

caiana

Guy Julier

Universidad Aalto, Finlandia

¿El diseño puede ser activista? El desafío de
enfrentar al neoliberalismo de un modo
distinto

¿El diseño puede ser activista? El desafío de enfrentar al neoliberalismo de un modo distinto

Guy Julier
Universidad Aalto, Finlandia

Introducción

La crisis económica del 2008 fue un momento decisivo para el activismo del Diseño, y sus efectos aún se dejan ver. Fue arrastrado por las actividades del Movimiento *Occupy*, entre ellos *Occupy Design* y las acciones horizontales en países afectados por la recesión, como España y Grecia. Al mismo tiempo, algunos académicos intentaron reencuadrar la práctica y la enseñanza del Diseño.¹ Estos desafíos del Diseño buscaban caminos alternativos que lo sacaran de su condición histórica de estar al servicio de la industria.

Mientras tanto, la economía neoliberal ha seguido adelante a los tumbos, tal vez en estado zombi,² pero asimismo continúa dominando y guiando a la política, la cultura social y la vida cotidiana, como si no hubiera otra alternativa. El advenimiento de la política populista – encarnada, por ejemplo, por el presidente Trump, y/o por el proceso del Brexit de 2016– aunque reclamaba alguna forma de perspectiva alternativa, las integra, sin embargo, aún más profundamente en la lógica neoliberal del individualismo, crecimiento económico continuo y competitividad, marcas distintivas del neoliberalismo. A pesar de ser sacudido y sudar, el neoliberalismo no quiere desaparecer. Y aun así, los comentaristas y las instituciones que van desde la izquierda dura hasta la derecha liberal han advertido de su insustentabilidad como sistema. Desde su individualismo, que induce a la infelicidad,³ a su claro impacto sobre

el calentamiento global,⁴ pasando por la mera sugerencia de que la inequidad salarial en realidad estanca el crecimiento,⁵ en verdad debiera significar el fin del neoliberalismo.

Si hay un capitalismo zombi, entonces también tenemos un Diseño zombi. Esto es así porque el Diseño es el hijo dilecto del neoliberalismo. Para ver la articulación, basta rastrear su origen en la década de 1980 y contrastarlo con el ascenso de algunas de las características claves del neoliberalismo: la aceleración de las cadenas de suministro junto con la acumulación flexible, el crecimiento de los derechos de propiedad intelectual en la competencia de los monopolios, la producción de paisajes racionales como parte de la privatización de los espacios, la cooptación de los bienes comunes como bienes productores de renta, la tercerización progresiva de los servicios públicos de bienestar social. Todo esto expresa los efectos materiales de los procesos de desregularización del neoliberalismo, la Nueva Economía, la financialización y la austeridad. Y el Diseño es responsable de gran parte, si no la mayor parte, del trabajo de esta alquimia.

El propio peso de las cifras sugiere que no queda espacio para maniobrar. Los innumerables informes que destacan los aportes al Producto Bruto Interno (PBI) realizados por el Diseño desde las industrias creativas sugiere que no hay alternativa: el éxito del Diseño y el éxito como diseñador siempre estará atado a una economía capitalista de competitividad basada en el crecimiento en la cual la diferenciación de espacios, productos y servicios es su principal razón de ser.

El Diseño y el neoliberalismo van bien juntos, no solo porque este último le provee mucho trabajo al primero. El Diseño también se muestra activo en dar forma a disposiciones prácticas y estructuras particulares del capitalismo. No es solo un matrimonio por conveniencia, sino un romance serio.

¿Pero qué puede hacerse si queremos que eso “reinicie” esa relación? ¿Cómo podríamos reestructurar un nexo entre cultura y economía en el que el Diseño se vuelva el agente activo en nuevas formas de la vida cotidiana que sean más convincentes en su medioambientalismo, preocupación por la justicia social y empatía para transformar los contextos demográficos? ¿El Diseño puede ser activista?

Este artículo parte de una posición que supone que, antes que nada, debemos comprender los complicados procesos del neoliberalización y su desarrollo continuo para entonces construir tácticas de Diseño en pos de un orden postcapitalista. Es mayormente un análisis pesimista, ya que a medida que comenzamos a comprender el neoliberalismo, vemos cómo presenta un sujeto en movimiento que continuamente se traga todo.

