Disseny i Societat i Disseny d'Elements d'Identitat del Grau de Disseny d'Eina, Escola d'Art i Disseny. Ha realitzat recerca etnogràfica en la producció cultural de localitat i darrerament s'interessa per l'anàlisi de processos creatius en xarxes de relacions interpersonals.

