

Prólogo

“Incidir” y “reflexionar”, el autor de este libro, Chema Aznar, a través del mismo título “incidencia y reflexión: pensamientos en torno al diseño de producto” ya induce al mismo lector a la necesidad de reflexionar, analizar y construir una conciencia reflexiva a través de los pensamientos sobre el diseño de producto.

Chema Aznar, a través de una prosa reflexiva, crítica e inteligente nos introduce en el aspecto más profundo y sustancial del diseño a través de citas de autores, referencias históricas sobre el diseño e imágenes culturales como el cine, la mitología y la literatura, así otorgando al texto, la necesidad de que el mismo lector comience a desarrollar su capacidad crítica. Surge la necesidad de cuestionar ciertos aspectos de la práctica de la profesión del diseño, determinadas en la relación con la utilización, la experiencia funcional, estética, tecnológica, a través de la banalización de la esfera digital, la ética y la historia del diseño de producto que se abordan en los diversos capítulos del libro.

La libertad del discurso está cimentada mediante la argumentación del mismo autor que hace que se aleje de toda determinación o adoctrinamiento. No más lejos de la realidad, el objetivo es que el texto no se constriña, sino que libremente el lector actúe en la lectura, atendiendo a conocimientos, temas diversos y transversales que surgen de la profesión del diseñador. Mediante este libro y tras la extensa y reconocida trayectoria de Chema Aznar en el diseño de producto, como profesional destacado en este ámbito, busca el incesante objetivo de recuperar, a través de un texto con un fuerte sello de identidad, la profesión del diseñador de producto o industrial, y reivindicar su papel en la actualidad, en un mundo complejo y convulso.

La complejidad en la cultura del diseño es abordada a través de una contundente crítica, entendida mediante la razón y argumentos explicativos, hacia las nuevas tecnologías como mecanismo utilizado dentro del diseño como herramienta que sustituye y bifurca la experiencia sensorial del proyectista del diseñador y del mismo usuario. Cabe destacar cómo cuestiona el sistema consumista donde el diseñador queda relegado a realizar un trabajo de “arte final” traducido por signos, que derivan en un consumo excesivo, provocado por la vertiginosidad de las tendencias y la cultura del “fast-product”.

Chema Aznar nos sitúa en una postura donde el diseño como proyecto, verdadero espacio generador creativo y coordinado, es entendido como un oficio, pero sigue analizando la situación actual de los eslóganes de publicidad o campañas de marketing que intentan recrear una imagen apelando a lo “social” (que vende más) al medio ambiente o causas benéficas. Una conducta publicitaria impostada, que transgrede al oficio del diseñador, a través de un discurso basado en el “postureo”, desde requerimientos consumistas debido a la globalización de las tendencias y los valores del “like” automatizados. ¡El Nirvana virtual!- como el mismo autor lo define a través de un tono y un discurso decisivo e irónico. Existe además, cierta conciencia crítica y analítica a la homogenización de las ideas, la escasa diferenciación en este mundo convulso, donde las identidades culturales desaparecen debido al sistema consumista neoliberal.

La acción proyectiva del diseñador ejerce de “malabarista” como el mismo autor lo define, y dentro de los límites que le imponen, realiza una práctica desplegada entre su conciencia y lo que le requieren. Se debate en un dilema ético y moral de su oficio o de las manipulaciones y exigencias de la profesión.

Este libro no es apto para “mentes vagas” absorbidas por la pantalla digital, por “dedos” mecanizados hacia lo virtual. Chema Aznar aspira a una pequeña “partícula crítica” en la conciencia; esta sería la aspiración puramente real y honesta del autor.

El escaso tiempo utilizado en el proyecto, siendo la realidad virtual, ya casi una realidad sustituyente al diseñador, la aceleración de los procesos productivos y de comercialización y los tiempos de vida del producto, hacen que el diseñador no tenga tiempo, no reflexione. Por lo que este libro, proporciona al lector una reconciliación del oficio del diseñador como proyectista de ideas y creativo de valores a través de un cuidado discurso del autor, argumentado a través de citas de diseñadores más que consagrados en el ámbito del diseño como Bruno Munari, docente de la SPD de Milán que fue profesor de Chema Aznar y marcó sus inicios, o como Vicente Verdú periodista y crítico de nuestro país, entre otras muchísimas más referencias. Así su discurso transcurre en una trayectoria de argumentos propios, cita de autores, referencias artísticas gracias a la titulación (permítanme la “titulitis”) de Chema Aznar como historiador del arte y observador de la “belleza”, manifestaciones del arte del cine y la literatura.

Este libro es un descubrimiento en el pensar, en el ser, en la existencia de todo estudioso del diseño que induce a la crítica más decisiva, más literaria y más reflexiva del diseño. Tan necesaria como el marcado sello de identidad del autor con pinceladas irónicas que transgreden lo convencional. Quizá, la crítica más mordaz y ácida, la más realista y brillante sobre el diseño de producto.

Inma Aznar Brusel
Periodista y Docente