No obstante, la historia podría tener un final feliz. Al comprender estos procesos, podríamos experimentar algún nivel de concientización. Y de allí podría surgir tal vez una forma nueva, resiliente y reflexiva de Diseño que vaya más allá de los parámetros porosos, aunque bien definidos, del neoliberalismo.

La cooptación del activismo del Diseño

Pareciera que, sin importar cuánto intente romper con su relación abusiva con el neoliberalismo, el Diseño es atraído nuevamente. O, más bien, el neoliberalismo lo alcanza para asfixiar cualquier intento suyo de vivir bajo sus propias reglas.

El neoliberalismo se comprende mejor como neoliberalización. Implica procesos continuos de transformación: de los individuos, de las relaciones sociales, de los mercados y de los espacios. El Diseño es un instrumento de esas transformaciones. A un nivel, reposiciona y reorganiza la materia para que sea amigable con el neoliberalismo. Pero también juega un rol estratégico en orquestar el cambio. Cumple con su parte de ablandar a los consumidores con miras a un cambio mayor, haciéndolo parecer “razonable”.

Es tan sutil como pernicioso. Esas cualidades agradables y suaves provienen en parte de los experimentos de actividades contraculturales, si hemos de seguir a Boltanski y Chappiolo.⁶ Es donde reside la retórica de “la gestión plana, no jerárquica”, y “el entusiasmo” del trabajo creativo. Es donde la labor inmaterial se presenta como una opción de vida, donde se desdibujan las divisiones entre trabajo y esparcimiento.

La erosión de las divisiones es un tropo clave en los procesos de neoliberalización. En este rol, es parásito, fijándose a una variedad de contextos

localizados como un proceso transformativo antes que como un fin. Así actúa su constante apropiación y reformulación de iniciativas activistas. Berglund explica cómo las iniciativas activistas relacionadas con el Diseño –tales como redes alternativas de alimentos– son cooptadas hacia la marca ciudad y discursos creativos urbanos, demostrando así “vanguardismo” y capital cultural para atraer inversiones.⁷ Mould demuestra cómo las intervenciones urbanas de los activistas –como la jardinería de guerrilla o la instalación de bancos públicos– pronto son encuadradas como regeneración, la cual a su vez lleva a la gentrificación.⁸ Valenzuela y Böhm sostienen que cualquier intento de reconstruir y reformar la economía hacia enfoques más sustentables ecológicamente –más específicamente. La promoción de la economía circular– termina en la despolitización de tales esfuerzos.⁹

De este modo, parece ser una relación abusiva. De cierto modo, los diseñadores satisfacen continuamente el apetito neoliberal por lo nuevo, radical y vanguardista. Es así que se hacen notar. Pero también son ignorados en cuanto la recompensa los hace pensar: ¿valió la pena? Por ejemplo, en una encuesta hecha por *Design Industry Voices*, de 576 personas que trabajaban en Diseño en 2013, 85,6 % dijeron que “los clientes esperan más trabajo por menos dinero”, aproximadamente dos tercios de los encuestados están de acuerdo con que “las agencias están llamando más independientes” (68.1 %), y cerca de dos quintos (42.5 %) concuerdan con que “las agencias están llamando más pasantes no remunerados”.¹⁰ Luego, se escapan para hacer algo más transgresor. Un poco de activismo podría sacudir las cosas, piensan. Pero entonces, las fuerzas neoliberales atraen a los diseñadores nuevamente hacia sí, ofreciéndoles algún tipo de seguridad, aunque como un contrato temporal.

Un poco de terapia de pareja se vuelve necesario en este punto. ¿Qué están haciendo los diseñadores que mantiene tan arrogante al neoliberalismo? El rol del diseñador en todo esto tiene tres aspectos: primero, su incansable creación de objetos que disciplinan a los sujetos hacia la órbita del neoliberalismo; segundo, aceptar la lógica financialista del Diseño neoliberal conspira, literalmente, para formas de valor futuro; tercero, su creación de intensidades continuamente cierra posibilidades

a las alternativas. Sin embargo, comprender estos procesos puede desembocar en posibles salidas a la actual relación infeliz.

Objetos neoliberales

Los diseñadores *cocinan* para el neoliberalismo. Después no ordenan, pero sí sirven sus comidas, prueban nuevas recetas y hacen que la siguiente sea deseada. Aquí también crean los objetos que le dan energía al resto de la familia, manteniéndola disciplinada y sumisa con la figura paterna del neoliberalismo.

Brevemente, ¿qué representa esta figura paternalista? Cuatro cosas, a saber:

- La **desregulación** de los mercados y la priorización de las fuerzas del Mercado sin intervención del Estado
- La **privatización** de compañías y servicios estatales, tales como la educación, el bienestar social y la seguridad
- El protagonismo de los intereses **financieros** por sobre otros, tales como los societales o medioambientales
- El énfasis en la **competitividad**, en las prácticas y enfoques individuales, y en el emprendedurismo

Podría observarse que los factores mencionados han sido claves del capitalismo en general. ¿Qué convierte estas características en neoliberales en vez de tan solo liberales? William Davies observa que “el desafío *neo-liberal* [sic] era inventar instrumentos y mecanismos que tornaran segura la filosofía”.¹¹ En lo referente a este artículo, uno podría tomarlo muy literalmente. Antes de la década de 1980, una plena privatización y orientación al mercado eran quizás una aspiración política más bien de la derecha y centro-derecha. El orden neoliberal estableció no solo leyes y políticas para asegurar su preponderancia en el norte global, sino que también podemos identificar objetos materiales específicos y sistemas que lo posibilitaron, desde el micro-nivel de las finanzas hasta el macro-nivel del pensamiento y la acción individual.

De esta manera, si estos rasgos parecen alejados de la realidad cotidiana, entonces convendría recordar que debe tener lugar la reproducción social para afianzarlos. Las personas tienen que ser disciplinadas para que acometan la labor que materializa estos objetivos. No se trata solo

de ir a la oficina el lunes por la mañana o ir al paseo de compras el sábado, sino de un amoldamiento generalizado de uno mismo para ajustarse a los procesos del neoliberalismo. Foucault expresó este proceso disciplinario en términos de biopolítica: la programación del poder en el cuerpo.¹²

Objetos diseñados específicos cumplen un rol en este proceso. Se movilizan dispositivos, especialmente aquellos que implican elementos de cuantificación, como ser videojuegos, organizadores personales o aplicaciones deportivas, para producir prácticas de cálculo y anticipación.¹³ Del mismo modo en que el neoliberalismo nos pide constantemente recalcular (nuestro) valor, así también estamos involucrados en la expectativa de su pronto cambio y preparándonos para ello. El valor *en potencia* es pertinente tanto para el neoliberalismo como para el Diseño.

Thrift le presta especial atención a lo que él denomina la micro-biopolítica de la vida contemporánea: pequeños gestos y momentos de cognición que hemos adoptado.¹⁴ Estos son: las prótesis de asistencia cognitiva (pensemos en Google Maps en un teléfono inteligente); coordinación espacial provisional (pensemos en el seguimiento de la entrega de paquetes); el acceso continuo a la información (pensemos en los carteles electrónicos en aeropuertos y estaciones de tren); una apertura hacia otras métricas (pensemos en los múltiples sistemas de medición usados por las aplicaciones para ejercitar); el hecho de que los lugares son cada vez menos lugares a los que se vuelve (pensemos en los reacomodamientos permanentes de las góndolas de los supermercados o en las actualizaciones de las aplicaciones telefónicas). Todos estos ejemplos son objetos de diseño que apuntan a la producción de sujetos neoliberales competitivos, racionales, calculadores, emprendedores, autónomos, discernidores, actores en red (en otras palabras, *homo economicus*)¹⁵ o individuos inseguros, confundidos y debilitados.¹⁶

El Diseño no es solo producir objetos. Es crear disposiciones, formas de ser, rutas neuronales y memoria somática. Durante los últimos 30 años, estos han coincidido casi exclusivamente con la vida capitalista. ¿Qué objetos podríamos diseñar que provean disposiciones alternativas? ¿Y cuáles de esas disposiciones alternativas

podrían tener resiliencia, podrían resistir, completa o parcialmente, una cooptación? O, si los objetos neoliberales perviven, a pesar del fracaso del Proyecto liberal, ¿cómo matamos a esos zombis? ¿Se puede inventar otra cosa? ¿Se puede poner la mesa de otra manera?

Objetos financiarizados

No todos los objetos son lo que parecen. Actúan como profundos fondos de inversión y/o instrumentos de finanza. Como tales, participan en procesos de financiarización, una actividad que ha dado en representar la vanguardia del neoliberalismo desde 2000. En breve, podemos tipificar la financiarización a través de un énfasis mayor en las estrategias para mantener el valor de las acciones, marcas, propiedades y flujos de capital. Lo que significa: el dominio del valor para el accionista dentro del gobierno corporativo; la búsqueda de ganancias por medio de sistemas financieros antes que de la producción de bienes básicos; el surgimiento de la intermediación financiera.

En relación a esto último, consideremos, por ejemplo, el caso de Mobike, la firma china de alquiler de bicicletas. Con 7 millones de bicicletas y cerca de 100 millones de usuarios, requiere de un seguro de 299 yuan (45 dólares) por cada usuario. Esto totaliza 30.000 millones de yuan (45.000 millones de dólares) que Mobike puede usar como capital de riesgo.¹⁷ Así, los objetos –las bicicletas– se transforman en formas de recaudar dinero que habrá de ser derivado a flujos financieros rentistas. La existencia de las bicicletas y, por supuesto, de la infraestructura relevante cumple con una necesidad de locomoción, pero asimismo crea un mercado. No obstante, a su vez, cada partícipe de este nuevo mercado, probablemente sin saberlo, provee capital para que Mobike persiga otros fines. De manera similar, y más general, Sassen observa que un edificio es un activo que permite la recaudación de fondos que serán invertidos oportunamente en otro lado.¹⁸ El financiamiento produce materializaciones, mientras que las materializaciones llevan a más recreación financiera en un ciclo sin fin aparente.

También podemos considerar la noción de los ajustes espaciales y tecnológicos (*spatial and technological fixes*), y el rol del Diseño en este proceso como profundos pozos de

financiamiento.¹⁹ Consideremos los 25 trillones de dólares colocados en fondos de pensión en países de la OECD²⁰ o los 68 trillones de euros de capital (derivados a través de inversores institucionales y cuentas bancarias de particulares) que manejan los gestores de activos a nivel mundial.²¹ El motivo de tales inversiones es obtener una ganancia. Con el fin de obtener una ganancia, ese dinero tiene que encaminarse hacia algún lado. Paseos de compras, atracciones turísticas, emprendimientos hoteleros, desarrollos inmobiliarios para oficinas y muchas otras materializaciones que requieren de mano de obra intensiva proveen ajustes espaciales para estos capitales, un destino para ese dinero. Otra forma de ajuste espacial se encuentra en el establecimiento, desarrollo y disciplinamiento de nuevas oportunidades de mercado, como ser el Sur global. Los ajustes tecnológicos, como nuevas formas de *hardware* o *software*, los automóviles autodirigidos o la inteligencia artificial brindan otras oportunidades de inversión. El mundo nada en dinero y, actualmente, tenemos que construir lugares para direccionarlo.

La lógica aquí es la búsqueda continua de fuentes de valor futuro.²² El Diseño está ligado a este proceso. Tanto crea estos lugares como apunta hacia ellos. De este modo es importante, no solo considerar el rol económico del Diseño como una manera de estimular la consumición privada y la producción de productos descartables. Allí pareciera que se han concentrado las críticas al Diseño.²³ Un argumento clave que no puede ser ignorado aquí es el de Thomas Piketty, que dice que la mayor parte del siglo XX, y aún más en el siglo XXI, los beneficios financieros han superado a los beneficios de la producción en las economías capitalistas.²⁴

En cambio, podríamos considerarlo dentro de un campo más amplio de circulación financiera y del valor. En un nivel, provee nodos donde se alojan las finanzas, estructurándolas de tal modo que permitan beneficios provenientes de estos capitales. A otro nivel, utiliza el valor cultural para incrementar el atractivo percibido de esos nodos. Así, el uso de marcas de lugar para hacer más atractiva una ciudad a la inversión interna, el establecimiento de un edificio icónico u otra infraestructura como un puente de diseñador para afianzar la

regeneración y, consecuentemente, los valores inmobiliarios, o el rediseño de un teléfono celular con vistas a una reunión anual de accionistas son algunas de las maneras en que el Diseño asume este rol secundario y financierista.

Intensidades del Diseño

Dentro de este rol financierista, vemos el Diseño como el factor clave en la creación de muchos tipos distintos de intensidades, visto desde la lógica del capital desde la perspectiva del neoliberalismo. Aquí, el capital no solo ha actuado como un instrumento para el dinero fiduciario, sino que ha dado forma a las avenidas por las que este proceso se lleva a cabo.

Con respecto a esto último, notamos cómo las intensidades de Diseño actúan como puntos de valor *en potencia*. Se encuentran donde la posibilidad de una ganancia futura esté basada

en la creación y protección de formas de la propiedad privada, ya sea intelectual o material, detallada y cuidadosamente planeada y resuelta. En efecto, estas son, como nota Lash, devenires.²⁵ Están en constante estado de desarrollo y despliegue: objetos inconclusos, podría decirse.²⁶ Las intensidades devienen extensiones al ser desplegadas en el mercado. Se aplican marcas a líneas de productos durables. Se establecen conceptos de franquicias en múltiples calles comerciales o como servicios a través de sus licenciarios. Mientras que son diseñados y controlados individualmente, las redes de centros comerciales pertenecen a empresas desarrolladoras, tanto como nodos en el flujo de capitales, como fuentes de información de mercado, por ejemplo. El cuadro que se presenta a continuación expande esta idea con algunos ejemplos. Véase también la figura 1 (Fig. 1).

Ejemplo de intensidad de Diseño	Algunos efectos neoliberales
Lineamientos de la marca	<ul style="list-style-type: none"> - Disciplinamiento interno de los empleados para afianzar la cultura corporativa - Valuación de marca sostiene valor para el accionista - Despliegue de la marca potencia nuevos mercados
Centro creativo	<ul style="list-style-type: none"> - Posiciona a los centros urbanos como polos de innovación para atraer inversiones y capital más creativo - Incrementa el valor de las propiedades y actúa como herramienta de regeneración - Disciplina “cultura de innovación”
Conceptos de franquicia	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciamiento de propiedad intelectual y contenido material a los licenciarios crea monopolios de productos y servicios - La inversión puede dirigirse al desarrollo del concepto y <i>marketing</i> en vez de infraestructura (esta última soportada por el licenciario)
Centro de diseño corporativo global	<ul style="list-style-type: none"> - Sostiene la imagen de la marca y el valor para el accionista - Potencia recursos locales (por ej. capital creativo y entornos, ventajas fiscales)
Derechos de propiedad intelectual	<ul style="list-style-type: none"> - Mantiene monopolio sobre diseño o invención - Licenciamiento a terceros productores
Franquicias de películas	<ul style="list-style-type: none"> - Metadata licenciada a terceros, por ej. <i>merchandising</i> - Monopolio por medio de IPR y red de producción de metadata, que incluye trabajadores creativos individuales, dominio de los grandes estudios (sin lugar para trabajo independiente)
Prototipos	<ul style="list-style-type: none"> - Materializaciones basadas en información del mercado de alta calidad para testear el potencial de ganancias
Paseos de compras, hoteles, parques de diversiones	<ul style="list-style-type: none"> - Espacios cerrados, controlados, configurados para crear demanda de mercado y asegurarse una rentabilidad sostenida, interesante particularmente para inversores institucionales - Nodos para asegurar el financiamiento y hacerlo circular globalmente
Programas de <i>software</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Alto valor en prototipos y desarrollo - Mercado se vuelve banco de pruebas libre de inversión - Licenciamiento es fuente de ganancias con muy bajos costos de reproducción serial
Paraísos fiscales	<ul style="list-style-type: none"> - Importantes nodos para evadir impuestos y permitir la circulación global del capital, pensado para ser atractivo para los ricos y como lugares ideales para el ocultamiento y la desinformación

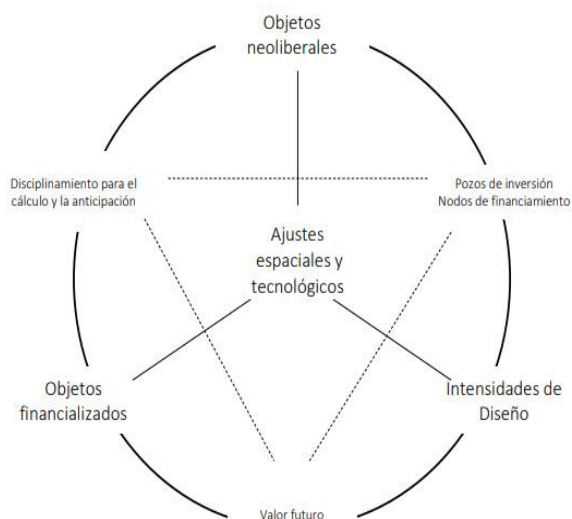


Fig. 1: Intensidades del Diseño (devenires) que llevan a extensiones (seres).

El Diseño es frecuentemente considerado algo que se le aplica a un objeto pre-existente, la creación de algo para estimular los mercados y el consumo, a veces denominado “valor agregado”. Pero en este punto deseo proponer una idea que está en el corazón de los sistemas neoliberales de creación de valor por medio de monopolios, el control de los mercados y el disciplinamiento. En este particular, se forman ortodoxias que o excluyen otras alternativas, o las cooptan. Como ajustes espaciales o tecnológicos, brindan focos para la concentración de capital. Posteriormente, sus despliegues como extensiones pueden ser medidos cuidadosamente y monitoreados en pos de los inversores.

A la mierda con el Neoliberalismo

Al desplazar nuestro punto de referencia del Diseño de la producción al financiamiento, comenzamos a ver más agudamente cómo funciona dentro, y al servicio, del neoliberalismo, y cómo el surgimiento de ambos va de la mano. Igualmente, al cambiar el activismo del Diseño de puntos comunes de intervención cotidiana y pensar más contextualmente en cómo el neoliberalismo funciona a través del Diseño, podríamos encontrar algunas líneas de ataque. Preguntándonos simplemente ¿a qué nos enfrentamos?, podemos comenzar a comprender al enemigo. Lo que nos da un mapa con el cual podemos empezar a comprender como activistas que realmente desean “mandar al Neoliberalismo a la mierda”.²⁷ Podría

decirnos cómo hacerlo a pesar de todos los esfuerzos de intervenciones de Diseño por disrumpir, modelar alternativas y explorar prefiguradamente otras posibilidades; parece que no estamos llegando lo bastante rápido. El Neoliberalismo de Diseño está en una circularidad constante y se auto-perpetúa.

Los objetos neoliberales crean disposiciones particulares para operar bajo el capitalismo, donde domina el dinero fiduciario y el aseguramiento de vidas individuales requiere de aquiescencia con ciertos modos de pensar y de acción basados en una continua anticipación y cálculo. Los objetos financializados proveen una lógica materializada y dominante y también estructura para el movimiento de capitales, buscando fuentes de valor. Las intensidades de Diseño se crean para la concentración de capital, el punto de alquimia donde se gesta la ganancia por medio de su traducción a extensiones.

Son legitimados por la ley, pero también a través de sus muy refinadas cualidades que los hacen difíciles de atacar. Y esto les otorga su supuesta resiliencia. Al mismo tiempo, sus cualidades inconclusas, que se despliegan continuamente, los mantienen en movimiento y, a sus bordes, flexibles. Es esta combinación de rigidez (poder) y elasticidad (esquivando y eludiendo) la que mantiene los procesos de la neoliberalización fuera de alcance, apenas más allá de poder ser cuestionados y, quizás, derrotados.

Maquiavelo escribió en *El Príncipe*, “Las personas deberían ser acariciadas o aplastadas. Si se les hace un daño menor, se vengarán; pero si se las mutila, no habrá nada que puedan hacer. Si necesitas herir a alguien, hazlo de tal modo que no tengas que temer su venganza”.²⁸ Sin embargo, si hemos de personificar al neoliberalismo y el Diseño, no es posible ni deseable semejante fin sangriento para ninguno de los dos. En cambio, tal vez esta relación abusiva pueda ser sanada por medio de alguna terapia poco cruenta. A través de ella, pueden asomar los beneficios del cambio. Pero también requiere de revelar y articular cómo ambos se metieron en este lío.

El activismo del Diseño puede, por ello, ser un proceso de descubrimiento y descripción de los modos en los que el neoliberalismo y el Diseño

actúan sobre el otro. ¿Cómo se relacionan? ¿De qué modo los objetos de Diseño están produciendo sujetos neoliberales? ¿Y cómo podríamos deshacer este código? ¿Dónde están los puntos clave de Diseño de la financiarización y cómo podríamos reemplazar sus lógicas a la vez que salvaguardamos la seguridad y el bienestar? ¿Cómo están las intensidades de Diseño disciplinando ciertos ajustes comerciales, llevando a la explotación y suprimiendo la acción creativa fuera de ellos? ¿Cómo trabajamos exitosamente fuera de estas intensidades y sus extensiones para crear otro mundo?

Estas son algunas de las preguntas urgentes que deberíamos hacernos. Parece, sin embargo, que

solo cuando flaquea la lógica financierista del neoliberalismo, como lo hizo en 2008, se dejan ver y se pueden explorar fisuras. Las crisis a menudo ofrecen oportunidades. Las fuerzas neoliberales son muy expertas explotando las crisis, como vimos con el triunfo de la expansión cuantitativa que siguió al 2008 o las ventajas ofrecidas por la guerra y los desastres naturales.²⁹ Los activistas del Diseño podrían considerar llegar primero, construyendo sus propios procesos reflexivos, donde se revela lo sucedido y lo que está sucediendo. Se podrían crear y mantener tácticas para su propia resiliencia y flexibilidad. Es aquí donde el neoliberalismo podría ser enfrentado de otra manera.

Notas:

¹ Tony Fry, *Design Futuring: sustainability, ethics, and new practice*. Oxford, Berg, 2008; Alastair Fuad-Luke, *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World*, London, Earthscan, 2009; Ann Thorpe, *Architecture and Design versus Consumerism: How Design Activism Confronts Growth*. Londres, Earthscan, 2012; Guy Julier, "From Design Culture to Design Activism", *Design and Culture*, 2013, vol. 5, n° 2, pp. 215-36.

² Chris Harman, *Zombie capitalism: global crisis and the relevance of Marx*, Londres, Haymarket Books, 2010.

³ William Davies, *The Happiness Industry: How the government and big business sold us well-being*, Londres, Verso Books, 2015.

⁴ Adrian Parr, *The Wrath of Capital: Neoliberalism and climate change politics*, New York, Columbia University Press, 2014.

⁵ Ana Swanson y Jim Tankersley, "I.M.F. Cautions Against Tax Cuts for Wealthy as Republicans Consider Them", *New York Times*, 11/10/17. <https://www.nytimes.com/2017/10/11/us/politics/imf-tax-cuts.html> (acceso 17/10/2017).

⁶ Luc Boltanski y Eve Chiapello, *The New Spirit of Capitalism*, Londres, Verso, 2006.

⁷ Eeva Berglund, "Design as Activism in Helsinki: notes from the world design capital 2012", *Design and Culture*, 2013, vol. 5, n° 2, pp. 195-214.

⁸ Oli Mould, "Tactical Urbanism: The new vernacular of the creative city", *Geography Compass*, 2014, vol. 8, n° 8, pp. 529-539.

⁹ Francisco, Valenzuela and Böhm, Steffen "Against Wasted Politics: A critique of the circular economy". *Ephemera*, 2017, vol. 17, n° 1, pp. 23-60.

¹⁰ Design Industry Voices, "Design Industry Voices 2013: How it feels to work in British digital and design agencies right now". www.designindustryvoices.com (acceso: 29/1/2015).

¹¹ William Davies, "The Emerging Neocommunitarianism", *The Political Quarterly*, 2012, vol. 83, n° 4, pp. 767-776.

¹² Michel Foucault, *The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France 1978-1979*, Basingstoke, Palgrave, 2008.

¹³ Pasi Väliäho, *Biopolitical Screens: Image, Power, and the Neoliberal Brain*. Massachusetts, MIT Press, 2014; James Ash, *The Interface Envelope: Gaming, technology, power*, Londres, Bloomsbury, 2015.

¹⁴ Nigel Thrift, *Non-Representational Theory: Space, Politics, Affect*, Londres/Nueva York, Routledge, 2008.

¹⁵ Julia Joanne Verdouw, "The subject who thinks economically? Comparative money subjectivities in neoliberal context", *Journal of Sociology*, 2016, vol. 53, n° 3, pp. 523-540.

¹⁶ David Chandler y Julian Reid, *The Neoliberal Subject: Resilience, adaptation and vulnerability*, London, Pickering & Chatto, 2016.

¹⁷ Tim Culpan, "The China Bike Rental Money Cycle", *Bloomberg Gadfly*. <https://www.bloomberg.com/gadfly/articles/2017-10-04/the-china-bike-rental-money-cycle> (acceso: 4/10/2017).

¹⁸ Saskia Sassen, "Reading the City in a Global Digital Age: Between Topographic Representation and Spatialized Power", en Linda Kraus y Patricia Petro (eds.), *Global Cities: Cinema, Architecture and Urbanism in a Digital Age*, New Brunswick, NJ, Rutgers University Press, 2003, pp. 15-30.

¹⁹ David Harvey, *The Urban Experience*, Oxford, Basil Blackwell, 1989; David Harvey, "Globalization and the "spatial fix", *Geographische Revue*, 2001, vol. 2, n° 3, pp. 23-30.

²⁰ OECD *Annual Survey of Large Pension Funds and Public Pension Reserve Funds: Report on Pension Funds* Long-Term Investments.

<http://www.oecd.org/daf/fin/private-pensions/2015-Large-Pension-Funds-Survey.pdf> (acceso: 17/10/2017).

²¹ EFAMA, *Asset Management in Europe, 9th Edition, Facts and Figures*.

<http://www.efama.org/publications/statistics/asset%20management%20report/efama%20asset%20management%20report%202017.pdf> (acceso: 4/10/2017).

²² Scott Lash, *Intensive Culture: Social Theory, Religion and Contemporary Capitalism*, Londres, Sage, 2010.

²³ Véase por ejemplo, Robert Crocker, *Somebody Else's Problem: Consumerism, Sustainability and Design*, Abingdon, Routledge, 2017.

²⁴ Thomas Piketty, *Capital in the Twenty-First Century*, Londres, Belknap Press, 2014.

²⁵ Scott Lash, *Intensive Culture: Social Theory, Religion and Contemporary Capitalism*, Londres, Sage, 2010.

²⁶ Karin Knorr Cetina, "Objectual Practice", en Theodor R. Schatzki, Karin Knorr-Cetina y Eike von Savigny (eds.), *The practice turn in contemporary theory*, Londres, Routledge, 2001, pp. 184-196.

²⁷ Simon Springer, "Fuck Neoliberalism", *ACME: An International Journal for Critical Geographies*, 2016, vol. 15, n° 2, pp. 285-292.

²⁸ David Wootton (ed.), *Modern Political Thought: Readings from Machiavelli to Nietzsche*, Indianapolis, Hackett Publishing, 1996.

²⁹ Naomi Klein, *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*, London, Penguin, 2007.

¿Cómo citar correctamente el presente artículo?

Julier, Guy; "¿El diseño puede ser activista? El desafío de enfrentar al neoliberalismo de un modo distinto". En *Caiana. Revista de Historia del Arte y Cultura Visual del Centro Argentino de Investigadores de Arte (CAIA)*. No 12 | Primer semestre 2018, pp. 46-53.

URL: http://caiana.caia.org.ar/template/caiana.php?pag=articles/article_2.php&obj=309&vol=12

Recepción: 5 de marzo del 2018

Aprobación: 15 de mayo del 2018